

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut UNWTO atau *United World Tourism Organization*, menunjukkan bahwa *Tourism Towards 2030* atau *Global Overview* memprediksi pertumbuhan jumlah perjalanan wisata dunia rata-rata 3,3% setiap tahun untuk periode 2010-2030, tetapi untuk periode 2011-2013 telah melampaui prediksi yaitu jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 995juta orang pada tahun 2011 kemudian 1.035juta orang pada tahun 2012 dan 1.087juta orang di tahun 2013. Artinya pertumbuhan jumlah wisata mancanegara tahun 2011-2013 melebihi perkiraan yaitu: 4,96% 4,02% dan 5,02%. Pada tahun 2015-2017 jumlah pertumbuhan wisatawan mancanegara masih terus meningkat, tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara di tahun 2016 dan 2017 yaitu sebesar 21.88% (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2018).

Berdasarkan misi kementerian pariwisata yang tertuang dalam peraturan menteri pariwisata No. 29 Tahun 2015 pengembangan pariwisata mengadaptasi dari empat pilar pembangunan kepariwisataan, yaitu: Pertama, mengembangkan destinasi pariwisata yang berdaya saing, berwawasan, lingkungan dan budaya, dan mewujudkan masyarakat mandiri. Kedua, mengembangkan produk dan layanan industri pariwisata yang mampu bersaing di Internasional dengan meningkatkan kemitraan usaha dan mampu bertanggung jawab terhadap lingkungan, alam dan sosial budaya. Ketiga, mengembangkan pemasaran pariwisata secara sinergis, unggul, bertanggung jawab agar mampu meningkatkan kunjungan wisatawan

nusantara maupun mancanegara sehingga dapat bersaing dipasar Internasional dan yang terakhir adalah mengembangkan organisasi pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta dan masyarakat setempat agar sumber daya manusia lebih mampu maksimal dan mekanisme operasional lebih efektif dan efisien (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2015).

Dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Indonesia, khususnya pengembangan pariwisata, kementerian pariwisata menyiapkan beberapa strategi yang diharapkan mampu mencapai hasil yang lebih maksimal. Adapun beberapa strategi yang telah disusun yaitu: Pengembangan 10 destinasi pariwisata prioritas dengan peningkatan 3A yaitu atraksi, amenitas dan aksesibilitas. Pelaksanaan *Calender Of Event* (CoE) di daerah-daerah wisata serta melakukan kegiatan promosi pariwisata baik secara nasional maupun Internasional. Peningkatan kapasitas dan profesionalisme SDM pariwisata. Pemanfaatan aplikasi berbasis digital untuk meningkatkan kualitas dukungan manajemen.

Pengembangan pariwisata pun diharapkan mampu meningkatkan kualitas pariwisata, melalui pengembangan infrastruktur serta ekosistem kepariwisataan antara lain meliputi perancangan destinasi pariwisata, peningkatan aksesibilitas, atraksi, amenitas dan ekosistem pariwisata yang tepat. Pengembangan destinasi wisata alam, budaya, ataupun buatan yang berdaya saing, antara lain meliputi pengembangan wisata kuliner dan spa, wisata sejarah dan religi, wisata tradisi dan seni budaya, wisata pedesaan dan perkotaan, wisata bahari, wisata ekologi dan petualangan, kawasan wisata, serta wisata konvensi, olahraga dan rekreasi. Ketiga adalah peningkatan tata kelola destinasi pariwisata dan pemberdayaan masyarakat

yang meliputi tata kelola destinasi pariwisata prioritas khusus dan sadar wisata. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2018).

Namun, pengembangan pariwisata tersebut mengalami permasalahan yang cukup besar dan berdampak pada ekonomi masyarakat di sekitar diakrenakan Pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 di Indonesia merupakan suatu musibah besar bagi Indonesia, dimana hampir seluruh sektor terkena dampak yang cukup besar karena semakin hari semakin banyak kasus peningkatan kasus Covid-19. Berbagai sektor terkena dampak negatif dalam perkembangannya termasuk pada industry pariwisata. Kementerian pariwisata menilai bahwa akibat dari pandemi Covid-19 ini, mobilitas masyarakat menjadi semakin terbatas, banyak lokasi wisata, tempat hiburan dan rekreasi ditutup. Hal ini tentunya memberikan dampak ekonomi yang sangat besar bagi sektor pariwisata di Indonesia. Kebijakan-kebijakan dari pemerintah yang diterapkan saat pandemi dilakukan untuk meminimalisir kasus positif Covid-19 diantaranya adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan meminta masyarakat untuk lebih banyak beraktivitas di rumah, hal ini tentunya membuat tingkat hunian kamar hotel serta restoran menurun drastic sebagai imbas dari hal tersebut (Newswire, 2021).

Salah satu lokasi wisata yang terkenal akan keindahannya namun harus ikut merasakan dampak yang besar karena pandemi Covid-19 yakni Tampa Garam Beach. Tampa Garam Beach adalah sebuah pesona wisata alam berupa pantai yang terletak di Jalan Kapitan Pattimura Km.3 Tampa Garam, Kelurahan Maladum Mes, Kota Sorong, Sorong Barat, Papua Barat, Indonesia. Tampa Garam Beach adalah sebuah pantai yang menyajikan beragam keindahan alam seperti warna pasir yang

putih dengan warna air laut biru muda yang sangat indah. Berbagai macam fasilitas pendukung yang disediakan juga mendukung keindahan dan kenyamanan wisatawan berkunjung ke pantai tersebut. Fasilitas-fasilitas tersebut berupa *cottage* atau penginapan, *restaurant*, kolam renang, dermaga *speedboat*, *mini waterpark*, dan *cafe*. Lokasi pantai yang tidak terlalu jauh dari pusat Kota Sorong membuat pantai ini sangat diminati oleh wisatawan baik domestic maupun mancanegara.

Namun, Tampa Garam Beach menjadi salah satu obyek wisata yang terdampak Covid-19 dan mengharuskan pihak manajemen terkait untuk menerapkan berbagai macam strategi yang tepat demi keberlanjutan pariwisata Tampa Garam Beach di Papua Barat. Selain karena terdampak Covid-19, pengelolaan wisata yang kurang maksimal membuat Tampa Garam Beach menjadi salah satu harus membuat rancangan dan rencana baru terkait promosi dan pengembangan wisata ini. Penggunaan media sosial dan *platform digital* belum dimanfaatkan dengan maksimal sehingga strategi pemasaran yang dilakukan masih melalui beberapa media sosial seperti Instagram dan Whatsapp dan belum ada website resmi yang dimiliki untuk mengakses informasi dari Tampa Garam Beach. Pemaksimalan penggunaan aplikasi atau *platform digital* pada industri pariwisata berdampak pada jumlah kunjungan masyarakat terhadap wisata alam yang ditawarkan, hal tersebut juga bisa memberikan dampak kepada tingginya volume wisatawan yang dihasilkan jika memilih strategi pemasaran yang tepat seperti mendaftarkan bisnis ke *platform digital*. Volume kunjungan adalah banyaknya jumlah omzet yang diterima akibat penawaran dan volume kunjungan secara

kontinyu dan menguntungkan, sehingga terjadi peningkatan nilai ekonomis dari suatu kegiatan jasa (Lupi & Nurdin, 2016).

Pada kondisi pasar yang kompetitif berbagai objek wisata harus memiliki pemahaman yang menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal wisatanya untuk menentukan suatu strategi yang tepat (Chan, 2011). Komaryatin (2007) dan Kurniawati & Sari (2009) menyebutkan bahwa setiap perusahaan atau organisasi seharusnya dapat melihat jauh kedepan dalam mengembangkan strategi untuk mengantisipasi kondisi persaingan yang semakin ketat. Faktor internal maupun eksternal merupakan faktor-faktor penting yang memengaruhi organisasi dalam menjalankan bisnisnya dan dapat menghasilkan alternatif strategi (Mitrady, Daryanto, & Maulana, 2015). Melihat kondisi objek wisata tersebut, formulasi strategi dibutuhkan untuk dapat berkembang. Pemilihan strategi yang tepat dengan dikombinasikan dengan kecanggihan teknologi bisa saja memberikan dampak yang berbeda terhadap permintaan jasa penata rias. Strategi pemasaran atau *marketing strategy* merupakan sebuah pemikiran pada pemasaran yang mana setiap perusahaan selalu mengerahkan tenaga yang dimilikinya agar mampu memberikan dan menciptakan nilai bagi pelanggan sehingga hubungan yang saling menguntungkan antarpelanggan pun terjadi. Koordinasi terhadap program-program pemasaran haruslah tercapai secara maksimal sehingga perlunya mekanisme yang sejalan dan terintegrasi secara sinergik. Mekanisme yang dimaksud disini merupakan strategi pemasaran (Kotler & Amstrong, 2012). Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti strategi

yang sesuai untuk pengembangan potensi wisata Tampa Garam Beach di Tengah Pandemi Covid-19.

1.2. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang ditinjau pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

- A. Bagaimana kondisi tempat wisata Tampa Garam Beach di tengah pandemi Covid-19?
- B. Bagaimana kondisi internal Tampa Garam Beach?
- C. Bagaimana kondisi eksternal Tampa Garam Beach?
- D. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang dapat dilakukan pada tempat wisata Tampa Garam Beach?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

- A. Mendeskripsikan kondisi tempat wisata Tampa Garam Beach di tengah pandemi Covid-19.
- B. Mendeskripsikan kondisi internal Tampa Garam Beach.
- C. Mendeskripsikan kondisi eksternal Tampa Garam Beach.
- D. Merumuskan strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan pada tempat wisata Tampa Garam Beach.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

A. Bagi Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata Papua Barat.

Sebagai saran dan masukan untuk terus mengembangkan strategi-strategi pengembangan wisata dan pemasaran berbasis digital untuk pengembangan potensi wisata Tampa Garam Beach di Tengah Pandemi Covid-19..

B. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan acuan untuk masyarakat agar dapat terus bekerja sama mengembangkan potensi wisata alam Tampa Garam Beach di Tengah Pandemi Covid-19 dalam memasarkan wisata, mendukung perkembangan wisata dan lain sebagainya.

C. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan sarana aplikasi terhadap ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada wisata alam. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang meneliti mengenai pengembangan potensi wisata alam khususnya wisata yang terdampak pandemi covid-19.

1.5. Sistematika Laporan

Penelitian ini tersusun kedalam lima bagian. Berikut ini penjelasan dari masing-masing bagian:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menggambarkan penelitian secara umum yang disajikan pada latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis dan sistematika laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka akan menguraikan dasar-dasar teori yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian dan akan digunakan sebagai panduan untuk menganalisis permasalahan. Pada bab ini juga disajikan penelitian terdahulu yang menjadi pedoman penelitian, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai lokasi penelitian, data penelitian, model penelitian, populasi dan sampel, metode pengukuran data, metode pengujian instrument, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang telah diolah menggunakan metode yang sesuai untuk membuktikan hipotesis. Hasil penelitian yang dibahas adalah karakteristik responden, hasil pengujian instrumen, dan analisis statistik deskripti.