

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki beragam potensi wisata yang semakin bertumbuh meningkat . Potensi tersebut menjadi sektor peningkatan ekonomi di Indonesia, tempat tempat yang memiliki potensi menjadi menarik perhatian para wisatawan untuk berkunjung ke tempat yang telah di bangun dengan sesuai kebutuhan di jaman modern. Pemerintah kini mengembangkan destinasi lokal yang salah satunya di Kabupaten Pasuruan.

Kabupaten Pasuruan yang berada di provinsi jawa timur tidak kalah dengan kota kota yang terkemuka di Indonesia, karena memiliki banyak potensi wisata yang meliputi obyek wisata alam, wisata budaya, minat khusus, wisata buatan, wisata pertanian dan perkebunan, wisata bersejarah hingga wisata religi. Jumlah wisatawan yang sudah mengunjungi wisata yang berada di Kabupaten Pasuruan pada tahun 2016 mencapai 2.270.824, sedangkan pada tahun 2017 sudah melebihi 2.270.824. Bupati Pasuruan H. M. Irsyad Yusuf, SE, MMA memasang target dengan kenaikan 5-10% jumlah wisatawan yang akan datang ke Kabupaten Pasuruan ([www.pasuruankab.go.id](http://www.pasuruankab.go.id)).

Di Kabupaten Pasuruan yang sudah mempunyai berbagai macam potensi wisata, tentunya banyak wisata yang ditawarkan seperti halnya Duta

Wisata Kebun Kurma. Wisata yang tepat berada di kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan ini menjadi satu satunya yang memiliki potensi yang sulit di percaya di Indonesia karena pohon kurma yang kebanyakan tumbuh di daerah Timur Tengah kini juga bisa tumbuh di daerah Kabupaten Pasuruan. Duta wisata ini menjadi kebun wisata kurma pertama di Indonesia yang memiliki 475 pohon kurma dengan berbagai varietasnya. Tidak hanya itu di wisata ini juga memiliki tanaman selain pohon kurma seperti tanaman pohon tin, siwak, delima, zaitun, kelengkeng, anggur dan matoa. Di Duta Wisata Kebun Kurma Kabupaten Pasuruan tidak hanya menyajikan berbagai jenis pohon kurma yang berfungsi untuk beredukasi, tetapi memiliki wahana permainan dan juga menggunakan tempat tersebut untuk berfoto.

Dunia foto sendiri tidak lepas dari perkembangnya teknologi membuat pengunjung di Wisata Kebun Kurma sebagai tempat favorit untuk berfoto. Kegiatan berfoto bukan hal baru bagi pengguna jejaring sosial. Aksi foto yang diambil dengan menggunakan kamera digital atau kamera telepon menjadi gaya hidup dengan seiring hadirnya berbagai produk *smartphone* dengan kualitas kamera yang semakin canggih. Melihat dari fenomena foto yang semakin di gemari oleh banyak kalangan, fenomena seperti ini menjadi suatu nilai jual bagi tempat wisata untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan yang suka berfoto.

Menanggapi fenomena yang terjadi banyak destinasi wisata yang memberikan wahana atau tempat untuk berfoto yang menarik dan seunik mungkin khususnya yang suka berfoto. Wisata Kebun Kurma salah satu

wisata yang memberikan tempat untuk berfoto dalam meningkatkan popularitas daya saing wisata.

Ditengah persaingan industri pariwisata, Wisata Kebun Kurma yang masih di katakan wisata baru terus meningkatkan pesonanya, kebun kurma yang dikelola oleh PT. Duta Putri Bersaudara yang dibawah pimpinan H. Moch. Roeslan yang diresmikan pada 1 Januari 2017 memiliki pesawat yang menjadi maskot atau ciri khas dari Duta Wisata Kebun Kurma yang interiornya di gunakan sebagai pusat perbelanjaan atau pusat oleh oleh. Selain itu di wisata tersebut juga mempunyai miniatur ka'bah yang seakan akan memberi kesan berada di Timur Tengah atau Makkah dan juga biasanya digunakan sebagai sarana prasarana manasik haji dan umroh.

Wisata Kebun Kurma yang sudah dibuka 1 tahun lebih termasuk wisata modern karena menawarkan berbagai fasilitas yang saat ini menjadi fenomena yang di gemari banyak kalangan serta sentuhan pariwisata modern lainnya. Pariwisata modern adalah konsep pariwisata yang mendefinisikan dirinya sebagai produk bisnis modern. Jadi semua produk pariwisata di desain sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, *vanue* rekreasi, atraksi seni dalam paket-paket wisata yang menarik, mengagumkan, menantang, dan mengesankan (Bungin, 2015:85)

Wisatawan yang mengunjungi Wisata Kebun Kurma ini tidak hanya masyarakat yang berdomisili di daerah Jawa Timur saja, akan tetapi daerah luar pulau jawa juga sudah banyak yang mengunjunginya. Seperti, warga

Kalimantan dan Sulawesi. Begitu banyaknya pengunjung di wisata karena tidak luput dari strategi pengelola.

Strategi komunikasi pemasaran salah satu aspek yang terpenting dalam menjalankan tujuan pemasaran, baik itu berupa barang maupun jasa. Dengan banyaknya persaingan industri pariwisata, mendorong kreativitas pengelola untuk semakin memberikan pelayanan dengan mengikuti fenomena saat ini. Asosiasi Biro Iklam Amerika (*American Association of Advertising Agencies*) berhasil menyusun definisi komunikasi pemasaran terpadu yang menjadi salah satu definisi pertama di bidang ini, yaitu:

*“A concept of marketing communication planning that recognizes the added value of a comprehensive plan that evaluates the strategic roles of a variety of communication disciplines—for example, general advertising, direct response, sales promotion, and public relations—and combine these disciplines to provide clarity, consistency, and maximum communication impact”*

(suatu konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengakui nilai tambah dari satu rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi-misalnya, iklan umum, respons langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat-dan menggabungkan berbagai disiplin tersebut guna memberikan kejelasan, konsistensi, serta dampak komunikasi yang maksimal.) (Morissan, 2010:8)

Sedangkan Asosiasi Pemasaran Amerika atau AMA (*The American Marketing Association*) yang anggotanya terdiri atas sejumlah besar profesional pemasaran di Amerika Serikat dan Kanada, mendefinisikan

pemasaran sebagai: *“the process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives.”* (proses perencanaan dan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi) (Morissan, 2010:2).

Menurut W.Y Santon pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. (Hermawan, 2012:33).

Strategi komunikasi pemasaran di gunakan karena persaingan tempat wisata untuk menarik pengunjung salah satunya adalah tempat foto atau tempat untuk berswafoto. Banyaknya wisatawan khususnya para remaja yang gemar berfoto dimanfaatkan oleh pengelola tempat wisata untuk memberikan wahana atau tempat yang bisa dijadikan objek foto.

Peluang ini yang membuat peneliti melakukan penelitian strategi komunikasi pemasaran di Duta Wisata Kebun Kurma dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran di Duta Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan jumlah wisatawan?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran di Duta Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan jumlah wisatawan?

## **1.3 Tujuan**

1. Mengetahui perencanaan strategi komunikasi pemasaran di Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan jumlah wisatawan.
2. Mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran di Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

## **2.4 Manfaat**

1. Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi, khususnya mengenai Komunikasi Pemasaran.
2. Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Duta Wisata Kebun Kurma untuk menunjang praktek strategi komunikasi pemasaran dengan mempromosikan dan menjual produk jasanya di masyarakat, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.