

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam sektor pariwisata, pemasaran jasa memainkan peranan kritical dalam memastikan kesuksesan bisnis, dengan promosi sebagai komponen esensial dalam bauran pemasaran. Philip Kotler menjelaskan bahwa pemasaran jasa melibatkan beberapa tantangan unik karena sifat jasa yang tidak terlihat, tidak dapat disentuh, dan sering kali sangat bergantung pada pengalaman personal konsumen. Oleh karena itu, promosi dalam pemasaran jasa harus dirancang untuk secara efektif mengkomunikasikan nilai jasa kepada konsumen, menumbuhkan kepercayaan, dan mempengaruhi persepsi mereka (**Kotler & Keller, 2018:97**).

Bauran promosi dalam pariwisata mencakup penggunaan berbagai teknik seperti periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan pemasaran digital untuk menarik perhatian dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Menurut **Kotler & Keller (2018:62)**, kegiatan promosi bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan meyakinkan pelanggan tentang nilai produk atau layanan. Ini sangat penting untuk menghadapi persaingan global yang semakin meningkat di sektor pariwisata.

Pariwisata, sebagai salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang, memberikan kontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Aktivitas pariwisata, yang secara langsung melibatkan masyarakat lokal, tidak hanya memperkaya pengalaman wisata tetapi juga menghasilkan manfaat ekonomi yang

signifikan. Ini mencakup penciptaan pekerjaan, peningkatan pendapatan, dan pembangunan infrastruktur.

Menurut **Wesnawa (2022)**, integrasi pariwisata dengan sektor ekonomi lain menegaskan peranan penting pariwisata sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi regional. Strategi promosi yang efektif dalam pemasaran pariwisata harus mencakup kegiatan yang meningkatkan kesadaran, membangun minat, dan menghasilkan keputusan kunjungan. Hal ini terutama penting dalam menghadapi persaingan global yang semakin meningkat di sektor pariwisata. Strategi promosi yang berhasil dapat membantu memperluas pengaruh ekonomi pariwisata, membawa dampak positif yang luas bagi daerah tersebut, dari meningkatkan pendapatan asli daerah hingga memperbaiki standar hidup masyarakat lokal.

Perkembangan sektor pariwisata sendiri di Indonesia belakangan ini telah memberikan sumbangan yang sangat signifikan terhadap penerimaan devisa, tidak hanya memberikan sumbangan terhadap penerimaan devisa, pariwisata juga memberikan kontribusi yang besar terhadap terciptanya peningkatan kesempatan berwirausaha, dan beragam pekerjaan lainnya. Salah satunya adalah, Kabupaten Garut berupaya dalam meningkatkan pendapatan pada sektor pariwisata (**Tetep et al., 2021**).

Kabupaten Garut berupaya meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata dengan fokus pada peningkatan infrastruktur dan promosi destinasi wisata seperti Pantai Santolo, yang terletak di Kecamatan Cikelet dan dikenal dengan keindahan alamnya. Pantai Santolo adalah salah satu pantai di daerah Garut Selatan tepatnya

terletak di Kecamatan Cikelet, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Perkembangan daya tarik wisata di kabupaten Garut, utamanya pantai Santolo diharapkan dapat meningkatkan pengelolaan yang baik dalam hal pengelolaan lokasi pantai sebagai upaya meningkatkan jumlah wisatawan.

Apabila jumlah kunjungan wisata Pantai Santolo meningkat, maka tentunya akan berdampak pada Peningkatan Asli Daerah (PAD) dan mengangkat perekonomian daerah setempat. Sehingga peningkatan jumlah kunjungan wisatawan telah menjadi hal penting dan seharusnya menjadi prioritas dikarenakan agar dapat meningkatkan pembangunan fasilitas penunjang kepariwisataan. Demikian pula halnya dengan Pantai Santolo membutuhkan strategi promosi untuk menjawab tantangan di dalam mengembangkan sarana rekreasi wisata untuk menarik minat wisatawan mengunjungi Pantai Santolo di Kabupaten Garut **(Sudariswan et al., 2023)**.

Berdasarkan pengamatan awal, Pantai Santolo belum terlalu diminati oleh wisatawan karena masih terbatasnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan pengelola, terbatasnya fasilitas dan sulitnya aksesibilitas ke tempat wisata, serta terbatasnya wahana dan atraksi. Hal ini membuat minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Santolo belum sebanding dengan objek wisata lainnya di Indonesia.

Kurangnya promosi dan belum adanya strategi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan pengelola wisata pantai Santolo menjadikan pantai Santolo kurang dikenal luas oleh masyarakat. Potensi yang dimiliki oleh pantai Santolo

sangat besar dalam menarik minat berkunjung wisatawan. Hal tersebut seharusnya menjadi perhatian bagi pihak pengelola wisata Pantai Santolo untuk meningkatkan minat dan kepercayaan wisatawan dalam mengunjungi pantai Santolo. Menurut pengakuan warga lokal yang sempat diwawancarai di daerah wisata Pantai Santolo menyatakan bahwa kunjungan pantai Santolo menurun setiap tahunnya, terutama pada tahun 2021. Hal tersebut tentu terkesan mengalami penurunan apabila dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, utamanya pada tahun 2020 di mana Pantai Santolo berhasil mendapatkan 105,814 pengunjung.

**Tabel 1. 1**  
**Rekapitulasi Jumlah Kunjungan Pantai Santolo Dinas Pariwisata**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
2019	282,333
2020	105,814
2021	17,366
2022	18,946
2023	45,571

Sumber: Disparbud Kabupaten Garut (2024)

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Bauran Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut (Studi Kasus Objek Wisata Pantai Santolo)”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan pembatasan mengenai objek penelitian yang diangkat. Adapun manfaatnya ialah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Penentuan fokus penelitian adalah berasal dari variabel penelitian yaitu bauran promosi pariwisata. Peneliti hanya akan fokus pada bauran promosi pariwisata Pantai Santolo Kabupaten Garut.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran umum Pantai Santolo Kabupaten Garut?
2. Bagaimana bauran promosi yang dilakukan di Pantai Santolo Kabupaten Garut?
3. Bagaimana hambatan dan upaya apa saja yang dilakukan dalam bauran promosi di Pantai Santolo Kabupaten Garut?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran umum Pantai Santolo Kabupaten Garut?
2. Untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan di Pantai Santolo Kabupaten Garut.
3. Untuk mengetahui hambatan dan upaya apa saja yang dilakukan dalam bauran promosi di Pantai Santolo Kabupaten Garut?

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang strategi promosi dan dapat dipakai sebagai dasar untuk penelitian dan pembelajaran selanjutnya pada Pantai Santolo memberikan manfaat baik untuk kepuasan konsumen terhadap tempat yang ada di Kabupaten Garut.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Bagi Peneliti**

Menambah pengetahuan, pengalaman, keterampilan dalam mempraktikan ilmu pengetahuan yang didapat saat perkuliahan khususnya pada penerapan strategi promosi yang efektif dan efisien.

## 2. Bagi Pengelola Pantai Santolo

Penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi pengelola Pantai Santolo dalam mengembangkan wisata Pantai Santolo, serta mengetahui strategi promosi yang dibutuhkan sehingga kunjungan wisatawan di objek wisata Pantai Santolo dapat meningkat, dan juga sebagai referensi untuk melakukan inovasi di objek wisata Pantai Santolo.

## 3. Bagi Universitas Pasundan

Adapun manfaat bagi universitas pasundan adalah untuk menambah referensi karya ilmiah pada perpustakaan universitas dan juga untuk rujukan, perbandingan atau literatur bagi penulis selanjutnya.

## **1.6 Lokasi Dan Lamanya Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Peneliti memilih Pantai Santolo yang berlokasi di Kabupaten Garut sebagai lokasi meneliti proposal dan skripsi. Pantai Santolo adalah salah satu objek wisata yang berada di Kabupaten Garut yang memiliki banyak keindahan.

### 1.6.2 Lamanya Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai dari pengumpulan data-data pengelolaan hingga pelaporan, yang telah dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2024.

**Tabel 1. 2**  
**Jadwal Kegiatan**

No	KET	TAHUN																																			
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
<b>TAHAP PENERAPAN</b>																																					
1	Penjajakan																																				
2	Studi Kepustakaan																																				
3	Pengajuan Judul																																				
4	Penyusunan Usulan Penelitian																																				
5	Seminar Usulan Penelitian																																				
<b>TAHAP PENELITIAN</b>																																					
1	Pengumpulan Data																																				
	a. Dokumentasi																																				
	b. Wawancara																																				
	c. Observasi																																				
	d. Studi Kepustakaan																																				
2	Pengolahan Data																																				
3	Analisis Data																																				
<b>TAHAP PENYUSUNAN</b>																																					
1	Pembuatan Laporan																																				
2	Perbaikan Laporan																																				
3	Sidang Skripsi																																				

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2024)

