

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kegiatan *marketing communication* penting diterapkan di dalam perusahaan. *Marketing communication* merupakan kegiatan untuk membujuk, mengingatkan, dan menginformasikan target konsumen perusahaan. Hal ini menjadi sarana untuk membangun hubungan dengan konsumen mengenai produk dan layanan perusahaan.

Menurut Kotler & Keller (2006, p. 204), *marketing communication* merupakan sarana dimana perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingat konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk yang ditawarkan dan dijual oleh perusahaan. Tujuan dari *marketing communication* adalah untuk mengoptimalkan sebuah layanan hubungan yang baik secara ideal mampu menciptakan penjualan.

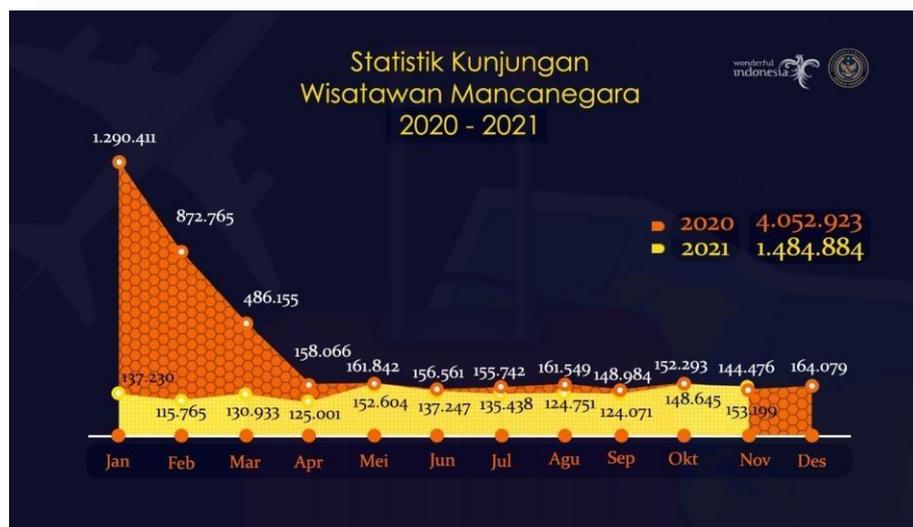
Menurut Philip Kotler, Bowen, John (2017, p. 30), Komunikasi pemasaran pariwisata merupakan aktivitas pemasaran pariwisata yang berfokus kepada barang dan jasa yang sudah dikelola, dan membuat pemasaran pariwisata menjadi menarik dengan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan. Komunikasi pemasaran pada pariwisata, bukan soal hanya membangun destinasi wisatanya saja namun di dalam bagaimana cara membangun sebuah wisata dengan baik tentunya membutuhkan strategi komunikasi pemasaran. Pariwisata yang dibangun dan dikelola oleh pihak wisata yang bertujuan untuk membangun sektor ekonomi agar membantu perekonomian di Indonesia.

Menurut Hudson (2008, p. 254) komunikasi pemasaran pariwisata merupakan kegiatan komunikasi yang menggunakan berbagai metode komunikasi yang ditujukan kepada pelanggan dengan menawarkan produk *trip* liburan dan paket wisata.

Sektor pariwisata merupakan sektor potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan pemerintah, masyarakat maupun swasta. Pariwisata merupakan sektor yang dianggap memiliki keuntungan untuk terus dikembangkan. Menurut Pitana dan Gyatri (Astuti, 2021), pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi di luar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan.

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi karena akan ada banyak lapangan pekerjaan baru dan kesempatan kerja yang baru bagi masyarakat sehingga pendapatan perekonomian dan tingkat kesejahteraan masyarakat tersebut akan terjamin. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Pengertian Pariwisata tercantum dalam konstitusi yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan Pasal 1 Butir 3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.



Gambar 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia

Sumber: Kemenparekraf & Barekraf (2021)

Dari data kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia pada bulan Desember tahun 2021, kunjungan wisatawan mancanegara berjumlah 163,619 kunjungan dan mengalami penurunan sebesar 0,04%, dibandingkan bulan Desember tahun 2020 berjumlah 164,079 pada data kunjungan wisata mancanegara (Kemenkraf & Baparekraf, 2022).

Di tahun 2020 Jawa Barat mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di bulan Januari hingga Juni mencapai 30,941 orang. Di bulan Januari mencapai 12,100 orang, di bulan Februari mencapai 12,686 orang. Tercatat pada bulan Maret mengalami penurunan sebesar 5,880 orang. Hal ini dinyatakan oleh Kepala Badan Pusat Statistik Jawa Barat Dyah Anugrah, Jawa Barat di bulan Maret mengalami penurunan yang sangat besar, sehingga mempengaruhi kunjungan wisatawan disekitar Jawa Barat (Tempo, 2020).



Tabel 8.7
Table

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Akomodasi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2021
Number of Tourist Visits to Accommodation by Regency/ Municipality in Jawa Barat Province, 2021

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Wisatawan Mancanegara/ Foreign Tourist	Wisatawan Nusantara/ Domestic Tourist	Jumlah / Total
(1)	(2)	(3)	(4)
Kabupaten/ Regency			
Bogor	0	4 691 066	4 691 066
Sukabumi	0	874 089	874 089
Cianjur	2 436	668 179	670 615
Bandung	0	265 756	265 756
Garut	0	22 300	22 300
Tasikmalaya	0	6 868	6 868
Gamis	1	56 161	56 162
Kuningan	20	275 013	275 033
Cirebon	5 200	200 268	205 468
Majalengka	0	26 343	26 343
Sumedang	0	23 670	23 670
Indramayu	5	21 172	21 177
Subang	0	1 140 670	1 140 670
Purwakarta	5 074	112 509	117 583
Karawang	91 674	431 471	523 145
Bekasi	0	3 015 231	3 015 231
Bandung Barat	0	363 463	363 463
Pangandaran	---	---	---
Kota/ Municipality			
Bogor	42 719	2 388 902	2 431 621
Sukabumi	94	185 600	185 694
Bandung	0	2 271 798	2 271 798
Cirebon	57 995	540 935	598 930
Bekasi	9 504	613 164	622 668
Depok	592	207 473	208 065
Cimahi	5	16 326	16 331
Tasikmalaya	6	158 762	158 768
Banjar	2	18 080	18 082
Jawa Barat	215 327	18 595 269	18 810 596

Catatan/Note: 2021 Angka Sementara
Sumber/Source: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat/ Provincial Tourism Service of Jawa Barat

Gambar 1. 2 Data Kunjungan Wisatawan di Provinsi Jawa Barat 2021

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2021)

Dalam buku Direktori Hotel dan Akomodasi Lainnya Provinsi Jawa Barat yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2021, p. 6), tiap Kabupaten/ Kota mengalami kenaikan dan penurunan dalam kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun nusantara. Dari data jumlah kunjungan Provinsi Jawa Barat di atas merupakan hasil jumlah kunjungan wisatawan tahun 2021, banyak Kabupaten yang mengalami penurunan karena adanya pandemi COVID-19. Menurut Badan Statistik Pusat Jawa Barat (2022, p. 569) tiap Kabupaten di Provinsi Jawa Barat mengalami kenaikan dan penurunan, seperti Kota Bogor mendapati kunjungan 4,691,066 per-orang dari kunjungan wisata mancanegara dan nusantara, dan Kabupaten Purwakarta mendapati urutan 14 dari kabupaten lainnya yang kunjungan wisatanya dengan hasil 117,583 per-orang dari wisata mancanegara maupun nusantara.

Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil menyatakan pemilihan sektor pariwisata sebagai salah satu strategi untuk melakukan pemulihan perekonomian di Jawa Barat, yang saat ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan dan mengembalikan perekonomian di Jawa Barat (Tempo, 2022).

Pandemi COVID-19 mempengaruhi keberlangsungan bisnis di beberapa daerah wisata di Indonesia yang mengharuskan banyak pemangku wisata mengandalkan warga lokal dari dalam negeri untuk berkunjung ke tempat wisata. Banyaknya bisnis yang pada akhirnya tutup karena angka pemasukan yang tidak dapat menutup angka pengeluaran mereka, sehingga banyaknya perusahaan memutuskan untuk menutup bisnis mereka baik secara sementara maupun permanen. Oleh karena itu, yang dibutuhkan oleh pemangku bisnis adalah mempertahankan eksistensi di tengah pandemi (Egsaugm, 2021).

Kabupaten Purwakarta merupakan salah satu bagian dari provinsi Jawa Barat dengan memiliki beberapa daerah seperti Babakancikao, Bojong, Bungursari, Campaka, Cibatu, Darangdan, Jatiluhur, Kiarapedes, Maniis, Pasawahan, Plered, Pondok Salam, Kota Purwakarta, Sukasari, Sukatani, Tegalwaru, dan terakhir Situ Wanayasa. Kabupaten Purwakarta berada di titik temu yang strategis yaitu jalur Purwakarta-Jakarta, Purwakarta-Bandung dan Purwakarta-Cirebon (PurwakartaKab, 2022). Purwakarta memiliki beberapa tempat destinasi seperti Taman Air Mancur Sri Banduga, Situ Buleud, Bale Panyanwangan, Alun-Alun Purwakarta, Taman Pancawarna, Gedung Kembar (Museum Diorama), dan salah satunya seperti Jatiluhur Valley and Resort. (IDNTIMES, 2021)

Jatiluhur merupakan salah satu daerah Kabupaten Purwakarta, yang memiliki lokasi tempat strategis dan berada di titik antara dua kota; Bandung dan Jakarta. Sehingga Jatiluhur menjadi tempat wisata unggulan yang diperkenalkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta kepada pengunjung (Disporaparbud Kabupaten Purwakarta, 2022). Jatiluhur Valley and Resort merupakan sektor pariwisata milik Perusahaan Umum Jasa Tirta II, yang fokus pada pengelolaan bidang sumber daya air dan manusia.

Jatiluhur Valley and Resort memiliki beberapa obyek tempat wisata rekreasi dan hotel dengan menawarkan pemandangan dipenuhi dengan suasana alam hijau yang subur, beberapa bukit kecil dan hamparan luas danau yang mengalir ke Sungai Citarum seluas 82 km². Beberapa tempat wisata yang ditawarkan oleh Jatiluhur Valley and Resort kepada pengunjung seperti: Hotel Jatiluhur Valley and Resort, Istora Lake View, D'bay Center Waterspot, Jatiluhur Water World, Floating Villa, *Trekking* Pamundingan, dan Narbo Forest. Di dalam obyek wisata tentunya diberikan fasilitas agar bisa dinikmati oleh pengunjung seperti *paddle*, sepeda, *caffe*, resto, dan kamar hotel yang disediakan oleh Jatiluhur Valley and Resort sendiri. (Jasa Tirta II, 2022)

Pengunjung biasanya akan melakukan pemilihan tempat atau daerah destinasi wisata yang akan dikunjungi, seperti di Jatiluhur Valley and Resort memiliki beberapa kawasan dengan memberikan fasilitas tempat penginapan dan rekreasi untuk bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung. Jatiluhur Valley and Resort menggunakan bauran komunikasi pemasaran atau *integrated marketing communication* yang memiliki beberapa *marketing communication mix* seperti penjualan, promosi, *public relations*, penjualan personal, acara atau *event*, *merchandising*, dan komunikasi *digital marketing* yang pada umumnya sering digunakan oleh perusahaan dan usaha lain.

Di masa pandemi, Jatiluhur Valley and Resort mengalami beberapa kendala dalam mempertahankan eksistensi wisatanya dan jumlah pengunjung, dari awal PPKM di tahun 2020, Jatiluhur Valley and Resort mengalami beberapa penurunan kunjungan dari tahun sebelumnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 1 1 Data Pengunjung Jatiluhur Valley and Resorrt 2019-2020

DAFTAR PENGUNJUNG PARIWISATA TAHUN : 2019 & 2020						
<i>(dalam orang)</i>						
No	BULAN	WISATAWAN DOMESTIK (DALAM NEGERI)	WISATAWAN MANCANEGERA (LUAR NEGERI)	JUMLAH WISATAWAN TAHUN 2020	JUMLAH WISATAWAN TAHUN 2019	% JUMLAH WISATAWAN TH.INI : TH.LALU
1	2	3	4	5 = 3 + 4	6	7 = 5 : 6
1	Januari	13,042	-	13,042	15,459	84%
2	Februari	7,026	-	7,026	8,885	79%
3	Maret	4,347	-	4,347	13,397	32%
4	April	-	-	-	16,525	0%
5	Mei	-	-	-	6,275	0%
6	Juni	5,617	-	5,617	40,236	14%
7	Juli	12,547	-	12,547	10,520	119%
8	Agustus	18,987	-	18,987	8,265	230%
9	September	9,406	-	9,406	7,558	124%
10	Oktober	13,215	-	13,215	8,512	155%
11	November	9,925	-	9,925	10,116	98%
12	Desember	7,404	-	7,404	17,304	43%
Jumlah		101,516	-	101,516	163,052	

Sumber: Jatiluhur Valley Resort (2022)

Tabel di atas menunjukkan data pengunjung Jatiluhur Valley and Resort tahun 2019 hingga 2020. Jatiluhur Valley and Resort mengalami penurunan sebesar 61,536 pengunjung antara tahun 2019 dan tahun 2020. Hal ini disebabkan pandemi COVID-19 (Wawancara Pengelola Jatiluhur Valley and Resort, 2022).

Tabel 1 2 Data Pengunjung Jatiluhur Valley and Resort 2020 – 2021

DAFTAR PENGUNJUNG PARIWISATA TAHUN : 2021						
<i>(dalam orang)</i>						
No	BULAN	WISATAWAN DOMESTIK (DALAM NEGERI)	WISATAWAN MANCANEGERA (LUAR NEGERI)	JUMLAH WISATAWAN TAHUN INI	JUMLAH WISATAWAN TAHUN LALU	% JUMLAH WISATAWAN TH.INI : TH.LALU
1	2	3	4	5 = 3 + 4	6	7 = 5 : 6
1	Januari	8,605	-	8,605	13,042	66%
2	Februari	4,090	-	4,090	7,026	58%
3	Maret	6,346	-	6,346	4,347	146%
4	April	4,128	-	4,128	-	0%
5	Mei	13,722	-	13,722	-	0%
6	Juni	5,159	-	5,159	5,617	92%
7	Juli	97	-	97	12,547	1%
8	Agustus	-	-	-	18,987	0%
9	September	6,295	-	6,295	9,406	66%
10	Oktober	10,494	-	10,494	13,215	79%
11	November	6,414	-	6,414	9,925	64%
12	Desember	7,872	-	7,872	7,404	107%
Jumlah		73,222	-	73,222	101,516	

Jatiluhur, 31 Desember 2021

Sumber: Jatiluhur Valley Resort, 2022

Dari catatan data pengunjung pariwisata di tahun 2021, jumlah pengunjung wisata juga menurun dibandingkan tahun 2020. Hal ini membuat pihak pengelola

berusaha untuk menstabilkan kembali wisata dan hotel, memperbaiki keseluruhan demi kenyamanan dan keamanan (Wawancara Pengelola Jatiluhur Valley and Resort, 2022). Pihak pengelola wisata Jatiluhur Valley and Resort sering kali mengadakan promo bulanan, untuk mendapatkan kenaikan pendapatan dan kunjungan wisatawan. Selain itu Jatiluhur Valley and Resort kerap mengalami penutupan sementara karena peningkatan pandemi COVID-19 di level 3, hingga di bulan Juli tahun 2021 Jatiluhur Valley and Resort kembali buka dengan mengikuti protokol kesehatan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi. (Kontan, 2021)

Potensi pariwisata yang besar dari Jatiluhur Valley and Resort serta kondisi pandemi dan juga paska-pandemi mendorong ketertarikan peneliti untuk mengetahui lebih lanjut kepada strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh pengelola. Kawasan wisata Jatiluhur merupakan bagian dari Kabupaten Purwakarta memiliki pesona wisata yang indah karena wisata Jatiluhur menyediakan pemandangan waduk terbesar di Indonesia, selain itu, pemandangannya tidak kalah dengan lokasi wisata lainnya, cocok untuk dikunjungi oleh wisatawan yang ingin *staycation* ataupun *vacation* (Kompas, 2022). Pengelola wisata berusaha mempertahankan eksistensi kunjungan wisatawan ke Jatiluhur Valley and Resort dengan mengikuti protokol kesehatan. Alasan terpenting dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang digunakan Jatiluhur Valley and Resort untuk mempertahankan dan membangun wisata di masa pandemic dan juga paska-pandemi.

1.2 Rumusan Masalah

Jatiluhur Valley and Resort yang merupakan salah satu wisata favorit di Jawa Barat, karena pemandangan alam sekitar waduk dan bendungan yang dikelilingi oleh ekosistem fauna dan hewani (Rmoljabar, 2020). Kawasan wisata yang dikelola oleh Perum Jasa Tirta II, mengembangkan wisatanya dengan menambahkan fasilitas hotel dan rekreasi. Hal ini bertujuan menjadi salah satu tempat singgah pengunjung yang berpergian jauh dan yang sedang berliburan. Jatiluhur Valley and Resort mengalami penurunan pengunjung karena adanya pandemi COVID-19. Hal ini

membuat pihak pengelola wisata memutar otak untuk dapat mempertahankan pendapatan dan pengunjung dengan melakukan penerapan strategi komunikasi pemasaran pariwisata. Hal ini sangat menarik untuk diteliti. Berdasarkan pemaparan di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Jatiluhur Valley and Resort, dan apakah ada faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang dilakukan, dan implementasi apa saja yang dilakukan oleh pengelola Jatiluhur Valley and Resort untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung dalam berwisata.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1) Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Jatiluhur Valley and Resort?
- 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran pariwisata Jatiluhur Valley and Resort?
- 3) Implementasi apa saja yang dilaksanakan oleh Jatiluhur Valley and Resort untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung dalam berwisata?

1.4 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Jatiluhur Valley and Resort.
- 2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan proses strategi komunikasi pemasaran oleh Jatiluhur Valley and Resort
- 3) Untuk mengetahui implementasi yang digunakan oleh pihak pariwisata Jatiluhur Valley and Resort dalam menjalankan keinginan masyarakat untuk berwisata.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pembaca guna mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan dalam sektor pariwisata. Hal ini membantu pembaca dan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang komunikasi pemasaran yang dijalankan dan dibangun oleh pengelola lokasi wisata guna menarik kunjungan wisata

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien guna menarik kunjungan wisatawan

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna dan bermanfaat kepada para pengelola lokasi pariwisata lainnya yang ingin mengembangkan obyek wisatanya dan menjadi salah satu tempat wisata yang menarik dikunjungi oleh wisatawan

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mendapati beberapa keterbatasan, yaitu dari segi waktu dan kondisi saat ini. Paparan yang disampaikan oleh narasumber terbatas pada waktu yang disetujui, dikarenakan pihak narasumber memiliki kesibukan dan aktivitas lainnya yang menyebabkan penggalian informasi harus dilakukan sesuai waktu yang ditentukan namun tetap mendalam. Keterbatasan dalam mendapatkan data dari perusahaan karena aturan soal perizinan dan dokumen bersifat rahasia. Selain itu, mengacu pada situasi pandemi COVID-19 yang membatasi ruang gerak pertemuan secara tatap muka, menyebabkan proses wawancara hanya terbatas pada media daring