

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari 17.504 pulau dengan luas wilayah 1.890.754,- tersebar di 34 Provinsi yang memiliki berbagai ragam kebudayaan dan sumber daya alam yang berlimpah sebagai modal utama untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pendayagunaan sumber kekayaan alam yang dimiliki. Objek wisata alam Indonesia memiliki daya tarik tersendiri, dengan panorama alam yang indah serta banyak bukit-bukit dan pegunungan sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan domestik dan mancanegara untuk berkunjung ke Negara Indonesia.

Pesona Indonesia atau wonderful indonesia untuk branding pariwisata nusantara. Sektor pariwisata Indonesia menargetkan kunjungan 20 juta kunjungan wisman dan 275 juta perjalanan wisnus pada tahun 2019 (Kemenpar, 2015). Pencapaian target tersebut tentunya memerlukan strategi pemasaran pariwisata yang tepat sehingga efektif menarik lebih banyak wisman untuk berkunjung. Selain strategi pemasaran yang tepat, kebijakan lain seperti penguatan infrastruktur pariwisata, memperbanyak produk wisata (diversifikasi), dan menjaga stabilitas keamanan juga perlu terus ditingkatkan.

*Branding* pariwisata diharapkan akan didukung oleh semua pemangku kepentingan bidang pariwisata di Indonesia termasuk pelaku usaha (bisnis), dan pemerintah daerah. Wadah ini dibentuk dengan tujuan para putra-putri daerah dapat mempromosikan potensi kekayaan wisata yang ada di daerahnya agar lebih dikenal oleh khalayak luas dan yang diharapkan dapat menjadi pribadi kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman serta berjiwa diri. Rakhman (2016:3).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) seiring dengan perkembangan zaman sektor kepariwisataan harus dapat menyesuaikan diri

dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin cepat perkembangannya, sehingga informasi dapat diterima dan akses dengan cepat oleh masyarakat, wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Oleh sebab itu sektor kepariwisataan harus mampu berperan dalam menyediakan sarana dan prasarana yang berkaitan dengan teknologi informasi untuk mempromosi sector pariwisata agar dapat dikenal dan dapat diakses melalui internet yang sudah dipromosikan lewat media social seperti *web site*, *facebook*, *WA*, dan *blogspot* yang kekinian.

Dunia kepariwisataan tentunya tidak dapat berkembang dan maju jika tidak dibarengi dengan kegiatan promosi karena hanya melalui promosi maka calon wisatawan baik domestik maupun mancanegara akan dapat mengetahui dengan pasti dan lebih akurat tentang tujuan atau tempat yang dapat dia kunjungi. Dengan pendekatan deskriptif, peneliti akhirnya dapat membuktikan bahwa kegiatan promosi ternyata memegang peranan penting dalam mempengaruhi wisatawan untuk menentukan pilihannya berkunjung di tempat-tempat wisata (Wolah:2016).

Provinsi Sumatera Selatan untuk mewujudkan target kunjungan wisatawan dibutuhkan penyebaran informasi yang lebih gencar baik itu melalui media sosial, media massa dan lain sebagainya. Oleh sebab itu peranan pemerintah daerah sangat diperlukan untuk memberikan terobosan terobosan baru dalam mempromosikan keparawisataan melalui sejumlah even baik yang berskala nasional maupun internasional melalui kerja sama seluruh komponen masyarakat khususnya kelompok masyarakat dan generasi muda yang peduli dengan wisata yang ada di daerah. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang adalah mengadakan pemilihan bujang dan gadis Palembang memilih sebagai duta wisata yang bertujuan untuk dapat mempromosikan potensi kekayaan wisata yang ada di kota Palembang. Untuk mempromosikan daerah wisata diperlukan informasi pariwisata yang dapat diakses dengan mudah melalui figur duta wisata yang mampu bekerjasama dengan dinas Pariwisata guna membantu mempromosi pariwisata suatu daerah adalah duta

wisata. Duta wisata yang terpilih dalam ajang pemilihan bujang dan gadis tersebut nantinya diharapkan mampu menjadi motor penggerak untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di kota Palembang.

Kota Palembang merupakan kota terbesar kedua di Sumatera setelah kota Medan memiliki luas wilayah 358,55 km (sumber:wikipedia.com). hal ini dapat di lihat dalam kurun waktu 5 tahun dari tahun 2012 -2016 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Kunjungan Wisatawan Ke Kota Palembang**

TAHUN	NUSANTARA	MANCA NEGARA	JUMLAH PER TAHUN
2012	1.383.994	2.749	1.386.743
2013	1.660.871	6.246	1.667.117
2014	1.819.346	8.861	1.828.207
2015	1.724.275	8.028	1.732.303
2016	1.182.215	5.728	1.187.943
Jumlah	7.770.701	31.612	7.802.313

Sumber :Dinas Pariwisata Kota Palembang

Berdasarkan tabel.1 di atas menurut Dinas Pariwisata Kota Palembang, wisatawan nusantara (naik turun) hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2013-2014 mengalami peningkatan sebanyak 435.352 kemudian mengalami penurunan pada tahun 2016 sebanyak 95.071 dan mengalami kenaikan yang pesat kembali pada tahun 2016 sebanyak 542.020 sedangkan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kota Palembang pada tahun 2012-2014 mengalami kenaikan jumlah kunjungan sebanyak 6.115 kemudian pada tahun 2015-2016 mengalami penurunan sebanyak 1.467 adapun jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang mengalami fluktuasi (naik turun) dikarenakan adanya event tahunan yang bertahap nasional maupun internasional yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang dan juga tidak lepas dari peran duta wisata dalam mempromosikan pariwisata kota Palembang.

Duta Wisata sebagai perwakilan generasi muda yang dapat berkerja sama dengan Dinas Pariwisata Kota Palembang. dibudidayakan dalam hal-hal potensi disektor pariwisata dijadikan dalam satu wadah yaitu duta wisata. Peran generasi muda terutama putra-putri daerah sangat dibutuhkan dalam pengembangan dan peningkatan sektor pariwisata didaerahnya untuk membantu tugas dari Dinas Pariwisata Kota Palembang (Andriyani, 2014). Diharapkan figur ini agar dapat mempromosikan potensi wisata yang ada di Kota Palembang. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam acara duta wisata yaitu media sosial, media elektronik, brosur, spanduk, banner, promosi dan sosialisasi mengenai wisata kota Palembang. Promosi ini dilakukan untuk mengenalkan pariwisata di Kota Palembang yang kaya akan objek daya tarik wisata.

Terdapat banyak kegiatan promosi yang dilaksanakan setiap tahunnya oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang yang dimulai dari pameran seperti Sriwijaya Expo, Festival Kuliner Palembang, Festival Songket Palembang dan lain-lain. Hal ini tentunya akan berdampak pada kemajuan pariwisata yang ada di kota Palembang. Hal ini menjelaskan bahwa Kota Palembang merupakan daerah yang sangat berpotensi besar dalam pengembangan promosi pariwisata namun adanya fenomena akan ketidapahaman dan kurang jelas manfaat adanya peran Duta Wisata Kota Palembang yang sebenarnya. Maka dari itu, peneliti ingin melihat bagaimanakah kontribusi duta wisata dalam menjalankan kegiatan promosi wisata di Kota Palembang.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik meneliti judul skripsi mengenai tentang **“Peran Duta Wisata dan Promosi dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Palembang”**.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan masalah di atas, rumusan penelitian ini perumusan dapat dirinci sebagai berikut:

1. Bagaimana Peran Duta Wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di kota Palembang
2. Promosi Wisata apa yang dilakukan Duta Wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kota Palembang

## **1.3 Batasan masalah**

Agar permasalahan yang akan dibahas dalam penyusunan skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada Peran Duta Wisata Dan Promosi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kota Palembang

## **1.4 Tujuan penelitian**

2. Untuk mengetahui peran duta wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui promosi wisata apa yang dilakukan duta wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Palembang.

## **1.5 Manfaat penelitian**

Penelitian ini mempunyai manfaat yang terbagi menjadi dua yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis, yaitu:

### **a. Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pengetahuan mengenai peran duta wisata dan promosi dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di kota Palembang.
2. Dapat memberikan manfaat dan referensi mengenai peran duta wisata dan promosi dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Kota Palembang bagi mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

b. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di kota Palembang.
2. Untuk menambah wawasan mengenai apa saja peran duta wisata dan promosi dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Kota Palembang.