

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa sehingga negara Indonesia adalah negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat dikembangkan adalah dalam bidang kepariwisataan. Seiring berjalannya waktu, pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang dengan baik. Sektor Pariwisata Indonesia sudah sejak beberapa dekade lalu mempunyai unggulan yang menjanjikan hanya saja belum menjadi perhatian serius dan utama Pemerintah Republik Indonesia, hingga pada akhirnya Pemerintahan Presiden Jokowi berniat menggarap sektor pariwisata lebih serius dan menjadikannya sebagai suatu industri dan andalan pendapatan negara. Tanpa ditetapkan sebagai industri, sulit bagi sektor Pariwisata untuk berkembang, mendatangkan devisa untuk negara dan bersaing dengan negara lain yang mempunyai obyek pariwisata terbatas tetapi diurus dengan serius, seperti yang dilakukan oleh Malaysia, Singapore, Vietnam dan lain lain.

Secara etimologis, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu *pari* berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan *wisata* berarti perjalanan atau berpergian. Berdasarkan arti kata ini, pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Sektor pariwisata merupakan salah satu penghasil devisa negara, sebagaimana yang dijelaskan pada UU RI No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah adalah berbagai

macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Pariwisata merupakan salah satu industri yang sedang berkembang di Indonesia. Adanya aktivitas kepariwisataan diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian negara terutama untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat. Seperti tujuan kebijakan kepariwisataan yang tertuang dalam UU No 10 Tahun 2009 pasal 3 yakni :

*“Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat”.*

Menurut UU RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah 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 waktu sementara. Pariwisata merupakan suatu usaha yang kompleks, hal ini dikarenakan terdapat banyak kegiatan yang terkait dalam penyelenggaraan pariwisata. Kegiatan-kegiatan tersebut diantaranya seperti usaha perhotelan, usaha kerajinan/cinderamata, usaha perjalanan, hiburan dan usaha – usaha lainnya. Usaha pariwisata dapat dikaitkan dengan sarana pokok kepariwisataan yaitu perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah wilayah tertua di Indonesia setelah Jawa Timur, yang dibentuk oleh pemerintah negara bagian Indonesia. Daerah setingkat provinsi ini juga memiliki status istimewa atau otonomi khusus. Status ini merupakan sebuah warisan dari zaman sebelum kemerdekaan. Menurut Babad Gianti, Yogyakarta atau Ngayogyakarta (bahasa Jawa) adalah nama yang diberikan Paku Buwono II (raja Mataram tahun 1719-1727) sebagai pengganti nama pesanggrahan Gartitawati. Yogyakarta berarti Yogya yang kerta, Yogya yang makmur, sedangkan Ngayogyakarta Hadiningrat berarti Yogya yang makmur dan yang paling

utama. Sumber lain mengatakan, nama Yogyakarta diambil dari nama (ibu) kota Sanskrit Ayodhya dalam epos Ramayana. Dalam penggunaannya sehari-hari, Yogyakarta lazim diucapkan Jogja (karta) atau Ngayogyakarta (bahasa Jawa).

Sebagai ibukota Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Kota Yogyakarta kaya predikat, baik berasal dari sejarah maupun potensi yang ada, seperti sebagai kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pelajar, dan kota pariwisata. Sebutan kota perjuangan untuk kota ini berkenaan dengan peran Yogyakarta dalam konstelasi perjuangan bangsa Indonesia pada zaman kolonial Belanda, zaman penjajahan Jepang, maupun pada zaman perjuangan mempertahankan kemerdekaan. Yogyakarta pernah menjadi pusat kerajaan, baik Kerajaan Mataram (Islam), Kesultanan Yogyakarta maupun Kadipaten Pakualaman. Sebutan kota kebudayaan untuk kota ini berkaitan erat dengan peninggalan-peninggalan budaya bernilai tinggi semasa kerajaan-kerajaan tersebut yang sampai kini masih tetap lestari. Sebutan ini juga berkaitan dengan banyaknya pusat-pusat seni dan budaya. Sebutan kata Mataram yang banyak digunakan sekarang ini, tidak lain adalah sebuah kebanggaan atas kejayaan Kerajaan Mataram. Predikat sebagai kota pelajar berkaitan dengan sejarah dan peran kota ini dalam dunia pendidikan di Indonesia. Disamping adanya berbagai pendidikan di setiap jenjang pendidikan tersedia di propinsi ini, di Yogyakarta terdapat banyak mahasiswa dan pelajar dari seluruh daerah di Indonesia. Tidak berlebihan bila Yogyakarta disebut sebagai miniatur Indonesia.

Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, bahkan yang terbaru wisata malam. Sebutan Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi provinsi ini dalam kacamata kepariwisataan, salah satu potensi wisata yang terdapat di Yogyakarta adalah Pantai Ngitun. Pantai Ngitun merupakan salah satu pantai di Yogyakarta dengan keindahan yang masih asri dan memiliki potensi yang berbeda dengan pantai disekitarnya. Pantai Ngitun terletak di

Desa Purwodadi, Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun, untuk keberadaan Pantai Ngitun tidak semua orang mengetahuinya. Bahkan untuk tingkat kunjungan wisatawan terhadap Pantai Ngitun masih bisa dikatakan sangat minim, maka dari itu dibutuhkan strategi pemasaran dalam meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan.

Strategi pemasaran pariwisata adalah cara untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke objek-objek wisata, daerah-daerah wisata, desa-desa wisata dan lain sebagainya. Maka dari itu strategi pemasaran harus dikembangkan dengan baik untuk menambah wisatawan yang datang dan bisa menambah devisa daerah dan devisa negara. Strategi pemasaran juga harus dilakukan dengan efektif dan efisien supaya memperkecil pengeluaran tetapi dapat mengundang banyak wisatawan yang datang. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka peneliti mengangkat judul STRATEGI PEMASARAN PANTAI NGITUN UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana peran pengelola dalam mempromosikan obyek wisata Pantai Ngitun ?
2. Bagaimana peran pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata Pantai Ngitun ?
3. Bagaimana partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program pemasaran pariwisata di Pantai Ngitun ?
4. Bagaimana strategi pengelolaan daya tarik wisata Pantai Ngitun untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Gunung Kidul ?

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih terarah. Maka dari itu peneliti fokus pada Strategi Pemasaran Pantai

Ngitun Untuk Meningkatkan Tingkat Kunjungan Wisatawan di Gunung Kidul Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kendala dalam mempromosikan objek wisata Pantai Ngitun
2. Untuk mengetahui partisipasi masyarakat dalam memasarkan objek wisata Pantai Ngitun
3. Untuk memberikan saran kepada pengelola, masyarakat dan pemerintah mengenai strategi pemasaran terhadap Pantai Ngitun.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi penulis
  - a. Memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta.
  - b. Menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta.
  - c. Menambah wawasan tentang Strategi Pemasaran Pariwisata khususnya di obyek wisata Pantai Ngitun, Yogyakarta
2. Manfaat bagi pembaca
  - a. Pembaca dapat mengetahui dan memahami konsep dasar penulisan karya tulis ilmiah.
  - b. Pembaca dapat menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran pada obyek wisata Pantai Ngitun
  - c. Sebagai acuan atau referensi dalam pembuatan karya tulis ilmiah yang selanjutnya
3. Manfaat bagi pemerintah
  - a. Dapat membantu dalam memasarkan atau mempromosikan obyek wisata Pantai Ngitun
  - b. Dapat membantu meningkatkan kunjungan wisatawan pada obyek wisata Pantai Ngitun dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik.

#### 4. Manfaat bagi STIPRAM

- a. Mampu membentuk mahasiswa yang cerdas dan kompeten dalam mengembangkan pariwisata di Indonesia.
- b. Menambah pustaka ilmiah tentang destinasi wisata yang dapat menjadi acuan atau referensi mahasiswa dalam penulisan karya ilmiah.