

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan potensi wisata sehingga dapat mendukung perkembangan pariwisata, hal ini tentunya karena Indonesia memiliki letak geografis yang sangat menguntungkan baik dalam segi ekonomi, sosial budaya, komunikasi, transportasi maupun pariwisata. Bukan hanya dari keindahan alamnya saja, Indonesia memiliki keragaman budaya yang menambah ketertarikan para wisatawan untuk menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata. Oleh karena itu, pemerintah memiliki peluang untuk membuat sektor pariwisata semakin berkembang serta menjadikannya sebagai sektor unggulan yang dapat memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan nasional.

Pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang cukup berperan besar dalam perekonomian di suatu negara termasuk Indonesia. Objek wisata yang berada di Indonesia sangat beragam mulai dari pegunungan, pantai, wisata budaya, wisata sejarah, wisata kuliner dan masih banyak lagi. Objek wisata yang beragam tentunya sangat berpotensi dan dapat menaikkan perekonomian negara apabila di setiap objeknya di kelola dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya data yang diperoleh dari Kementerian Pariwisata dibawah ini.

## GRAFIK PENERIMAAN DEvisa



**GAMBAR 1.1**

Sumber : kemenpar.go.id

Data statistik di atas menunjukkan bahwa sektor pariwisata mengalami peningkatan terus menerus dimulai sejak tahun 2015 sampai perkiraan tahun 2019. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 10,4 juta orang dari target yang ditentukan pada tahun 2015 yaitu 10 juta orang. Dengan peningkatan kunjungan wisatawan tersebut mengakibatkan bertambahnya pemasukan devisa sebesar Rp 144 triliun. (kemenpar.go.id di akses tanggal 14 September 2017).

Dalam hal ini peran strategi promosi sangat dibutuhkan untuk memaksimalkan perkembangan potensi pariwisata di Indonesia, hal ini di karenakan saat ini semakin banyak negara-negara yang sadar akan pentingnya sektor pariwisata sehingga akan menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif dan kompleks . Agar mendapatkan hasil yang maksimal untuk melakukan pengembangan pariwisata di Indonesia tentunya dibutuhkan rancangan kegiatan pemasaran serta perencanaan strategi yang diperhitungkan dengan baik.

Data dari Badan Pusat Statistik, menunjukan bahwa adanya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara secara keseluruhan dari bulan (Januari–Mei) 2017 yaitu 5,36 juta kunjungan atau naik 20,85 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama di tahun sebelumnya yaitu 4,43 juta kunjungan. Selain itu provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal. Meskipun masih jauh tertinggal dengan provinsi Bali yang menduduki peringkat pertama provinsi yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan.. (www.bps.go.id di akses tanggal 14 September 2017)

Kabupaten Purwakarta merupakan salah satu Kabupaten terkecil di Provinsi Jawa Barat, namun memiliki potensi kemajuan daerah yang sangat pesat dengan dilihat dari letak secara geografis Kabupaten Purwakarta berada pada jalur utama lalu lintas yang sangat strategis, yaitu jalur Jakarta, Purwakarta, Bandung dan Cirebon yang tentunya hal ini sangat mendukung Kabupaten Purwakarta menjadi kawasan pengembangan pariwisata karena letak yang strategis dan memiliki banyak potensi pariwisata yang menarik pula, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata religi hingga wisata buatan.

Banyaknya objek wisata di Kabupaten Purwakarta di buktikan pula berdasarkan Surat Keputusan Bupati tahun 2015 dimana saat itu hanya terdaftar sebanyak 32 objek wisata namun pada tahun 2016 bertambah menjadi 47 objek wisata. Kabupaten Purwakarta tidak main-main dalam melakukan pengembangan di sektor pariwisata. Hal ini dibuktikan dengan dihadirkannya beberapa objek pariwisata yang berstandar internasional yaitu Taman Air Mancur Sribaduga dimana air mancur ini merupakan air mancur terbesar di Asia tenggara, Museum Diorama atau Bale Panyawangan Diorama yang merupakan museum berbasis teknologi yang menggunakan sistem digital, dan berbagai destinasi wisata alam unggulan yang menawarkan beragam panorama menarik. Kabupaten Purwakarta juga mendapatkan penghargaan dari Indonesia Attractiveness tahun 2017. Kabupaten Purwakarta menjadi satu-satunya Kabupaten di Jawabarat yang

mendapat penghargaan Kabupaten Terbaik Investasi, dan Kabupaten Potensial Infrastruktur Tahun 2017.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa Kabupaten Purwakarta sangat layak dijadikan sebagai salah satu Kabupaten yang memiliki andil besar dalam memajukan pariwisata baik dalam Provinsi Jawa Barat maupun Indonesia bukan hanya kaya akan tempat wisata namun juga kaya akan kebudayaan yang berada di dalam masyarakatnya. Hal ini tentunya sejalan dengan progam Visi Misi Kabupaten Purwakarta dalam strategi dan arah kebijakan pembangunan.

Kabupaten Purwakarta juga menjadi salah satu Kabupaten terkecil di Jawabarat namun memiliki peningkatan kunjungan wisatawan yang cukup pesat dibandingkan dengan kabupaten yang lainnya, berikut tabel yang menjelaskan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Jawabarat.

**TABEL 1.1**

**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KABUPATEN DI JAWABARAT  
TAHUN 2015-2016**

<b>Kabupaten</b>	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>
Purwakarta	156.993	997.241	1.959.976
Cirebon	644.224	644.224	644.224
Kuningan	812.779	1.189.218	1.189.218
Majalengka	135.570	71.353	444.501
Bekasi	49.740	49.740	49.740
Bandung Barat	1.556.206	1.556.206	1.567.684

Sumber : <http://pusdalisbang.jabarprov.go.id/pusdalisbang/berkas/jabardalamangka>

Peningkatan kunjungan wisatawan Kabupaten Purwakarta pada tahun 2014-2017 mengalami peningkatan hampir dua kali lipat, dibuktikan dengan tabel perbandingan diatas, untuk lebih jelasnya mengenai peningkatan kunjungan wisatawan di Kabupaten Purwakarta, berikut tabel yang memaparkan jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Purwakarta.

**TABEL 1.2**

**DATA OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA YANG BANYAK DIKUNJUGI  
WISATAWAN 2014-2016**

**DATA OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA YANG BANYAK DIKUNJUGI WISATAWAN 2014**

NO	NAMA OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA	LOKASI	JENIS ODTW	JUMLAH KUNJUNGAN		JUMLAH KUNJUNGAN
				WISMAN	WISNUS	
1	2	3	4	5	6	7
1	<u>Grama Tirta Jatiluhur</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	409	182.145	182.554
2	<u>Desa Wisata Lembur Kahuripan</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	5	7.150	7.155
3	<u>Situ Wanayasa</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	167	83.958	84.125
4	<u>Curug Cipurut</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	-	22.370	22.370
5	<u>Giri Tirta Kahuripan</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	20	2.190	2.210
6	<u>Gunung Parang</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	12	650	662
7	<u>Parang Gombang</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	-	1.500	1.500
8	<u>Makam Mama Sempur</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	-	39.260	39.260
9	<u>Makam Syech Ba'ing Yusuf</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	-	41.740	41.740
10	<u>Makam Dalem Gandasoli</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	-	25.770	25.770
11	<u>Jaya Tirta Abadi Waterboom</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	20	20.000	20.020
<b>JUMLAH</b>				<b>633</b>	<b>426.733</b>	<b>427.366</b>
				<b>633</b>	<b>451.797</b>	<b>452.430</b>

**DATA OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA YANG BANYAK DIKUNJUGI WISATAWAN  
s/d NOPEMBER 2015**

NO	NAMA OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA	LOKASI	JENIS ODTW	JUMLAH KUNJUNGAN		JUMLAH KUNJUNGAN
				WISMAN	WISNUS	
1	2	3	4	5	6	7
1	<u>Grama Tirta Jatiluhur</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	512	183.200	183.712
2	<u>Desa Wisata Lembur Kahuripan</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	9	9.650	9.659
3	<u>Situ Wanayasa</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	300	86.580	86.880
4	<u>Curug Cipurut</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	-	31.000	31.000
5	<u>Giri Tirta Kahuripan</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	32	5.700	5.732
6	<u>Gunung Parang</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	45	1.800	1.845
7	<u>Parang Gombang</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Alam</u>	-	2.800	2.800
8	<u>Makam Mama Sempur</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	-	40.350	40.350
9	<u>Makam Syech Ba'ing Yusuf</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	-	42.600	42.600
10	<u>Makam Dalem Gandasoli</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	-	26.500	26.500
11	<u>Jaya Tirta Abadi Waterboom</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>	20	23.000	23.020
12	<u>Situ Buleud "Taman Sribaduga Maharaja"</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>			
13	<u>Gedong Kembar "Bale Panyawangan"</u>	KAB. PURWAKARTA	<u>Minat Khusus</u>			
<b>JUMLAH</b>				<b>918</b>	<b>453.180</b>	<b>454.098</b>

DATA OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA YANG BANYAK DIKUNJUNGI WISATAWAN s.d. NOPEMBER 2016

NO	NAMA OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA	LOKASI	JENIS ODTW	JUMLAH KUNJUNGAN		JUMLAH KUNJUNGAN
				WISMAN	WISNUS	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Taman Sribaduga Situ Buleud	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	80	240.000	240.080
2.	Taman Surawisesa	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	125	67.000	67.125
3.	Taman Pancawarna	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	110	41.000	41.110
4.	Taman Pasanggarah Pajajaran	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	90	15.000	15.090
5.	Taman Maya Datar	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	90	15.000	15.090
6.	Museum Diorama Bale Panyawangan	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	130	34.125	34.255
7.	Grama Tirta Jatiluhur	KAB. PURWAKARTA	Alam	320	169.427	169.747
8.	Desa Wisata Lembur Kahuripan	KAB. PURWAKARTA	Alam	120	5.812	5.932
9.	Kampung Keramik Anjun	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	65	7.500	7.565
10.	Gunung Parang	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	35	19.500	19.535
11.	Gunung Bongkok	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	15	14.344	14.359
12.	Giri Tirta Kahuripan	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	100	25.000	25.100
13.	Waduk Cirata	KAB. PURWAKARTA	Alam	-	56.000	56.000
14.	Situ Wanayasa	KAB. PURWAKARTA	Alam	-	19.000	19.000
15.	Curug Cipurut	KAB. PURWAKARTA	Alam	-	26.500	26.500
16.	Situ Cikumpay	KAB. PURWAKARTA	Alam	-	5.500	5.500
17.	Ruwat Bumi Desa Garogkek Landeuh	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	200	200
18.	Hajat Mulud Desa Mekarjaya	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	100	100
19.	Makam Syech Ba'ing Yusuf	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	60.197	60.197
20.	Pasir Panyawangan Ujung Aspal	KAB. PURWAKARTA	Alam	-	5.000	5.000
21.	Makam Mama Sempur	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	26.000	26.000
22.	Makam Dalem Gandasoli	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	10.700	10.700
23.	Parang Gombang	KAB. PURWAKARTA	Alam	-	2.500	2.500
24.	Ruwat Bumi Desa Linggamukti	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	500	500
25.	Gunung Lembu	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	8.000	8.000
26.	Makam Eyang Pandita Tajur & sekitarnya	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	1.000	1.000
27.	Jaya Tirta Abadi Waterboom	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	22.000	22.000
28.	Leuwi Cidomas	KAB. PURWAKARTA	Alam	-	2.500	2.500
29.	Gunung Cupu	KAB. PURWAKARTA	Minat Khusus	-	3.200	3.200
<b>JUMLAH</b>				<b>1.280</b>	<b>902.605</b>	<b>903.885</b>

Sumber : Dinas Kepemudaan Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Purwakarta

Berdasarkan data diatas dapat dianalisis bahwa perbedaan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2014 tidak jauh berbeda dengan tahun 2015 namun yang menjadi menarik di tahun 2016 peningkatan terjadi hampir 100% dari tahun sebelumnya dan juga objek wisata yang dikunjungi wisatawan pun semakin banyak jumlahnya, hal ini tentunya merupakan suatu perkembangan yang baik hanya saja apabila di bandingkan dengan Surat Keputusan Objek Wisata oleh Bupati Purwakarta tahun 2016, jumlah objek wisata yang dikunjungi pada tahun 2016 hanya 29 objek wisata dari 47 objek wisata yang di tetapkan oleh Bupati Purwakarta. Dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Purwakarta membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan pariwisata di daerah ini terutama dalam startegi promosi.

Promosi pariwisata yang ada di kabupaten ini dinilai cukup menarik karena dalam waktu yang cukup singkat dapat meningkatkan jumlah wisatawan hampir

seratus persen. Tentunya Kabupaten Purwakarta masih memiliki kekurangan karena kurangnya pembaruan mengenai informasi pariwisatanya sehingga masih banyak objek wisata yang belum diketahui dan dikunjungi oleh wisatawan, sedangkan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun domestik mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:123) dalam mengembangkan program komunikasi dan promosi terintegrasi yang efektif pemasar harus melakukan hal-hal berikut: Mengidentifikasi pemirsas sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media untuk mengirimkan pesan, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik. Strategi promosi sangat berperan penting untuk bisa membantu pariwisata Kabupaten Purwakarta agar lebih dikenal tidak hanya oleh masyarakat Purwakarta, tetapi juga masyarakat luar yang memiliki potensi yang sama untuk berkunjung ke destinasi wisata Kabupaten Purwakarta. Dalam upaya pengembangan minat wisata dikalangan masyarakat, diperlukan dukungan strategi pemasaran, promosi dan publikasi serta integrasi antar masyarakat lokal untuk mendukung program pengembangan pariwisata Kabupaten Purwakarta. Pada era globalisasi saat ini penyebaran informasi dapat dilakukan dengan mudah melalui media social dan juga media lainnya yang memungkinkan seluruh informasi yang di berikan bisa di akses dan tersampaikan secara menyeluruh kepada wisatawan potensial. Selain dari strategi promosi tentunya peran pemerintah daerah lah yang utama. Pemerintah daerah yang memiliki kewenangan untuk merencanakan pembangunan pariwisata hingga melakukan perencanaan promosi objek wisata yang ada khususnya di Kabupaten Purwakarta agar sejalan dengan visi misi Kabupaten Purwakarta.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah mengenai pengembangan pariwisata Kabupaten Purwakarta dimana, jumlah kunjungan wisatawan yang melonjak cukup tinggi di Kabupaten Purwakarta namun masih banyak objek wisata yang belum menarik minat wisatawan terbukti dari tidak meratanya jumlah kunjungan wisatawan pada tiap-tiap objek wisata. Maka dari itu dapat dikatakan strategi promosi belum berjalan secara maksimal, dengan adanya masalah ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul



## **“Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata (Studi kasus pada Pariwisata Kabupaten Purwakarta)”**

### **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latarbelakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka fokus penelitian ini adalah “Menganalisis bagaimana strategi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Kabupaten Purwakarta untuk mengembangkan sektor pariwisata”.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah ditulis diatas maka identifikasi masalah yang digunakan untuk melakukan penelitian adalah:

1. Bagaimana strategi promosi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Kabupaten Purwakarta?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Kabupaten Purwakarta untuk mengembangkan sektor pariwisata.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan saat ini diharapkan menghasilkan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pengetahuan dan juga pemahaman strategi promosi, khususnya dalam bidang pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu acuan untuk perencanaan startegi promosi pariwisata daerah oleh para pemangku kepentingan yang memiliki peranan dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Purwakarta.

## 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

**TABEL 1.3**

**WAKTU DAN JADWAL PENELITIAN**

No	Tahapan Kegiatan	Tahun 2017-2018					
		Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1	Menentukan topik penelitian, pengamatan terhadap objek penelitian, mencari referensi dan menentukan masalah topik penelitian						
2	Pra penelitian dengan Pencarian data awal penelitian, observasi awal, wawancara awal dengan informan						
3	Penyusunan proposal skripsi (Bab 1 – Bab 3)						
4	Pengumpulan data melalui informan dan dokumentasi						
5	Proses analisis data						
6	Penyusunan Hasil Penelitian						

Sumber: Data olahan penulis (2017)