

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata merupakan industri terbesar dalam penggerak perekonomian negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Delapan persen dari ekspor barang dan jasa berasal dari sektor pariwisata yang menjadi penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional, dan menjadi salah satu penggerak utama perekonomian dunia bersama dengan industri telekomunikasi dan teknologi informasi. Hal ini diungkapkan menurut *World Tourism Trade Center (WTTC)*.

UN-WTO meramalkan bahwa pariwisata internasional akan mengalami pertumbuhan dengan tingkat pertumbuhan sekitar 4% sampai tahun 2010, dan akan menjadi industri terbesar di dunia sekaligus merupakan penggerak pertumbuhan ekonomi dan kesempatan kerja. Hal ini diperkuat dengan bangkitnya raksasa ekonomi dunia seperti Cina, India, Rusia, dan sebagainya.

Industri pariwisata sebagai industri yang berkembang pesat, telah mencatat lebih dari 751 juta perjalanan internasional yang menghasilkan 731 miliar dollar AS dari pengeluaran wisatawan selama tahun 2004, dan pada tahun 2005 pengeluaran wisatawan mencapai lebih dari dua miliar dollar AS sehari dengan jumlah total pengeluaran sebesar 682 miliar dollar AS. *World Tourism Organization (WTO)* memperkirakan mobilitas wisatawan dunia akan mencapai angka 1.046 miliar wisatawan pada tahun 2010 dan 1.602 miliar wisatawan pada tahun 2020.

Pertumbuhan pariwisata sangat baik di beberapa kawasan di dunia, antara lain; ASEAN. ASEAN merupakan gabungan dari beberapa negara yang memiliki potensi wisata yang mampu menarik kedatangan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara. Berikut ini dapat dilihat data kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke ASEAN pada tahun 2007:

TABEL 1.1
KUNJUNGAN WISMAN DI ASEAN TAHUN 2007

No	Negara	Kunjungan	Devisa(USD)	Biaya Promosi
1.	Malaysia	15,2 juta	8 miliar	50 juta
2	Thailand	11,6 juta	10 miliar	70 juta
3	Singapore	8,3 juta	5 miliar	60 juta
4	Indonesia	5 juta	4,8 miliar	10 juta
5	Vietnam	2,9 juta	2 miliar	-
6	Filipina	2,3 juta	-	-

Sumber: *Blue Print Pemasaran 2007*

Berdasarkan data di atas Indonesia berada di posisi ke-empat dengan 5 juta wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Indonesia. Tanggapan WTO bahwa negara-negara Asean menjadi tempat tujuan wisata dunia, dengan menetapkan target kunjungan yang baru sebanyak tujuh juta orang wisman yang datang pada tahun 2007 dengan pendapatan devisa sebanyak 5,4 miliar dollar AS menurut BPS. Namun dengan adanya gangguan keamanan seperti kegiatan terorisme yang terjadi pada tahun 2002 dan 2003 yaitu berbagai ledakan bom yang menewaskan banyak wisman, menyebabkan adanya *travel ban* dari sebagian negara pasar wisata. Walaupun angka kunjungan wisman menurun tetapi kunjungan wisatawan nusantara mengalami kenaikan, pada tahun 2006 jumlahnya mencapai 114.391.000 orang dengan total pengeluaran Rp 86,6 triliun yang meningkat dari tahun 2005 yang hanya mencapai 112.701.000 orang dengan pengeluaran mencapai Rp 77,5 triliun menurut BPS.

Perkembangan wisatawan nusantara inilah yang perlu diperhatikan karena memiliki peran yang sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan objek-objek wisata yang akan menarik wisatawan mancanegara. Indonesia yang terdiri dari 17.000 pulau dengan 33 provinsi tentunya memiliki beranekaragam potensi wisata dengan keunikannya masing-masing. Potensi sumber daya wisata alam, budaya, dan buatan yang dimiliki Indonesia merupakan suatu daya tarik yang mampu menarik (*pull factor*) kedatangan wisatawan (wisatawan nusantara atau wisatawan mancanegara) ke beberapa tempat destinasi wisata.

Wisata bahari dapat diartikan sebagai kunjungan ke objek bahari untuk menyaksikan keindahan lautan. Panjang garis pantai Indonesia sekitar 81 ribu kilometer sehingga pantai menyajikan pemandangan pasir putih yang masih asri ditambah hamparan birunya laut dan juga eksotiknya pemandangan flora-fauna sekitarnya. Potensi wisata bahari Indonesia terdiri dari taman nasional laut, taman wisata laut, suaka alam laut, suaka margasatwa laut, dan situs tinggalan budaya bawah air yang tersebar di wilayah seluas 5,6 juta hektar di seluruh Indonesia. Di Indonesia setidaknya ada 59 lokasi selam yang sangat menawan karena keterbatasan infrastruktur, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata baru menawarkan 13 lokasi, di antaranya Nias, Mentawai, Ujung Kulon dan Anak Krakatau, Batam Rempang dan Galang, Riau Kepulauan, dan Kepulauan Seribu di DKI Jakarta. (<http://travel.kompas.com/>)

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan salah satu provinsi baru di Indonesia yang sangat berperan dalam hal sistem perekonomian, politik, kebudayaan, dan khususnya pariwisata di Indonesia, terutama wisata bahari

karena Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dikelilingi oleh lautan sehingga wisata bahari merupakan wisata andalan di Bangka Belitung. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terbagi menjadi tujuh wilayah (Bangka, Bangka Barat, Bangka Tengah, Bangka Selatan, Belitung, Belitung Timur, dan Pangkal Pinang). Kepulauan Bangka Belitung memiliki berbagai jenis objek wisata potensial yang apabila di kelola dengan baik dapat meningkatkan citra pariwisata Kepulauan Bangka Belitung untuk mendukung citra pariwisata nasional. Berikut ini beberapa objek wisata bahari yang dimiliki Provinsi Kepulauan Bangka Belitung:

TABEL 1.2
OBJEK WISATA BAHARI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG

No	Objek Wisata Bahari	Keterangan
1	Pantai Pasir Padi	Pangkal Pinang
2	Pantai Tikus	Sungailiat - Bangka
3	Pantai Tanjung Pesona	Sungailiat - Bangka
4	Pantai Teluk Uber	Sungailiat - Bangka
5	Pantai Matras	Sungailiat - Bangka
6	Pantai Parai Tenggara	Sungailiat - Bangka
7	Pantai Batu Bedaun	Sungailiat - Bangka
8	Pantai Romodong	Belinyu - Bangka
9	Pantai Penyusuk	Belinyu - Bangka
10	Pantai Penyak	Koba - Bangka Tengah
11	Pantai Tanjung Langka	Koba - Bangka Tengah
12	Pantai Tanjung Kalian	Muntok - Bangka Barat
13	Pantai Tanjung Ular	Muntok - Bangka Barat
14	Pantai Pasir Kuning	Tempilang - Bangka Barat
15	Pantai Tanjung Labu Pulau Lepar	Toboali - Bangka Selatan
16	Pantai Tanjung Pandam	Tanjung Pandan - Belitung
17	Pantai Bukit Berahu	Tanjung Pandan - Belitung
18	Pantai Tanjung Kelayang	Tanjung Pandan - Belitung
19	Pantai Tanjung Tinggi	Tanjung Pandan - Belitung
20	Pantai Lengkuas	Tanjung Pandan - Belitung
21	Pantai Serdang	Manggar - Belitung Timur
22	Pantai Nyiur Melambai	Manggar - Belitung Timur
23	Pantai Bukit Batu	Manggar - Belitung Timur
24	Pantai Burung Mandi	Manggar - Belitung Timur

Sumber: Dinas Perhubungan dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2008

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa potensi wisata bahari yang dimiliki Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sangat banyak yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik juga bagi jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Bangka Belitung. Berikut ini tabel jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Kepulauan Bangka Belitung pada tahun 2004-2007:

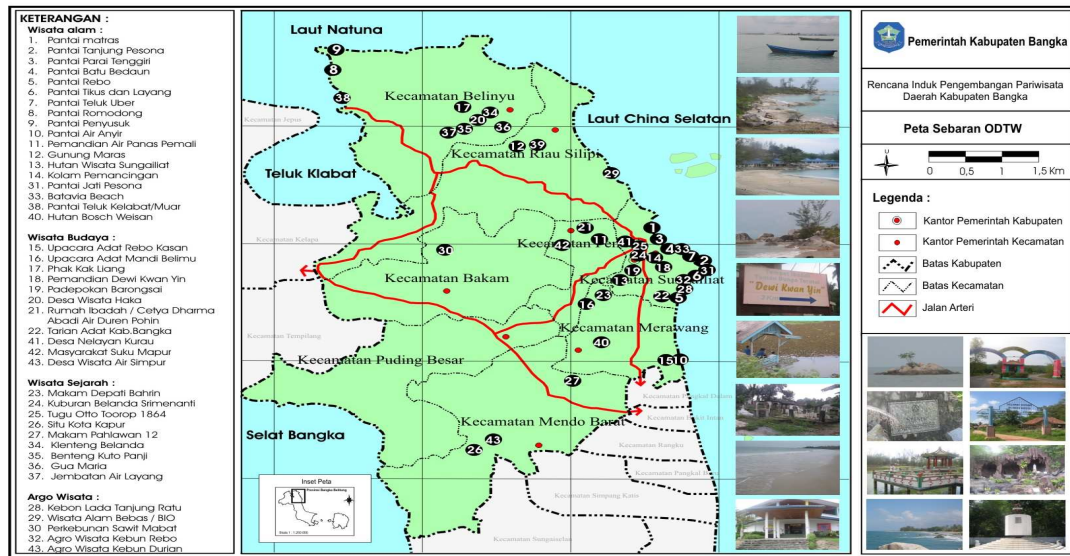
TABEL 1.3
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN DI PROVINSI KEPULAUAN
BANGKA BELITUNG TAHUN 2004-2007

No	Uraian	2004	2005	2006	2007
1	Wisman	992	2301	1496	433
2	Wisnu	72573	79593	71099	74148
	Jumlah	73565	81894	72595	72581

Sumber: Dinas Perhubungan dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2008

Berdasarkan data dari Dinas Perhubungan dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, jumlah wisatawan dari tahun 2004 ke tahun 2005 mengalami peningkatan baik dari jumlah wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Tetapi untuk jumlah wisatawan nusantara justru mengalami penurunan, terutama pada tahun 2005 ke 2006 sedangkan Pemerintah Daerah mempunyai target pasar bahwa jumlah wisatawan nusantara harus mengalami kenaikan setiap tahunnya, minimal 10-20% jumlah wisatawan tertinggi dari tahun-tahun sebelumnya.

Bangka terbagi menjadi delapan wilayah pemekaran (Sungailiat sebagai ibukota Bangka, Merawang, Pemali, Belinyu, Mendo Barat, Riau Silip, Bakam, dan Puding Besar). Sungailiat memegang peran yang sangat besar dalam hal sistem perekonomian, politik, kebudayaan, dan khususnya pariwisata di Bangka karena pusat segala aktivitas di Bangka ada di Sungailiat. Berikut Peta Sebaran Objek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) di Bangka:



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bangka, 2008

GAMBAR 1.1 PETA ODTW BANGKA

Berdasarkan gambar peta di atas dapat dilihat bahwa Sungailiat yang paling banyak mempunyai ODTW. Hal tersebut yang membuat Sungailiat menjadi daerah tujuan utama ketika wisatawan datang berkunjung ke Bangka karena wisatawan tidak mau datang ke daerah lain yang tidak memiliki pantai yang banyak dan indah. Sungailiat dalam melaksanakan pembangunannya senantiasa berupaya mengembangkan potensi pariwisata guna menghimpun dana untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Dengan melihat potensi yang ada maka peluang pengembangan sektor kepariwisataan akan menjanjikan, misalnya pengembangan objek wisata Pantai Tanjung Pesona, Pantai Parai Tenggara, Pantai Teluk Uber, Pantai Matras, dan Pantai Tikus yang mana diharapkan dengan pengelolaan yang baik akan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

Upaya pengembangan pariwisata di Sungailiat tidak lepas dari giatnya Pemerintah Daerah untuk mengelola dan mengembangkan sektor kepariwisataan

yang ada didaerahnya dan tidak lepas dari peran seluruh lapisan masyarakat di daerah itu. Oleh karena itu, dalam kondisi ini diperlukan kebijakan dari Pemerintah Daerah Bangka untuk mengembangkan objek dan daya tarik wisata tersebut baik yang sudah ada maupun yang baru, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Sungailiat yang akhirnya dapat meningkatkan pendapatan daerah. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Bangka sebagai perangkat Pemerintah Daerah memegang peran penting dalam memberdayakan sektor pariwisata sehingga mampu bangkit dan menjadi salah satu ujung tombak devisa bagi daerah.

Pengembangan potensi pariwisata masih perlu perencanaan yang matang, pengembangan, pembinaan sampai tahap pemasaran dan meningkatkan hubungan kerja dengan instansi-instansi yang terkait dalam hal kepariwisataan serta meningkatkan pengawasan terhadap pihak swasta yang mengelola potensi pariwisata. Selain itu, untuk menarik minat para investor menanamkan modalnya maka Pemerintah Daerah hendaknya tidak mempersulit perizinan dalam pengelolaan objek-objek wisata.

Pengembangan pariwisata Sungailiat didukung oleh keberagaman budaya dan pesona alam yang memikat. Sungailiat memiliki 7 jenis wisata seperti wisata adat dan budaya, wisata pantai, wisata alam, wisata sejarah, wisata olahraga, wisata pendidikan, serta wisata kuliner. Seharusnya potensi pariwisata ini dapat dikembangkan dan dipromosikan dengan baik agar bisa menarik wisatawan untuk berkunjung ke Sungailiat, namun pada kenyataannya berdasarkan data DISBUDPAR Bangka ternyata jumlah wisatawan mengalami penurunan yang

sangat signifikan setiap tahunnya, berikut tabel jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Sungailiat:

TABEL 1.4
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE SUNGAILIAT
TAHUN 2004-2008

No.	Uraian	2004	2005	2006	2007	2008
1.	Wisman	204	75	42	43	23
2.	Wisnu	32.839	3.546	3.424	1.965	2.512
	Jumlah	33.043	3.621	3.466	2.008	2.535

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bangka, 2008

Berdasarkan tabel di atas, jumlah wisatawan di Sungailiat menurun drastis setiap tahunnya meskipun pada tahun 2007-2008 mengalami kenaikan tetapi belum mencapai target yang ditentukan DISBUDPAR karena DISBUDPAR memiliki target pasar yaitu wisatawan nusantara karena jumlah wisatawan nusantara drastis menurun, terutama pada tahun 2004 ke 2005 sedangkan DISBUDPAR mempunyai target jika wisatawan nusantara harus mengalami kenaikan setiap tahunnya, minimal 10-20% dari tahun tertinggi sebelumnya yaitu tahun 2004 sebanyak 33 ribu orang, dan target tersebut belum tercapai sampai sekarang. Penurunan jumlah wisatawan ini disebabkan kinerja media dalam program bauran promosi yang kurang dioptimalkan seperti kesesuaian media dengan program, kesesuaian media dengan tujuan, dan kesesuaian media dengan khalayak sasaran.

Sungailiat memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah dengan daerah wisata lainnya di Indonesia karena Sungailiat memiliki perpaduan wisata yang menarik antara wisata alam dan wisata budaya. Berikut ini potensi pariwisata yang dimiliki oleh Sungailiat:

TABEL 1.5
POTENSI KUANTITATIF KEPARIWISATAAN SUNGAILIAT TAHUN
2008

No	Jenis Potensi Tersedia	
1	Wisata Budaya	<ul style="list-style-type: none"> - Upacara Adat Rebo Kasan - Tradisi Sepintu Sedulang - Perayaan Maulid Nabi - Ritual Mandi Belimau - Bangka Ceria Imlek - Sembahyang Kubur - Sun Go Kong - Sembahyang Rebut
2	Wisata Pantai	<ul style="list-style-type: none"> - Pantai Matras - Pantai Parai Tenggara - Pantai Batu Bedaun - Pantai Teluk Uber - Pantai Tanjung Pesona - Pantai Tikus
3	Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> - Pha Kak Liang - Vihara Dewi Kwan Im - Pemandian Air Panas - Hutan Wisata Sungailiat - Kampung Gedong - Bukit Betung
4	Wisata Sejarah	<ul style="list-style-type: none"> - Situs Kota Kapur - Makam Depati Bahrin - Tugu Pahlawan 12 - Situs Kota Waringin - Benteng Kuto Panji - Rumah Adat
5	Wisata Olahraga	<ul style="list-style-type: none"> - Olahraga Golf - Memancing & Menyelam
6	Wisata Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> - Kampus Politeknik Manufaktur timah
7	Wisata Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> - Otak-otak - Martabak

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bangka, 2008

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Sungailiat memiliki potensi yang cukup baik untuk membuat pariwisata di Sungailiat dapat berkembang menjadi lebih baik lagi. Keadaan ini menuntut pemerintah yaitu DISBUDPAR Bangka berupaya untuk meningkatkan mutu pelayanan dan memperbaiki areal

sekitar objek wisata yang merupakan unsur yang sangat penting dalam mengembangkan objek wisata tersebut. Dengan kekayaan dan keindahan alam dan budaya yang dimiliki, Pemerintah Daerah perlu mengambil langkah - langkah positif untuk mengoptimalisasikan pemanfaatannya. Langkah promosi dan pemasaran pariwisata daerah, merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam proses pembangunan kepariwisataan. Bentuk promosi dapat dilakukan berbagai cara, salah satunya adalah dengan menyampaikan informasi kepariwisataan daerah melalui media bauran promosi seperti brosur, *website*, buku panduan wisata, CD, majalah, koran, dan televisi (TV) seperti yang selama ini dilakukan oleh DISBUDPAR Bangka secara berkesinambungan setiap tahunnya. Namun untuk media CD dan koran tidak diukur dalam penelitian ini dikarenakan berdasarkan informasi dari DISBUDPAR Bangka peminat dari media CD sedikit dan media koran dirasakan kurang efektif karena di media koran isi pesan dan kelengkapan informasi terbatas serta warna gambar tidak menarik.

DISBUDPAR Bangka melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke objek-objek wisata yang ada di Sungailiat, selain itu juga tujuan promosi pariwisata yang dilakukan oleh DISBUDPAR Bangka adalah untuk memandu para wisatawan mancanegara dan nusantara serta calon investor dibidang pariwisata sehingga diharapkan memberikan kontribusi positif bagi pembangunan pariwisata di Sungailiat.

DISBUDPAR Bangka melaksanakan promosi mengenai situasi objek wisata. Hal ini penting sekali bagi DISBUDPAR Bangka dalam mempromosikan objek wisata agar para wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara dapat

mengetahui, memilih dan berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada di Sungailiat.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh DISBUDPAR Bangka sebagai instansi yang memberikan jasa adalah pengelolaan dan penyebarluasan informasi mengenai keindahan alam wisata yang ada sehingga orang akan merasa tertarik dan berusaha untuk datang dan mengunjunginya. Selain itu juga, kegiatan promosi dilakukan untuk menciptakan citra baik di mata wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara serta berusaha untuk dapat membuat orang merubah sikap, dari sikap yang tidak mau mengunjungi menjadi sikap yang mau mengunjungi.

Kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan oleh DISBUDPAR Bangka antara lain melalui publikasi, *events* (acara khusus seperti pameran dagang), pemberian sponsor, dan kegiatan layanan masyarakat. Dampak dari kinerja *events*, pemberian dana sponsor dan kegiatan layanan masyarakat yang dilakukan selama ini sangat sulit diukur sejauh mana telah memberikan kontribusi bagi proses berkunjung wisatawan sehingga kinerja dari media bauran promosi yang merupakan bagian dari program *marketing mix* satu-satunya kegiatan promosi yang mudah untuk diukur sejauh mana telah memberikan kontribusi bagi proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Sungailiat.

Program bauran promosi yang dilakukan oleh DISBUDPAR Bangka seperti melalui pembuatan brosur sebanyak 1.000 buah setiap tahunnya, buku panduan wisata sebanyak 1.000 buah setiap tahunnya, melalui situs internet dengan *website*; <http://www.bangka.go.id>, melalui majalah, dan TV. DISBUDPAR

Bangka selama ini secara berkesinambungan bekerjasama dengan beberapa media elektronik maupun massa, media-media tersebut dapat dilihat dalam tabel 1.6 berikut ini :

TABEL 1.6
MEDIA ELEKTRONIK DAN MEDIA MASSA YANG DIGUNAKAN
DISBUDPAR BANGKA SETIAP TAHUNNYA

No	Media	Keterangan
1	Seputar Indonesia	Elektronik
2	RCTI	Elektronik
3	Tourism Network TV	Elektronik
4	TV ONE	Elektronik
5	Trans TV	Elektronik
6	SCTV	Elektronik
7	Majalah Venue	Massa
8	Majalah Travel Club	Massa
9	Surat Pembaruan	Massa
10	Harian Kompas	Massa
11	Republika	Massa
12	Jurnal Nasional	Massa
13	FORBUDPAR	Massa
14	Suara Karya	Massa
15	Businesss News	Massa
16	Humas DEPBUDPAR	Massa
17	Sinar Harapan	Massa
18	Media Indonesia	Massa
19	Rakyat Merdeka	Massa
20	Harian Neraca	Massa
21	The Jakarta Pos	Massa
22	Nusa Bali	Massa

Sumber: DISBUDPAR Bangka, 2008

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa upaya promosi yang dilakukan DISBUDPAR melalui media elektronik dan media massa selama ini dalam mempromosikan potensi wisatanya sudah cukup baik dengan menjalin kerjasama dengan beberapa media nusantara tersebut secara berkesinambungan setiap tahunnya dan kerjasama yang baik ini diharapkan dapat memberikan hasil yang baik pula, khususnya bagi tingkat kunjungan wisatawan nusantara di Sungailiat.

Program bauran promosi melalui brosur, *website*, dan buku panduan wisata bertujuan untuk menginformasikan kepada wisatawan mengenai potensi wisata yang dimiliki Sungailiat seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata pantai, wisata alam dan budaya, wisata pendidikan, wisata olahraga dan wisata kuliner yang ada di Sungailiat secara keseluruhan dengan penyampaian yang jelas dan dalam kurun waktu yang tidak dibatasi oleh waktu. Tetapi tidak sama halnya dengan program bauran promosi melalui majalah dan TV yang hanya menginformasikannya secara sekilas mengenai beberapa potensi wisata yang ada saja dengan frekuensi waktu yang terbatas juga. Tetapi untuk daya tarik dari program bauran promosi bila dilihat dari segi isi pesan, gambar, desain dan warna yang selama ini melalui media-media di atas sudah dilakukan dengan cukup baik dan menarik. Hal ini bertujuan agar siapa saja yang melihat media bauran promosi tersebut menjadi tertarik untuk datang berkunjung ke Sungailiat, khususnya wisatawan nusantara.

Media-media bauran promosi yang digunakan di atas memiliki fungsi menyampaikan pesan-pesan penjualan baik barang maupun jasa kepada khalayak dikarenakan program bauran promosi bukan hanya dilakukan oleh suatu perusahaan/lembaga profit, tetapi juga oleh suatu instansi pemerintahan/lembaga non-profit. Untuk lebih jelasnya berikut perbedaan antara tujuan bauran promosi yang dilakukan oleh Instansi Pemerintah dengan pihak swasta;

1. Pihak swasta melakukan tujuan bauran promosi untuk mendapatkan pendapatan (*income*) bagi perusahaan karena dari bauran promosi tersebut perusahaan menjual barang atau jasa yang dimilikinya yang nantinya membuat orang datang kesana sehingga orang pun membeli barang atau jasa

tersebut, sedangkan tujuan bauran promosi yang dilakukan oleh Instansi Pemerintah hanya untuk memberikan informasi secara lengkap mengenai daerahnya baik itu dari segi potensi wisata maupun faktor-faktor pendukung lainnya agar orang yang melihat bauran promosi tersebut pun tertarik untuk datang.

2. Pihak swasta melakukan program bauran promosi secara berkesinambungan setiap bulan atau tahunnya karena pihak swasta setiap tahun atau bulannya telah melakukan penyesuaian dana/*budget* khusus untuk program bauran promosi tersebut, tetapi pihak Pemerintah tidak demikian halnya karena dalam melakukan suatu program, pihak Instansi Pemerintah harus didasarkan pada tupoksi (tugas pokok dan fungsi) dari Instansi tersebut, jadi program yang dilakukan tahun ini belum tentu dapat dilakukan untuk tahun mendatang tetapi juga ada program yang dilakukan setiap tahunnya karena semua disesuaikan dengan RENSTRA (Rencana dan Strategi) yang diajukan setiap tutup buku pada akhir tahun untuk setiap tahun-tahun mendatang dan kemudian hal tersebut disetujui dalam APBD untuk dilakukan karena dalam penggunaan media promosi disesuaikan dengan program, tujuan, dan khalayak sasaran dari program promosi tersebut.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis perlu melakukan penelitian di Sungailiat, khususnya yang berkaitan dengan kinerja DISBUDPAR Bangka dalam melakukan promosi melalui program media bauran promosi karena untuk menarik atau meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke Sungailiat. Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu

dilakukan penelitian dengan judul “**Kinerja Media dalam Program Bauran Promosi yang dilakukan DISBUDPAR Bangka dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara di Sungailiat**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran kinerja media bauran promosi yang terdiri dari brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV yang dilakukan DISBUDPAR Bangka.
2. Bagaimanakah gambaran proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Sungailiat.
3. Seberapa besar kinerja media bauran promosi yang terdiri dari brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV yang dilakukan DISBUDPAR Bangka dalam mempengaruhi proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Sungailiat.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Media bauran promosi yang terdiri dari brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV yang dilakukan DISBUDPAR Bangka.
2. Proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Sungailiat.

3. Kinerja media bauran promosi yang terdiri dari brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV yang dilakukan DISBUDPAR Bangka dalam mempengaruhi proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Sungailiat.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran, khususnya media bauran promosi (brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV dalam mempengaruhi proses keputusan berkunjung wisatawan, serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi DISBUDPAR Bangka dan pengusaha pariwisata dalam memasarkan potensi pariwisata di Sungailiat melalui kegiatan promosi khususnya kinerja media bauran promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Sungailiat, serta untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.