

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang sangat pesat ini, dunia usaha pariwisata diberbagai bidang banyak menimbulkan persaingan bisnis yang ketat antar perusahaan. Persaingan tersebut rentan sekali terjadi karena disetiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak pernah lepas dari pengamatan para pesaing. Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang memiliki potensi wisata yang sangat menarik untuk dikembangkan seperti wisata pegunungan, wisata laut, bahkan wisata budaya. Dunia pariwisata saat ini merupakan sektor yang diandalkan pemerintah dalam rangka menambah devisa negara. Sekarang ini pariwisata telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di berbagai daerah.

Saat ini Indonesia mempunyai tema untuk meningkatkan pendapatan negara dari segmen pariwisata yang bernama Wonderful Indonesia yang dimulai sejak tahun 2011 setelah sebelumnya indonesia menggunakan tema Visit Indonesia. Wonderful Indonesia disampaikan dengan berbagai medium/saluran komunikasi, yaitu penggunaan media digital melalui website resmi Indonesia Travel dan media sosial yang bertujuan untuk mempromosikan tema ini demi meningkatkan jumlah pariwisata Asing ataupun Lokal yang akan meningkatkan devisa pendapatan yang bermanfaat untuk Ekonomi Masyarakat di suatu daerah yang memiliki tempat wisata yang indah dan layak untuk dikunjungi.

Indonesia adalah negara yang memiliki ribuan pulau dan pantai yang sangat indah. Salah satu, pantai yang terkenal di indonesia adalah pantai Kuta, pantai Pelabuhan ratu, pantai parangtritis dan masih banyak lagi. Namun, siapa sangka bahwa Bekasi yang merupakan kawasan industri, kabupaten bekasi jawa barat terbilang minim dengan destinasi wisata. Akan tetapi, ternyata bekasi memiliki beberapa pantai yang indah, salah satunya adalah pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove yang berada di Kec Muara Gembong. Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove yang berada sangat jauh dari hiruk pikuk Kota Bekasi, dikelilingi oleh lahan perairan laut jawa yang luas dan terhimpit di antara Jakarta

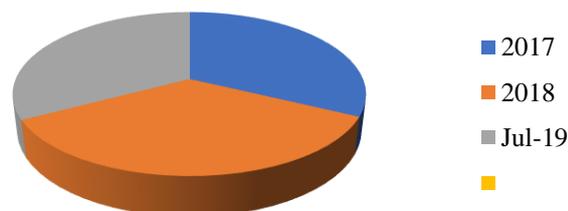
Utara dengan Kabupaten Karawang. Kecamatan ini terletak 64 km dari pusat Kota/Kab Bekasi. Sebagian besar penduduk Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove bermata pencaharian sebagai Nelayan, menangkap ikan, kepiting dan juga udang untuk dijual ke Jakarta khususnya kedaerah Clincing, Ancol dan Muara Angke.

Pantai wisata Muara Beting dan Hutan Mangrove merupakan sebuah kawasan wisata di Kab. Bekasi Jawa Barat yang menarik untuk dikunjungi, terutama saat akhir pekan untuk menikmati suasana santai sebelum berkegiatan kembali di hari Senin. Pantai ini memiliki keindahan alam yang menarik dan juga cocok untuk kita yang sangat suka akan suasana pesisir di dekat Jakarta. Tidak hanya itu, fasilitas di sana juga cukup lengkap. Apalagi kawasan wisata ini juga terdiri dari beberapa objek wisata. Tidak hanya Pantai Muara Gembong saja yang bisa dikunjungi, melainkan masih ada beberapa pantai lain yang menarik untuk dikunjungi.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Periode 3 Tahun Terakhir.

Tahun	Jumlah Pengunjung (Orang)
2017	11.780
2018	12.800
Juni 2019	12.000

**Data Pengunjung Periode
3 Tahun Terakhir**



Di dalam tabel berikut menampilkan bahwa di tahun 2017 menuju ke 2018 mengalami kenaikan jumlah pengunjung selama 1 tahun. Dan selama periode tahun 2019 bulan Juli mengalami kenaikan jumlah pengunjung selama 1 tahun di akibatkan memasukinya bulan dimana burung migrasi dari Australia, misalnya kuntul besar, raja udang kalung biru, dan cangak abu, akan tetapi promosi dan semakin tidak baik nya lingkungan sekitar pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove serta kurang nya infrastruktur yang mendukung Sehingga, minat pengunjung untuk menuju ke pantai ini tidak bertambah secara signifikan di setiap Tahun nya.

Selain Pantai kita bisa menikmati keindahan Hutan Mangrove yang masih asri. Di dalamnya juga ada beberapa satwa lokal yang menemani wisatawan, seperti lutung hitam dan beberapa jenis burung lokal. Semua fauna tersebut dilindungi sehingga wisatawan dilarang melakukan kegiatan ilegal seperti perburuan liar. Masyarakat di sekitar pantai juga banyak memiliki usaha budidaya udang, ikan, dan juga rumput laut. Selain itu, masyarakat di pantai muara gemong tidak hanya menjadikan nelayan atau usaha budidaya laut sebagai mata pencaharian. Adapun, Hutan Bakau yang di tanam oleh masyarakat Pantai Muara Gembong bisa menghasilkan pundi-pundi uang untuk menafkahi keluarganya dirumah. Awalnya warga setempat tidak menyadari bahwa baku ternyata bisa diolah menjadi berbagai produk yang menghasilkan uang, setelah mendapatkan pendampingan berupa pelatihan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) kini produk bakau bisa di produksi menjadi sirup, dodol, jus, hingga keripik.

Rencana pengembangan kawasan Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove menjadi salah satu daerah tujuan wisata (DTW) di kabupaten Bekasi merupakan upaya dari pemerintah yang di sambut baik oleh masyarakat Muara Beting guna meningkatkan kualitas lingkungan dan pengembangan pembangunan di kawasan tersebut yang terbilang sangat lambat. Buruknya kualitas pemukiman, kurangnya sarana prasarana baik sarana sosial, ibadah, pendidikan, kesehatan, sanitasi bahkan infrastruktur, menyebabkan kawasan ini tergolong menjadi kawasan tertinggal, padahal lokasi kawasan ini terbilang tidak jauh dari pusat kota Bekasi dan juga Jakarta. Rencana pemerintah untuk mengembangkan kawasan Muara Beting yang bersebelahan dengan Hutan Mangrove menjadi kawasan

pelabuhan laut, belum memberikan dampak positif yang cukup signifikan terhadap pembangunan di kawasan Muara Beting dan Hutan Mangrove.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh masyarakat yang tergabung dalam komunitas Muara Gembong untuk mempromosikan kawasan ini menjadi salah satu daerah tujuan wisata memberikan hasil yang cukup menggembirakan. Bahkan Bupati Bekasi pada saat itu Ibu Neneng Khasanah dalam kampanyenya pada saat pemilihan kepala daerah, menjadikan kawasan ini sebagai salah satu program kerjanya. Walaupun hal tersebut hanya upaya wacana saja yang hingga kini belum terlihat realisasinya. Namun begitu berbagai upaya tetap dilakukan, berbagai media datang ke lokasi guna meliput dan meneliti tentang persepsi masyarakat untuk berkunjung ke kawasan ini. bahkan beberapa waktu lalu, 'Abang-None Jakarta' datang ke pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove di kec Muara Gembong dalam rangka promosi pariwisata.

Perkembangan industri pariwisata tidak hanya terkait dengan bisnis perjalanan umum, tetapi juga pada tingkat kunjungan wisatawan pada kawasan-kawasan yang dilindungi seperti taman nasional, cagar alam, dan yang lainnya. Seiring dengan kesadaran wisatawan terhadap lingkungan dan isu-isu tentang pembangunan berwawasan lingkungan telah memberikan kontribusi terhadap pandangan pentingnya prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan. Prinsip pariwisata ini diharapkan mampu mempertahankan kualitas lingkungan, mempertahankan budaya, memberdayakan masyarakat lokal dan memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat lokal, kawasan serta pemerintah. Dalam jurnal (Ernawati, 2016) Menentukan lokasi untuk dijadikan tempat objek wisata merupakan tugas penting bagi pengelola ataupun pemilik, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebuah bisnis dimulai. dalam jurnal (Frederick Ido Hamonangan, Ari Pradhanawati, & Bulan Prabawani, 2017) Lokasi adalah tempat yang strategis untuk usaha yang ditinjau dari segi jarak, dan tingkat kemudahan transportasi (Swastha dan Irawan, 2002:24). Kotler (2003:14) menyatakan kunci sukses bisnis adalah lokasi, lokasi, dan lokasi. Ini mencerminkan pentingnya pemilihan lokasi yang tepat, penentuan lokasi yang tepat akan memberikan gambaran kesuksesan sebuah bisnis.

Lokasi dari Pantai Muara Gembong masih sangatlah sulit untuk dijangkau oleh kendaraan roda empat ataupun kendaraan-kendaraan besar lainnya. Sulitnya akses dan beratnya medan untuk menuju kesana. Banyaknya jalan yang masih berlubang, minimnya petunjuk arah, kurangnya penerangan jalanan sehingga sangat berbahaya jika para pengunjung berpergian di malam hari. Untuk berkunjung ke Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove kita harus menggunakan transportasi pribadi dikarenakan transportasi umum sangat jarang untuk menuju ke wilayah tersebut. Sehingga objek wisata ini masih sangatlah minim pengunjung dari wisata setempat ataupun wisata dari daerah lain bahkan dari luar negeri.

Maka dapat disimpulkan lokasi adalah tempat suatu bisnis/usaha beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Keputusan pemilihan lokasi suatu objek wisata akan menentukan keberhasilan dari usaha tersebut.

Semakin ketatnya persaingan bisnis pariwisata wisata pantai di dunia yang modern ini pengelola ataupun pemilik harus memiliki sebuah konsep pemasaran salah satunya adalah bauran promosi atau yang sering kita kenal *promotion mix*. Bauran promosi terdiri dari 4 variabel yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu : menurut Kotler dan Armstrong (2008:116) dalam jurnal (Vebriina Putri Risman, 2001) *Promotion Mix* juga disebut Bauran Komunikasi Pemasaran perusahaan merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan. Promosi yang digunakan oleh pengelola Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove hanyalah menggunakan metode promosi *Personal Selling* yaitu dari mulut ke mulut antar masyarakat lingkungan sekitar dan para pengunjung, sehingga Wisata Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove ini sulit untuk berkembang. Kurangnya perhatian dan keseriusan pembangunan dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Kabupaten Bekasi membuat Wisata

Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove ini semakin kumuh dan tidak menarik di bandingkan kota wisata lain nya.

Selain membuat konsep strategi pemasaran dengan menggunakan metode bauran promosi, kegiatan pemasaran juga sangat diperlukan dan diperhatikan. Kegiatan pemasaran sangat berperan penting dalam meningkatkan Minat Pengunjung. Dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah ujung tombak perusahaan, karena perusahaan merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Pemasaran sangat menentukan perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan, maka dari itu perusahaan/pengelola harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar dapat memasuki pasar dan menghadapi berbagai kesulitan yang akan dihadapi. Kegiatan pemasaran merupakan bentuk *persuasif* secara langsung. kegiatan pemasaran ini biasanya untuk menarik minat konsumen agar tertarik kepada apa yang dipromosikan oleh pemasar tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang ada maka peneliti tertarik untuk mengambil judul skripsi tentang **“Pengaruh Lokasi dan Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong”**

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove ?
2. Apakah terdapat Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove ?
3. Apakah terdapat Pengaruh secara bersama-sama antara Lokasi dan Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove.
2. Untuk menganalisa Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove.
3. Untuk menganalisa Pengaruh Lokasi dan Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Secara garis besar penelitian ini bermanfaat bagi :

1. Bagi Pemerintah Setempat
Dapat dijadikan bahan Masukan oleh Pemerintah Daerah agar lebih meningkatkan perhatian terhadap masyarakat di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove dari segi pembangunan infrastrukturnya dan peningkatan kualitas ekonomi masyarakat sekitar.
2. Bagi Pengelola
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi pengelola tentang hubungan antara lokasi dan bauran promosi dalam upaya meningkatkan Minat Pengunjung Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove, sehingga dapat diimplementasikan dalam keunggulan lokasi dan bauran promosi dapat diaplikasikan oleh pengelola untuk meningkatkan minat pengunjung pantai muara beting dan hutan mangrove.

1.5 Batasan Masalah

Dalam permasalahan yang harus diselesaikan di atas maka perlu adanya pembatasan masalah yang ruang lingkupnya agar dalam melakukan penelitian hanya terfokus pada Lokasi dan Bauran promosi dengan meningkatkan Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam 5 Bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan

untuk membahas suatu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan Manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menggunakan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah Penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan di uraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan Dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisa apa saja yang tepat digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pendeskripsian objek penelitian serta pembahasan mengenai hasil analisis tersebut.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta implikasi manajerial untuk Pemerintah Daerah setempat dan Pengelola.