

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan pariwisata di Indonesia sejalan dengan program pemerintah dalam meningkatkan pariwisata sebagai penambah devisa negara diluar sektor migas. Pengeluaran belanja oleh wisatawan diharapkan meningkatkan pendapatan penduduk setempat. Keuntungan lainnya ialah di bangunnya infrastuktur penunjang menuju lokasi wisata tersebut termasuk transportasi dan penginapan. Di samping itu, semakin terbukanya wawasan masyarakat tentang dunia luar akibat berhubungan langsung antara penduduk setempat dengan wisatawan baik domestik maupun asing. Pembangunan sektor kepariwisataan daerah merupakan bagian dari pembangunan daerah secara keseluruhan. Hal ini di harapkan dapat memberikan dampak positif seperti terbukanya kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat serta dapat mengarahkan kegiatan positif bagi masyarakat dan generasi muda.

Objek wisata di Indonesia sangatlah banyak, objek wisata di Indonesia tidak hanya berada di pulau Jawa dan Bali saja, tetapi juga berada di Sumatera, terutama di Provinsi Sumatera Selatan. Provinsi Sumatera Selatan memiliki banyak objek wisata, salah satunya adalah objek wisata taman Bukit Siguntang yang terletak di Sumatera Selatan. Secara administratif situs ini termasuk kelurahan Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Palembang. Di lingkungan sekitar bukit ini ditemukan beberapa temuan purbakala yang dikaitkan dengan kerajaan Sriwijaya yang berjaya sekitar kurun abad ke-6 sampai ke-13 masehi. Di puncak bukit ini terdapat beberapa makam yang dipercaya sebagai leluhur warga Palembang. Oleh masyarakat setempat, kompleks ini dianggap keramat dan menjadi tempat tujuan ziarah. Objek wisata taman Bukit Siguntang memiliki potensi daya tarik wisatawan.

Dilihat dari jumlah kunjungan di destinasi lain di Kota Palembang, Objek wisata taman bukit Siguntang cenderung sedikit, salah satunya jika dibandingkan dengan destinasi Objek wisata Kampung Arab Al- Munawar. Padahal jika dilihat

dari segi potensi, tentunya objek wisata taman Bukit Siguntang tidak kalah dengan destinasi lain di kota Palembang.

Menurut Khairul Sahri, SH selaku Kasi Bukit Siguntang Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Taman Wisata Kerajaan Sriwijaya “Jumlah kunjungan wisatawan ke objek taman wisata Bukit Siguntang perharinya sekitar 10 orang, pada saat hari libur objek wisata taman Bukit Siguntang mengalami peningkatan jumlah pengunjung sebanyak 15 orang” (Wawancara, 09 Mei 2017).

Jumlah kunjungan tersebut tentunya sangat jauh jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan per hari pada objek wisata kampung Al-Munawar. Menurut Ale Shahab selaku Destinasi Manajemen Organisasi (DMO) di kampung Al-Munawar jumlah kunjungan wisatawan kurang lebih 100 orang per hari.

Tentunya ada faktor yang membuat kunjungan ke objek wisata taman Bukit Siguntang cenderung sedikit di bandingkan dengan objek wisata lain.

Menurut Khairul Sahri, SH selaku Kasi Bukit Siguntang Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Taman Wisata Kerajaan Sriwijaya “Belum optimalnya promosi yang dilakukan kepada pihak luar mengakibatkan makam-makam bersejarah Kerajaan Sriwijaya di kawasan wisata Bukit Siguntang ini belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, dikarenakan masih kurangnya sarana dan prasarana, kurangnya fasilitas air, penerangan dan sumber daya manusia (tenaga arkeologi dan pemandu wisata)” (Wawancara, 09 Mei 2017).

Kegiatan promosi harus dilakukan untuk memberitahukan kepada wisatawan mengenai tentang obyek wisata yang dimaksud. Kegiatan promosi akan dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan. Hal ini dikarenakan, salah satu kegiatan dari bauran promosi adalah melakukan kegiatan dengan cara memberikan pemahaman publik terhadap barang atau jasa yang dijual. Namun, ada kalanya pengelola suatu obyek wisata sudah melakukan kegiatan promosi kepada wisatawan, namun promosi yang dilakukan tersebut tidak sampai pada sasaran yang tepat, sehingga promosi yang sudah dilakukan tersebut tidak mempengaruhi kunjungan wisatawan. Tingkat kunjungan wisatawan dapat dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola pada suatu kawasan obyek wisata. Kegiatan promosi tersebut berfungsi untuk

memberitahukan wisatawan mengenai keberadaan suatu obyek wisata. Tentu saja dengan melakukan kegiatan promosi yang tepat sasaran.

Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata taman Bukit Siguntang tentunya tidak lepas dari upaya yang dilakukan instansi terkait dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dinas ini bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengembangan di daerah secara menyeluruh. Pengembangan dan pemasaran dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan baik domestik maupun wisatawan asing ke objek wisata taman Bukit Siguntang. Peningkatan pengunjung wisatawan yang berkunjung ke objek wisata taman Bukit Siguntang dapat dijadikan tolak ukur atas keberhasilan strategi promosi objek wisata yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis terdorong untuk meneliti : *“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Taman Bukit Siguntang Palembang”*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana strategi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dalam mempromosikan objek wisata taman Bukit Siguntang?

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu tentang strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata taman Bukit Siguntang.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dalam mempromosikan objek wisata taman Bukit Siguntang

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dalam mempromosikan objek wisata taman Bukit Siguntang
2. Sebagai bahan untuk menambah pengetahuan peneliti di bidang strategi promosi daerah tujuan wisata.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Pada bab I ini akan menguraikan dan menjelaskan atau membahas tentang:

- 1.1 Latar belakang penelitian
- 1.2 Perumusan masalah
- 1.3 Batasan penelitian
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat penelitian
- 1.6 Sistematika penulisan penelitian

BAB II Landasan Teori

Dalam bab II ini akan membahas tentang teori tinjauan pustaka penelitian sebagai berikut:

- 2.1 Pengertian Pariwisata
- 2.2 Jenis-Jenis Wisata
- 2.3 Pengertian Strategi Promosi Pariwisata
- 2.4 Tujuan Promosi
- 2.5 Bauran Promosi
 - 2.5.1 Periklanan
 - 2.5.2 Penjualan perseorangan
 - 2.5.3 Promosi penjualan
 - 2.5.4 Hubungan masyarakat
 - 2.5.5 Informasi dari mulut ke mulut
 - 2.5.6 Pemasaran langsung

2.6 Penelitian terdahulu

BAB III Metode Penelitian

Bab III ini akan menguraikan tentang metodologi penelitian sebagai berikut ini:

3.1 Pendekatan penelitian

3.2 Lokasi penelitian

3.3 Jenis dan sumber data

3.4 Teknik analisis data

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab IV akan menguraikan tentang:

4.1 Hasil

4.2 Pembahasan

BAB V Kesimpulan Dan Saran

Dalam bab V akan menguraikan dan membahas tentang:

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran