

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara tropis dengan gugusan kepulauan yang menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar yang ada di dunia. Selain itu, Indonesia memiliki potensi kekayaan alam dan keanekaragaman hayati yang tinggi untuk dijadikan daerah tujuan pariwisata baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Potensi pariwisata tersebut jika dikembangkan dengan tepat dapat menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang besar. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 pasal 1 ayat 3, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Era globalisasi saat ini sektor pariwisata akan menjadi perekonomian dunia dan menjadi industri yang mengglobal dan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor pariwisata.

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangat melimpah dapat mengangkat ekonomi negara apabila setiap obyeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara.

Pariwisata dikatakan sebagai industri karena terdapat berbagai aktivitas yang bisa menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Kegiatan pariwisata secara potensial dapat

menimbulkan effect (kaitan) kedepan maupun kebelakang. Pariwisata akan mendorong timbulnya industri perhotelan, biro perjalanan, *center* kuliner dan lain-lain, yang tentu saja akan menyerap banyak tenaga kerja dan memberikan dampak bagi masyarakat. Untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, pengembangan pariwisata perlu dilanjutkan dan ditingkatkan melalui perluasan, pemanfaatan sumber dan potensi pariwisata nasional, sehingga diharapkan mendorong dan menggerakkan sektor-sektor ekonomi lainnya (Heriawan, 2002).

Menurut Spillane (1993: 21) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencapai keseimbangan, keserasian, dimensi sosial budaya dan ilmu. Kepariwisataan merupakan bagian integral dan pengembangan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama dan budaya yang hidup di masyarakat.

Kepariwisataan memiliki arti yang sangat luas, dan bukan hanya sekedar berpergian saja, namun juga berkaitan dengan objek wisata dan daya tarik wisata yang dikunjungi, fasilitas transportasi yang digunakan, layanan, akomodasi, restoran dan rumah makan, hiburan sosial, hubungan antara turis dengan negara, dan usaha pariwisata.

Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata. Menurut McDaniel (Andi Putra, 2017) Strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat dan promosi penjualan. Begitupun dengan promosi wisata, yang perlu dilakukan adalah untuk memberitahukan, membujuk serta meningkatkan minat wisatawan agar mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke daerah yang dipromosikan.

Provinsi Nusa Tenggara Timur ditetapkan sebagai destinasi pariwisata unggulan yang bertujuan menjadikan Provinsi Nusa Tenggara Timur sebagai pintu gerbang Asia Pasifik berbasis pariwisata, seni dan budaya yang spesifik, dan didukung dengan potensi alam dan keunikan budaya masyarakatnya. Di Provinsi Nusa Tenggara Timur, Kota Kupang sebagai pusat kota Provinsi Nusa Tenggara Timur juga mempunyai potensi dan daya tarik wisata baik potensi dan daya tarik wisata alam, berupa: pantai, goa alam, hutan lindung, mata air dan wisata alam lainnya, daya tarik wisata budaya, berupa: situs-situs arkeologi, rumah raja patung, benteng, museum dan wisata budaya lainnya, daya tarik wisata buatan, seperti kolam renang, taman kota, dan lainnya.

Salah satu potensi dan daya tarik wisata berupa pantai dengan letaknya yang strategis berada di dekat pusat kota Kupang. Pantai ini disebut Pantai Lasiana yang berjarak $\pm$ 10 km dari pusat kota. Pantai Lasiana dikenal sebagai pantai yang landai dengan ombak yang tenang serta pasir putihnya dan pantai Lasiana saat ini merupakan primadona bagi masyarakat Kota Kupang. Pantai Lasiana mulai dibuka untuk umum sekitar tahun 1970-an, dan pada tahun 1986 Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur membangun berbagai fasilitas wisata seperti Lopo-lopo, kolam renang, kantor pengelola, panggung hiburan, panggung hiburan, dan lainnya (Syull Rosli dan I Made Adikampana 2014).

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTT selaku pihak pengelola berupaya menata kembali lokasi wisata ini dengan membangun kios-kios/lapak-lapak dagang yang ada di pantai Lasiana, yang bertujuan membantu masyarakat menyediakan tempat usaha kuliner. Mengingat pantai Lasiana memiliki potensi dan peluang yang besar dalam bidang pariwisata dan sebagai salah satu daya tarik wisata yang pernah dikembangkan sebelumnya maka perlu ditindaklanjuti dengan pengembangan Pantai Lasiana menjadi suatu daya tarik wisata unggulan. Untuk

meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Lasiana diperlukan suatu usaha untuk melestarikan dan mengembangkan aset atau potensi wisata yang dimiliki Pantai Lasiana. Upaya pengembangan tersebut juga diharapkan dapat memajukan pariwisata di Pantai Lasiana menjadi pariwisata yang berkelanjutan dan dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat menuju peningkatan kesejahteraan masyarakat, memajukan kebudayaan masyarakat, pelestarian alam, lingkungan sumber daya alam lainnya di lokasi wisata Pantai Lasiana.

Dalam upayanya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebagai penggerak wisata harus visioner dalam mengembangkan sumber daya alamnya, terkait dengan pengembangan perlu diadakan promosi yang baik agar dapat tercapai hasil yang diinginkan. Promosi pariwisata yang efektif mencakup pengidentifikasian target calon wisatawan yang akan dicapai, pengidentifikasian tujuan komunikasi yang akan dicapai, pilihan media untuk menyampaikan pesan dan informasi secara efektif kepada calon wisatawan yang dituju, alokasi anggaran untuk mencapai produksi dan penyampaian pesan, dan evaluasi mekanisme penjualan jasa dan produk-produk pariwisata.

Salah satu kebijakan dinas pariwisata dalam mempromosikan objek wisata Pantai Lasiana adalah dengan kegiatan festival dan pameran. Adapun kegiatan pameran yang dilakukan sebagai berikut:

Pada tahun 2019 dinas pariwisata mengadakan pameran pembangunan HUT RI yang ke-74 akan dilaksanakan dipantai lasiana. Pada pameran 2019 ini terdapat dua tema besar yakni bangkit dan sejahtera. Tema bangkit menampilkan kerangka kebijakan NTT, misalnya: garam ekspor, dan kelor. Sedangkan tema kesejahteraan, masing-masing perangkat daerah harus menyiapkan data/informasi, berisi peran pemerintah level provinsi atau kabupaten/kota dalam meningkatkan kesejahteraan yang harus disampaikan kepada masyarakat sebagai bentuk pertanggungjawaban. Pameran pembangunan dan hiburan rakyat HUT RI yang ke-74 tingkat provinsi NTT tahun 2019

dengan sub tema “keterbukaan informasi publik dalam membangun sinergisitas untuk NTT bangkit, masyarakat sejahtera”, (Victory News, edisi 8 Agustus 2019).

Promosi wisata yang telah dilakukan sejauh ini diantaranya promosi melalui brosur pariwisata, event-event skala Nasional maupun Internasional, website wisata resmi, seperti (<http://tourism.nttprov.go.id>) milik pemerintah serta informasi dari mulut kemulut (*word of mounth*) baik secara konvensional maupun yang disebarkan lewat media internet (*internet word of mounth*) diantaranya melalui media sosial seperti *facebook* maupun *instagram*. Media promosi pariwisata sendiri yang sudah ada diantaranya majalah *Travel Guide To East Nusa Tenggara* (milik Disparekraf NTT), serta katalog wisata Kota Kupang (milik Pemerintah Kota Kupang).

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri. Disamping bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap suatu bangsa. Akan tetapi, dalam melakukan kegiatan promosi terdapat kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata pantai Lasiana seperti, kualitas sumber daya manusia yang masih rendah, kurangnya promosi dan pemasaran dari pengelola dan pemerintah dalam meningkatkan jumlah kunjungan, kesadaran wisatawan yang masih kurang dimana pengunjung membuang sampah tidak pada tempatnya. Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap minat seseorang untuk berwisata yang berakibat pada jumlah kunjungan dan penurunan pendapatan daerah.

Strategi promosi pariwisata juga sangat penting dilakukan pada suatu objek wisata karena merupakan suatu perubahan keadaan kondisi yang diterapkan. Tanpa dilakukan suatu promosi pada suatu objek wisata maka tidak ada perkembangan dan perubahan yang terjadi pada objek

wisata tersebut. Dengan strategi promosi yang baik, sektor pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja, usaha bagi masyarakat serta dapat menggerakkan perekonomian bagi negara maupun daerah. Pada masa ini, pandemi *Covid-19* telah meluluhlantarkan berbagai sektor perekonomian sehingga berbagai aktivitas ekonomi terlebih dalam sektor pariwisata terpaksa dihentikan.

Sejak awal tahun 2020 dunia digemparkan oleh kehadiran virus Covid-19 yang berasal dari China yang kian merebak dan meluas secara cepat dan mejadi polemik global terbesar untuk saat ini. Covid-19 merupakan penyakit yang menyerang manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Sindrom Pernapasan Akurat Berat/*Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) dan *Middlle East Respiratory Syndrome* (MERS). Covid-19 merupakan penyakit menular, hal tersebut menjadi hal yang menakutkan bagi masyarakat Indonesia. Semua kegiatan hampir hanya dilakukan melalui *daring* atau dilakukan dirumah. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan banyak sektor yang mengalami kendala bahkan tidak berjalan sama sekali, mulai dari sektor ekonomi, sosial, pariwisata dan sebagainya. Hal inilah yang menjadi perbincangan publik yang terjadi diseluruh dunia.

Adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan banyak peraturan baru yang harus dijalankan atau diterapkan di sektor pariwisata. Seperti halnya startegi promosi pariwisata yang mengalami banyak perubahan serta mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, maka diperlukan usaha untuk mengoptimalkan strategi kegiatan promosi pariwisata di masa pandemi Covid-19 untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

Tabel 1.1

Data Kunjungan Wisatawan di Pantai Lasiana Kota Kupang Tahun 2019-2021:

Bulan	2019	2020	2021
Januari	7,100	4,104	2,722
Februari	2,505	2,792	1,593
Maret	3,607	3,592	3,348
April	7,952	-	1,862
Mei	3,248	-	5,800
Juni	5,580	4,200	5,398
Juli	5,756	5,280	1,642
Agustus	1,422	7,704	-
September	3,136	3,773	1,570
Oktober	2,904	3,824	4,608
November	2,870	4,793	2,644
Desember	1,800	2,103	-
Total	47,883	42,111	31,187

(Sumber Data: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi NTT)

Dilihat dari data jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Lasiana Kota Kupang tahun 2019-2020 mengalami penurunan 12,05 % sedangkan dari tahun 2020-2021 mengalami penurunan 25,94 % penurunan serta meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pasca covid-19 tentu berpengaruh terhadap pengembangan tempat wisata di Pantai Lasiana. Penyebaran Virus Covid-19 yang telah meluas ke berbagai belahan dunia dan membawa dampak pada perekonomian Indonesia, baik dari sisi perdagangan, investasi dan pariwisata. Dampak Covid-19 pada industri pariwisata sangat merugikan sekali. Hotel dan akomodasi ditutup, destinasi ditutup sementara, café dan tempat makanan juga ditutup dan kehilangan omset penjualan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis kemudian mengangkat judul penelitian **“Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Lasiana Kota Kupang Pasca Covid-19.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, permasalahan dalam penelitian adalah:

1. Apa strategi promosi Dinas Pariwisata Provinsi NTT dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di pantai Lasiana Pasca Covid-19?
2. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat aktivitas promosi Dinas Pariwisata Provinsi NTT dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Pasca Covid-19.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi Dinas Pariwisata Provinsi NTT dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Lasiana Pasca Covid-19.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat aktivitas promosi Dinas Pariwisata Provinsi NTT dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Lasiana Pasca Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat diharapkan mampu memberikan manfaat diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai tambahan pengetahuan tentang strategi promosi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Lasiana Kota Kupang.
2. Sebagai bahan evaluasi bagi pemerintah apakah kebijakan yang diterapkan sudah berjalan baik atau tidaknya.