

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tingkat mobilitas atau pergerakan manusia semakin tinggi pada era globalisasi saat ini. Hal ini disebabkan oleh semakin mudahnya aksesibilitas antar negara serta semakin majunya teknologi informasi, dan komunikasi yang semakin mendorong manusia untuk melakukan sebuah perjalanan. Pariwisata diberi makna, “Mereka yang meninggalkan rumah untuk mengadakan perjalanan tanpa mencari nafkah di tempat-tempat yang dikunjungi sambil menikmati kunjungan mereka” (Nyoman S.Pendit, 2003:1).

Perkembangan dunia pariwisata internasional saat ini sangat tinggi menurut data dari *United Nation World Trade Organization* (UNWTO) tercatat pada tahun 2007 pengeluaran wisatawan rata-rata mencapai lebih dari US\$ 2 milyar per hari nya dengan jumlah total pengeluaran sebesar US\$ 682 milyar, UNWTO telah memperkirakan mobilitas wisatawan dunia dapat mencapai 1.046 milyar di tahun 2010 dan 1.602 milyar wisatawan di tahun 2020. Salah satunya adalah negara Indonesia.

Industri pariwisata yang dikembangkan di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan devisa negara (*state revenue*). Dengan kata lain, segala usaha yang berhubungan dengan kepariwisataan merupakan usaha yang bersifat komersial dengan tujuan utama mendatangkan devisa negara. Disamping itu, pengembangan

kepariwisataan juga bertujuan untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.

Pengembangan pariwisata di Indonesia tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh Indonesia untuk mendukung pariwisata tersebut. Indonesia memiliki keragaman budaya yang sangat menarik. Keragaman budaya ini dilatarbelakangi oleh adanya agama, adat istiadat yang unik, dan kesenian yang dimiliki oleh setiap suku yang ada di Indonesia. Disamping itu, alamnya yang indah memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik itu alam pegunungan (pedesaan), alam bawah laut, maupun pantai.

Indonesia dengan sumber daya alam dan budaya yang bervariasi, memiliki potensi pengembangan pariwisata yang tinggi. Hal ini tercermin dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Indonesia, statistik kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia seperti Tabel 1.1:

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA
DI INDONESIA TAHUN 2004 – 2010

TAHUN	JUMLAH WISMAN	RATA-RATA PENGELUARAN PER KUNJUNGAN (USD)	RATA- RATA LAMA TINGGAL (HARI)	PENERIMAAN DEWISA (JUTA USD)
2004	5.321.165	901,66	9,47	4.797,90
2005	5.002.101	904,00	9,05	4.521,90
2006	4.871.351	913,09	9,09	4.447,98
2007	5.505.759	970,98	9,02	5.345,98
2008	6.429.027	1.178,54	8,58	7.377,39
2009	6.452.259	995,93	7,69	6.297,99
2010	7.002.944	1.085,75	8,04	7.603,45

Sumber: *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia (2010)*

Berdasarkan Tabel 1.1, statistik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Peningkatan juga terjadi pada tahun 2008 yakni 6.429.027. Wisatawan dengan penerimaan devisa negara sebesar 7.377,39 juta USD. Sedangkan untuk tahun 2010 mengalami kenaikan, bahkan pada tahun 2010 merupakan tahun yang mengalami pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara paling tinggi yaitu sebanyak 7.002.944 atau sebesar 10,74%.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang cukup signifikan pada tahun 2006 disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, bencana alam yang sempat melanda daerah di Indonesia, perekonomian yang tidak stabil, ancaman teroris yang sempat melanda Indonesia sehingga wisatawan mancanegara merasa takut dan tidak aman untuk melakukan perjalanan wisata ke Indonesia. Stabilitas sosial dan politik serta adanya larangan untuk berkunjung ke Indonesia atau *travel warning* dari beberapa negara juga menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya penurunan jumlah wisatawan mancanegara di Indonesia.

Sedangkan untuk jumlah wisatawan nusantara yang melakukan kegiatan kepariwisataan seperti pada Tabel 1.2:

TABEL 1.2
STATISTIK JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
DI INDONESIA TAHUN 2004 – 2010

TAHUN	JUMLAH WISNUS	RATA-RATA PENGELUARAN PER KUNJUNGAN (USD)	RATA-RATA LAMA TINGGAL (HARI)	PENERIMAAN DEvisa (JUTA USD)
2004	3.941.381	859,81	11,04	3.388,84
2005	4.106.225	683,78	8,15	2.807,75
2006	4.967.403	777,71	7,71	3.863,20
2007	5.158.441	839,64	9,24	4.331,23
2008	4.996.594	1.049,72	10,62	5.245,02
2009	5.053.269	977,39	8,81	4.939,01
2010	5.934.239*)	976,65	8,20	5.795,65*)

Sumber: BPS dan Kementerian Budaya dan Pariwisata (Kemenbudpar) 2011

*) Data sementara melalui 18 pintu keluar utama

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara yang paling tinggi terjadi pada tahun 2006 sebesar 20,97% atau sebanyak 4.967.403. Pada tahun 2010 merupakan tahun yang mengalami pertumbuhan jumlah wisatawan nusantara paling tinggi yaitu sebanyak 5.934.239. Pertumbuhan ini mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki potensi objek wisata yang beragam, selain itu jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan wisata dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, adanya motivasi untuk melakukan perjalanan wisata seperti rekreasi, pendidikan, kesenangan dan keluarga.

Berdasarkan data tersebut diharapkan industri pariwisata Indonesia dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan dari tahun-tahun sebelumnya, karena Indonesia memiliki potensi daya tarik wisata yang beragam yang tersebar diseluruh nusantara. Setiap daerah di Indonesia memiliki potensi wisata serta daya tarik tersendiri. Pemerintah mengeluarkan kebijakan otonomi daerah yang menjadikan setiap daerah mengembangkan seluruh potensi yang ada di daerahnya sendiri, dengan kebijakan tersebut setiap daerah diizinkan untuk melakukan berbagai hal dalam upaya mengembangkan potensi daerahnya masing-masing.

Indonesia memiliki banyak daerah yang memiliki potensi wisata yang sangat baik, selain itu daya tarik lain yakni atraksi wisata yang dapat menarik banyak wisatawan baik itu wisatawan mancanegara atau wisatawan nusantara. Terdapat banyak daya tarik wisata yang sangat berpotensi di berbagai pulau yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia, salah satu pulau di Indonesia yang memang memiliki daya tarik wisata yang potensial adalah pulau Jawa.

Pulau Jawa merupakan salah satu pulau besar yang ada di Indonesia, pulau Jawa terbagi ke dalam 6 provinsi, dari 6 provinsi tersebut Jawa Barat merupakan provinsi terbesar dengan luas wilayah 34.669,11 km². Sebagaimana keberadaan provinsi lainnya, Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang mempunyai daya tarik wisata yang potensial, baik yang sudah terkenal maupun yang belum dikenal oleh masyarakat. Jawa Barat merupakan provinsi yang mengalami pertumbuhan pariwisata yang tergolong pesat.

Adapun data statistik dari wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Jawa Barat dari tahun 2005 sampai dengan 2009 seperti pada Tabel 1.3:

TABEL 1.3
DATA STATISTIK WISATAWAN MANCANEGERA DAN WISATAWAN
NUSANTARA YANG BERKUNJUNG KE JAWA BARAT TAHUN
2005-2009

Wisatawan	TAHUN				
	2005	2006	2007	2008	2009
Mancanegara	207.935	227.068	238.959	262.189	700.000
Nusantara	16.890.316	23.859.547	23.782.302	25.452.040	32.000.000
Jumlah	17.098.251	24.086.615	24.021.261	25.714.229	32.700.000

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten atau Kota di Jawa Barat Tahun 2010

Tabel 1.3, mengenai data statistik wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Jawa Barat dari tahun 2005 sampai dengan 2009, menjelaskan bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Jawa Barat yang mencapai jumlah paling sedikit adalah pada tahun 2005 sebanyak 207.935 orang dan tahun 2006 sebanyak 227.068 orang. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara terbanyak ditunjukkan pada tahun 2009 yaitu wisatawan mancanegara sebanyak 700.000 orang dan wisatawan nusantara

sebanyak 32.000.000 orang. Hal ini disebabkan karena Jawa Barat memiliki daya tarik wisata yang potensial seperti pegunungan, pantai, hutan, dan lainnya yang apabila dikelola dengan baik dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara ke Jawa Barat, serta untuk mendukung bangkitnya pariwisata nasional. Setiap kabupaten di provinsi Jawa Barat memiliki potensi wisata yang berbeda serta beranekaragam jenisnya, salah satunya adalah Pantai Pangandaran, Kabupaten Ciamis.

Kabupaten Ciamis merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki lokasi yang strategis dan merupakan tujuan wisata di Jawa Barat yang memiliki berbagai macam daya tarik wisata. Kabupaten Ciamis memiliki 22 objek wisata, terdiri dari 8 objek wisata yang dikelola oleh Pemerintahan Kabupaten Ciamis, 4 objek wisata dikelola oleh Perum Perhutani dan 10 objek wisata belum dikembangkan/operasional masih dikelola oleh pemerintah desa setempat. Klasifikasi berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata dan destinasi pariwisata di Kabupaten Ciamis dibagi menjadi 3 kategori, seperti pada Tabel 1.4:

TABEL 1.4
KLASIFIKASI KAWASAN DAYA TARIK WISATA DAN DESTINASI
PARIWISATA DI KABUPATEN CIAMIS BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 10 TAHUN 2009

Klasifikasi Daya Tarik Wisata	Nama Daya Tarik Wisata dan Destinasi Pariwisata
Klasifikasi Daya Tarik Wisata Budaya	Situ Lengkong Panjalu, Astana Gede Kawali, Karang Kamulyan, Kampung Kuta, dan Situs Gunung Susuru Urug Kasang.
Klasifikasi Daya Tarik Wisata Alam	Pantai Pangandaran, Cagar Alam Pananjung, Pantai Lembah Putri, Pantai Karapyak, Pantai Palatar Agung, Majungklak, Karang Tirta, Pantai Batu Hiu, Pantai Batukaras, Pantai Madasari, Pantai Keusik Luhur.
Klasifikasi Daya Tarik Wisata Minat Khusus	Curug Tujuh, Citumang, Pantai Karang Nini, dan Cukang Taneuh/GreenCanyon.

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis Tahun 2011

Kabupaten Ciamis merupakan salah satu destinasi pariwisata yang banyak dikunjungi wisatawan yang datang ke Jawa Barat. Adapun data tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke destinasi pariwisata unggulan di Kabupaten Ciamis ditunjukkan pada Tabel 1.5 berikut ini, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara adalah sebagai berikut:

TABEL 1.5
TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA DAN
MANCANEGERA KE DESTINASI PARIWISATA UNGGULAN
DI KABUPATEN CIAMIS DARI TAHUN 2005-2009

Nama Daya Tarik Wisata													
Pangandaran		Batu Hiu		Batukaras		Karang Kamulyan		Cukang Taneuh		Tirtawinaya		Situ Lengkong	
Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.420.665	Na	32.294	Na	26.656	Na	9.293	Na	27.454	Na	14.682	Na	255.219	Na
1.447.292	2,58	15.482	-52,06	12.644	-52,57	8.972	-3,45	24.062	-12,36	9.249	-37,00	221.317	-13,28
346.417	-76,06	13.740	-11,25	17.504	38,44	10.040	11,90	18.395	-23,55	3.005	-67,51	243.073	9,83
273.460	-21,06	38.950	18,34	46.421	165,2	15.948	58,84	38.610	109,8	3.719	23,76	289.339	19,03
395.398	44,59	48.674	24,97	55.043	18,57	21.521	34,94	58.685	51,99	13.044	25,74	326.246	12,76

Sumber: Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis 2011

Tabel 1.5 menjelaskan bahwa, destinasi pariwisata unggulan di Kabupaten Ciamis menjadi tujuan utama wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara adalah Pantai Pangandaran terbukti dengan jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami kenaikan pada setiap tahun nya dibandingkan dengan daya tarik wisata unggulan lainnya. Hal tersebut juga dikarenakan Pantai Pangandaran merupakan destinasi pariwisata favorit di Kabupaten Ciamis dengan pantainya yang menarik.

Pantai Pangandaran merupakan destinasi pariwisata yang ada di Priangan Timur yang menyimpan beragam potensi khususnya dalam bidang pariwisata. Kawasan wisata Pantai Pangandaran terletak di Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran dengan jarak ± 92 km ke arah selatan kota Ciamis. Pantai Pangandaran dan daerah sekitarnya memiliki daya tarik yang khas seperti

wisatawan bisa menyaksikan matahari terbit (*sunrise*) dan matahari terbenam (*sunset*), Pangandaran mempunyai pantai timur dan pantai barat. Pangandaran memiliki cagar alam pananjung dan pasir putih yang menakjubkan. Dari potensi dan eksotisme alam inilah yang sebenarnya secara alami mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Berikut ini arus kunjungan wisatawan ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran seperti pada Tabel 1.6:

TABEL 1.6
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE PANTAI PANGANDARAN
TAHUN 2004-2010

TAHUN	JENIS WISATAWAN				TOTAL
	NUSANTARA	%	MANCANEGERA	%	
2004	1.605.772	42,16%	8.562	41,87%	1.614.334
2005	1.406.450	-12,41%	4.215	-50,77%	1.420.665
2006	1.432.213	1,80%	14.979	255,37%	1.447.292
2007	342.862	-76,06%	3.555	-76,26%	346.417
2008	271.842	-20,71%	1.618	-54,48%	273.460
2009	393.716	44,83%	1.682	3,95%	395.398
2010	441.592	12,16%	1.783	6%	443.375
JUMLAH	5.894.447	-	36.394	-	6.540.631

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Ciamis, 2011

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas dapat menjelaskan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang datang ke Pantai Pangandaran pada umumnya merupakan wisatawan nusantara. Maka dari itu survei penelitian ini dilakukan pada wisatawan nusantara, karena sebagian besar wisatawan berkunjung ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran adalah wisatawan nusantara. Wisatawan nusantara yang terdiri dari, 35% wisatawan lokal yang meliputi wilayah sekitar Pangandaran atau sekitar Kabupaten Ciamis dan wisatawan domestik yang terdiri dari 65%, yang meliputi wilayah luar

Pangandaran atau luar Kabupaten Ciamis (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis Tahun 2011).

Hal tersebut dapat dilihat dari kunjungan wisatawan pada tahun 2004 mengalami kenaikan sebesar 42,16% untuk kunjungan wisatawan nusantara dan 41,87% untuk kunjungan wisatawan mancanegara. Pada tahun 2005 mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu sebesar -12,41% untuk wisatawan nusantara dan -50,77% untuk kunjungan wisatawan mancanegara. Meskipun pada tahun 2004 dan 2005 mengalami penurunan arus kunjungan wisatawan, akan tetapi pada tahun 2006 mengalami kenaikan sebesar 1,80% untuk kunjungan wisatawan nusantara dan 255,37% untuk kunjungan wisatawan mancanegara. Tahun 2007 kunjungan wisatawan mengalami penurunan sebesar -76,06% untuk wisatawan nusantara dan -76,26% untuk wisatawan mancanegara. Pada tahun 2009 dan 2010 secara perlahan kunjungan wisatawan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran mulai mengalami peningkatan akan tetapi jumlah kunjungan wisatawan belum mencapai target kunjungan wisatawan sebesar 100% (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis 2011).

Penurunan tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor yaitu kurang optimalnya promosi yang dilakukan oleh pengelola destinasi pariwisata Pantai Pangandaran, belum tersedianya pusat informasi yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, dan terjadinya bencana alam tsunami pada Juli 2006 yang merusak sebagian besar sarana dan prasarana yang berada di kawasan Pantai Pangandaran sehingga berdampak pada penurunan jumlah kunjungan wisatawan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

Fenomena tersebut dapat menjadi acuan pihak pengelola destinasi pariwisata Pantai Pangandaran untuk mengambil tindakan atau keputusan, agar keputusan berkunjung di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran dapat meningkat kembali. Salah satu cara untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran, pemerintah setempat yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Ciamis berusaha menerapkan prinsip-prinsip manajemen industri pariwisata modern. Disbudpar tidak hanya mengandalkan keindahan alam Pantai Pangandaran yang memikat serta fasilitas pendukung lainnya yang terdapat di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran, melainkan bagaimana Disbudpar secara efisien dan efektif mengemas seluruh potensi wisata yang sudah ada menjadi sebuah paket yang menarik. Paket itu harus bisa dikemas informasinya melalui program-program promosi yang berkesinambungan.

Upaya Disbudpar Kabupaten Ciamis untuk membangun dan meningkatkan kinerja industri pariwisata di Pantai Pangandaran ditempuh dengan melakukan promosi atau komunikasi secara intensif, membangun serta memperbaiki infrastruktur kawasan pariwisata, serta menyiapkan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan khusus di bidang kepariwisataan.

Salah satu cara yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Ciamis khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis melalui Unit Pelaksana Teknis Daerah Kebudayaan dan Pariwisata Pangandaran melakukan beberapa program guna meningkatkan kembali tingkat keputusan berkunjung wisatawan Pantai Pangandaran.


Strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan adalah dengan menggunakan program *Marketing Public Relations*. Menurut Kotler & Keller (2009:568) dimensi *marketing public relations*, terdiri dari *Publications, Events, News, Sponsorship, Speeches, Public Service Activities, Identity Media*.

Berikut Tabel 1.7 mengenai strategi promosi yang dilakukan di Pantai Pangandaran 2011 melalui Unit Pelaksana Teknis Daerah Kebudayaan dan Pariwisata Pangandaran:

TABEL 1.7
PROGRAM MARKETING PUBLIC RELATIONS
DI PANTAI PANGANDARAN 2011

No.	<i>Marketing Public Relations</i>	Keterangan
1.	Publikasi (<i>Publications</i>)	<p>1. Melakukan aktivitas promosi di berbagai media <i>advertising</i> baik lokal dan berbahasa asing mengenai pemberian informasi Pantai Pangandaran, baik berupa sarana rekreasi yang ditawarkan maupun <i>event-event</i> yang akan diadakan di Pantai Pangandaran.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Koran; Seputar Indonesia (Promosi dalam rangka hari valentine's day yang menawarkan paket wisata pada hari kasih sayang di Pantai Pangandaran), Jakarta Post, Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar. • Guide Book; Terbitan Pemerintah melalui Departemen Pariwisata, Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kab. Ciamis dan Provinsi Jawa Barat. • Brosur tentang Pantai Pangandaran yang di promosikan di hotel-hotel berbintang di Jakarta. <p>2. Melakukan aktivitas promosi melalui media elektronik, seperti :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pangandaran Bangkit (Menelusuri Objek Wisata di Pantai Pangandaran pada TVRI Jawa Barat) • VCD Mengenai Objek wisata Pantai Pangandaran. • Website : www.mypangandaran.com <p>3. Aktivitas publikasi melalui <i>Barter Room</i>, dengan perusahaan lain. Misal nya TRANS TV dan TRANS 7 dalam <i>shooting reality show</i> dan info liburan.</p>

Lanjutan Tabel 1.7

No	Marketing Public Relations	Keterangan
2.	Acara (<i>Events</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lomba Perahu Hias, Tradisional & Kreasi (Januari 2011) 2. Gebyar Kuliner Khas Pangandaran (Juni 2011) 3. Fun Bike Komite Sepeda Indonesia / KSI (Juni 2011) 4. Pangandaran Internasional Kite Festival (Juli 2011) 5. Pangandaran Lautan Scooters / PALAS (Juli 2011) 6. Pangandaran Fun Bike (Juli 2011) 7. Lomba & Kompetisi Wayang Golek (November 2011) 8. Roadrash Djarumsuper (November-Desember 2011) 9. Hajat Laut, Prosesi Syukuran Nelayan (Desember 2011) 10. Pesta Tahun Baru 2012 (31Desember-02Januari 2012)
3.	<i>Identity Media</i>	<p>Identitas visual yang merupakan ciri khas yang dimiliki oleh Pantai Pangandaran yaitu berupa logo bangunan/tugu yang bersymbol ikan.</p> 
4.	Kegiatan Layanan Masyarakat (<i>Public Service Activities</i>)	<p>Beberapa program pelayanan sosial yang sudah diselenggarakan oleh Pantai Pangandaran, diantaranya :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pantai Pangandaran mengadakan kegiatan bakti sosial berupa khitanan massal untuk warga masyarakat sekitar Pangandaran dan pengobatan gratis untuk lansia (Juli 2011). 2. Pemberian bantuan bakti sosial kepada 13 Sekolah Dasar (SD) dan 69 siswa-siswi berprestasi serta kurang mampu di daerah Kec. Sidamulih, berupa buku ensiklopedia, Al-Quran, Kamus Bahasa Inggris dan Intisari Matematika.

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata , Kab. Ciamis, 2011

Berdasarkan Tabel 1.7, Pemerintah Kabupaten Ciamis khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis melalui Unit Pelaksana Teknis :

Daerah Kebudayaan dan Pariwisata Pangandaran telah melakukan strategi promosi melalui program *marketing public relations* baik melalui Publikasi (*Publications*), Acara (*Events*), *Identity Media*, dan Kegiatan Layanan Masyarakat (*Public Service Activities*). Melalui program-program *marketing public relations* tersebut diharapkan dapat menarik minat wisatawan dan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

Keputusan setiap orang untuk mengunjungi Pantai Pangandaran sangat bergantung pada promosi yang dilakukan yaitu melalui program *marketing public relations* serta usaha pemerintah dalam menata ulang kawasan Pantai Pangandaran pasca terjadinya tsunami. Dengan cara tersebut diharapkan akan memunculkan kepercayaan dan gairah masyarakat untuk memilih Pantai Pangandaran sebagai tujuan wisatanya, sehingga yang pada akhirnya dapat meningkatkan kembali tingkat kunjungan wisatawan ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran. Menurut Kotler & Keller (2009:565) *Marketing public relations* adalah merupakan kegiatan yang dipandang sebagai tugas untuk memperoleh ruang editorial sebagai lawan dan ruang yang dibayar dalam media cetak dan penyiaran untuk mempromosikan atau “menggembarkan-gemborkan” suatu produk, jasa, gagasan, tempat, orang atau organisasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“PENGARUH PROGRAM *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PANTAI PANGANDARAN”** (Survei pada Wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Destinasi Pariwisata Pantai Pangandaran).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai *Marketing Public Relations* di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran?
2. Bagaimana gambaran mengenai Keputusan Berkunjung di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran?
3. Bagaimana pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap Keputusan Berkunjung di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui hal berikut :

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai *Marketing Public Relations* di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai Keputusan Berkunjung di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap Keputusan Berkunjung di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil penelitian ini dapat memperluas kajian ilmu manajemen pemasaran pariwisata, khususnya berkaitan dengan *Marketing Public Relations* dan memberikan masukan kepada peneliti dalam mengembangkan ilmu manajemen pemasaran pariwisata.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Pemerintah Kabupaten Ciamis khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis melalui Unit Pelaksana Teknis Daerah Kebudayaan dan Pariwisata Pangandaran dalam pemasaran, pengembangan, serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai masukan kepada pihak-pihak lain terutama destinasi pariwisata sejenis agar dapat memasarkan destinasi pariwisata tersebut untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.