

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Kota Solo mempunyai banyak potensi dan sumber daya alam yang indah untuk tempat obyek wisata yang menarik. Memang Solo sudah di kenal sebagai kota wisata yang mempunyai berbagai tempat yang berbeda dari kota lainnya. Mengingat daya tarik Wisatawan akan keindahan kota dan seni budaya yang masih kental, tidak heran potensi akan wisata menarik untuk dikunjungi. Sektor pariwisata merupakan sektor pembangun bidang ekonomi. Kegiatan Pariwisata merupakan kegiatan Nonmigas yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian. Oleh karena itu, sektor pariwisata ini perlu di bangun secara optimal.

Kota Solo yang terletak tidak jauh dari kota Semarang ini memiliki obyek wisata yang cukup banyak, yang menawarkan berbagai keindahan budaya dan seni yang masih tradisional. Antara lain adalah Keraton Kasunanan Surakarta, Pura Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, Klewer Traditional Market dan masih banyak tempat wisata lain di Solo. Untuk itu kegiatan promosi obyek wisata tersebut sangat penting dilakukan pemerintah kota Solo guna menarik minat pengunjung serta memberikan berbagai informasi tentang obyek wisata yang ada.

Dengan semakin berkembangnya Kota Solo sekarang serta didukung dengan berbagai bentuk perubahan dimana-mana yang tentu membuat semakin berkembang pariwisata di Kota Solo, maka kemudian Kota Solo

commit to user

dikenal pula sebagai salah satu tempat atau tujuan wisata di Indonesia. Salah satu bentuknya adalah semakin banyaknya turis asing maupun domestik yang datang ke Kota Solo untuk kemudian ingin mengetahui lebih lanjut mengenai Kota Solo dan menikmati apa yang ada dan tersedia di Kota Solo. Kota Solo kini semakin menunjukkan diri dan meneguhkan diri sebagai salah satu kota yang pantas menjadi kota tujuan wisata. Hal ini terbukti pula dengan semakin banyaknya tempat wisata di Kota Solo.

Banyaknya obyek wisata di Solo menjadikan Solo sebagai salah satu tujuan utama pariwisata. Namun dengan perkembangan pariwisata di Solo sempat mengalami penurunan. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta, pada tahun 2006 jumlah pengunjung baik wisatawan asing maupun wisatawan lokal mencapai 738.320 pengunjung. Berbeda dengan tahun 2010 jumlah pengunjung mengalami peningkatan mencapai 1.017.833 pengunjung. Pada tahun 2006 promosi yang dilakukan belum maksimal seperti yang saat ini, karena pada tahun itu tempat wisata belum dikelola secara baik dan belum ada acara atau event-event seperti yang diadakan pada tahun 2010, sehingga pengunjung tidak tertarik untuk berwisata di kota Solo.

Terjadinya peningkatan itu disebabkan karena kota Solo sering mengadakan acara-acara yang menarik minat pengunjung setiap tahunnya. Misalnya acara Solo Batik Carnaval, Solo menari, Festival Jenang, dan masih banyak acara lain yang diadakan setiap tahunnya serta menjadi kalender event bagi kota Solo. Dengan adanya banyak event yang diselenggarakan setiap tahun itu, diharapkan jumlah pengunjung baik itu wisatawan dalam negeri

commit to user

maupun luar negeri bisa menikmati berbagai pertunjukan yang disajikan. Sehingga setiap tahunnya diharapkan mengalami peningkatan dan diarahkan untuk memperkuat citra solo sebagai destinasi yang dikunjungi.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, juga merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasanya. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian / penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Bauran promosi atau Promotional mix adalah “kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan”(Haryono, 2012 : 152).

Promosi adalah “Komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk barang atau jasa dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon”(Hair dan Daniel, 2001 : 145). Sehingga dari definisi tersebut dapat disimpulkan promosi merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen pemasaran.

Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting di lakukan dalam perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa. Kegiatan promosi bukan hanya sebagai alat komunikasi antara

commit to user

perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian produk atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Berdasarkan uraian Latar belakang tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti kegiatan promosi pada Dinas pariwisata Surakarta dengan judul : “**PENERAPAN STRATEGI BAURAN PROMOSI DINAS PARIWISATA SURAKARTA UNTUK MENINGKATKAN WISATAWAN DI SOLO**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan wisatawan di Solo?
2. Kendala apa yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran promosi oleh Dinas Pariwisata Surakarta.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi bauran promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata di Surakarta dalam menarik minat pengunjung.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Surakarta.

commit to user

D. Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah

1. Secara praktisi dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan yang akan bermanfaat bagi Dinas Pariwisata Surakarta dan juga acuan dalam menentukan kebijaksanaan strategi bauran promosi.
2. Bagi Akademisi, dari penulisan karya ilmiah ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi Akademisi yang melakukan penelitian sejenis atau terkait.

E. Metode Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis memerlukan data-data yang mendukung terbentuknya suatu karya Ilmiah. Data yang mendukung adalah data yang secara langsung dan benar-benar mewakili objek penulisan. Adapun metode yang dilakukan adalah :

1. Desain penelitian

Desain Penelitian yang digunakan dalam Penelitian ini adalah desain kasus yaitu, dengan membuat gambaran/ mendeskripsikan suatu permasalahan tertentu serta mendapatkan jawaban atas permasalahan yang diteliti yaitu mengenai strategi bauran promosi.

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Surakarta Jl. Brigjen Slamet Riyadi 275, Surakarta,(0271) 711435 / Fax (0271)716501.

commit to user

3. Sumber data

Sumber data penelitian diperoleh dari Dinas Pariwisata Surakarta:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kali oleh penulis. Data yang dimaksud adalah data tentang bauran promosi, melalui wawancara secara langsung dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder yang berkaitan dengan penelitian ini adalah dalam bentuk brosur, buku-buku dan literatur atau keterangan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik pengumpulan data

a. Studi pustaka

Penulis mencari literature dari berbagai sumber yang berhubungan dengan permasalahan dengan tujuan untuk mengetahui teori-teori yang mendasari penulisan tugas akhir ini.

Tehnik ini dilakukan paling awal untuk melihat dan menghimpun pengetahuan tentang berbagai sumber yang menuliskan tentang potensi wisata yang dimiliki oleh kota Solo serta usaha

commit to user

pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata di Surakarta dalam menarik minat wisatawan.

b. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan pengamatan langsung ke lokasi penelitian untuk mengamati obyek yang akan diteliti dengan melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis untuk mendapatkan data yang diperlukan.

c. Wawancara

Merupakan tehnik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban dari responden tersebut kemudian dicatat atau direkam.

5. Teknik Analisis Data

a. Teknik Pembahasan

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis data berupa studi deskriptif, yaitu dengan mengimplementasikan semua data berupa gambaran dan penjelasan keadaan yang sebenarnya, keseluruhan objek yang diteliti dan dengan pengamatan mengenai segala aspek yang ada di Dinas Pariwisata Surakarta dengan cara menguraikan pokok bahasan yang diteliti yaitu *Strategi Bauran Promosi* yang diterapkan Dinas Pariwisata Surakarta sehingga akan menghasilkan kesimpulan *Strategi Bauran Promosi* apa yang

commit to user

diterapkan Dinas Pariwisata Surakarta agar menarik minat wisatawan di Solo.

