

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata di Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya teknologi transportasi dan informasi yang ditandai dengan bertambahnya jumlah destinasi wisata yang tersebar disetiap masing-masing daerah. Destinasi yang tersebar disetiap masing-masing daerah berupa wujud kekayaan dan keindahan alam yang dimiliki. Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa sansakerta yang terdiri dari “pari” berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata “wisata” yang bermakna perjalanan. Menurut yoeti (2003), syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila: (1) Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, diluar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal; (2) Tujuan semata-mata untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjunginya; (3) Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi (Utama, 2017).

Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki keanekaragaman hayati terbesar ketiga di dunia diantaranya meliputi daratan, udara, dan perairan. Masing-masing ketiga tersebut memiliki potensi dan peran yang penting dalam perkembangan industri pariwisata. Hampir setiap masing-masing daerah memiliki obyek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan, pengembangan potensi tersebut sesuai dengan intruksi Presiden Republik Indonesia Nomer 9 Tahun 1969

Bab 2 Pasal 3, yang menyatakan bahwa usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat.

Keinginan pemerintah menggenjot devisa dari sektor industri pariwisata tentu tidak bisa hanya mengandalkan kawasan wisata yang sudah ramai. Indonesia memiliki ratusan gunung, pantai, sungai, dan danau yang bisa menjadi destinasi baru yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan. Tidak hanya itu, sejumlah gelaran acara kebudayaan dan festival kesenian yang sering digelar setiap tahunnya juga harus turut serta menjadi daya tarik dalam pengembangan sektor industri pariwisata.

Potensi pariwisata di Indonesia memang sudah tidak diragukan lagi, terbentang dalam tujuh belas ribu pulau keindahan alam dan kekayaan budaya Indonesia menjadi daya tarik wisatawan dalam maupun luar negeri. Motivasi atau dorongan wisatawan untuk melakukan perjalanan akan menimbulkan aktivitas permintaan berupa produk jasa pariwisata yang disediakan, sehingga permintaan produk jasa pariwisata tersebut akan meningkat apabila terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan.

Pada dasarnya ada sebuah tuntutan potensi pariwisata untuk menarik perhatian wisatawan, fasilitas yang mendukung terhadap sarana kepariwisataan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan merupakan tuntutan yang utama dalam memenuhi kebutuhan mereka seperti jaringan jalan yang terintegrasi,

sistem telekomunikasi, dan sistem perbankan. Selain itu manajemen pemasaran ikut serta memberikan kontribusi dalam pengembangan wisata.

Pengusahaan objek dan daya tarik wisata (ODTW) meliputi kegiatan-kegiatan membangun dan mengelola suatu objek dan daya tarik wisata beserta dengan prasarana dan sarana yang diperlukan atau kegiatan mengelola objek dan daya tarik wisata yang telah ada. Untuk mencapai keberhasilan pembangunan dan pengelolaan tersebut maka dibutuhkanlah kontribusi manajemen pemasaran.

Industri pariwisata merupakan sektor yang terus dikembangkan oleh pemerintah sejak dulu sebagai pilar pembangunan nasional karena begitu banyak memberi manfaat. Selain memberi manfaat bagi perekonomian, industri pariwisata juga memberikan manfaat untuk sosial budaya serta bagi lingkungan hidup.

Dari sisi perekonomian pariwisata memberikan sumbangan devisa negara yang cukup besar, pendapatan daerah serta membantu pendapatan masyarakat di sekitar lokasi wisata. Manfaat industri pariwisata bagi sosial budaya diantaranya peningkatan kualitas dan pelestarian seni, budaya dan kearifan lokal sehingga bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan. Manfaat bagi lingkungan hidup diantaranya menjaga kebersihan serta kelestarian lingkungan konservasi alam sekitarnya, sehingga menciptakan kondisi lingkungan yang bersih dan nyaman untuk dikunjungi para wisatawan.

Pengertian manajemen menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) yaitu penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran atau pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi. Sedangkan

menurut Kotler (1997:8) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Komalasari, 2012).

Didalam pembangunan kepariwisataan di suatu negara khususnya daerah tujuan pariwisata Indonesia manajemen pemasaran memberikan kontribusi yang cukup besar, mengingat pada dasarnya kepariwisataan merupakan kumpulan dari berbagai produk yang dihasilkan dari usaha pariwisata kemudian harus dipasarkan untuk dijual dengan sasaran konsumennya yaitu wisatawan. Mengingat pada saat ini banyak tempat wisata yang memasarkan dan menawarkan keunggulan-keunggulan produk dan jasa pariwisata mereka, agar tercapainya target pasar yang dituju masing-masing tempat wisata sehingga harus melakukan promosi untuk menarik wisatawan.

Manajemen pemasaran juga memiliki fungsi yang saling terpadu dan saling mendukung, diantaranya; perencanaan pemasaran, implementasi pemasaran, dan pengendalian/evaluasi kegiatan pemasaran (Shinta, 2011). Pemasaran pariwisata sangat berbeda dengan pemasaran produk pada umumnya, perbedaan ini terletak pada proses produksi dan elemen pembentuk produknya. Setiap industri yang berhubungan dengan jual beli membutuhkan manajemen pemasaran, tidak terkecuali bagi industri pariwisata. Dari uraian manfaat dan fungsi tersebut, betapa pentingnya manajemen pemasaran yang dibutuhkan bagi sektor industri pariwisata.

Kemudahan dalam mendapatkan informasi suatu obyek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan merupakan peran dari pengelolaan manajemen pemasaran yang baik. Pentingnya manajemen pemasaran memberikan manfaat serta fungsi untuk dilakukan oleh para pengelola suatu obyek wisata. Beberapa manfaatnya; mengarahkan sumber daya manusia agar menjalankan sesuai perannya, untuk memahami dan mencari tahu kebutuhan yang diperlukan konsumen, menyusun serta merealisasikan perencanaan yang efektif dan efisien agar mencapai tujuan perusahaan.

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan karena memiliki banyak pantai yang indah sehingga menarik untuk dijadikan sebagai tempat wisata. Wisata pantai merupakan wisata pilihan yang sering ramai dikunjungi oleh para wisatawan ketika musim libur tiba. Wisata pantai selalu menjadi sasaran untuk dikunjungi oleh wisatawan karena berbagai aktivitas dapat dilakukan di tempat ini, seperti berenang, menyelam, bermain wahana air dan lain-lain.

Selain dapat melakukan aktivitas berbagai permainan, wisata pantai juga menyajikan suasana keindahan alam yang sayang jika dilewatkan oleh para wisatawan. Suasana ketika matahari terbit di pagi hari (*sunrise*) atau ketika matahari tenggelam di sore hari (*sunset*) dapat dinikmati oleh wisatawan ketika mengunjungi pantai. Tidak hanya itu, beberapa wisata pantai juga terdapat hutan mangrove yang masih jarang diketahui oleh sebagian wisatawan.

Hutan mangrove adalah hutan yang tumbuh di muara sungai, tepi laut, atau daerah pasang surut. Keberadaan hutan mangrove sampai saat ini masih dianggap hanya sebagai objek alam yang terdapat di pantai oleh sebagian para wisatawan, atau bahkan mungkin ada yang tidak mengetahuinya sama sekali. Padahal, keberadaan hutan mangrove memiliki manfaat bagi ekosistem laut antara perairan dan daratan serta masyarakat yang tinggal disekitar bibir pantai.

Manfaat untuk ekosistem laut, hutan mangrove merupakan tempat yang nyaman untuk beberapa jenis makhluk hidup seperti ikan, kepiting, dan udang untuk berkembang biak serta sebagai salah satu tempat rantai makanan, menyerap semua jenis logam berbahaya dan membuat kualitas air menjadi lebih bersih, serta sebagai penopang pemanasan dari perairan laut. Manfaat untuk daratan, hutan mangrove memberikan nutrisi berupa kesuburan tanah yang ada disekitarnya, mencegah erosi dan abrasi, serta tanah akan menjadi lapisan yang lebih padat dengan adanya pohon mangrove.

Selain memberi manfaat antara ekosistem laut dan daratan, hutan mangrove juga memberikan manfaat bagi masyarakat yang tinggal di kawasan pesisir khususnya para nelayan, karena kawasan hutan mangrove menjadi tempat yang sesuai untuk pembibitan udang, ikan dan berbagai jenis biota laut lainnya. Pohon dan kayu mangrove yang sudah membusuk juga dapat dimanfaatkan sebagai kayu bakar sehingga secara tidak langsung dapat menghemat kebutuhan gas bagi masyarakat, selain itu kawasan hutan mangrove dapat dijadikan sebagai pengembangan kawasan pariwisata yang dapat memberikan dampak bagi perekonomian masyarakat sekitar yang tinggal di pesisir pantai.

Keberadaan hutan mangrove dilindungi secara langsung oleh Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomer 73 Tahun 2012 tentang strategi nasional pengelolaan ekosistem mangrove. Maka dari itu, keberadaan hutan mangrove harus dijaga kelestariannya oleh seluruh elemen masyarakat.

Pengelolaan suatu wilayah pesisir pantai yang berkelanjutan dengan tetap memperhatikan kaidah konservasi dan kesejahteraan masyarakat saat ini terbilang masih belum dilakukan secara efektif. Sehingga yang terjadi di beberapa wilayah pesisir banyak muncul fenomena tentang pemanfaatan lingkungan yang bersifat sektoral, eksploitatif dan melampaui daya dukung lingkungannya. Hutan mangrove yang ditanam di wilayah pesisir memiliki potensi yang dapat dikembangkan, salah satunya dengan menjadi objek wisata alam sehingga diharapkan mampu mencegah fenomena pemanfaatan lingkungan yang bersifat eksploitatif sekaligus memberikan edukasi kepada para wisatawan yang berkunjung tentang keberadaan hutan mangrove.

Pada tahun 1990, garis pantai Indonesia tertutup oleh hutan mangrove sebesar 3,5 juta hektar. Tutupan hutan mangrove tersebut mengalami degradasi dari tahun ke tahun, tercatat pada tahun 2016 luasan tutupan hutan mangrove di Indonesia berkurang menjadi 2,9 juta hektar. (Soeprbowati, 2020). Selain berperan dalam kegiatan mitigasi perubahan iklim, hutan mangrove juga memiliki potensi obyek dan daya tarik wisata wisata alam (ODTWA).

Kawasan pesisir umumnya mempunyai potensi sumber daya alam yang beragam dan melimpah, sehingga bermanfaat dalam pemenuhan kebutuhan

masyarakat sekitar. Pulau Jawa cukup banyak memiliki hutan mangrove yang dapat dikunjungi wisatawan. Provinsi Jawa Barat memiliki duabelas hutan mangrove yang tersebar di pantai selatan dan pantai utara, salah satu sebaran yang berada di pantai utara yaitu berada di pantai pasir putih desa Suka Jaya kecamatan Cilamaya Kulon kabupaten Karawang.

Kawasan wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih dikenal sebagai pusat restorasi dan pembelajaran mangrove (PRPM). Dibangun dan dikembangkan oleh perusahaan Pertamina Hulu Energi (PHE) melalui anak perusahaannya PHE *offshore north west java* (ONWJ). Perusahaan tersebut telah melakukan penanaman bibit mangrove baru di kawasan pesisir pantai pasir putih yang memiliki luas 20 hektar.

Kerisauan peneliti dalam melihat perkembangan industri pariwisata di kabupaten Karawang bisa dikatakan masih tertinggal cukup jauh jika dibandingkan dengan Wilayah-Wilayah lain. Hal tersebut bisa dilihat dari prasarana dan sarana pariwisata yang kurang mendukung serta belum terlihatnya upaya pemerintah setempat atau pihak yang terkait dalam mengelola dan mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di kabupaten Karawang khususnya wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih.

Selain itu, kerisauan bagi peneliti ketika mengunjungi wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih yaitu kurangnya prasarana perhubungan seperti transportasi umum yang belum tersedia, rambu-rambu penunjuk jalan untuk memudahkan sampai lokasi tujuan serta kurangnya kegiatan pemasaran yang

dilakukan pemerintah dan pengelola dalam mempromosikan tempat wisata tersebut.

Berdasarkan uraian pembahasan diatas, penulis melihat potensi wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih kabupaten Karawang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan lebih luas sebagai tempat wisata pilihan bagi wisatawan khususnya bagi masyarakat kabupaten Karawang. Akan tetapi apakah kurangnya kegiatan pemasaran dari pengelola menjadi penyebab kurangnya angka kunjungan wisatawan yang berkunjung. Dengan demikian penulis ingin melakukan penelitian bagaimana cara pengelola dalam melakukan pemasaran objek wisata tersebut dengan menggunakan pendekatan dari fungsi manajemen POAC yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengaturan), *actuating* (pelaksanaan), *controlling* (pengendalian).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan manajemen pemasaran wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih.
2. Peran wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih bagi masyarakat sekitar.
3. Peran hutan mangrove pantai pasir putih sebagai sarana edukasi dan rekreasi.

4. Strategi pengelolaan manajemen pemasaran wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih yang efektif dan efisien.
5. Bagaimana penerapan *Planning, Organizing, Controlling, Actuating* (POAC) yang dilakukan pengelola terhadap manajemen pemasaran wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka penulis membuat pembatasan masalah penelitian. Pembatasan ini tentang manajemen pemasaran pengelola wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih menggunakan pendekatan fungsi manajemen POAC.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka perumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana hasil penerapan fungsi manajemen POAC dalam melakukan kegiatan pemasaran wisata alam hutan mangrove pantai pasir putih ?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna:

1. Mendapatkan jawaban atas permasalahan yang telah diuraikan diatas.
2. Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pada umumnya dan fakultas ilmu keolahragaan dalam memperluas ilmu di bidang olahraga rekreasi.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pembaca sebagai bahan untuk memperluas wawasan mengenai manajemen pemasaran suatu tempat obyek wisata.
4. Secara akademis, penelitian ini mencoba untuk menambah wawasan berfikir mahasiswa serta mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan.
5. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran yang didapat sehingga dijadikan masukan bagi pengelola atau dinas terkait dalam meningkatkan kunjungan wisatawan khususnya di kabupaten Karawang.

