

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata dewasa ini adalah sebuah meja bisnis. Jutaan orang mengeluarkan teriliunan dollar Amerika meninggalkan rumah dan pekerjaan untuk memuaskan atau membahagiakan diri (*pleasure*). Dan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*). hal ini menjadi bagian penting dalam kehidupan dan gaya hidup di negara-negara maju. Namun demikian memposisikan pariwisata sebagai bagian esensial dalam kehidupan sehari-hari merupakan fenomena yang relatif baru. Hal ini mulai terlihat sejak berakhirnya perang dunia II di saat mana pariwisata meledak dalam skala besar sebagai salah satu kekuatan sosial dan ekonomi. Pembangunan pariwisata dan industri harus dilakukan secara berkelanjutan sehingga memberikan manfaat langsung untuk kesejahteraan masyarakat karena sektor pariwisata dan industri merupakan salah satu komponen dalam pembangunan ekonomi.

Sesungguhnya pariwisata telah dimulai sejak dimulainya peradaban manusia itu sendiri, yang ditangani oleh adanya pergerakan manusia yang melakukan ziarah atau perjalanan agama lainnya. Pada zaman prasejarah, manusia hidup berpindah (*nomadism*) sehingga perjalanan yang jauh (*traveling*) merupakan gaya dan cara untuk bertahan hidup. Orang primitif sering melintasi tempat yang jauh untuk kehidupannya. Sejarah panjang dari nomaden mempengaruhi pikiran manusia sehingga secara tidak sadar membuat aktivitas

perjalanan (*travel*) secara insting menjadi perilaku yang alamiah. Seiring perjalanan sejarah, motivasi orang berpergian juga bertambah tidak saja untuk berwisata tetapi juga untuk berdagang atau ekonomi, perjalanan religius, perang, migrasi, dan keperluan studi.¹

Banten merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang berpotensi untuk menjadi daerah tujuan wisata karena memiliki alam dan pemandangan yang indah serta memiliki berbagai potensi yang dapat diberdayakan, antara lain menyangkut sumber daya alam dan pemanfaatan lahan, sumber daya hutan, sumber daya pesisir dan laut, serta sumber daya perekonomian juga keragaman budaya yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini juga didukung oleh sarana dan prasarana serta akomodasi yang memadai, serta daya tarik wisata. Letak geografis yang berbatasan dengan DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Pulau Sumatra, membuat Provinsi Banten merupakan wilayah strategis untuk mengembangkan sektor pariwisata. Jumlah wisatawan yang berkunjung ketempat wisata di Banten meningkat setiap tahunnya, terlihat dari jumlah tamu yang menginap di hotel dan akomodasi lainnya di Provinsi Banten dibandingkan Indonesia secara keseluruhan.

Peningkatan wisatawan terhadap hotel dan akomodasi lainnya ternyata tidak diikuti dengan peningkatan wisatawan terhadap objek wisata. Hal ini perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah Provinsi Banten untuk mempromosikan tempat wisata yang ada di Banten, Pemerintah Provinsi Banten meminta dukungan infrastruktur kepada Kementerian Pekerjaan Umum terkait dengan pengembangan Kawasan

¹ I Gde Pitana dan I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2009), 32-33.

Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata yang ada di Banten. Kebutuhan infrastruktur dalam kawasan meliputi jalan , listrik, irigasi, air bersih, dan prasarana transportasi lainnya. Pada daerah-daerah ini investasi pemerintah sangat diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan melalui promosi serta peningkatan sumberdaya manusia (SDM). Tanpa itu, sulit diharapkan dunia usaha daerah dapat berkembang.

potensi wisata Banten cukup lengkap, dari wisata alam, budaya, dan lain-lain. Taman nasional ujung kulon merupakan salah satu daerah konservasi alam dunia yang dicanangkan oleh badan dunia UNESCO (*world heritage site*). Ujung kulon juga terdapat area penggembalaan kerbau, burung merak dan binatang spesifik lainnya. Tempat ini dikelilingi oleh pulau-pulau yang indah disekitarnya yang sangat cocok untuk olahraga diving. Objek wisata lain adalah gunung Krakatau yang terletak ditengah-tengah selat Sunda. selain itu terdapat pantai Anyer, Carita, Tanjung Lesung dan Pulau Umang yang terletak di daerah Serang dan Pandeglang. Di tempat ini banyak terdapat hotel berbintang maupun non bintang, penginapan rumahan, restoran ataupun fasilitas lainnya guna memenuhi kebutuhan wisatawan. Pantai Ciantir dan Pantai Karang Tanjung Layar merupakan daerah tujuan wisata utama Desa Sawarna Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak, dengan ombak yang besar dan sangat cocok untuk olahraga selancar. Untuk wisata budaya, terdapat masyarakat tradisional Baduy terdapat di Kabupaten Lebak, tinggal di area seluas kurang lebih 5101 Ha. Suku ini terbagi dua, yaitu Baduy

luar dan Baduy dalam. Masih banyak potensi pariwisata di Banten yang bisa dikembangkan.²

Seseorang wisatawan berkunjung kesuatu tempat/daerah/negara, karena tertarik oleh sesuatu. Sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung kesuatu tempat/daerah/negara disebut daya tarik atau atraksi wisata. Ujung kulon dan komodo terkenal dan banyak menarik minat wisatawan untuk berkunjung, karena memiliki binatang langka yang hanya terdapat di tempat itu. Oleh sebab itu objek daya tarik wisata ini dapat dikelompokkan ke dalam 3 jenis yaitu: alam, budaya dan buatan.

Objek wisata alam misalnya: laut, pantai, gunung, danau, sungai, fauna, flora, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.

Objek wisata budaya misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, cagar budaya, pembangunan sejarah, festival budaya, kain tenun (tradisional) adat istiadat, museum, dan lain-lain.

Objek wisata buatan misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan, hiburan (lawak/acrobat/sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat pembelanjaan dan lain-lain.³

Promosi berarti kita membicarakan komunikasi, jadi komunikasi adalah penyampaian informasi tidak teresa kita sudah beranjak dari reklame menuju pengertian komunikasi. Peralihan ini memiliki alasan yang kuat, karena alternatif untuk berkomunikasi

² Wwww.Jurnal Analisis Provinsi Banten 2015.Co.Id (Sabtu, 30 April 2016: 16:00)

³ Andi Mappi Sammeng, *Cakrawala Pariwisata*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 30-32.

dengan konsumen tidak hanya terbatas pada penggunaan reklame, tetapi juga melalui bentuk-bentuk komunikasi yang lain. Keseluruhan bentuk kebijaksanaan komunikasi ini tertuang dalam apa yang kita sebut dengan *communication mix* atau *promotion mix*. *Promotion mix* adalah “keseluruhan komunikasi antara perusahaan dengan target *market* untuk meningkatkan perwujudan *product* atau *survice mix*, yaitu komunikasi yang menentukan atau memonitor harapan-harapan konsumen, atau yang membujuk konsumen untuk membeli”

Disinilah pentingnya komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal dituangkan dalam *communication mix* atau *promotion mix* dalam bentuk dan teknik-teknik sebagai berikut:

Reklame/advertensi adalah usaha-usaha menyampaikan pesan yang di kenakan biaya melalui media masa, dimana mengirim atau sumber pesan jelas dikenal dan tujuan menyampaikan pesan tersebut tidak bersifat pribadi.

Penjualan langsung (Individual) adalah penjualan yang tidak ditujukan untuk masa dan tidak dilakukan melalui media masa. Penjualan langsung merupakan bentuk promosi yang dilakukan melalui komunikasi individual kepada konsumen individual. Penjualan individual ini seringkali dikombinasikan pula dengan *sales promotion*.

Sales promotion adalah semua aktivitas promosi yang ditujukan untuk menunjang instrument-instrumen *marketing* dan komunikasi lainnya. *sales promotion* yang sifatnya sementara merupakan usaha untuk meningkatkan komunikasi mengenai produk yang ditawarkan, juga merupakan media untuk meningkatkan omset penjualan pada saat tertentu.

Dimana sponsor biasanya memberikan dana atau fasilitas dan pihak yang disponsori menyajikan alternatif komunikasi.⁴

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang seberah besar jumlah anggaran promosi pariwisata terhadap kunjungan wisatawan asing.

Untuk itu penulis tertarik menyusun skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Jumlah Anggaran Promosi Pariwisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Asing”**. Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten Periode 2013-2015.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis selama penelitian merumuskan masalah agar lebih memudahkan penelitian. Adapun rumusan masalah yang penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh jumlah anggaran promosi pariwisata terhadap kunjungan wisatawan asing?
2. Seberapa besar pengaruh anggaran promosi pariwisata terhadap kunjungan wisatawan asing?

C. Pembatasan Masalah

Dalam skripsi ini, penulis akan membatasi permasalahan yang akan dibahas, agar lebih terfokus pada pokok permasalahan yang ada berserta dengan pembahasannya, dengan tujuan agar penelitian tidak menyimpang dari sasaran. Penulis akan meneliti pengaruh jumlah anggaran promosi pariwisata terhadap kunjungan wisatawan asing data yang akan diambil yaitu pada periode 2014 – 2015.

⁴ Rio Budi Prasadja Tan, *Kunci Sukses Memasarkan Jasa Pariwisata*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 159-166.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh jumlah anggaran promosi pariwisata terhadap kunjungan wisatawan asing
2. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh anggaran promosi pariwisata terhadap kunjungan wisatawan asing

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Penulis

Skripsi ini dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran dalam melakukan perbandingan antara teori mata kuliah yang telah didapat selama kuliah di kampus IAIN SMH Banten pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah dengan praktek sesungguhnya di lapangan dan mendapatkan pengetahuan yang lebih luas tentang masalah penelitian yang akan dikaji lebih dalam

2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi lembaga DISBUDPAR (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) Provinsi Banten

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini berguna untuk akademisi, sebagai tambahan pengetahuan dan referensi materi untuk pembangunan dalam penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penelitian

Penulisan ini disusun dengan menggunakan system penulisan sederhana agar lebih memudahkan penyusun di dalam mengemukakan pokok permasalahan yang dianalisis. Adapun system pembahasan ini terbagi dari 5 bab, dimana garis besarnya adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, Hipotesis, Langkah-langkah Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, Bab ini menguraikan tentang pengertian pariwisata, pengertian promosi, pariwisata dalam perspektif Islam, dampak pariwisata, jumlah anggaran promosi wisata, penelitian terdahulu yang relevan dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, Bab ini menguraikan tentang meliputi ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, metode penelitian, teknik analisis data dan operasional variabel penelitian

Bab IV Pembahasan Hasil Peneliti, Analisis dan pembahasan Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, analisis hasil penelitian menggunakan statistic SPSS yaitu uji asumsi klasik yaitu: Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Autokorelasi, Analisis Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Hipotesis Statistik.

Bab V Penutup, Bab ini meliputi tentang kesimpulan dan saran.