

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga dapat membawa berbagai dampak terhadap masyarakat lokal. Pariwisata sebagai pendorong dari segi ekonomi dapat menjadi suatu solusi bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan perekonomian di negaranya. Pariwisata tidak hanya berdampak pada pemerintah daerah saja, tetapi juga berdampak pada masyarakat di sekitar obyek-obyek wisata tersebut seperti terciptanya lapangan pekerjaan, meningkatnya pendapatan, dan dapat meningkatkan keramaian pada suatu obyek wisata tersebut. Masyarakat di sekitar obyek-obyek wisata dapat memanfaatkan kesempatan tersebut untuk meningkatkan perekonomiannya, misalnya dengan cara mendirikan tempat penginapan, menyediakan layanan jasa seperti transportasi, membuat warung, jasa pemandu wisata, dan lain-lain. Kegiatan-kegiatan di sekitar obyek wisata yang seperti itulah yang dapat menambah pendapatan masyarakat dan dapat mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, sektor pariwisata juga dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan devisa, peningkatan kesempatan berusaha dan beragam lapangan pekerjaan, serta peningkatan pendapatan bagi pemerintah pusat maupun daerah.

Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki beragam keindahan alam dan destinasi wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Perkembangan pariwisata yang semakin pesat saat ini sangat berperan penting dalam membangun kegiatan pariwisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sebagai salah satu Negara yang terletak di kawasan Khatulistiwa, Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah serta budaya masyarakat yang beranekaragam. Potensi yang dimiliki oleh Indonesia tersebut dapat memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki banyak sekali keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan sejarah dan budaya yang menjadi modal utama pembangunan kepariwisataan. Kondisi geografis Indonesia yang memiliki

banyak keindahan dan keanekaragaman dapat memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor yang berpengaruh pada peningkatan pendapatan.

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini telah mengalami banyak perubahan dan kemajuan. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya destinasi-destinasi pariwisata yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia yang sangat menarik untuk dikunjungi. Pembangunan pariwisata dalam suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Potensi pariwisata yang dimiliki dapat mengangkat ekonomi Negara apabila setiap obyeknya dikelola dengan baik oleh pihak pemerintah maupun masyarakat disekitar kawasan obyek wisata sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berdampak pada naiknya pendapatan devisa negara.

Beberapa destinasi yang sering dikunjungi wisatawan mancanegara antara lain adalah Bali, Jawa, serta destinasi-destinasi wisata lainnya. Sedangkan di Indonesia, masih banyak daerah yang memiliki potensi pariwisata baik itu wisata alam dan budaya yang belum dikenal oleh wisatawan mancanegara. Dalam hal ini peran strategi pemasaran untuk perencanaan pariwisata sangat dibutuhkan agar wisatawan tertarik untuk mengunjungi destinasi pariwisata yang ada di Indonesia. Salah satu daerah di Indonesia yang terus mengembangkan sektor pariwisatanya adalah Kota Palembang.

Kota Palembang adalah ibukota propinsi Sumatera Selatan. Saat ini, Kota Palembang telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, mulai dari kepadatan penduduk, tingkat perekonomian, sarana dan prasarana, serta pembangunan infrastruktur. Propinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu daerah di Pulau Sumatera yang memiliki potensi wisata yang luar biasa. Sebagai salah satu destinasi wisata, Sumatera Selatan memiliki beragam kebudayaan dan obyek wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan mulai dari wisata alam, wisata sejarah dan budaya, maupun wisata buatan. Beberapa obyek wisata yang terkenal di Kota Palembang diantaranya seperti Jembatan Ampera, Sungai Musi, Benteng Kuto Besak, Masjid Agung, Kampung Al-Munawar, Pulau Kemaro, Masjid Cheng Ho, Jakabaring Sport City, dan masih banyak lagi. Tidak hanya memiliki obyek wisata yang luar biasa, Sumatera

Selatan juga memiliki beragam makanan khas yang bisa dinikmati dan banyak digemari oleh para wisatawan. Berikut ini merupakan data jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Palembang pada tahun 2015-2019.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara**  
**Di Kota Palembang**  
**Tahun 2015-2019**

Tahun	Wisatawan		Jumlah (Orang)
	Nusantara	M mancanegara	
2015	1.724.275	8.028	1.732.303
2016	1.899.887	9.261	1.909.148
2017	2.001.567	9.850	2.011.417
2018	2.111.000	12.147	2.123.147
2019	2.189.407	12.433	2.201.840
<b>Total</b>	<b>9.926.136</b>	<b>51.719</b>	<b>9.977.855</b>

*Sumber: Dinas Pariwisata Kota Palembang, Tahun 2020*

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ini tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan pariwisata, aksesibilitas yang memadai, tersedianya akomodasi yang dapat digunakan oleh wisatawan, adanya atraksi wisata yang dikelola dengan baik serta terjangkaunya harga yang ditawarkan kepada wisatawan yang dapat mempengaruhi peningkatan daya beli wisatawan pada daerah tujuannya.

Saat ini, Kota Palembang terus mengembangkan sektor pariwisata dengan melakukan pengelolaan pada obyek wisata yang dimiliki secara baik agar mampu menarik minat kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kota Palembang. Meski memiliki potensi wisata yang luar biasa, namun potensi yang dimiliki itu belum dimanfaatkan secara optimal sehingga berimbas kepada kurangnya pengetahuan tentang obyek-

obyek wisata di Kota Palembang oleh para wisatawan dari luar daerah. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya promosi dari pihak pemerintah maupun masyarakat sekitar obyek wisata. Wisatawan dari luar daerah hanya mengetahui Jembatan Ampera sebagai tempat wisata yang cukup terkenal di Kota Palembang. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Palembang saat ini terus melakukan pembenahan dalam hal pembangunan obyek-obyek wisata yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke obyek-obyek wisata di Kota Palembang agar pariwisata di Kota Palembang mampu berkembang dan bersaing dengan Kota-Kota pariwisata di daerah lain.

Selain destinasi wisata alam, sejarah dan budaya, serta kuliner makanan khas, Kota Palembang juga memiliki wisata buatan yang sangat menarik untuk dikunjungi. Wisata Buatan adalah salah satu kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan objek wisata yang sangat dipengaruhi oleh upaya dan aktivitas manusia. Salah satu tempat wisata rekreasi di Kota Palembang yang saat ini sedang banyak diminati oleh wisatawan adalah D'matto Millennial Art.

D'Matto Millennial Art merupakan tempat hiburan kekinian terbaru yang hadir di tengah masyarakat Kota Palembang. D'Matto Millennial Art adalah tempat rekreasi yang menawarkan spot selfie dengan menyediakan spot foto 3 dimensi yang unik dan menarik. Destinasi wisata terbaru ini terletak di Jl. Soekarno Hatta, Talang Kelapa, Kecamatan Alang-Alang Lebar.

D'Matto Millennial Art resmi dibuka pada Februari tahun 2018. Arena berfoto ini bisa dikatakan bukan yang pertama karena sebelumnya ada di kota-kota lain seperti Yogyakarta, Semarang, Bandung, dan beberapa daerah lainnya. Hingga saat ini D'Matto Millennial Art menawarkan spot foto terbaru yaitu Rumah Terbalik (*upside down*), gambar tiga dimensi (*trickeye*) dan *Glow In The Dark*. D'Matto Millennial Art menempati areal sekitar dua hektar, selain menyediakan arena dan spot foto, disini juga terdapat mini cafe untuk pengunjung yang ingin beristirahat sejenak sambil makan dan minum.

Saat ini D'Matto Millennial Art menjadi salah satu tempat rekreasi atau hiburan yang sedang banyak diminati oleh para wisatawan. Namun, masih banyak wisatawan yang belum mengetahui adanya objek wisata ini di Kota

Palembang baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan luar daerah. Oleh karena itu, promosi sangat dibutuhkan untuk mempromosikan suatu objek wisata untuk menarik minat kunjungan wisatawan berkunjung pada suatu objek tersebut. Berikut ini merupakan data Jumlah Kunjungan Wisatawan berkunjung di D'Matto Millennial Art.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan di D'Matto Millennial Art**  
**Tahun 2018-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Wisatawan</b>
2018	17.323
2019	17.052
<b>Total</b>	<b>34.375</b>

*Sumber: Pengelola D'Matto Millennial Art, Tahun 2020*

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan D'Matto Millennial Art mengalami penurunan. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 disebabkan karena kurangnya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengelola untuk mempromosikan objek wisata D'Matto Millennial Art. Oleh karena itu, strategi yang dibutuhkan untuk menjawab tantangan tersebut adalah dengan mengembangkan strategi pemasaran yang diharapkan dapat menarik minat kunjungan wisatawan yang baik dan berguna bagi kemajuan obyek wisata D'Matto Millennial Art.

Keberhasilan suatu objek wisata tidak lepas dari pengaruh bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan secara terus menerus untuk mencapai tujuan pemasaran (Kotler, 2012:27). Pemasaran pariwisata adalah salah satu kegiatan yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan pengelola sebuah objek wisata untuk memperkenalkan daya tarik dari objek wisata tersebut sehingga masuk ke dalam cakupan bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* (Zeithaml dan Bitner, 2013:25). Dalam hal ini strategi pemasaran diharapkan mampu membantu objek wisata D'Matto Millennial Art untuk lebih dapat dikenal tidak hanya oleh wisatawan lokal saja, tetapi juga wisatawan dari luar Kota Palembang.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis berkeinginan untuk membuat penelitian yang mengangkat tema dari salah satu objek wisata di Kota Palembang yaitu D'Matto Millennial Art dengan judul penelitian "**Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan D'Matto Millennial Art Di Kota Palembang**"

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran pariwisata D'Matto Millennial Art dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang ditinjau dari bauran pemasaran.
2. Faktor Eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dalam pemasaran pariwisata D'Matto Millennial Art dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang ditinjau dari bauran pemasaran.
3. Alternatif Strategi apa saja yang harus diterapkan oleh D'Matto Millennial Art dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan menggunakan analisis SWOT.

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga dapat mempermudah dalam mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis ingin menentukan batasan-batasan yaitu membahas strategi pemasaran yang dilakukan D'Matto Millennial Art dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan dengan fokus penelitian pada bauran pemasaran.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, dapat diidentifikasi tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki D'Matto Milennial Art yang ditinjau dari bauran pemasaran.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi oleh D'Matto Milennial Art yang ditinjau dari bauran pemasaran.
3. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis alternatif strategi apa yang harus diterapkan D'Matto Milennial Art dengan menggunakan analisis SWOT.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan untuk menjadi pertimbangan bagi para manajemen perusahaan, khususnya mengenai strategi pemasaran D' Matto Millennial Art dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan melalui analisis SWOT.
2. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pariwisata, terutama pada ilmu yang memiliki kaitan dengan penelitian ini yaitu obyek wisata. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan acuan atau referensi bagi peneliti sejenis di masa yang akan datang.
3. Bagi penulis, sebagai sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan yang didapat pada bidang pemasaran dalam hal ini mengenai strategi pemasaran pariwisata dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini untuk memberikan garis besar mengenai penelitian ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab yang

dimana pada setiap bab terdiri dari beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan laporan ini sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

- 2.1 Teori yang berkaitan dengan variable penelitian
- 2.2 Penelitian Terdahulu

## **BAB III METODE PENELITIAN**

- 3.1 Pendekatan Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Jenis dan Sumber Data
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Teknik Analisis Data

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

- 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian
- 4.2 Deskripsi Data
- 4.3 Hasil Penelitian
- 4.4 Pembahasan

## **BAB V PENUTUP**

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran