

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor pemasukan utama di Indonesia. Pariwisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009, pasal 1 ayat 3, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pariwisata menurut Prayogo (2018) adalah perjalanan seseorang ataupun suatu kelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dan membuat rencana dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan melakukan rekreasi dan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang bersifat sementara yang dilakukan oleh seseorang atau lebih untuk berlibur di suatu objek wisata.

Seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009, pasal 7, pembangunan kepariwisataan meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan pariwisata. Jadi, pemasaran termasuk promosi pariwisata memiliki peran yang penting dalam mendukung berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia. Pemasaran menurut Limaksrina dan Purba (2017:4) adalah suatu kegiatan perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi yang dimaksud adalah menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai ekonomi tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran merupakan suatu penghubung antara kegiatan produksi dengan konsumsi. Strategi menurut Sesra Budio (2019:58), ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Menurut Basu Swastha dan T.Hani Handoko (2012) strategi pemasaran merupakan pernyataan yang berkaitan dengan usaha-usaha pemasaran pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan.

Seiring berkembangnya zaman, strategi dalam pemasaran juga harus semakin dikembangkan agar dapat menarik lebih banyak perhatian dan minat dari wisatawan. Baik wisatawan yang berasal dari dalam kota, luar kota, bahkan luar negeri. Dari banyaknya objek wisata yang ada di negara Indonesia, wisata alam menjadi salah satu wisata yang paling populer dan paling banyak dikunjungi. Di zaman serba modern ini dimana teknologi sudah menjadi bagian dari hidup kita, mata yang kering karena terlalu lama melihat layar sudah menjadi kegiatan sehari-hari, diikuti dengan polusi udara dan suara yang disebabkan oleh asap dan suara kendaraan serta kemacetan yang mengganggu. Untuk beristirahat sejenak dari hal-hal tersebut, wisata alam selalu menjadi pilihan utama untuk beristirahat sejenak dan menikmati pemandangan hijau tanpa polusi udara ataupun suara. Maka dari itu, banyak juga wisatawan yang lebih memilih ekowisata sebagai pilihan rekreasi atau berlibur mereka untuk menikmati alam. Ekowisata awalnya dilakukan oleh wisatawan pecinta alam yang menginginkan daerah tujuan wisata mereka tetap indah dan dalam keadaan baik dan budaya serta kesejahteraan masyarakatnya tetap terjaga. Jadi dapat disimpulkan bahwa ekowisata merupakan suatu kegiatan wisata yang menjadikan flora dan fauna serta kebudayaan penduduk setempat menjadi atraksi atau objek wisata utama guna mengedukasi atau membuka mata wisatawan untuk menghargai alam dan budaya yang ada di objek wisata tersebut.

Menurut Undang- Undang No.5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistemnya, kawasan taman wisata alam adalah kawasan pelestarian alam dengan tujuan utama untuk dimanfaatkan bagi kepentingan pariwisata dan rekreasi alam. Kriteria untuk penunjukan dan penetapan sebagai kawasan taman wisata alam adalah sebagai berikut:

- a. Mempunyai daya tarik alam berupa tumbuhan, satwa atau ekosistem gejala alam serta formasi geologi yang menarik.
- b. Mempunyai luas yang cukup untuk menjamin kelestarian fungsi potensi dan daya tarik untuk dimanfaatkan bagi pariwisata dan rekreasi alam.

- c. Kondisi lingkungan disekitarnya mendukung upaya pengembangan pariwisata alam.

Tabel 1.1
Data Perjalanan Wisatawan Nusantara di Indonesia

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara		
	2018	2019	2020
Aceh	6.518.831	25.523.219	4.647.806
Sumatera Utara	10.345.256	63.576.590	13.045.164
Sumatera Barat	6.402.187	19.412.170	6.930.832
Riau	5.552.920	23.132.950	5.203.647
Jambi	2.242.802	10.721.877	2.300.410
Sumatera Selatan	6.137.095	19.380.151	5.466.863
Bengkulu	2.018.556	6.096.569	1.427.427
Lampung	6.881.006	17.957.376	7.749.577
Kep. Bangka Belitung	5.197.635	4.544.157	847.930
Indonesia	303.403.888	722.158.733	518.588.962

Sumber: Kementerian Pariwisata, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang mengunjungi Sumatera Selatan mengalami kenaikan pada tahun 2019. Pada tahun 2018, wisatawan yang datang mengunjungi Sumatera Selatan adalah sebanyak 6.137.095 (enam juta seratus tiga puluh ribu tujuh sembilan puluh lima) orang, dan mengalami kenaikan pada tahun 2019 dengan jumlah sebanyak 19.380.151 (sembilan belas juta tiga ratus delapan puluh ribu seratus lima puluh satu) wisatawan. Tetapi pada tahun 2020, jumlah wisatawan mengalami penurunan di tahun 2020 menjadi 5.466.863 (lima juta empat ratus enam puluh enam ribu delapan ratus enam puluh tiga) karena adanya pandemi covid-19 dan diadakannya program PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di seluruh Indonesia, termasuk Sumatera Selatan dan Kota Palembang. Sebagai kota tertua di Indonesia dan salah satu destinasi wisata di Indonesia, Palembang memiliki berbagai macam jenis wisata juga objek wisata. Seperti wisata religi, wisata kuliner, wisata budaya, wisata olahraga, wisata alam, wisata buatan, dan wisata sejarah. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Palembang tahun 2016, kota Palembang memiliki 65 objek wisata. Terdiri dari wisata alam, budaya, serta buatan. Salah satu dari wisata alam tersebut adalah Taman Wisata Alam Pundi Kayu. Taman Wisata Alam Pundi Kayu

terletak di Jalan Kol. Burlian Km. 6,5, Kecamatan Alang-Alang Lebar. Taman Wisata Alam Punti Kayu merupakan salah satu hutan pinus dalam kota yang terbesar di Indonesia. Luas dari hutan pinus yang ada di Taman Wisata Alam Punti Kayu ini adalah 12 hektar. Selain pohon pinus, terdapat pepohonan atau vegetasi lainnya juga seperti pohon acacia, albasia, ampupu, bambu, kayu putih, mahoni, pulai, dan sengon. Taman Wisata Alam Punti Kayu memiliki berbagai aktivitas dan fasilitas hiburan, seperti replika *landmark* tujuh keajaiban dunia, jembatan gantung, *flying fox*, danau, *water park*, perahu naga, taman bermain, dan berbagai fasilitas lainnya.

Setiap objek wisata juga harus memiliki empat komponen pokok pariwisata atau 4A. 4A terdiri dari atraksi atau *attraction*, aksesibilitas atau *accessibility*, amenitas atau *amenity* dan *ancillary* atau lembaga pendukung suatu objek wisata. 4A dari Taman Wisata Alam Punti Kayu adalah atraksi atau *attraction* yang terdiri hutan pinus, wahana permainan dan edukasi serta *spot* tempat untuk *selfie*, lalu amenitas atau *amenity* yaitu toilet, kantin, dan fasilitas penunjang lainnya, kemudian aksesibilitas atau *accessibility* berupa lokasi yang strategis karena terletak di tengah kota dan jalan yang mudah ditempuh dengan banyak pilihan transportasi, dan yang terakhir adalah *ancillary* atau lembaga pendukung yaitu BKSDA, LHK, Polsekta, Arhanud dan polisi militer palimo.

Tabel 1.2
Data Pengunjung Taman Wisata Alam Punti Kayu

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2019	123.332
2	2020	46.415
3	2021	22.028

Sumber: BKSDA Sumatera Selatan, 2022

Berdasarkan Tabel 1.2, pengunjung Taman Wisata Alam Punti Kayu mengalami penurunan pengunjung pada tahun 2020 dikarenakan pandemi Covid-19 dan diadakannya program protokol Kesehatan yaitu PPKM yang membuat Taman Wisata Alam Punti Kayu harus ditutup sementara untuk mengurangi penyebaran virus dan gerombolan atau orang banyak yang berkumpul dalam suatu tempat. Pemasaran pun sempat terhenti dan hanya satu

event yang diadakan dalam dua tahun terakhir. Dapat dilihat pada Tabel 1.2, wisatawan yang mengunjungi Taman Wisata Alam Punti Kayu pada tahun 2020 adalah sebanyak 46.415 (empat puluh enam ribu empat ratus lima belas) orang dan jumlah pengunjung menurun hingga mencapai 22.028 (dua puluh dua ribu dua puluh delapan) orang pada tahun 2021. Penurunan pengunjung pada Taman Wisata Alam Punti Kayu tentu mempengaruhi perkiraan atau target pengunjung yang dimiliki oleh pengelola sebelumnya. Dapat dilihat pada Tabel 1.3 dibawah ini, jumlah wisatawan yang mengunjungi Taman Wisata Alam Punti Kayu pada tahun 2020 dan 2021 meleset jauh dari perkiraan jumlah pengunjung.

Tabel 1.3
Perkiraan Jumlah Pengunjung Taman Wisata Alam Punti Kayu

No	Tahun	Rencana Jumlah Pengunjung
1	2020	183.300
2	2021	187.400
3	2022	189.400
4	2023	191.400
5	2024	193.400

Sumber: Pengelola Taman Wisata Alam Punti Kayu, 2022

Penurunan jumlah wisatawan yang masih jauh dalam mencapai target atau perkiraan jumlah pengunjung disebabkan oleh penutupan sementara karena adanya program PPKM, dan menyebabkan strategi pemasaran belum dikembangkan kembali dan pemasaran yang belum dilakukan secara rutin dan efektif. Maka dari itu, peneliti memilih Taman Wisata Alam Punti Kayu sebagai objek penelitian untuk menganalisis dan membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang dimiliki oleh Taman Wisata Alam Punti Kayu. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan dan membantu dalam mencapai target pengunjung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti memilih objek wisata Taman Wisata Alam Punti kayu sebagai objek penelitian dengan judul penelitian **“Pengembangan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Taman Wisata Alam Punti Kayu di Kota Palembang Menggunakan Analisis SWOT”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengembangan strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Alam Punti Kayu menggunakan analisis SWOT?
2. Strategi pemasaran apa yang tepat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Alam Punti Kayu di Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengembangkan strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Alam Punti Kayu menggunakan analisis SWOT.
2. Untuk menyiapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Alam Punti Kayu di kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan ilmu pengetahuan dalam pengembangan ilmu pemerintahan yang berkaitan dengan strategi pemasaran pariwisata dan diharapkan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pertimbangan khususnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya meningkatkan strategi pemasaran demi meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Alam Punti Kayu. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengelola Taman Wisata Alam Punti Kayu dalam meningkatkan strategi pemasaran guna meningkatkan kunjungan wisatawan.