

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Taman Buah Mekarsari

Taman Buah Mekarsari dibangun sejak tahun 1991 dan diresmikan pada tanggal 14 Oktober 1995. Sehari sebelum meninggalnya Ibu Tien tanggal 28 April 1996, Beliau menyempatkan diri datang ke Taman Buah Mekarsari dan tampak senang sekali melihat berbagai jenis tanaman sedang berbuah. Taman Buah Mekarsari merupakan salah satu pusat pelestarian keanekaragaman hayati buah-buahan tropika terbesar di dunia, khususnya jenis buah-buahan unggul yang dikumpulkan dari seluruh daerah di Indonesia, sekaligus merupakan tempat penelitian budidaya (agronomi), pemuliaan dan perbanyakan bibit unggul untuk kemudian disebarluaskan kepada petani dan masyarakat umum.



GAMBAR 1.1

Logo Taman Buah Mekarsari

Sumber: www.mekarsari.com, 2017

Bicara mengenai buah terutama buah-buahan lokal Indonesia, kita tentu sudah tidak asing lagi dengan Taman Buah Mekarsari yang terletak di Jalan Raya Jonggol, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor ini diprakarsai oleh Alm. Ibu Tien Soeharto sebagai tempat pengembangan agroholtikultura dan pariwisata. Taman seluas 264 hektar ini sebagai pusat pertanian keanekaragaman hayati buah-buahan Indonesia yang terlengkap dan dapat dinikmati khalayak banyak. Nyatanya, saat ini Taman Buah Mekarsari adalah Pusat Agroholtikultura Buah-buahan Tropis terbesar dengan koleksi tanaman buah tropis yang terlengkap di dunia. Lebih dari 100.000 jenis tanaman buah, yang terdiri atas 78 spesies dan 1472 varietas, menjadi bagian dari koleksi tanaman yang terdapat di taman wisata ini. Taman

Buah Mekarsari juga menjadi pusat penelitian dan pengembangannya tanaman buah, maupun pangan yang dahulu mudah dijumpai, namun sekarang semakin langka di habitat alamnya. Adapun fasilitas yang dimiliki Taman Buah Mekarsari adalah hotel dan penginapan, rumah makan, parkir kendaraan, toilet umum, toko souvenir. Serta sarana dan prasarana pada taman seluas 264 hektare ini dilengkapi dengan sarana wisata untuk wisatawan nusantara maupun mancanegara Wisata di tengah taman buah didukung oleh berbagai wahana yang mendekatkan pengunjung kepada alam, di antaranya *Family Garden*, Rekreasi Danau (25 ha), *Baby Zoo*, Rusa Tutul, *Garden Center*, *Greenhouse Melon*, Sabut Kelapa *Outbound*, Bunga Bangkai, *Kids Fun Valley*, Menara Pandang, Bangunan Air Terjun (Puri Tirto Sari), dan *Pongo Show*. Sedangkan kegiatan-kegiatan yang menjadi favorit pengunjung antara lain *Company Gathering*, Piknik Keluarga, Wisata Kebun Buah/Sayur, Barbeque, Senam Pagi, *Fruitwalk* (jalan-jalan di kebun buah), Berkuda (di atas jam 10 pagi), Memandikan sapi, Menanam padi.

1.1.2 Visi dan Misi Taman Buah Mekarsari

Adapun Visi dan Misi Taman Buah Mekarsari adalah sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi pusat pelestarian dan pengembangan plasma nutfah yang berguna untuk edukasi dan sains di bidang hortikultural dan menjadi pemimpin di bidang Agrowisata se-Asia.

b. Misi

Sebagai pusat edukasi, penelitian dan pengembangan tanaman buah yang berperan dalam menciptakan produk-produk tanaman buah baru yang unggul. Memperkuat asosiasi brand Taman Buah Mekarsari melalui perbaikan dan pengembangan produk buah-buahan Indonesia.

1.1.3 Paket dan Tur Taman Buah Mekarsari

Paket dan Tur yang ditawarkan merupakan program khusus bagi pengunjung Taman Buah Mekarsari yang ingin melihat dan turun langsung memanen buah-buahan di kebun yang sedang berbuah/panen dengan fasilitas diantaranya Tiket Kereta Wisata, 1(satu) Keranjang Buah Salak, Jus Segar, Buah Mekarsari 1 Buah, Souvenir (Bibit Tanaman), Icip-icip buah langka nusantara. Adapun Paket dan Tur yang ditawarkan oleh Taman Buah Mekarsari adalah sebagai berikut:

TABEL 1.1
Paket dan Tur Taman Buah Mekarsari








No.	Jenis Paket dan Tur	Dokumentasi Foto
1.	Greenland Tour	
2.	Family Train	
3.	Fruity World Tour	

Sumber: www.mekarsari.com, (Diolah peneliti, 2017)

1.1.4 Produk Taman Buah Mekarsari

Adapun produk yang dimiliki oleh Taman Buah Mekarsari terbagi menjadi 2, Wisata dan Paket Tour, dengan tabel sebagai berikut:

TABEL 1.2
Deskripsi Produk Taman Buah Mekarsari

No	Nama Produk	Deskripsi Produk	Dokumentasi Foto
1.	Wisata Kebun Buah	Tropical Camp	
2.	Wisata Permainan	a. Outbound b. Atraksi Sepeda c. Kids Fun Valley	a.  b. 
3.	Wisata Air	a. Fruity Bike (Sepeda Air Buah) b. Banana Boat	a.  b. 
4.	Wisata Berkendara	Sepeda Tunggal dan Sepeda Tandem	a.  b. 

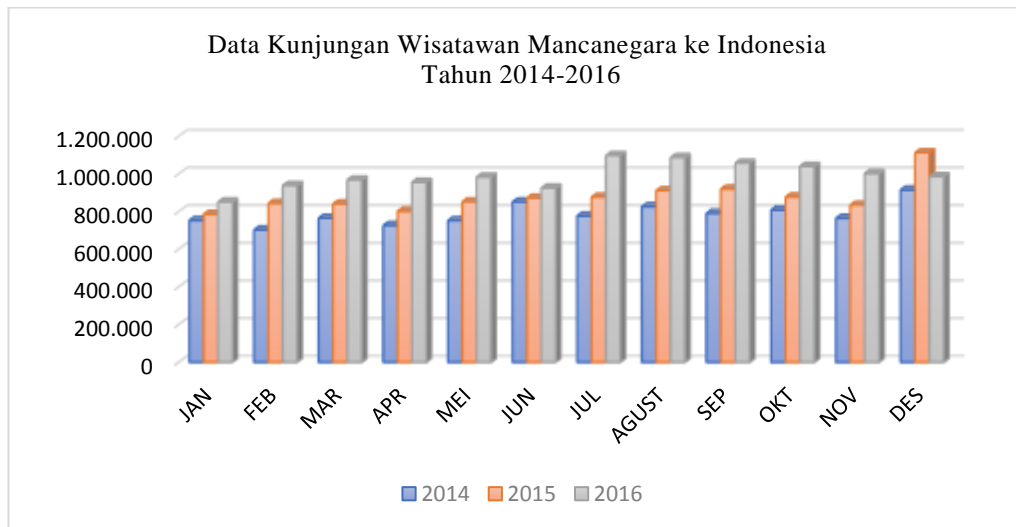
Sumber: Diolah peneliti, 2017

1.2 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia ditargetkan menjadi destinasi yang terbaik di kawasan regional dan mampu melampaui ASEAN. Kita ketahui bahwa pesaing utama pariwisata Indonesia saat ini adalah Thailand dengan perolehan devisa dari pariwisata lebih dari US\$ 40 Miliar. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting bagi pendapatan nasional. Menurut Undang-Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Dari sektor pariwisata ini ditargetkan akan menghasilkan devisa 260 Trilyun. Di Tahun 2017 yang baru kita masuki ini sektor pariwisata secara konsisten menjadi program prioritas, yaitu pembangunan pariwisata Indonesia “Wonderful Indonesia”. Pariwisata merupakan salah satu dari 5 (lima) sektor prioritas pembangunan 2017, yaitu pangan, energi, maritim, pariwisata, kawasan industri dan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), begitu yang tercantum dalam RKP 2017. Dalam KEK sendiri juga terdapat KEK Pariwisata, seperti KEK Tanjung Lesung, menunjukkan adanya upaya sungguh sungguh untuk mengembangkan pariwisata nasional.

Perkembangan sektor industri pariwisata, mengalami perkembangan secara signifikan. Dapat dibuktikan pada data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.



GAMBAR 1.3
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia
Tahun 2014-2016

Sumber: www.kemenpar.go.id (diolah kembali oleh peneliti, 2017)

Pada gambar 1.3, terlihat wisatawan yang berkunjung ke Indonesia bertambah secara signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2014 sampai tahun 2015 kunjungan terbanyak wisatawan mancanegara ke Indonesia ada di bulan Desember, sebanyak 915.334 di tahun 2014 kunjungan dan 1.113.328 kunjungan di tahun 2015. Namun pada tahun 2016, kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak pada bulan Juli yaitu 1.098.032 kunjungan. Total keseluruhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun 2014 sampai tahun 2016 sebanyak 31.866.141 kunjungan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa objek wisata di Indonesia cukup diminati oleh wisatawan mancanegara.

Menurut www.indonesia-investments.com pada tahun 2017, penting bagi industri pariwisata Indonesia untuk meningkatkan kontribusinya pada produk domestik bruto (PDB) karena hal ini akan memicu lebih banyak pendapatan devisa (karena setiap wisatawan mancanegara menghabiskan rata-rata antara 1.100 dollar AS sampai 1.200 dollar AS per kunjungan) dan juga menyediakan kesempatan kerja untuk masyarakat Indonesia (berdasarkan data terakhir dari Badan Pusat Statistik, tingkat pengangguran di negara ini mencapai 5,81% di Februari 2015).

Diperkirakan bahwa hampir 9% dari total angkatan kerja nasional dipekerjakan di sektor pariwisata. Data tersebut dapat dibuktikan dengan tabel dibawah ini:

TABEL 1.3
Kondisi dan Proyeksi Industri Pariwisata Indonesia

	2016	2017	2018	2019
Kontribusi terhadap PDB (%)	11	13	14	15
Penerimaan Devisa (Rp trillion)	172.8	182.0	223.0	275.0
Penyerapan Tenaga Kerja (juta orang)	11.7	12.4	12.7	13.0
Indeks Daya Saing (WEF)	n.a	40	n.a	30
Kunjungan Wisman (juta)	12	15	17	20
Perjalanan Wisnus (juta)	260	265	270	275

Sumber: www.indonesia-investments.com, 2017

Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi sekitar 4% dari total perekonomian. Pada tahun 2019, Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka kontribusi pariwisata pada PDB dua kali lipat menjadi 8% dari PDB, sebuah target yang ambisius. Kemudian mengimplikasikan bahwa dalam waktu 4 tahun mendatang, jumlah pengunjung perlu ditingkatkan dua kali lipat menjadi kira-kira 20 juta. Dalam rangka mencapai target ini, Pemerintah akan berfokus pada memperbaiki infrastruktur Indonesia, akses, kesehatan & kebersihan dan juga meningkatkan kampanye promosi di luar negeri.

Melalui pertambahan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara, dikombinasikan dengan pertumbuhan PDB sebesar +5% dan pertumbuhan investasi, ada permintaan yang meningkat untuk hotel dan kondominium (yang menggabungkan ciri-ciri apartemen dan hotel), dan juga tempat-tempat konferensi dan pameran. Apabila target Pemerintah menyambut 20 juta wisatawan mancanegara pada 2020 tercapai maka ada kebutuhan besar untuk industri perhotelan negara ini. Terlebih lagi, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yang dimulai pada akhir tahun 2015, mengimplikasikan hubungan dagang yang lebih intensif di wilayah ASEAN.

Adapun pengembangan pariwisata di Provinsi Jawa Barat direncanakan dan dikembangkan secara ramah lingkungan dengan tidak menghabiskan atau merusak sumber daya alam dan sosial, tetapi dipertahankan untuk pemanfaatan yang berkelanjutan. Menurut Piagam Pariwisata Berkelanjutan tahun 1995, pembangunan pariwisata yang berkelanjutan adalah pembangunan yang didukung secara ekologis dalam jangka panjang, sekaligus layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial. Pembangunan pariwisata Jawa Barat yang berkelanjutan berprinsip pada terjaminnya keberlanjutan sumber daya pendukung pembangunan pariwisata yang terintegrasi dengan lingkungan alam, budaya, dan manusia. Untuk itu, pengembangan pariwisata Provinsi Jawa Barat memperhatikan daya dukung suatu ekosistem dalam menampung komponen biotik (mahluk hidup) yang terkandung di dalamnya, termasuk memperhitungkan faktor lingkungan dan faktor lainnya yang berperan di alam yang sangat bervariasi dan selalu bergantung pada tingkat pemanfaatan yang dilakukan oleh manusia.

Kabupaten Bogor memiliki luas wilayah sekitar 21,56 km², yang terdiri dari 6 kecamatan yaitu Kecamatan Bogor Selatan, Bogor Utara, Bogor Timur, Bogor Barat, Bogor Tengah, dan Tanah Sareal, serta membawahi sekitar 68 wilayah kelurahan. Dengan jumlah penduduk mencapai 5.331.149 jiwa pada tahun 2014. Kabupaten Bogor dijuluki sebagai kota hujan karena memiliki tingkat curah hujan yang relatif sangat tinggi.

TABEL 1. 4
Wilayah Administrasi Kabupaten Bogor Tahun 2012-2014

Uraian Wilayah Administrasi	2012	2013	2014
Kecamatan	40	40	40
Kelurahan/Desa	430	434	434
- Kelurahan	17	17	17
- Desa	413	417	417

Sumber: www.bogorkab.bps.go.id, (diolah peneliti,2017)

Pada tabel 1.4 tersebut, terlihat penambahan wilayah pada tahun 2013 dan 2014 sebanyak 4 wilayah. Dengan banyaknya wilayah yang memiliki potensi wisata baik sarana maupun prasarana pariwisata yang tersebar di seluruh Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor memiliki Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

TABEL 1.5
Objek dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Bogor

No.	Nama ODTW	Logo ODTW	Dokumentasi Foto
1	Taman Safari Indonesia – Bogor		
2	Taman Wisata Matahari		
3	Kebun Durian Warso Farm		
4	Sentul Paradise Park		

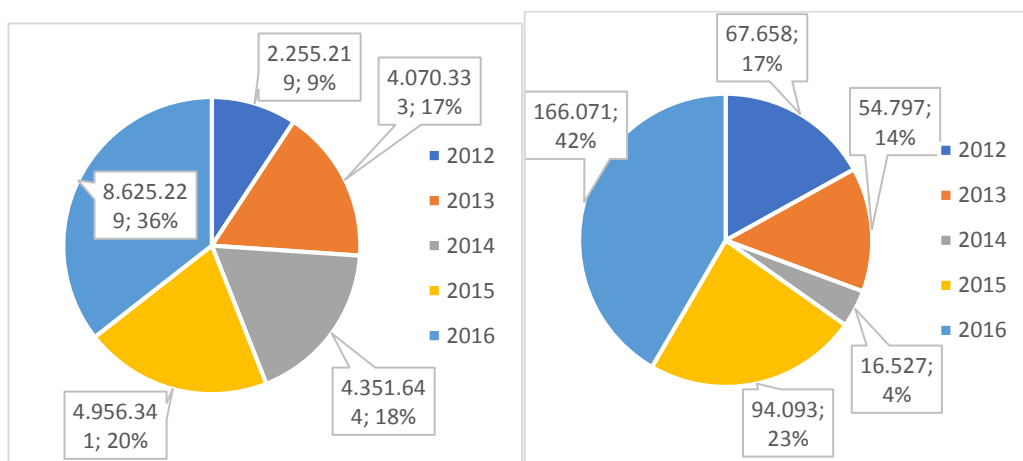
(bersambung)

(Sambungan)

5	Kebun Wisata Pasirmukti		
---	-------------------------	--	---

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Hal ini dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Bogor, juga dapat menambah jumlah kunjungan wisata dan lama tinggal wisatawan, baik kunjungan wisata nusantara maupun kunjungan wisata mancanegara, yang dapat dibuktikan dengan data kunjungan wisatawan dari tahun 2012 sampai dengan 2016 sebagai berikut:



GAMBAR 1.4
Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kabupaten Bogor (kiri), Kunjungan
Wisatawan Mancanegara ke Kabupaten Bogor (kanan)

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017

Pada gambar 1.6, terlihat data kunjungan wisatawan nusantara dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Total jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Bogor sebanyak 24.258.766 kunjungan wisata. Sedangkan pada data kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Bogor dari tahun 2012 sampai dengan 2016 berjumlah sebanyak 399.146 kunjungan wisata, kemudian pada tahun 2014 terjadi penurunan sebanyak 16.527 kunjungan.

Objek dan daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Bogor kerap menggunakan berbagai cara promosi seperti *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Public Relation, Direct Marketing, Publicity, Social Media, dan Event & Sponsorship*.

Salah satu *Event Marketing* yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor adalah Roadshow Pariwisata. Roadshow Pariwisata adalah upaya Pemerintah Daerah untuk terus mempromosikan potensi wisata seni dan budaya Kabupaten Bogor ke masyarakat luas khususnya di wilayah Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung. Kemudian bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan lama tinggal wisatawan domestik khususnya wisatawan yang berasal dari Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung.

Menurut Belch & Belch pada Saronto dan Rosita (2013:3), *advertising and promotion, an integrated marketing communication perspective* yang mendefinisikan *Event Marketing* sebagai tipe promosi dimana perusahaan atau sebuah *brand* terhubung ke dalam *event* atau dimana aktivitas yang bertema dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman untuk para *customer* dan juga untuk mempromosikan produk atau jasa.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan observasi dengan judul **"Analisis *Event Marketing* Roadshow Pariwisata pada Potensi Objek Wisata Taman Buah Mekarsari di Kabupaten Bogor Tahun 2017."**

1.3 Rumusan Masalah

Adapun yang dijadikan rumusan masalah peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan *Event Marketing Roadshow* Pariwisata di Taman Buah Mekarsari Kabupaten Bogor yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor?
2. Bagaimana gambaran *Event Marketing Roadshow* Pariwisata di Taman Buah Mekarsari Kabupaten Bogor menurut persepsi pengunjung *Roadshow* Pariwisata 2017?
3. Bagaimana tingkat pertumbuhan kunjungan di Taman Buah Mekarsari setelah pelaksanaan *Event Marketing Roadshow* Pariwisata 2017?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan memahami pelaksanaan *Event Marketing Roadshow* Pariwisata 2017 di Taman Buah Mekarsari yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor.
2. Untuk mengetahui dan memahami gambaran *Event Marketing Roadshow* Pariwisata di Taman Buah Mekarsari menurut persepsi pengunjung *Roadshow* Pariwisata 2017.
3. Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan kunjungan di Taman Buah Mekarsari setelah pelaksanaan *Event Marketing Roadshow* Pariwisata 2017.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat mendatangkan manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pembanding untuk penelitian mengenai pariwisata berikutnya dan penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti, untuk memperdalam ilmu dan wawasan di bidang Pemasaran

Pariwisata. Serta mempraktikkan teori yang selama ini diperoleh di bangku perkuliahan kedalam dunia kerja.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam menentukan kebijakan daerah. Serta dapat meningkatkan pengetahuan kepada Pemerintah Daerah dan warganya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dibuat oleh peneliti untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang sedang dilakukan serta untuk memberikan kejelasan penulisan hasil penelitian yang dilakukan. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan lingkup penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran, Unsur-unsur Bauran Pemasaran, Promosi, Bauran Promosi, Pariwisata dan Jenis-jenisnya, Event, *Event Marketing*, dan Elemen *Event Marketing*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, variabel operasional, informan penelitian, jenis penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.