

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. *World Tourism Organization* memperkirakan bahwa pada tahun 2020 akan terjadi peningkatan sebesar 200% terhadap angka kunjungan wisatawan dunia saat ini. Pariwisata modern saat ini juga dipercepat oleh proses globalisasi dunia sehingga menyebabkan terjadinya interkoneksi antar bidang, antar bangsa, dan antar individu yang hidup di dunia ini. Perkembangan teknologi informasi juga mempercepat dinamika globalisasi dunia, termasuk juga di dalamnya perkembangan dunia hiburan, rekreasi dan pariwisata.

“Banyak pihak yang berharap bahwa sektor pariwisata akan mampu menjadi pengganti pemasok devisa utama setelah menurunnya peran migas. Dibalik harapan yang begitu besar, Indonesia memang memiliki potensi alam dan budaya yang luar biasa melimpah dan benar – benar layak untuk dibanggakan sebagai “tambang” industri jasa pariwisata yang masih luas dan belum banyak dijamah.” – Sri Sultan Hamengku Buwono X (Sugiantoro, 2000:i)

Timbulnya keinginan berwisata tersebut, biasanya timbul karena pengaruh kondisi dan sifat-sifat lingkungan dimana wisatawan tersebut berada. Kebutuhan atau keinginan ini kadang - kadang sangat mendalam.

Misalnya keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru, keinginan untuk melepaskan diri dari kekangan - kekangan dan lain – lain.

Pada hakekatnya ada empat bidang pokok yang dipengaruhi oleh usaha pengembangan pariwisata yaitu ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan hidup. Salah satu dampak positif yang menguntungkan dalam bidang ekonomi adalah, kegiatan pariwisata mendatangkan pendapatan devisa negara. Tahun 2011 perolehan devisa dari pariwisata diperkirakan mencapai USD 8.5 miliar, naik 11.8% dibanding tahun 2010. Kenaikan ini melebihi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diproyeksikan berada di level 6.5% dan pertumbuhan pariwisata dunia yang hanya berkisar 4.5%. Selain itu, untuk kontribusi terhadap devisa, sektor pariwisata berada di peringkat 5 setelah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit, batubara dan karet olahan.

Adanya permintaan yang tinggi dalam hal wisata, memaksa para pelaku industri pariwisata untuk berlomba-lomba dalam mengembangkan pariwisata, seperti wisata alam, budaya, dan juga objek wisata buatan. Aspek yang mendukung adanya objek wisata buatan adalah karena setiap manusia membutuhkan rekreasi untuk dirinya dari segala rutinitas yang dijalani. Dan Indonesia merupakan salah satu Negara berkembang yang telah menyadari kepentingan keberadaan objek wisata buatan. Perkembangan objek wisata buatan bergulir seiring dengan kemajuan di bidang pariwisata.

Untuk itu, diperlukan perhatian khusus dari seluruh lapisan masyarakat untuk dapat mengembangkan produk wisata agar dapat

memenuhi selera pasar saat ini. Salah satu daerah dengan perkembangan pariwisata yang cukup potensial dan pesat di Indonesia adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu pusat pengembangan dan pelayanan pariwisata utama yang memiliki beberapa tempat menarik seperti Keraton Yogyakarta, Desa Kerajinan Kasongan, Kebun Binatang Gembiraloka, Kaliurang, Pantai Glagah, Pantai Parangtritis, dan wisata air modern yaitu Waterpark Citra Grand Mutiara.

Waterpark Citra Grand Mutiara ini dibangun untuk wisatawan supaya dapat menikmati petualangan bersama keluarga dengan melengkapi gaya hidup *vibrant city lifestyle* dan dapat ditemukan berbagai wahana permainan air. Tentunya taman rekreasi air tematik ini akan segera menjadi icon rekreasi terdepan di Sleman, Yogyakarta. Waterpark ini menyuguhkan konsep eduwisata bagi para pengunjung dengan terus mengembangkan fasilitas permainan dan area mini outbound. Dan juga siap memfasilitasi kegiatan akademis pelajaran olahraga *aquatic* untuk lembaga-lembaga akademis. Dengan banyaknya fasilitas yang terdapat di Waterpark Citra Grand Mutiara ini, penulis tertarik dengan potensi Waterpark Citra Grand Mutiara. Oleh karena itu, penulis memilih “Strategi Pemasaran Waterpark Citra Grand Mutiara Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Sleman Yogyakarta” sebagai Artikel Ilmiah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis dapat merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran Waterpark Citra Grand Mutiara dalam meningkatkan pengunjung?
2. Bagaimana peran pemerintah dalam melakukan strategi pemasaran di waterpark Citra Grand Mutiara?

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penulisan proposal artikel ilmiah ini tidak menyimpang dan sesuai dengan permasalahan yang akan penulis bahas dalam penelitian, disini penulis menitikberatkan pada segi potensi dan promosi Waterpark Citra Grand Mutiara sebagai daya tarik wisata.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui seberapa banyak wisatawan yang datang.
2. Mengetahui sejauh mana Waterpark tersebut melakukan pemasaran.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis :
 - a. Mengetahui pengelolaan Waterpark Citra Grand Mutiara dalam meningkatkan kunjungan.

- b. Untuk menambah pengalaman dan wawasan untuk menerapkan ilmu langsung ke lapangan yang didapatkan penulis selama di bangku kuliah.
2. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo :
- a. Sebagai salah satu referensi yang menambah khasanah pustaka ilmiah pariwisata terutama bagi mahasiswa.
 - b. Bermanfaat agar mampu membentuk mahasiswa yang profesional di bidang pariwisata.
3. Bagi Pemerintah :
- a. Diharapkan mampu membantu pemerintah dalam memanfaatkan potensi yang ada khususnya di Kabupaten Sleman, sehingga mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.