

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia seperti diketahui merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki berbagai macam potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya. Indonesia memiliki bermacam-macam suku, adat istiadat, dan kebudayaan, karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam dan satwa. Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan didukung sumber daya alam yang beraneka ragam yang berpotensi untuk diolah dan dimanfaatkan untuk objek wisata. Pariwisata adalah satu dari sekian sektor yang menjadi perhatian khusus pemerintah dan penting di Indonesia karena merupakan salah satu penghasil devisa negara (Sefira Ryalita Primadany, 2013:4). Melihat dari letak geografis Puncak Bogor serta keindahan alamnya dengan deretan pegunungan menimbulkan keinginan peneliti untuk mengembangkan pariwisata paralayang. Paralayang merupakan olahraga terbang dan menggunakan kain parasut yang lepas landas dengan kaki untuk tujuan rekreasi dan kompetisi.

Olahraga berbasis rekreasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk bersenang-senang dalam bentuk kegiatan olahraga yang bersifat rekreasi dan mengandung unsur aktifitas fisik. Biasanya olahraga yang berbasis rekreasi berada di alam terbuka dan beberapa olahraga tersebut memerlukan keberanian yang cukup tinggi. Untuk memasukan olahraga tersebut pengelola harus memikirkan

bagaimana cara agar tempat wisata harus berkembang dan populer atau dikenal oleh kebanyakan orang.

Wilayah Indonesia yang berbukit-bukit dan bergunung-gunung sangat potensial bagi perkembangan olahraga paralayang. Iklim tropis yang dimiliki dengan ketinggian 1.300 meter di atas permukaan laut maka suhu udara sangat mendukung olahraga ini. Paralayang Bukit Gantole Puncak berada di kawasan Wisata Gunung Mas, kegiatan paralayang ini didampingi oleh instruktur yang sudah berpengalaman dalam olahraga paralayang. di Indonesia, paralayang berinduk pada organisasi PLGI (Persatuan Layang Gantung Indonesia), dan berada di bawah FASI (Federasi Aero Sport Indonesia). (Sekretariat Klub Merapi, 2021). Lokasi Paralayang Bukit Gantole Puncak ini terbilang sangat strategis untuk dikunjungi dikarenakan lokasinya yang tidak terlalu jauh dari Masjid At-Ta'awun. Paralayang atau biasa orang asing menyebutnya paragliding ini bisa dilakukan oleh setiap orang yang sehat jasmani dan rohani, tidak mengidap epilepsi dan tidak memiliki penyakit jantung, serta tidak takut akan ketinggian. Berat badan bagi tiap peserta antara 20 sampai dengan 85 kg, dan bagi peserta yang memiliki umur kurang dari 18 tahun wajib mendapatkan izin dari orang tua. Paralayang dapat dilakukan ketika cuaca sedang tidak hujan dan kecepatan angin maksimal 20 kilometer per-jam.

Awal mula munculnya olahraga paralayang tidak lepas dari timbulnya rasa keinginan untuk dapat terbang menikmati pemandangan alam bebas dan sebagai ajang perlombaan. Olahraga paralayang muncul di Indonesia pada tahun 1990 yang ditandai dengan berdirinya kelompok terjun Gunung Merapi di Yogyakarta pada

Januari 1990. Pada saat itu, olahraga paralayang lebih dikenal dengan nama terjun gunung. Pendiri klub ini adalah Dudy Arief Wahyudi dan Gendon Subandono (Setiawan et al., 2017). Kini, industri paralayang dan paratrike di Indonesia belum berkembang dengan baik. Hal ini disebabkan oleh belum banyaknya riset tentang pembuatan paralayang atau paratrike, karena komponen yang digunakan harus didatangkan dari luar negeri (import). Akibatnya, alat dan bahan cukup terbilang mahal, tetapi paralayang memiliki potensi yang besar untuk berkembang di Indonesia. Namun, hal ini diperlukan sarana yang tepat agar paralayang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia secara luas. Industri pembuatan paralayang yang belum berkembang dengan baik dapat mempengaruhi perkembangan olahraga paralayang di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh mahalnya harga satu unit paralayang (Pusat Paramotor – Pordirga MICROLIGHT, 2012).

Biaya merupakan kendala utama dalam perkembangan paralayang di Indonesia, karena komponen-komponen pendukungnya harus didatangkan dari luar negeri (import), hal ini disebabkan oleh terbatasnya komponen buatan dalam negeri. Untuk menanggulangi hal ini, diperlukannya riset berkelanjutan tentang paratrike supaya menghasilkan suatu produk dalam negeri dan dapat diterima oleh masyarakat secara luas. Upaya ini diharapkan mampu mengurangi tingginya biaya yang ada di pasaran pada saat ini. Selain itu, permasalahan yang sering terjadi pada konstruksi rangka paratrike yaitu patahnya gandar poros roda pada saat landing. Penyebab utama terjadinya patah pada bagian gandar poros roda paratrike ialah tidak dilengkapinya sistem peredam kejut (suspensi), sehingga beban kejut yang diterima oleh gandar sangat besar hingga mencapai titik kritis dari materialnya.

Kelebihan paralayang adalah mampu menjangkau daerah-daerah yang sulit dijangkau dengan transportasi darat. Selain itu paralayang dapat digunakan untuk alat penjelajahan melalui udara. Walaupun konstruksi frame sederhana, tetapi paratrike tersebut dapat digunakan sebagai transportasi udara seperti aerowista, memantau keadaan hutan, alat bantu olahraga serta alat militer dan alat evakuasi.

Beberapa permasalahan umum yang sering terjadi pada *frame paratrike* adalah harga komponen-komponen pendukungnya cukup mahal karena harus didatangkan dari luar negeri dan belum banyak tersedia komponen buatan dalam negeri sehingga, mengakibatkan harga komponen paratrike menjadi mahal. Gandar sering mengalami kerusakan karena tidak dilengkapi dengan sistem peredam kejut yang baik. Pembengkokkan pada frame utama terjadi karena tidak mampu menahan keseluruhan beban, permasalahan ini muncul pada saat paratrike terbang dengan membawa dua penumpang dan tidak seimbang pada saat terbang karena posisi *center of gravity* tidak tepat. Hal ini, terjadi bila beban pilot tidak sesuai dengan asumsi yang dimasukkan pada saat perancangan dan penyetelan titik *center of gravity*. Solusi dari permasalahan tersebut yaitu dengan merancang, memilih, dan memodifikasi ulang konstruksi frame yang sudah ada di pasaran. Olahraga paralayang ini dapat dikategorikan tidak hanya sebagai wahana rekreasi saja namun dapat menjadi olahraga prestasi. Setelah ajang Asian Games 2018 paralayang semakin populer untuk diminati khususnya pemuda pemudi yang menyempatkan waktunya berlibur untuk mendapatkan sensasi berbeda pada olahraga paralayang ini.

Kemampuan dalam mengelola manajemen pemasaran menjadi ketertarikan untuk dapat diteliti lebih lanjut. Olahraga yang sangat berpotensi menjadi objek wisata ini dapat dikaji lebih dalam. Potensi-potensi dalam berwirausaha dan mengendalikan suatu objek wisata menjadi daya tarik untuk penulis. Perusahaan tempat wisata semakin berkembang seiring berjalanya industri objek wisata paralayang, daya saing dan kemampuan mengembangkan objek wisata paralayang. Ciri khas, karakter, serta relasi yang dikembangkan dalam mencapai tujuan usaha dengan menghubungkan manajemen pemasaran dalam mengelola objek wisata paralayang. Mengembangkan minat para wisatawan baik domestik ataupun mancanegara untuk dapat tertarik dan mencoba objek wisata paralayang yang dianggap penuh adrenalin agar menjadi sebuah objek wisata yang menarik, unik dan aman dilakukan.

Konsep manajemen strategi, yaitu untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi untuk memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang baru yang berbedah untuk masa mendatang atau perencanaan jangka panjang. Kemudian sebaliknya, mencoba untuk mengoptimalkan tren sekarang untuk masa mendatang. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk mencari tahu bagaimana strategi pemasaran objek wisata paralayang Puncak Bogor. Situasi dan kondisi saat ini dimana wabah virus covid-19 terjadi dimana-mana dan dampak dari

adanya virus covid-19 ini terhadap ekonomi semua masyarakat dan pengaruhnya khususnya terhadap objek wisata paralayang Puncak Bogor ini.

Biaya paralayang relatif cukup mahal untuk memainkan olahraga ini maka tak banyak pula alat dan kelengkapan yang dimiliki oleh pengelola objek wisata paralayang di Puncak Bogor. Hal ini sangat berdampak pada manajemen pengelolaan sebuah tempat wisata agar dapat tumbuh dan semakin berkembang untuk kemajuan industri pariwisata daerah tersebut terlebih paralayang termasuk salah satu bentuk olahraga rekreasi dan prestasi. Manajemen strategi atau juga biasa disebut manajemen strategi menurut (Isnati dan Fajriansyah (2019) bahwa manajemen strategi adalah proses perencanaan, implementasi, serta pengendalian satu strategi organisasi, dan juga menentukan misi dan tujuan organisasi tersebut yang berkaitan dengan lingkungan eksternalnya. Terdapat beberapa definisi dari manajemen strategi, salah satunya terdapat dari (Wheelen dan Hunger (dalam Isnati & Fajriansyah, 2019) yang mengemukakan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, yang mana manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang), evaluasi, dan pengendalian.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa belum terdapat penelitian yang komprehensif pada perusahaan objek wisata yang survive (bertahan) di tengah pandemi Covid 19. Dengan demikian maka penelitian ini memiliki keterbaruan menyangkut substansi yang meliputi analisis strategi pemasaran pada era *new*

normal, yaitu khususnya elemen bauran dari segi harga, promosi, produk, dan tempat.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis mengidentifikasi masalah yang akan menjadi pokok bahasan, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut. Strategi pemasaran objek wisata paralayang Puncak Bogor pada masa covid-19. Dalam pengelolaan objek wisata paralayang Puncak Bogor pada masa covid-19 mendapatkan tantangan agar tetap bertahan, belum banyak tersedianya komponen-komponen buatan dalam negeri, sehingga harga satu unit paralayang tersebut cukup mahal yang berdampak pada strategi pemasaran objek wisata. Penerapan prokes yang dianjurkan Satgas Covid berdampak pada olahraga paralayang dan pemasaran objek wisata paralayang Puncak Bogor.

C. Pembatasan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah agar tidak terlalu luas dan lebih jauh maka permasalahan ini dibatasi pada masalah yang akan diteliti adalah mengenai analisis strategi pemasaran objek wisata paralayang puncak bogor pada masa covid-19.

D. Perumusan masalah

Sehubungan dengan latar belakang yang ada maka penulis merumuskan judul sebagai berikut “Analisis Strategi Pemasaran Objek Wisata Paralayang Puncak Bogor Pada Masa Covid-19”.

Bagaimanakah strategi pemasaran objek wisata paralayang Puncak Bogor pada masa covid-19?

E. Kegunaan penelitian

Peneliti berharap penelitian ini berguna untuk :

1. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa fakultas ilmu keolahragaan universitas negeri Jakarta.
2. Memberikan kontribusi penelitian terhadap Universitas dan pada industri pariwisata dan olahraga rekreasi.
3. Memberikan informasi tentang strategi pemasaran sebuah objek wisata pada masa covid-19

