

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pariwisata merupakan suatu perjalanan dari satu tempat menuju tempat lain yang bersifat sementara. Pariwisata dilakukan seseorang untuk sekedar menyegarkan pikiran setelah bekerja dengan memanfaatkan waktu libur mereka. Industri pariwisata di Indonesia tidak sedikit memberi peran penting bagi perekonomian Indonesia karena dapat berpengaruh bagi devisa negara sehingga pendapatan negara meningkat. Selain dapat menambah devisa negara, pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, terutama masyarakat di sekitar objek wisata tersebut.¹ Adanya para pedagang-pedagang kecil seperti pedagang makanan kecil, souvenir, penyewaan, dan sebagainya dapat mengurangi pengangguran serta kemiskinan.

Adanya pemberlakuan UU No. 32 Tahun 2004 tentang pemberian kewenangan secara luas pada pemerintah daerah untuk mengelola wilayahnya dengan semaksimal mungkin, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah.² Keputusan ini harus ditindak lanjuti dengan

¹Hellen Angga dan Soemanto, "Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar", *Jurnal Sosiologi* Vol. 3, No. 1, 2017, 34-35, diakses pada laman <https://jurnal.uns.ac.id> tanggal 18 September 2022, jam 03.51 WIB.

²I Gusti Ayu Wisyarini, "Dampak Pengembangan Sarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Di Wisata Alam Air Panas Angseri, Tabanan", *Jurnal Destinasi Pariwisata* Vol. 6, No. 2, 2018, 44, diakses pada laman <https://ojs.unud.ac.id> tanggal 19 September 2022, jam 17.05 WIB.

memikirkan dan mengusahakan serta membenahi potensi obyek dan daya tarik wisata.

Dari sudut pandang sosial, kegiatan pariwisata akan mampu memperluas kesempatan kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Sedangkan dari sudut pandang ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi tiket masuk, parkir. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.³

Kabupaten Kediri merupakan salah satu kabupaten yang ada di Indonesia. Dengan luas sekitar 1.386.05 km² atau sekitar 138.605 Ha, Kabupaten Kediri memiliki 26 Kecamatan. Salah satunya adalah Kecamatan Ngadiluwih, yang memiliki beberapa daya tarik tersendiri. Diantaranya adalah kuliner dan wisata sumber mata air nya. Penulis memfokuskan wisata sumber mata air sebagai objek penelitian, maka peneliti hanya mengambil data yang berkaitan dengan wisata sumber air di Kecamatan Ngadiluwih pada tahun 2022.

³Angga dan Soemanto, Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam ,41.

Tabel 1.1
Daftar Wisata Air di Kecamatan Ngadiluwih⁴

No.	Nama Wisata	Alamat	Rating	Ulasan
1.	Sumber Sugih Waras	Jl. Thamrin, Krajan, Dukuh, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri, Jawa Timur.	4,3/5 bintang	1.011 ulasan
2.	Sumber Ngadiloyo	Jl.H. Abd. RochimNo. 68, Ngadiloyo, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri, Jawa Timur.	4,2/5 bintang	311 ulasan
3.	Sumber Bedug	Rembang Kepuh, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri, Jawa Timur.	4,3/5 bintang	50 ulasan

Sumber: *Google Maps*, 2002.

Dari tabel 1.1, dapat diketahui terdapat 3 objek wisata air terpopuler di Kecamatan Ngadiluwih. Dari ketiga tempat wisata air tersebut rating dan ulasan terbaik dimenangkan oleh Wisata Sumber Sugih Waras dengan rating 4,3 serta 1.011 ulasan. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi ke lapangan untuk meyakinkan data yang telah didapatkan dari ulasan yang tersedia di *google maps*. Kemudian penulis mengambil data diatas sebagai perbandingan, dengan alasan wisata sumber air tersebut menjadi tempat yang banya digemari dan setara untuk dibandingkan dengan lokasi yang saling berdekatan.berikut merupakan tabel perbedaan dan persamaan wisata sumber air disekitar Kecamatan Ngadiluwih.

⁴ “Wisata air di Kecamatan Ngadiluwih,” diakses pada tanggal 14 April 2022, <https://maps.google.co.id>

Tabel 1.2
Perbedaan dan Persamaan Wisata Sumber Mata Air⁵

No.	Nama Wisata	Fasilitas	Tiket Masuk
1.	Wisata Sumber Sugih Waras	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber Mata Air - Kolam Renang Buatan - Area Outbond - Musholla - Toilet - Pujasera - Gazebo Yang Luas - Camp Ground - Panggung Hiburan - Parkir Yang Luas - Spot Foto - Rumah Apung - Terapi Ikan 	<p>Hari Libur Tanpa Pertunjukan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiket Anak Rp.5000,- - Tiket Dewasa Rp. 7000,- <p>Hari Libur Dengan Pertunjukan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiket Anak Rp. 7000,- - Tiket Dewasa Rp. 10.000,- <p>Hari Biasa (<i>Weekday</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiket Dewasa/Anak Rp. 5000,-
2.	Sumber Ngadiloyo	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber Mata Air 	-
3.	Sumber Bedug	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber Mata Air - Toilet 	-

Sumber: Hasil Observasi Peneliti Dengan Pengelola Masing-Masing Sumber Mata Air.

Jika dilihat dari tabel perbedaan dan persamaan 1.2 dapat terlihat bahwa Wisata Sumber Sugih Waras memiliki fasilitas yang lebih unggul dibandingkan dengan Wisata Sumber Air lain yang berada di Kecamatan Ngadiluwih. Jika dilihat berdasarkan ulasan yang mencapai 1000 lebih serta fasilitas yang ada maka penulis memilih lokasi tersebut sebagai lokasi penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti, Wisata Sumber Sugih Waras adalah sebuah wisata air yang dikelola oleh pemerintah desa setempat.

⁵ Observasi, di Wisata air Kecamatan Ngadiluwih, 15 April 2022.

Karyawan yang bekerja di wisata Sumber Sugih Waras ini adalah semuanya tinggal di sekitar tempat kerjanya yaitu warga Desa Dukuh Kecamatan Ngadiluwih. Persaingan dalam bisnis wisata saat ini sangatlah ketat. Saat ini di Kabupaten Kediri sudah banyak wisata-wisata alam maupun buatan yang tentunya mempunyai keunggulan tersendiri. Hal tersebut berarti akan bertambah banyak para pesaing di sektor pariwisata. Proses dalam perencanaan strategi dalam suatu bisnis harus mempunyai langkah-langkah yang tepat mulai dari visi, misi, tujuan, kebijakan, analisa yang tepat serta sasaran strategi yang unggul dalam pemasarannya. Keunggulan-keunggulan dari masing-masing wisata juga harus diaplikasikan secara baik dan tepat supaya dapat menarik para pengunjung.

Tabel 1.3

**Jumlah Pengunjung Wisata Sumber Sugih Waras
Tahun 2018-Sekarang⁶**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2018	42. 501
2019	59. 394
2020	18.551
2021	5.424
2022	60.090

Sumber: Buku Rekapitulasi Jumlah Pengunjung Milik Wisata Sumber Sugih Waras.

Berdasarkan tabel 1.3 dapat terlihat bahwa setiap tahun jumlah pengunjung Wisata Sumber Sugih Waras mengalami kenaikan pada tahun 2018 ke tahun 2019. Namun pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan secara

⁶Observasi, di Wisata air Kecamatan Ngadiluwih, 18 April 2022.

drastis diakibatkan adanya pandemi covid-19 dimana mengharuskan semua sektor pariwisata dihentikan total. Pada tahun 2022 pemerintah telah memperbolehkan sektor wisata untuk dapat beroperasi kembali namun tetap dengan aturan-aturan mengenai pembatasan kegiatan. Dengan diperbolehkannya wisata untuk beroperasi menimbulkan kelonjakan jumlah pengunjung. Menurut pengamatan hal ini terjadi karena keinginan pengunjung untuk berwisata yang sempat terhalang selama 2 tahun sudah mulai normal lagi dan berdampak baik bagi Wisata Sumber Sugih Waras ini.

Walaupun musim pandemi telah berlalu namun pengaruhnya tetap dirasa sampai saat ini terutama dalam sektor wisata. Berbagai usaha untuk mempromosikan wisata juga telah ditempuh agar tidak terjadi penurunan jumlah pengunjung yang sangat drastis. Dalam strategi promosi sangat dibutuhkan untuk melakukan evaluasi lingkungan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT disini bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar bisnis kepariwisataan ini khususnya menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan Analisa SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan bahan pembanding dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang⁷. Sehingga dengan adanya permasalahan seperti diatas yang sudah dijelaskan perlu adanya strategi-strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT agar dapat menarik minat pengunjung sebagai upaya meningkatkan jumlah pengunjung dan dapat lebih unggul dalam persaingan dengan wisata lain.

⁷Iqbal Arraniri, *Manajemen Strategi* (Sukabumi: CV Al-Fath Zumar, 2014), 29.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang di harapkan apat memecahkan suatu permasalahan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakesses*) dan ancaman (*threats*).⁸ Jadi, teori ini sangat membantu dalam perkembangan bisnis terutama dalam usaha peningkatan jumlah pengunjung yang ada di Wisata Sumber Sugih Waras, apalagi sekarang persaingan bisnis yang semakin ketat dan global. Apalagi Wisata Sumber Sugih Waras bukan hanya sumber mata air satu-satunya yang ada di wilayah tersebut. Namun Wisata Sumber Sugih Waras adalah sumber mata air yang berhasil dikelola oleh pemerintah Desa Dukuh. Jadi adanya sumber mata air lain yang berada di wilayah Ngadiluwih kemungkinan akan dapat menjadi pesaing apabila nanti pemerintah Desa nya sudah siap mengelola sumber mata air yang lain tersebut. Maka dari itu penerapan strategi harus lebih dimaksimalkan agar Wisata Sumber Sugih Waras tetap lebih unggul dibanding wisata sumber mata air yang lainnya. Namun dalam islam segala persaingan usaha harus dilakukan dengan sehat. Islam merupakan agama yang sempurna, yang memberikan petunjuk kepada hambanya untuk beraktivitas setiap harinya tidak terkecuali dalam permasalahan persaingan usaha. Oleh karena itu dalam merumukan strategi pemasaran tidak boleh melanggar ajaran islam.⁹

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Upaya**

⁸ Ibid., 30.

⁹ Sulistyowati, “Rancang Bangun dan Nilai Dasar Universal,” *Ishtithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah 1*, No. 2 (2017), 148.

Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus pada Wisata Sumber Sugih Waras, Ngadiluwih, Kediri)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah penelitian, yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung Wisata Sumber Sugih Waras, Ngadiluwih, Kediri?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung Wisata Sumber Sugih Waras, Ngadiluwih, Kediri melalui analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung Wisata Sumber Sugih Waras, Ngadiluwih, Kediri?
2. Untuk menjelaskan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung Wisata Sumber Sugih Waras, Ngadiluwih, Kediri melalui analisis SWOT?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi mahasiswa dan semua pihak yang tertarik dengan strategi pengembangan wisata khususnya dalam meningkatkan jumlah kunjungan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Melalui penelitian ini apabila kawasan wisata sudah ramai pengunjung maka juga berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan pendapatan masyarakatnya.

b. Bagi Pemerintah Desa Dukuh

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk adanya peningkatan jumlah pengunjung wisata yang ada di desa.

c. Bagi penulis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menerapkan ilmu yang sudah didapat dari akademik dan lapangan untuk dapat dimanfaatkan dalam masyarakat sekitar nantinya.

E. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka pada penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu untuk meninjau keterkaitan penulis dengan penelitian sebelumnya. Peninjauan ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan dan persamaan dari penelitian terdahulu sehingga tidak akan terjadi plagiasi karya.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Imroatun Nafi'ah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri tahun 2017 dengan judul "*Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Canggu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri*".

Temuan dari penelitian ini adalah diukur menggunakan analisis SWOT kekuatan dan peluang yang dimiliki BMT Artha Buana lebih besar dibandingkan faktor kelemahan dan ancaman. Sehingga dalam perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT, BMT Artha Buana dapat menggunakan strategi SO yang meliputi menyediakan yang dibutuhkan

nasabah dengan memberikan inovasi pelayanan dan produk, membangun kepercayaan, penyedia fasilitas, dan lokasi yang strategis.¹⁰ Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan akan adalah sama dalam analisis suatu permasalahan untuk mengembangkan suatu perusahaan yaitu menggunakan analisis SWOT. Sedangkan perbedaannya adalah jika analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan agar unggul dalam bersaing, jika penelitian yang dilakukan penulis analisis SWOT digunakan untuk menaikkan jumlah pengunjung. Strategi yang tepat agar unggul dalam persaingan dalam penelitian ini adalah terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan menambah sarana dan prasarana, melakukan inovasi produk sesuai kebutuhan nasabah, dan melakukan sosialisasi agar masyarakat mengetahui keberadaan BMT Artha Buana.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Ali Asyad Abdillah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri tahun 2022 dengan judul “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bibit Tanaman Hutan dan Buah-Buahan (Studi Kasus Di CV. Agro Bibit Kabupaten Nganjuk)*”.

Temuan dari penelitian ini adalah sistem pemasaran yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Agro Bibit Kabupaten Nganjuk adalah menggunakan sistem pemasaran online. Kemudian untuk kendala dalam pemasaran yaitu banyaknya kompetitor yang memasang harga dengan tidak normal.¹¹ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama

¹⁰Imroatus Nafi'ah, “Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Cangu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri”, (*Skripsi*: IAIN Kediri, 2017), diakses pada laman <https://etheses.iainkediri.ac.id/3888/>, pada tanggal 25 September 2022, jam 12.46 WIB.

¹¹Ali Arsyad Abdillah, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bibit Tanaman”, (*Skripsi*: IAIN Kediri, 2022), diakses pada laman <https://etheses.iainkediri.ac.id/3888/>, pada tanggal 25 September 2022, jam 13.02 WIB.

merumuskan mengenai strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah konsumen. Sedangkan perbedaannya jika pada penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran, kendala pemasaran, dan solusi terhadap adanya kendala tersebut, namun dalam penelitian yang penulis lakukan berfokus pada bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh objek penelitian dan bagaimana strategi pemasaran jika dianalisis melalui analisis SWOT.

3. Penelitian oleh Santi Melansari, I Nyoman Sujana, dkk. Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2018 dengan judul “*Analisis SWOT Pada Hotel Banyualit Singaraja*”.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, kekuatan yang dimiliki Hotel Banyualit Singaraja meliputi fasilitas hotel yang lengkap dan memadai, harga yang kompetitif, lokasi strategis, bersih dan nyaman, karyawan ramah. Kelemahannya adalah promosi yang belum efektif, peluang yang diperoleh adalah pelanggan yang tetap, kondisi alam yang menjadi daya tarik sedangkan ancamannya adalah adanya hotel yang serupa disekitaran Kawasan Hotel Banyualit Singaraja.¹² Persamaan dari penelitian ini adalah penggunaan analisis SWOT dalam merumuskan permasalahan penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode pendekatan yang digunakan penulis adalah kualitatif sedangkan penelitian terdahulu adalah kuantitatif. Objek dan waktu yang digunakan penulis berbeda dengan penelitian terdahulu. Selain itu fokus peneliti terdahulu

¹²Santi Melasari, I Nyoman Sujana, dkk, “Analisis SWOT Pada Hotel Banyualit Singaraja”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 10 No. 2, 2018, diakses pada laman <http://ejournal.undiksha.ac.id> ,pada tanggal 25 September 2022, jam 14.40 WIB.

tidak membahas secara islam di dalamnya dan juga menambahkan alternatif strategi kedepannya sedangkan dalam penelitian penulis membahas SWOT sebagai sarana pemasaran secara islam dan fokus pada strategi pertumbuhan pengunjung setelah adanya pandemi.

4. Penelitian oleh Dedy Riantoro dan Johny Aninam Mahasiswa Universitas Papua tahun 2021 dengan judul “*Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari*”.

Dari hasil analisis menggunakan matriks IFAS dan EFAS, QSPM dan Matriks SWOT strategi yang agresif sangat diperlukan untuk mengembangkan obyek wisata ini, dengan cara memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki, Adapun strategi pengembangannya adalah menjalin Kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat, menggunakan sdm masyarakat lokal, dan memanfaatkan potensi segmen pasar wisata lokal.¹³ Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT dalam pemecahan permasalahan penelitian. Sedangkan perbedaannya tertelak pada fokus penelitian. Jika penelitian yang penulis lakukan berfokus pada strategi pertumbuhan kunjungan secara umum sedangkan di penelitian terdahulu berfokus pada pengembangan tempat wisata.

5. Penelitian oleh Anissa Mayang Indri Astutidan Shinta Ratnawat, Mahasiswa Universitas Tidar tahun 2020, dengan judul “*Analisis SWOT*

¹³Dedy Riantoro, Johny Animan, “Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 15, No. 1, 2021, diakses pada laman <https://journal.feb.unipa.ac.id> pada tanggal 24 September 2022, jam 13.45 WIB.

Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)”.

Berdasarkan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa lokasi kantor pos terbilang strategis dengan strategi yang perlu dilakukan adalah dengan meningkatkan pelayanan yang berkualitas, memperluas pangsa pasar sebagai pendukung kinerja kantor pos, memberikan tarif yang terjangkau demi mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan serta menambah Kerjasama dengan mitra yang berbasis online.¹⁴ Persamaan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis SWOT dalam menentukan target pasar. Sedangkan perbedaannya objek yang digunakan penulis berada di Wisata Sumber Sugih Waras pada tahun 2022, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan objek Kantor Pos Magelang pada tahun 2020, selain itu fokus penelitian penulis adalah peningkatan pengunjung dengan tinjauan islam, sedangkan penelitian terdahulu lebih fokus pada persaingan layanan jasa antar.

¹⁴Anissa Mayang Indri Astuti, Shinta Ratnawati, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 17, No.2, 2020, 64-65, diakses pada laman <http://journal.uny.ac.id> ,pada tanggal 24 September 2022, jam 10.21 WIB.