

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk Indonesia yang cukup pesat, mengakibatkan kecenderungan pasar potensial yang akan melakukan perjalanan. Terlebih lagi perjalanan yang dilakukan bukan sekedar hiburan, akan tetapi mempunyai tujuan tertentu yang akan membawa pengaruh yang cukup terhadap pribadi, keluarga, maupun lingkungannya dalam dekade terakhir ini.

Adapun setiap perjalanan yang dilakukan tersebut tidak lain adalah karena manusia ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka yang beraneka ragam. Salah satunya adalah dengan mencari pengalaman wisata dan bersantai, yaitu melarikan diri dari lingkungan yang sifatnya rutin dan stress, kemudian mencari kesempatan mengadakan rekreasi demi kepuasan batin yang diperoleh, orang akan cenderung melakukan kegiatan berwisata untuk memenuhi hasrat kesenangannya. Menurut Dann (dalam Ross, 1998: 31) menyatakan bahwa:

Ada dua faktor atau tahap dalam keputusan untuk melakukan perjalanan, yaitu faktor pendorong (faktor yang membuat kita ingin bepergian) dan faktor penarik (faktor yang mempengaruhi kemana kita akan pergi setelah ada keinginan awal untuk bepergian). Jadi, terlihat bahwa manusia menumbuhkan kebutuhan dalam dirinya untuk melakukan interaksi sosial yang tidak ditemui di tempat tinggalnya sehingga ada kebutuhan untuk pergi jauh dari lingkungan rumah.

Pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Pengertian pariwisata secara etimologi terdiri dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak,

berkali-kali dan berputar-putar. Wisata berarti perjalanan, bepergian. Maka pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari tempat satu ke tempat lain (Yoeti, 1995: 105).

E Guyer Freuler (1995: 70) mengartikan pariwisata dalam arti modern, menyatakan bahwa:

Pariwisata merupakan fenomena dari zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan, dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta akan keindahan alam dan pada khususnya disebabkan bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan.

Menurut definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Para pakar pariwisata memberikan definisi yang sangat variatif tentang jenis pariwisata yang ada di Indonesia. Berdasarkan motif dan tujuannya Yoeti (1978:114-116) membagi jenis pariwisata ke dalam 6 bagian yaitu: (1) pariwisata budaya, (2) pariwisata pengobatan, (3) pariwisata olahraga, (4) pariwisata dagang dan politik, (5) pariwisata ilmu, (6) pariwisata sosial.

Lebih lanjut pakar ini membagi jenis pariwisata menjadi 7 jenis menurut objeknya yaitu: “*Cultural Tourism, Recuperational Tourism, Commercial Tourism, Sport Tourism, Political Tourism, Social Tourism, dan Religion Tourism*”. Sementara berdasarkan maksudnya pariwisata itu terbagi ke dalam 5 kelompok yaitu: *Recreational Tourism, Cultural Tourism, Health Tourism, Sport Tourism, dan Conference Tourism*. (Yoeti, 1978: 114-116)

Salah satu dari keunggulan industri pariwisata yaitu industri pariwisata olahraga. Pariwisata olahraga itu ditujukan kepada suatu perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu atau ikut berpartisipasi dalam kegiatan olahraga itu sendiri. Pariwisata ini bertujuan untuk memenuhi kepuasan untuk melakukan kegiatan olahraga yang disenangi seperti *fishing, hunting, deep sea diving, skiing, hiking, boating*, dan lain-lain. Pariwisata olahraga juga memiliki potensi ekonomi yang cukup besar

Dewasa ini pariwisata dikemas dan dimodifikasi sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk-produk pariwisata yang berkualitas dengan tujuan untuk menarik dan mendorong wisatawan untuk melakukan kegiatan berwisata. Dengan adanya paket-paket wisata, wisatawan dapat memilih, menentukan, dan memberikan permintaan. Diantanya produk-produk wisata adalah wisata alam, wisata olahraga, wisata bahari, wisata seni dan budaya, wisata sungai, wisata kuliner, wisata religi, dan wisata sejarah.

Pariwisata tidak akan berkembang apabila orang lain enggan berkunjung karena buta akan informasi-informasi mengenai pariwisata tersebut, oleh sebab itu diperlukan berbagai promosi-promosi pariwisata.

Pada hakekatnya promosi adalah salah satu kegiatan dalam pemasaran (yoeti, 2002: 51). Dengan demikian untuk melaksanakan kegiatan promosi perlu adanya komunikasi pemasaran. Maka komunikasi pemasaran merupakan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan/lembaga baik secara tatap muka

maupun bermedia dalam rangka upaya meningkatkan penjualan jasa atau hasil produksi (Effendi, 2002: 216).

Sedangkan menurut Soekadijo (dalam Rinto, 2000: 4) menyatakan bahwa:

Promosi itu sendiri adalah usaha untuk memperbesar daya tarik obyek wisata terhadap calon wisatawan. Wisatawan dan kebutuhannya tidak digarap akan tetapi produk wisatanya yang harus disesuaikan dengan permintaan wisatawan.

Semua klasifikasi pariwisata tersebut tidak akan ada tanpa adanya wisatawan, begitu pula segala kegiatan yang menyangkut kepariwisataan dianggap gagal jika tidak mendatangkan wisatawan. Sebaliknya jika ada wisatawan yang mengunjungi objek-objek pariwisata dan memanfaatkan jasa-jasa yang ada pada pariwisata, maka semua kegiatan itu mendapat arti kepariwisataan dan lahirlah berbagai jenis dan macam pariwisata.

Pantai Palabuhanratu, atau lebih populer sebagai Pantai Pelabuhan Ratu, adalah sebuah tempat wisata di pesisir Samudra Hindia di selatan Jawa Barat. Lokasinya terletak sekitar 60 km ke arah selatan dari Kota Sukabumi. Pantai ini dikenal memiliki ombak yang sangat kuat dan karena itu berbahaya bagi perenang pantai. Topografinya berupa perpaduan antara pantai yang curam dan landai, tebing karang terjal, hampasan ombak, dan hutan cagar alam.

Palabuhanratu memiliki daya tarik tersendiri, karena itu Presiden Soekarno mendirikan tempat peristirahatannya pada tahun 1960 di Tenjo Resmi. Selain itu, atas inisiatif Soekarno pula didirikanlah Samudera Beach Hotel (sekarang berganti nama menjadi Inna Samudera Beach), salah satu hotel mewah pertama yang dibangun di Indonesia pada kurun waktu yang sama dengan Hotel Indonesia, Bali

Beach Hotel, dan Toko Serba Ada "Sarinah", yang kesemuanya menggunakan dana pampasan perang dari Jepang. Selain itu pulaz terdapat hotel yang bernuansa mediterania berpadu seni tradisional yang kental terdapat Padi-padi Beach Resort and Hot Spring. Bagi yang menginginkan nuansa bungalow terdapat Ocean Queen Resort dan Banyu Amarta. Fasilitas pendukung lainnya ialah restoran, penjaga keamanan (SAR), dan peta informasi wisata.

Kawasan wisata Pelabuhanratu merupakan kawasan yang didominasi oleh objek wisata berupa pantai dan laut. Di kawasan ini, terdiri dari Pantai Karanghawu yang letaknya sekitar 20 km dari pusat kota Pelabuhanratu, merupakan pantai karang yang menjorok ke laut dan berlubang di beberapa bagian karangnya. Bentuk karangnya lebih mirip tungku, dalam bahasa Sunda disebut "Hawu". Pantai-pantai lain yang terletak di daerah ini antara lain adalah Pantai Cibareno, Pantai Cimaja, Pantai Cibangban, Break Water, Pantai Citepus, Kebon Kelapa, dan Tenjo Resmi. Sekitar 17 km dari Pantai Pelabuhanratu terdapat sumber air panas di Cisolok, yang airnya mengandung belerang yang tinggi dan berguna bagi kesehatan. Di seputar Pelabuhanratu, paling tidak ada sembilan titik lokasi untuk berselancar, yaitu di Batu Guram, Karang Sari, Samudra Beach, Cimaja, Karang Haji, Indicator, Sunset Beach, Ombak Tujuh sampai Ujung Genteng. Masing-masing pantai mempunyai ombak dengan karakteristiknya sendiri.

Di balik keindahan yang terpancar, Pantai Pelabuhan Ratu juga menyimpan cerita mistis dari legenda Penguasa Pantai Selatan, Nyai Mas Ratu Dewi Roro Kidul atau sering kita dengar dengan sebutan Nyai Roro Kidul.

Memang selama ini terdapat berbagai versi cerita mengenai Nyai Roro Kidul yang berbeda satu sama lain. Akan tetapi esensi setiap cerita itu sama, masyarakat sekitar pantai amat percaya bahwa lautan lepas yang terlihat dari bibir pantai dihuni dan dikuasai oleh Nyi Roro Kidul dan banyak membantu masyarakat, terutama nelayan yang melaut di sana. Nyai Roro Kidul telah menjadi bagian dari hidup mereka dari generasi ke generasi. Sebagai ucapan terima kasih kepada sang Nyai, masyarakat dan para nelayan sekitar pantai sering menggelar ritual-ritual yang sangat unik.

Keindahan objek wisata pantai Pelabuhan Ratu yang terletak di Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat tak perlu diragukan. Dengan panorama alam nan alami, udara sejuk, dan hamparan pasir yang indah akan memberikan kepuasan kepada pengunjung menginjakkan kaki di Palabuhanratu. Pada saat datang liburan, jumlah wisatawan ke Pantai Palabuhanratu bisa menembus puluhan ribu. Bahkan, jumlah hunian hotel di Kabupaten Sukabumi bisa tembus sampai 80 persen. Biasanya pengunjung membludak sekitar Mei hingga Oktober, saat gelombang ombak tinggi.

Semua potensi tersebut mempunyai peranan yang amat penting bagi pengembangan kepariwisataan khususnya pariwisata olahraga. Dalam hal ini Pemerintah mempunyai peranan penting untuk meletakkan sektor pariwisata pada baris depan basis ekonomi. Tujuannya adalah untuk menggenjot roda perekonomian yang sangat bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat.

Baru-baru ini, Pemerintah Daerah Kabupaten Sukabumi melalui Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (Disparbudpora) menggalakkan program pariwisata yang dinamakan *Visit Sukabumi - West Java Indonesia 2011*. Secara garis besar, program ini bertujuan untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara agar berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Sukabumi. Melalui program ini, pemerintah daerah Kabupaten Sukabumi berharap dapat memajukan sektor pariwisata olahraga dan promosi budaya.

Pada tahun 2008 jumlah wisatawan yang datang mencapai 1,5 juta orang, dengan puncak kedatangan pengunjung terjadi pada libur hari raya yang mencapai 150.000 orang. Sedangkan pada tahun 2009 tingkat kunjungan ke pelabuhanratu mengalami penurunan sebesar 30% dengan jumlah pengunjung yang hanya mencapai 800.000 orang. Hal ini di akibatkan dengan adanya gempa bumi yang terjadi awal bulan September 2009, serta tidak menutup kemungkinan isu tentang terjadinya *tsunami* masih melekat dalam benak wisatawan. Karena musibah *tsunami* identik dengan kawasan wisata pantai. (data dari *Perhimpunan Pengusaha Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kabupaten Sukabumi*).

Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga (Disparbudpora) Kabupaten Sukabumi, pada 2011 menargetkan pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pariwisata Rp 1 miliar. Target akan digenjot dari enam obyek pariwisata yang dikelola Disparbudpora, di antaranya Curug Cinumpang, Pantai Palabuhanratu, Pantai Ujunggenteng, Pantai Cibangban, Sumber Air Panas Cisolok, dan Pondok Halimun (PH). Kepala Disparbudpora Kabupaten Sukabumi,

Harry Mukharam Hassan optimis target Rp. 1 miliar bisa tercapai. Pasalnya, 2010 lalu, PAD dari sektor pariwisata mencapai Rp625 juta dari target Rp600 juta. Pada 2010 wisatawan yang datang ke Sukabumi hampir mencapai 2,3 juta orang.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti sejauh mana efektivitas kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011* dalam meningkatkan jumlah wisatawan domestik maupun asing/mancanegara di daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu, yang meliputi Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Ciselok – Kabupaten Sukabumi. Untuk itu penulis mengambil judul “Promosi Pariwisata Olahraga Dan Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan”. (Studi Korelasional Tentang Efektivitas Kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011* dalam meningkatkan kunjungan Wisatawan domestik maupun asing di Daerah Tujuan Wisata Pantai Pelabuhanratu, yang meliputi Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Ciselok – Kabupaten Sukabumi).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Sejauhmana gambaran kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sukabumi khususnya Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (Disparbudpora) dalam menggalakkan program kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011*?
2. Seberapa besar pengaruh kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011* dalam meningkatkan jumlah wisatawan domestik maupun asing di



daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu, yang meliputi Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Cisolok – Kabupaten Sukabumi?

3. Seberapa besar hubungan antara promosi pariwisata olahraga dengan peningkatan jumlah wisatawan?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang ingin dicapai setelah penelitian ini selesai. Arikunto (1993: 49) mengemukakan bahwa tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sejauhmana gambaran kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sukabumi khususnya Disparbudpora dalam menggalakkan kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011*.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011* dalam meningkatkan jumlah wisatawan domestik maupun asing di daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu, yang meliputi Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Cisolok – Kabupaten Sukabumi.
3. Untuk mengetahui sejauhmanakah hubungan antara promosi pariwisata olahraga dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Jika tujuan penelitian ini tercapai, maka penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat dan sumbangan yang positif baik secara teoritis maupun praktis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Manfaat penelitian ini adalah dapat mengetahui hubungan pemasaran dalam olahraga terutama promosi di bidang industri olahraga wisata dengan peningkatan jumlah wisatawan.
- b. Dapat memberikan sumbangan yang positif dalam bidang pemasaran olahraga dan industri olahraga wisata, yaitu sebagai kelengkapan dan perbendaharaan untuk memperkaya khasanah keilmuan Indonesia yang merupakan kontribusi di dalam dunia empiris.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi penulis, yaitu sebagai bahan komparasi (perbandingan) antara ilmu yang penulis peroleh dari perkuliahan dengan aplikasi konkret di lapangan.
- b. Masyarakat, yaitu sebagai bahan rekomendasi dan memberikan masukan yang bermanfaat dari hasil penelitian ini untuk membekali pemahaman masyarakat tentang pentingnya promosi dalam pemasaran olahraga.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini, terutama bagi lembaga khususnya Program Studi Ilmu Keolahragaan FPOK UPI.

## E. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini memperoleh sasaran yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah. Tentang perlu adanya pembatasan masalah ini, sebagaimana yang dikemukakan oleh Surakhmad (1987: 35) sebagai berikut:

Pembatasan ini diperlukan bukan saja untuk memudahkan atau menyederhanakan masalah bagi peneliti, tetapi juga dapat menetapkan lebih dahulu segala sesuatu yang diperlukan untuk pemecahannya, tenaga, kekuatan, ongkos dan lain-lain yang timbul dari rencana tertentu.

Berpedoman dari latar belakang di atas, serta untuk menghindari timbulnya penafsiran yang terlalu luas dan untuk memperoleh gambaran yang jelas, maka batasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini bersifat korelasional yaitu bersifat mencari atau menjelaskan hubungan dan menguji hipotesis.
2. Penelitian ini hanya membahas mengenai efektivitas kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011* dalam meningkatkan jumlah wisatawan baik domestik maupun asing di daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu, yang meliputi Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Cisolok – Kabupaten Sukabumi.
3. Penelitian ini hanya terbatas pada wisatawan (domestik dan asing) yang berkunjung di daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu, Kecamatan (Pelabuhanratu, Cikakak, dan Cisolok) Kabupaten Sukabumi

4. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel adalah wisatawan (domestik dan asing) yang berkunjung ke daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu.
5. Lokasi penelitian ini terletak di Wilayah IV Pelabuhanratu yang meliputi (Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Cisolok) Kabupaten Sukabumi.

## **F. Anggapan Dasar dan Hipotesis**

### **1. Anggapan Dasar**

Anggapan dasar merupakan tumpuan pandangan dan kegiatan terhadap masalah yang dihadapi. Anggapan dasar menjadi titik tolak dalam pemikiran, sebagai dasar tumpuan untuk mencari gambaran mengenai permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam penelitian, sehingga tidak ada keragu-raguan bagi peneliti. Dalam hal ini Arikunto (2002:58) menerangkan bahwa: "Anggapan dasar ialah suatu yang diyakini kebenarannya oleh peneliti yang akan berfungsi sebagai hal-hal yang dipakai untuk tempat berpijak bagi peneliti dalam rangka melaksanakan penelitiannya".

Adapun anggapan dasar yang dipakai sebagai titik tolak landasan berpikir dalam penelitian ini adalah:

- a. Olahraga adalah serangkaian gerak yang teratur dan terencana yang dilakukan orang dengan sadar untuk meningkatkan kemampuan fungsionalnya yang tidak hanya melibatkan aspek jasmani, tetapi juga aspek rohani dan aspek sosial". Berdasarkan sifat dan tujuannya, pariwisata olahraga termasuk kedalam olahraga rekreasi, yaitu olahraga sebagai alat untuk mencapai tujuan. Tujuan dari olahraga wisata pada hakekatnya adalah untuk memberikan

pembinaan pada unsur fisik dan mental bagi para pelakunya. Kemenangan tidak dijadikan tujuan utama, melainkan fokus pada upaya untuk meraih kepuasan dan kesenangan.

- b. Pengertian pariwisata secara etimologi terdiri dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak, berkali-kali dan berputar. *Wisata* berarti perjalanan, bepergian. Maka pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain (Yoeti, 1995:105). Institute of Tourism in Britain (sekarang Tourism Society in Britain) ditahun 1976 mendefinisikan pariwisata sebagai “Kepergian orang-orang untuk sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan tempat bekerja sehari-hari, serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat tujuan tersebut, ini mencakup kepergian untuk berbagai maksud termasuk kunjungan sehari atau darmawisata. Bergeraknya (bepergiannya) orang-orang tersebut dapat dilukiskan dengan banyak orang-orang meninggalkan tempat kediaman atau rumah mereka untuk sementara waktu ke tempat lain dengan tujuan benar-benar sebagai seorang konsumen dan sama sekali tanpa tujuan mencari nafkah (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:5).
- c. Promosi adalah salah satu kegiatan dalam pemasaran (yoeti, 2002: 51). Dengan demikian untuk melaksanakan kegiatan promosi perlu adanya komunikasi pemasaran. Maka komunikasi pemasaran merupakan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan/lembaga baik secara tatap muka maupun bermedia dalam rangka upaya meningkatkan penjualan jasa atau hasil

produksi (Effendi, 2002: 216). Dalam hal ini promosi pariwisata olahraga sangat diperlukan untuk menarik minat pengunjung.

- d. Fokus dari pemasaran adalah pada kebutuhan pelanggan dan bukan kebutuhan si pelaku pemasaran. Peter Drucker menyatakan bahwa suatu program pemasaran yang tepat dapat membuat penjualan berlebihan. Dengan demikian menurutnya tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan mengerti pelanggan dengan baik, sehingga produk atau pelayanan (*service*) terjual dengan sendirinya (Drucker, 1974). Dengan program pemasaran yang tepat diharapkan target wisatawan yang berkunjung ke Pelabuhanratu dapat tercapai.
- e. Pemasaran inti dari seluruh aktivitas bisnis (Lingga Purnama, 2002). Konsep pemasaran olahraga sangat penting dan diperlukan, dengan tujuan untuk merangkul pangsa pasar yang lebih luas. Menurut Mullin (dalam Harsuki, 2003:193) menjelaskan bahwa “pemasaran olahraga terdiri dari semua aktivitas yang terencana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan pada partisipan pertama, kedua dan ketiga. Oleh karena itu pemasaran olahraga telah berkembang dengan dua arah, yaitu: (1) pemasaran produk dan *service* olahraga kepada pelanggan olahraga, dan (2) pemasaran yang menggunakan olahraga sebagai suatu wahana promosi untuk pelanggan dan *service* serta produk industri. Pemasaran yang didasarkan atas keinginan dan kebutuhan pelanggan akan menarik wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu.

- f. Wisatawan adalah bagian terpenting dalam industri wisata olahraga, tanpa adanya wisatawan semua kegiatan tersebut dianggap gagal. Selanjutnya untuk kepentingan promosi objek wisata, G.A Schmoll (dalam Yoeti, 1995:127) mendefinisikan wisatawan sebagai individu atau sekelompok individu yang mempertimbangkan dan merencanakan tenaga beli yang dimilikinya untuk perjalanan rekreasi dan berlibur yang tertarik pada perjalanan umum dengan motivasi perjalanan yang ia lakukan menambah pengetahuan, tertarik oleh pelayanan yang diberikan oleh suatu daerah tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung di masa yang akan datang.
- g. Terdapat beberapa motif yang menyebabkan seseorang disebut wisatawan. Menurut *World Tourism Organization (WTO)* dan *International Union of Office Travel Organization (IUOTO)*, (dalam Soekadijo, 2000:14) mereka yang termasuk wisatawan adalah: (1) orang yang melakukan perjalanan untuk bersenang-senang (*pleasure*), karena alasan keluarga, kesehatan dan sebagainya, (2) orang yang mengadakan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, atletik dan sebagainya), (3) orang yang mengadakan perjalanan bisnis, dan (4) orang yang datang dalam rangka pelayaran pesiar, juga kalau ia tinggal 1x24 jam.
- h. Program *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011* merupakan sebuah program promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sukabumi melalui Dinas Pariwisata Kebudayaan dan Pemuda Olahraga (Disparbudpora). Melalui program ini, pemerintah Kabupaten Sukabumi

berharap dapat memajukan perekonomian daerah dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui sektor pariwisata olahraga dan promosi budaya. Secara garis besar, program ini bertujuan untuk menarik wisatawan domestik/asing agar berkunjung ketempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Sukabumi. Dengan program ini pemerintah Kabupaten Sukabumi menargetkan PAD sebesar Rp. 1 miliar dengan menarik jumlah wisatawan pada kisaran diatas 1,5 juta orang/wisatawan.

## 2. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah peneliti telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan anggapan dasar di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara promosi pariwisata olahraga melalui kampanye Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011 dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu (Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Cisolok) Kabupaten Sukabumi.

Hi : Terdapat hubungan yang signifikan antara promosi pariwisata olahraga melalui kampanye Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011 dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu (Kecamatan Pelabuhanratu, Cikakak, dan Cisolok) Kabupaten Sukabumi.



## G. Definisi Operasional

Menurut Singarimbun (dalam Ranto, 1995:46), Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya untuk mengukur suatu variabel.

Untuk menghindari salah penafsiran istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan penjelasan mengenai istilah sebagai berikut:

1. Promosi menurut Yoeti (2002:51) adalah salah satu kegiatan dalam pemasaran. Dalam penelitian ini yang dimaksud promosi adalah program yang akan digalakkan pemerintah Kabupaten Sukabuni melalui Disparbudpora yaitu kampanye *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011*.
2. “Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial yang baru, budaya, alam, dan ilmu. Yang dimaksud pariwisata dalam penelitian ini adalah pariwisata olahraga yang dijadikan andalan untuk menarik para wisatawan.
3. Olahraga ialah serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana yang dilakukan orang untuk mencapai suatu maksu dan tujuan tertentu. Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka olahraga dibagi menjadi: (1) olahraga prestasi, (2) olahraga rekreasi, (3) olahraga pendidikan. Giriwijoyo (1991: 57). Olahraga dalam penelitian ini adalah olahraga rekreasi yaitu pariwisata olahraga.

4. Pariwisata olahraga adalah suatu perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melakukan aktivitas olahraga dengan alasan untuk meraih kepuasan dan kesenangan. Danasaputra (2009: 5). Dalam penelitian ini yang dimaksud pariwisata olahraga adalah olahraga yang memanfaatkan fasilitas yang bersifat alamiah seperti laut, pegunungan, sungai, danau maupun yang hanya menawarkan pesona keindahan alam.
5. Wisatawan adalah sebagai individu atau sekelompok individu yang mempertimbangkan dan merencanakan tenaga beli yang dimilikinya untuk perjalanan rekreasi dan berlibur yang tertarik pada perjalanan umum dengan motivasi perjalanan yang ia lakukan menambah pengetahuan, tertarik oleh pelayanan yang diberikan oleh suatu daerah tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung di masa yang akan datang. G A Schmoll (dalam Yoeti, 1995: 127). Wisatawan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata pantai Pelabuhanratu, baik wisatawan domestik maupun asing.
6. Program *Visit Sukabumi – West Java Indonesia 2011* merupakan sebuah program promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sukabumi melalui Dinas Pariwisata Kebudayaan dan Pemuda Olahraga (Disparbudpora), dalam rangka untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui sektor pariwisata.