

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata dewasa ini telah tumbuh dan berkembang menjadi salah satu sektor unggulan perekonomian di Indonesia. Hal ini didukung oleh sumber daya Indonesia yang dikenal luas kaya akan keanekaragaman budaya, keindahan alam, serta keramahan penduduknya. Potensi tersebut sangat beragam dan unik sehingga menjadi keutungan tersendiri untuk menarik wisatawan. Setiap orang hampir pasti pernah berwisata dan pasti membutuhkan kegiatan wisata setidaknya sebagai ajang untuk melepas lelah dan penat setelah berkegiatan dengan rutinitas sehari-hari.

Pada saat ini, kegiatan wisata telah terdiferensiasi menjadi lebih luas, tidak seperti zaman dahulu ketika istilah ini pertama kali muncul. Pergi di dalam satu kota maupun ke kota lain dengan tujuan bukan untuk tinggal menetap atau melakukan usaha yang teratur disebut berwisata. Tidak seperti zaman dahulu, wisata diidentikan sebagai kegiatan yang harus dilakukan minimal lebih dari 1 hari ataupun harus menginap.

Pada dewasa ini, jenis-jenis wisata pun telah berkembang menjadi semakin banyak, seperti wisata alam, wisata bahari, wisata religi dan budaya, wisata belanja, wisata kuliner, dll. Semua jenis wisata tersebut, memiliki ke – khasan serta keunikan masing-masing, yang menjadi suatu daya pikat tersendiri bagi masyarakat. Namun kesemua potensi yang dimiliki oleh tiap jenis wisata tersebut, akan terbuang percuma apabila para pelaku dunia usaha wisata tidak dapat melakukan promosi secara tepat dan efisien. Promosi diperlukan agar produk wisata yang akan dijual dapat dikenal oleh masyarakat, sehingga muncul lah ketertarikan akan produk wisata tersebut.

Jawa Barat, merupakan salah satu provinsi di Pulau Jawa yang dianugerahi dengan potensi wisata yang melimpah. Potensi wisata tersebut tersebar di

beberapa kota, baik potensi wisata alam, bahari, budaya, religi, kuliner dan belanja. Salah satunya daerah yang menjadu daerah tujuan wisata Jawa Barat adalah Bandung. Bandung merupakan ibu kota Jawa Barat, terkenal akan kesejukan serta keindahan panorama alamnya. Selain itu, Bandung terkenal pula sebagai kota pusat kebudayaan serta kota yang memiliki makanan khas yang menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Berbagai jenis wisata dapat wisatawan temukan di Bandung, dimulai dari wisata budaya, wisata belanja, wisata kuliner serta wisata alam. Keanekaragaman wisata ini membuat Bandung selalu dipenuhi oleh wisatawan pada saat *weekend*, baik oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Ini dapat terlihat dari tingkat hunian kamar di hotel- hotel yang tersebar di Bandung selalu tinggi dimulai dari hari Jum'at sampai dengan Minggu. Selain itu indikator lain yang dapat menjadi acuan adalah selalu padatnya tempat- tempat wisata pada saat *weekend*, serta kepadatan lalu lintas di kota Bandung pada saat *weekend*.

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung

Wisatawan	2010	2011	2012
Wisman	228.449	225.585	176.855
Wisnus	4.951.439	6.487.239	5.080.584

Sumber : Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Bandung 2012

Ada satu daerah di Bandung yang menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang selalu ramai dikunjungi oleh para wisatawan, daerah tersebut adalah Lembang. Lembang merupakan salah satu daerah yang termasuk kedalam wilayah di Kabupaten Bandung Barat. Berjarak sekitar 20 km dari pusat kota Bandung, Lembang menjadi salah satu tempat favorit wisatawan untuk berwisata karena kondisi alamnya yang masih hijau serta banyaknya pilihan atraksi wisata yang disuguhkan, dimulai dari wisata alam, wisata kuliner hingga wisata minat khusus.

Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah pemekaran dari Kabupaten Bandung, mencakup 15 kecamatan yaitu Kecamatan Batujajar, Kecamatan Cikalong Wetan, Kecamatan Cihampelas, Kecamatan Cililin, Kecamatan Cipatat,

Kecamatan Cipeundeuy, Kecamatan Cipongkor, Kecamatan Cisarua, Kecamatan Gunung Halu, Kecamatan Lembang, Kecamatan Ngamprah, Kecamatan Padalarang, Kecamatan Parongpong, Kecamatan Rongga, dan Kecamatan Sindangkerta. Kabupaten Bandung Barat ini beribu kota di Ngamprah, berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang di sebelah barat dan utara, Kabupaten Bandung dan Cimahi di sebelah timur, Kota Bandung di sebelah selatan, dan Kabupaten Cianjur di sebelah barat dan timur. Berdasarkan Peraturan Daerah Jawa Barat no.1 Tahun 2008, Kabupaten Bandung Barat termasuk kedalam Kawasan Bandung Utara. Kawasan Bandung Utara meliputi sebagian wilayah Kabupaten Bandung, Kota Bandung, Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat dengan di sebelah utara dan timur dibatasi oleh punggung topografi yang menghubungkan puncak Gunung Burangrang, Masigit, Gedongan, Sunda, Tangkubanparahu dan Manglayang, sedangkan di sebelah barat dan selatan dibatasi oleh garis (kontur) 750 m di atas permukaan laut (dpl) yang secara geografis terletak antara $107^{\circ} 27'$ - 107° Bujur Timur, $6^{\circ} 44'$ - $6^{\circ} 56'$ Lintang Selatan. Tujuan dari PERDA no.1 Tahun 2008 ini adalah mengatur pengendalian pemanfaatan ruang Kawasan Bandung Utara berdasarkan asas manfaat, keseimbangan, keserasian, keterpaduan, kelestarian, keadilan dan peran serta masyarakat. Tujuan pengendalian pemanfaatan ruang di Kawasan Bandung Utara adalah mewujudkan keseimbangan pemanfaatan ruang di Kawasan Bandung Utara untuk menjamin pembangunan yang berkelanjutan, serta mewujudkan peningkatan fungsi lindung terhadap tanah, air, udara, flora dan fauna. Sasaran pengendalian pemanfaatan ruang di Kawasan Bandung Utara adalah :

1. perkuatan peran dan fungsi Pemerintah Kabupaten/Kota di wilayah Kawasan Bandung Utara dalam pengendalian perkembangan Kawasan Bandung Utara;
2. terwujudnya penataan, perlindungan dan keberlangsungan fungsi konservasi air, tanah, flora dan fauna di Kawasan Bandung Utara serta memulihkan daur karbon dan iklim mikro;

3. berfungsinya Kawasan Bandung Utara sebagai daerah tangkapan air, peresap dan pengalir air bagi daerah bawahannya;
4. terkendalinya perubahan bentuk permukaan dan tutupan tanah.

Salah satu objek wisata yang berada di Kabupaten Bandung Barat adalah Taman Wisata Alam Maribaya yang terletak di Kecamatan Lembang. Taman Wisata Alam Maribaya mencatat total 26.459 kunjungan wisatawan selama tahun 2011. Taman Wisata Alam Maribaya memiliki potensi wisata berupa keindahan panorama alam, air terjun dan juga pemandangan hutan yang masih alami. Apabila wisatawan melakukan trekking di kawasan ini, wisatawan dapat meneruskan perjalanan hingga Taman Hutan Raya Juanda yang terletak di daerah Dago, Bandung. Banyak sekali *tours & travel* maupun *individual travelers* yang menjadikan Lembang sebagai salah satu daerah tujuan untuk berwisata. Namun ironis nya, hanya sedikit saja para wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Maribaya. Ini merupakan kondisi yang sangat bertolak belakang dengan kondisi terdahulu, dimana Taman Wisata Alam Maribaya merupakan salah satu objek wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan.

Tabel 1.2

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Taman Wisata Alam Maribaya

Tahun	Jumlah Kunjungan
2010	27217
2011	26459
2012 (sampai dengan bulan Agustus 2012)	17202

Sumber : Pengelola Taman Wisata Alam Maribaya 2012

Dapat terlihat dari tabel diatas, jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Maribaya dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Ada beberapa faktor pemicu kemerosotan jumlah kunjungan ke Taman Wisata Alam Maribaya, diantaranya adalah kondisi eksisting dari Taman Wisata Alam Maribaya itu sendiri, semakin banyaknya objek wisata yang dapat dipilih oleh wisatawan yang berkunjung ke Lembang, serta faktor minimnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Taman Wisata Alam Maribaya. Promosi merupakan salah satu

aspek terpenting dalam rangka meraup kunjungan wisatawan ke sebuah objek wisata. Promosi dapat dilakukan baik oleh pihak pengelola (internal) maupun pihak luar (eksternal). Jenis promosi yang dilakukan pun harus disesuaikan dengan segmentasi pasar yang dituju. Oleh karena itu, penyusunan strategi promosi yang tepat sangat diperlukan untuk mencapai kunjungan wisatawan yang maksimal.

Hal inilah yang menjadi latar belakang penelitian penulis dengan judul *Strategi Promosi Taman Wisata Alam Maribaya Sebagai Kawasan Ecotourism Di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat.*

B. Identifikasi Masalah

1. Promosi apa saja yang telah dilakukan oleh pihak pengelola Taman Wisata Alam Maribaya?
2. Bagaimana kondisi bisnis Taman Wisata Alam Maribaya berdasarkan analisis matriks *BCG (Boston Consultant Group)*?
3. Siapakah segmen pasar dari Taman Wisata Alam Maribaya?
4. Strategi promosi apa yang tepat untuk diterapkan oleh pihak pengelola Taman Wisata Alam Maribaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan jenis- jenis promosi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola Taman Wisata Alam Maribaya.
2. Untuk menganalisis kondisi bisnis Taman Wisata Alam Maribaya berdasarkan matriks *BCG (Boston Consultant Group)*.
3. Untuk mendeskripsikan segmen pasar dari Taman Wisata Alam Maribaya.
4. Untuk mendeskripsikan strategi promosi yang tepat untuk diterapkan oleh pihak pengelola Taman Wisata Alam Maribaya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan masukan kepada pihak pengelola Taman Wisata Alam Maribaya dalam rangka meningkatkan promosi kawasan Maribaya.
2. Sebagai bahan masukan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat dalam rangka menyusun kebijakan pengembangan Taman Wisata Alam Maribaya.

3. Sebagai bahan masukan kepada pelaku usaha pariwisata, dalam hal ini adalah *tours & travel* untuk membantu mempromosikan Taman Wisata Alam Maribaya sebagai kawasan *ecotourism* di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat.
4. Sebagai bahan masukan kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, serta definisi operasional.

BAB II – KAJIAN TEORI

Berisi seputar teori yang digunakan selama penelitian dan kerangka pemikiran.

BAB III – METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dijabarkan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan.

BAB IV – PEMBAHASAN

Dalam bab ini semua hasil temuan selama penelitian akan dijelaskan kemudian hasil temuan tersebut dibahas berdasarkan teori yang berlaku.

BAB V – KESIMPULAN & REKOMENDASI

Bab ini berisi kesimpulan hasil dari penelitian beserta rekomendasinya.

