

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan sektor pariwisata sebagaimana kedudukannya sekarang ini merupakan salah satu sektor unggulan dalam perekonomian nasional yang senantiasa perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Jika ditinjau dari aspek sosial ekonomi dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, perluasan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan pemerintah, peningkatan penerimaan devisa meningkatkan kewirausahaan nasional dan turut mendorong pembangunan daerah.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan ditegaskan bahwa pembangunan pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam Perhubungan bangsa Indonesia. Dalam menghadapi perubahan global dan penguatan hak pribadi masyarakat untuk menikmati waktu luang dengan berwisata, perlu dilakukan pembangunan kepariwisataan yang bertumpu pada keanekaragaman, keunikan, dan ciri khas bangsa dengan tetap menempatkan kebhinekaan sebagai suatu yang hakiki dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia. Ditegaskan pula dalam pasal 28 bahwa pemerintah berwenang untuk melakukan dan memfasilitasi promosi wisata nasional.

Wisata memiliki pengertian yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara¹. Sedangkan untuk daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam suatu daerah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Pariwisata berperan dalam upaya meningkatkan jati diri bangsa dan mendorong kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap kekayaan alam dan budaya bangsa dengan memperkenalkan kekayaan alam dan budaya. Untuk mendatangkan wisatawan, baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata harus menawarkan potensi apa saja atau fasilitas apa saja yang dimiliki di daerah tersebut misalnya jasa transportasi, jasa makanana dan minuman, penyediaan akomodasi serta penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi³. Ini semua akan menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan yang akan berkunjung atau berwisata ke daerah tujuan wisata tersebut.

Adanya keterbukaan untuk memberitahu kepada wisatawan tentang apa saja yang menjadi potensi di daerah tujuan wisata tersebut menjadi hal yang menarik untuk dicermati bagi wisatawan nusantara ataupun wisatawan

mancanegara untuk berkunjung. Hal ini juga merupakan ajang promosi bagi daerah tujuan wisata tersebut dan hal ini pula juga yang dapat mendatangkan devisa atau pemasukan bagi perkembangan ekonomi pariwisata di Indonesia. Kegiatan promosi sendiri dalam dunia pariwisata saat ini untuk Indonesia sangat mendukung pembangunan pariwisata yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, serta berperan dalam mengentaskan kemiskinan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Dalam hal ini Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata membuat suatu kebijakan untuk mengatur tentang kegiatan promosi ini yang berdampak bagi destinasi pariwisata di Indonesia khususnya di daerah-daerah tujuan wisata lainnya. Sejalan dengan hal di atas jelas bahwa untuk mengembangkan pariwisata diperlukan peran pemerintah khususnya Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informasi untuk mempromosikan potensi-potensi wisata di daerah karena pariwisata merupakan bagian integral dari perencanaan pembangunan wilayah regional dan nasional. Promosi adalah kegiatan memberitahukan produk atau jasa yang hendak ditawarkan kepada calon konsumen/wisatawan yang dijadikan target pasar. Kegiatan promosi idealnya dilakukan secara bekesinambungan melalui beberapa media yang dianggap efektif dapat menjangkau pasar, baik cetak

maupun elektronik, namun pemilihannya sangat tergantung pada target pasar yang hendak dituju.

Menurut Bahar (2002:103) bahwa promosi penjualan adalah setiap kegiatan bukan tatap muka yang berhubungan dengan promosi penjualan, tetapi seringkali mencakup periklanan. Dimana dalam kegiatan promosi adalah setiap upaya *marketing* yang fungsinya untuk memberikan informasi atau meyakinkan para konsumen yang potensial mengenai kegunaan suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk mendorong konsumen baik melanjutkan atau memulai pembelian pada harga tertentu. Melalui kegiatan promosi pihak pemerintah bisa membuka peluang usaha untuk mengelola dana, harta kekayaan, dan untuk mencari laba. Sejalan dengan teori tersebut maka pihak pemerintah melalui Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika dapat melakukan strategi promosi untuk merealisasikan tujuan promosi wisata yang akan diselenggarakan dalam jangka menengah, yaitu dalam satu sampai dengan tiga tahun ke depan.

Kegiatan promosi wisata sama halnya dengan promosi pemasaran pada umumnya dengan memperhatikan tingkat efektifitas kegiatan promosi. Menurut Kotler (2005) dalam pengembangan promosi yang efektif harus bisa mengidentifikasi target pasar, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, menyelesaikan saluran komunikasi, menetapkan jumlah anggaran promosi, menentukan alat promosi, mengukur hasil promosi, serta mengelola dan mengkoordinasi proses komunikasi. Dengan melakukan hal-hal tersebut

maka kegiatan promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang dan berdampak pada tambahan penerimaan asli daerah, serta mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata.

Provinsi Gorontalo sebagai salah satu daerah yang lagi berkembang dan memiliki potensi wisata harus bisa menjadikan daerah ini sebagai tujuan wisata regional, nasional maupun internasional. Berdasarkan data yang didapatkan dari Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika Provinsi Gorontalo bahwa pada tahun 2013 jumlah kunjungan wisatawan yang datang belum mencapai target kunjungan yang ditetapkan setiap tahunnya yakni 250.000 orang/tahun. Untuk lebih jelasnya data kunjungan wisatawan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Gorontalo
Tahun 2013

| NO | NAMA WILAYAH | JUMLAH KUNJUNGAN | | TOTAL | LAMA TINGGAL (HARI) |
|--------------|---------------------------|------------------|-------------|----------------|---------------------------|
| | | WISNUS | WISMAN | | |
| 1 | KOTA GORONTALO | 37,267 | 1,276 | 38,543 | 3 s.d 5 |
| 2 | KABUPATEN GORONTALO | 30,330 | 61 | 30,391 | 1 s.d 3 |
| 3 | KABUPATEN POHUWATO | 8,060 | 11 | 8,071 | 1 |
| 4 | KABUPATEN BOALEMO | 48,188 | 25 | 48,213 | 1 s.d 2 |
| 5 | KABUPATEN BONE BOLANGO | 31,978 | 179 | 32,157 | |
| 6 | KABUPATEN GORONTALO UTARA | 7,431 | 130 | 7,561 | |
| TOTAL | | 163,254 | 1682 | 164,936 | |

Catatan : Sumber Data Dinas Pariwisata Kabupaten/Kota Se-Prov Gorontalo

Mencermati data pada tabel di atas nampak bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) paling banyak di Kabupaten Boalemo yakni

berjumlah 48.188 orang sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara paling banyak di Kota Gorontalo yakni berjumlah 1.276. Total kunjungan wisatawan pada tahun 2013 yakni berjumlah 136.936 orang atau (56%) dari target kunjungan yang ditetapkan yakni 250.000 orang/tahun. Data ini menunjukkan bahwa pada tahun 2013 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Gorontalo tidak mencapai target yang ditetapkan. Dari hasil observasi diketahui bahwa di Gorontalo terdapat beberapa tempat yang dapat dipromosikan oleh Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika sebagai tempat tujuan wisata diantaranya adalah objek wisata taman laut olele, pulau saronde, pentadio resort, pantai botutonuo, desa wisata torsiaje, pemandian air panas lombongo, hutan nantu dan museum pendaratan Soekarno seharusnya bisa dijadikan salah satu kota tujuan wisatawan.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis ingin melakukan kajian lebih lanjut dengan mengangkat judul penelitian yakni : “Upaya Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika Dalam Mempromosikan Gorontalo sebagai Tujuan Wisata”

1.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yakni:

- a. Rendahnya wisatawan yang datang berkunjung ke Gorontalo.
- b. Kurangnya upaya pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata Komunikasi dan Informatika untuk mempromosikan Gorontalo sebagai tujuan wisata.

1.3 Rumusan Masalah

Gorontalo yang memiliki daya tarik wisata seperti Benteng Otanaha, Taman Laut Olele, Pulau Saronde, Pentadio Resort, Suku Bajo di Torsiaje, Pemandian Air Panas Lombongo, Hutan Nantu dan Museum Pendaratan Soekarno seharusnya bisa dijadikan salah satu kota tujuan wisatawan. Namun pada kenyataannya berdasarkan data yang diperoleh dari Dishubparkominfo Provinsi Gorontalo jumlah kunjungan wisatawan hanya mencapai 56% dari target kunjungan pertahun yakni 250.000 orang. Salah satu penyebab rendahnya kunjungan wisatawan ke Gorontalo karena kurangnya perhatian pemerintah untuk melakukan kegiatan promosi tempat wisata di daerah dan minimnya anggaran untuk melakukan perbaikan fasilitas wisata.

Sejalan dengan hal tersebut maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah upaya Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika dalam mempromosikan Gorontalo sebagai Tujuan Wisata

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Untuk mendeskripsikan upaya Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi Informasi dalam mempromosikan Gorontalo sebagai tujuan wisata.
- b. Untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika dalam mempromosikan Gorontalo sebagai tujuan wisata.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dapat menambah wawasan bagi mahasiswa jurusan pariwisata khususnya konsentrasi bina wisata tentang cara mempromosikan produk wisata sesuai dengan teori-teori yang digunakan oleh para ahli.

b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan atau saran kepada instansi pemerintah yakni Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika sehingga lebih inovatif dalam mempromosikan Gorontalo sebagai tujuan wisata .