

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata menjadi industri yang berpengaruh besar terhadap perkembangan dan kemajuan suatu daerah. Perkembangan dalam sektor pariwisata dapat dilihat dari munculnya atraksi wisata, sarana dan prasarana wisata. Pariwisata sudah berkembang pesat dan menjamur diseluruh negara sehingga dapat memberikan dampak positif dalam berbagai aspek, diantaranya ekonomi, sosial dan budaya. Dari aspek ekonomi, pendapatan yang diperoleh dari pengembangan industri pariwisata sangat besar bahkan pariwisata telah dijadikan sebagai salah satu sektor andalan dalam perolehan devisa diberbagai negara, melebihi ekspor hasil alam maupun hasil tambang.

Berbagai objek potensi wisata yang dikembangkan adalah potensi wisata alam yang sebagian besar dimiliki oleh negara-negara berkembang seperti Indonesia, hal tersebut dapat dikembangkan sebagai aktivitas perekonomian yang dapat menghasilkan devisa negara dengan cepat. Penyelenggaraan pariwisata diarahkan untuk mewujudkan pemerataan pendapatan dan pemerataan kesempatan usaha. Dengan adanya objek wisata tentu daerah sekitar dapat mengambil kesempatan berupa menjual produk-produk yang mempunyai nilai jual yang mencirikan tempat wisata daerah tersebut, dapat berupa kamar untuk menginap, kuliner, perjalanan wisata, dan industri kerajinan. Meningkatnya sektor pariwisata

akan membuka lapangan kerja dan kesempatan usaha. Peningkatan pendapatan usaha dan pemerintah akan mendorong sektor yang terkait lebih berkembang.

Perkembangan industri pariwisata dipengaruhi oleh obyek wisata dan atraksi wisata juga . Obyek wisata merupakan semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan atraksi wisata merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan. Syarat suatu daerah menarik untuk dikunjungi adalah adanya sesuatu untuk dilihat, adanya sesuatu untuk dibeli, adanya sesuatu untuk dilakukan. Selain objek wisata dan atraksi wisata keberhasilan industri wisata sangat dipengaruhi oleh *strategi marketing* yang dilakukan oleh perusahaan.

Pariwisata menurut UU. No. 9 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik, dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Pengertian tersebut meliputi: semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, pengusaha daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata berupa usaha jasa, biro perjalanan, pramu wisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata.

Pembangunan sebuah lokasi wisata yang tidak disertai dengan kemampuan dalam mengelola serta mengoperasikan dengan baik akan sulit bagi pihak

pengelola untuk mencapai tujuan dari didirikannya wisata tersebut, misalnya minimnya kunjungan wisatawan, apabila kunjungan wisatawan itu sedikit maka sedikit pula laba yang di peroleh pihak pengelola wisata. Sama halnya dengan memasarkan sebuah produk, untuk dapat membuat produk laku pastilah dibutuhkan strategi pemasaran bisa berupa periklanan, pelayanan yang baik, ataupun melakukan promosi. Untuk itu peran strategi pemasaran sangatlah penting dalam menarik/menjangkau konsumen agar membeli/mencoba produk yang kita miliki.

Tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut merupakan suatu strategi perusahaan.² Strategi juga dikatakan sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Intinya, strategi adalah pilihan untuk melakukan aktifitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktifitas dengan cara berbeda dari pesaingnya. Strategi dilakukan perusahaan untuk mengatasi ancaman dan merebut peluang yang ada.

Strategi adalah suatu tindakan yang harus dilakukan secara terus menerus dan meningkat. Pengusaha harus dapat melihat tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan. Di dalam melakukan bisnis pada saat ini kecepatan inovasi harus dilakukan oleh setiap pengusaha. Setelah pembentukan strategi, hal tepat yang harus dilakukan adalah melakukan pemasaran. Pemasaran tidak

² Winardi. *Entrepenuer dan Entrepreneurship*. (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 109.

terlepas dari aktivitas perusahaan dalam menjadikan produknya agar laku dipasaran.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.³ Setiap pengusaha yang melakukan bisnis, mereka juga akan melakukan pemasaran dalam menjual produknya. Apabila perusahaan melakukan pemasaran maka perusahaan akan berhadapan langsung dengan konsumennya. Perusahaan akan secara langsung menjual produk/jasa kepada konsumen. Sehingga perusahaan harus melakukan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Pelayanan yang baik dapat membuat konsumen tertarik membeli produk/jasa yang kita miliki. Kesan baik konsumen terhadap produk/jasa yang di jual dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menjual produk/jasa.

Strategi yang tepat serta pemasaran yang berhasil akan membuat sebuah lokasi pariwisata tidak akan pernah sepi dari para wisatawan. Wisatawan merupakan seseorang yang sedang berkunjung ke daerah wisata dengan tujuan berlibur dan secara suka rela mengunjungi suatu tempat untuk mendapatkan suatu hal yang lain. Peran dari strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan dalam menarik jumlah wisatawan khususnya wisatawan baru yang belum mengetahui tentang keberadaan wisata yang telah dibangun, untuk wisatawan lama pihak pengelola

³ E. Jorome William. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. (Jakarta: Salaemba Empat. 1994). Hlm. 98.

hanya perlu mempertahankan kunjungannya melalui atraksi wisata yang diberikan.

Pariwisata tidak hanya menjual keindahan dan kekayaan alam tapi juga menjual citra. Semaksimal mungkin pihak pengelola wisata memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada para konsumen wisatanya. Berbagai cara dilakukan dalam mengembangkan dan meningkatkan daya tarik wisata. Hal tersebut tidak lepas dari motif didirikannya sebuah usaha yaitu laba.

Laba/keuntungan merupakan salah satu tujuan dari sebuah perusahaan itu didirikan. Walaupun begitu bersaing dalam melakukan sebuah usaha seorang pengusaha haruslah melakukan hal tersebut dengan benar. Dalam arti usaha yang dilakukan tidak menyebabkan kerugian di salah satu pihak yang menjadi target usaha. Usaha tersebut haruslah bersifat halal sesuai dengan etika bisnis yang ada.

Setiap usaha yang didirikan harus bersifat baik dan bernilai positif artinya barang atau jasa yang diperjual belikan haruslah bersertifikasi halal, baik, bermanfaat, serta tidak mempunyai unsur-unsur yang dilarang seperti *gharar*, *riba* maupun maisir sehingga transaksi yang terjadi tidak merugikan salah satu pihak. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بَكْرًا حَمِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “ *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta kamu di antara kamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan*

perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”⁴

Salah satu tempat wisata yang paling ramai dikunjungi oleh para wisatawan mulai dari berdiri hingga saat ini adalah tempat wisata edukasi kampung coklat di kabupaten Blitar. Kampung coklat merupakan salah satu tempat wisata yang paling diminati oleh banyak wisatawan, tempat wisata ini mengandalkan hasil olahan berbagai macam produk yang berbahan dasar coklat. Tempat wisata ini tidak hanya mengandalkan keindahan yang di tawarkan oleh tempat wisata, lebih dari itu tempat wisata ini menekankan pada pendidikan yang di berikan oleh destinasi wisata edukasi ini yaitu seputar hal mengenai tanaman coklat dari sejarahnya hingga penyebarannya sampai ke Indonesia.

Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut adalah karena keberhasilan pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam mengelola tempat wisata sehingga menjadikan tempat wisata tersebut banyak diminati oleh para wisatawan. Semenjak mulai berdirinya sampai saat ini tempat wisata edukasi kampung coklat tidak pernah sepi pengunjung, apalagi diwaktu hari libur pengunjung bisa bertambah hingga tiga kali lipat dari hari biasa.

Tempat wisata edukasi dengan menjadikan pohon kakao sebagai *icon* ini menjual berbagai jenis makanan dan minuman yang dibuat dari bahan dasar coklat misalnya coklat panas, coklat dingin, nasi goreng coklat, mie goreng coklat, cilot coklat dll. Selain itu penataan desain interior maupun exterior serta

⁴ Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 1984). Hlm. 112.

peralatan pendukung lain ikut menambah elok kawasan kebun coklat ini. Keberhasilan yang diperoleh oleh wisata edukasi kampung coklat ini tidak terlepas dari strategi dan pemasaran yang dilakukan oleh pengelola dari tempat wisata edukasi kampung coklat. Oleh karena itu pada tugas akhir ini penulis akan menuliskan karya tulis dengan judul “Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat di Kabupaten Blitar dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

B. Batasan Masalah

Untuk memudahkan penulis dalam pelaksanaan penelitian ini maka perlu adanya pembatasan masalah, agar dalam peraktek penelitian dan penyusunan secara ilmiah dapat dipahami dengan mudah. Oleh karena itu, peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti secara khusus membahas tentang peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan pada wisata edukasi kampung coklat di kabupaten Blitar.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan dan memasarkan pariwisata yang dibangun tetap diminati oleh wisatawan dari waktu ke waktu.

Dari masalah di atas maka dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah konsep strategi pemasaran yang dilakukan wisata edukasi kampung coklat di kabupaten Blitar dalam perspektif ekonomi Islam?

2. Apa saja hal-hal yang menjadi kendala bagi pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam melakukan strategi pemasaran?
3. Bagaimana hasil yang dicapai wisata edukasi kampung coklat dalam meningkatkan jumlah wisatawan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan di tempat wisata edukasi kampung coklat adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui konsep strategi pemasaran yang dilakukan wisata edukasi kampung coklat di kabupaten Blitar dalam perspektif ekonomi Islam?
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam melakukan strategi pemasaran.
3. Untuk mengetahui hasil yang dicapai wisata edukasi kampung coklat dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

E. Kegunaan atau Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat baik dari segi teoretis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan teoretis, penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan sumbangan intelektual bagi kelengkapan data teoritis dalam upaya, mengkaji pemahaman tentang peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan dalam perpektif ekonomi Islam.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran baru bagi para akademisi muslim dan masyarakat

pada umumnya. Dalam hal kegunaan praktis manfaat penelitian ini meliputi:

a. Bagi Lembaga Wisata Edukasi Kampung Coklat

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pengelola lembaga tempat wisata edukasi kampung coklat dalam upaya melakukan strategi pemasaran guna meningkatkan daya tarik wisatawan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang peran strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah wisatawan serta dapat bermanfaat untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Peran adalah sesuatu yang dapat diartikan memiliki arti positif yang diharapkan akan mempengaruhi sesuatu yang lain. Dalam

hal peran yang dimaksudkan adalah yang menunjuk suatu fungsi.⁵

- b. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁶
- c. Pemasaran adalah proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa.⁷
- d. Wisatawan orang yang sedang berkunjung ke daerah wisata dengan tujuan berlibur dan secara sukarela mengunjungi suatu tempat untuk mendapatkan suatu hal yang lain.⁸
- e. Wisata edukasi adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan untuk tujuan rekreatif dengan lebih menonjolkan unsur pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa selain wisatawan dapat menikmati keindahan pariwisata yang ditawarkan tetapi mereka juga mendapatkan ilmu pengetahuan yang tersusun secara rapi oleh SDM pengelola tempat wisata.⁹

⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online//<http://kbbi.web.id/peran.html>. pada tanggal 23 April 2017.

⁶ Arlina Nurbaity Lubis. "*Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*". Skripsi. Hlm. 7

⁷ Ichsan Setiyo Budi. *Manajemen Strategi*. (Jakarta: Salemba Empat. 2006) hlm. 179.

⁸ Koko Irawan. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. (Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatra Uatara. 2010). Hlm 12.

⁹ Muhammad Zamrud Alfirdaus. Wisata Edukasi sebagai Budaya Bangsa. *Jurnal*. Hlm. 6.

2. Definisi Operasional

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan pada tempat wisata edukasi kampung coklat.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Merujuk pada semua yang dituliskan di atas dan metode yang digunakan serta dalam rangka memudahkan penulisan skripsi, maka penulisan penelitian ini disusun dengan suatu system yang diatur sedemikian rupa dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) kegunaan atau manfaat hasil penelitian, (f) definisi istilah, dan (g) sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian pustaka, terdiri dari: (a) kajian fokus pertama, (b) kajian fokus kedua dan seterusnya, (c) hasil penelitian terdahulu, (d) kerangka berpikir teoritis/paradigma.

BAB III : Metode penelitian, terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Hasil penelitian, terdiri dari: (a) paparan data, (b) temuan penelitian, (c) pembahasan temuan penelitian.

BAB V : Pembahasan.

BAB VI : Penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan, (b) implikasi penelitian, dan (c) saran atau rekomendasi.

Bagian akhir, terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.