

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Industri Pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata yang terdapat di dalam negeri. Peranan Industri pariwisata tersebut menjelaskan bahwa sektor pariwisata sangat perlu dikembangkan termasuk pada bagian strategi pemasaran. Berikut merupakan data perkembangan daya tarik wisata di Provinsi Bali dari tahun 2014-2018 yang sudah terdata oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

Tabel I.1  
Perkembangan Daya Tarik Wisata di Bali Dari Tahun 2014 – 2018

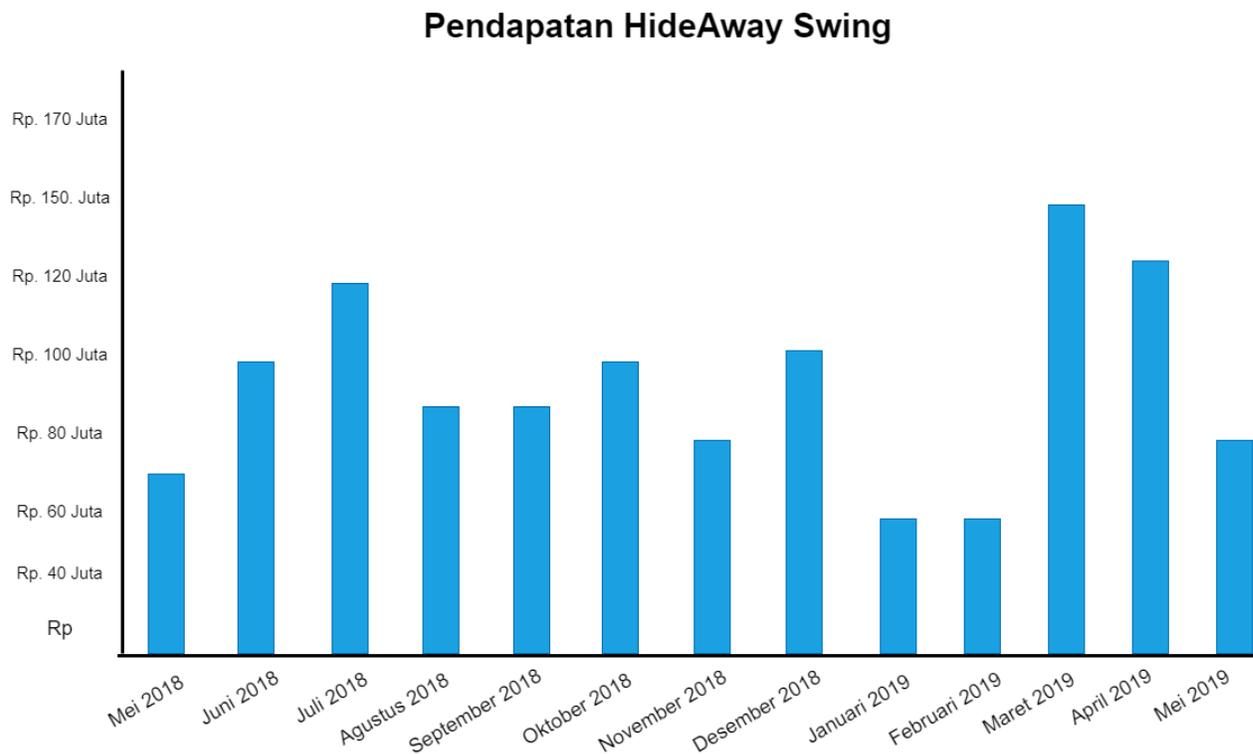
| No. | Kabupaten/Kota | Tahun      |            |            |            |            |
|-----|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|     |                | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       |
| 1   | Denpasar       | 10         | 10         | 8          | 10         | 10         |
| 2   | Badung         | 33         | 33         | 36         | 36         | 36         |
| 3   | Gianyar        | 61         | 61         | 61         | 61         | 61         |
| 4   | Bangli         | 39         | 39         | 39         | 42         | 42         |
| 5   | Klungkung      | 17         | 17         | 17         | 17         | 17         |
| 6   | Karangasem     | 15         | 15         | 15         | 15         | 15         |
| 7   | Buleleng       | 14         | 14         | 25         | 25         | 25         |
| 8   | Tabanan        | 24         | 24         | 24         | 24         | 24         |
| 9   | Jembrana       | 15         | 15         | 15         | 15         | 15         |
|     | <b>TOTAL</b>   | <b>228</b> | <b>228</b> | <b>240</b> | <b>245</b> | <b>245</b> |

Sumber : <https://disparda.baliprov.go.id/data-dtw/>

Berdasarkan data diatas bahwa tingginya persaingan daya tarik wisata di Bali menuntut setiap pengelola usaha untuk memiliki strategi yang baik agar usaha mampu bersaing serta juga bertahan sehingga mampu menjadi usaha yang menjadi peringkat terbaik.

Hideaway Swing merupakan salah satu usaha yang berkecimpung di bidang pariwisata yang telah berdiri selama 1.5 tahun yang berlokasi di Jalan Tanggayuda, Bongkasa, Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali, 80571. Hideaway Swing menawarkan permainan wahana ayunan yang berupa pemandangan tebing, air terjun, sungai, dan hutan. Hideaway Swing sudah melakukan berbagai strategi pemasaran yaitu telah bekerjasama dengan masyarakat lokal Desa

Bongkasa. Berikut merupakan data pemasukan per bulan usaha Hideaway Swing yang didapatkan dari hasil wawancara via *WhatsApp* dengan pemilik usaha.



Gambar I.1

Data Pendapatan HideAway Swing Dalam 1 Tahun Terakhir

Persaingan bisnis pariwisata semakin meningkat, terutama di Desa Bongkasa yang terdapat berbagai macam wisata sehingga semakin kuat persaingan bisnis di daerah tersebut. Hideaway Swing sudah melakukan berbagai macam pemasaran melalui *word of mouth*, brosur, spanduk dan lain-lain, tetapi masih dilakukan secara tidak terstruktur dengan baik.

Berdasarkan data grafik pendapatan usaha Hideaway Swing periode Mei tahun 2018 sampai Mei tahun 2019 dapat disimpulkan bahwa terdapat fluktuasi pendapatan pada periode tersebut dikarenakan pemasaran yang dilakukan belum cukup baik. Untuk mencegah dari dampak tersebut, maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar tidak terjadi penurunan pendapatan dan usaha Hideaway Swing mampu untuk bersaing.

Usaha yang akan mampu bersaing adalah usaha yang memiliki strategi pemasaran yang baik sehingga persaingan dapat diminimalisir oleh manajemen atau pengelola usaha. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang agar mencapai tujuan yang dihendaki (Wibowo, Arifin, & Sunarti, 2015). Sedangkan, menurut Marrus *dalam* Umar (2001:31) strategi adalah proses dimana rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang serta menyusun suatu cara agar tujuan tersebut bisa dicapai. Sedangkan, pemasaran menurut Kotler dan Keller, (2007:38) suatu proses perencanaan serta pelaksanaan penetapan harga, konsepsi, promosi, distribusi gagasan, barang dan jasa untuk tujuan individu dan organisasi agar menciptakan pertukaran yang memuaskan. Pemasaran dapat menjadi salah satu kegiatan penting yang dapat dilakukan oleh usaha untuk meningkatkan usaha serta menjaga usaha tersebut agar berjalan lancar. Metode analisis yang dapat diterapkan yaitu dengan menggunakan metode *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM) yang akan melakukan evaluasi terhadap kondisi riil usaha.

Analisis yang dilakukan untuk menghadapi lingkungan eksternal dapat dilakukan dengan mengetahui apa yang akan menjadi ancaman (*Threats*) dan apa yang akan menjadi peluang (*Opportunities*) bagi perusahaan. Setelah mengetahui faktor lingkungan eksternal tidak lupa juga perusahaan harus melakukan analisis lingkungan internal untuk mengetahui kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki perusahaan. Dengan terciptanya faktor-faktor bisnis internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan, diharapkan dapat menerapkan strategi bisnis yang tepat untuk usaha. Selanjutnya, untuk melihat tingkat relatifitas dari berbagai alternatif yang dapat dilaksanakan dari hasil *the matching stage* maka pada tahap *decision stage* maka akan dilaksanakan penerapan terhadap matriks QSPM yang diharapkan mampu untuk menghasilkan strategi yang tepat untuk dapat diterapkan pada usaha Hideaway Swing.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, untuk meningkatkan pendapatan atau profit usaha maka perlu adanya perumusan strategi pemasaran yang tepat digunakan pada usaha Hideaway Swing. Tujuan dari penggunaan strategi pemasaran tersebut agar usaha mampu bersaing dengan kompetitor dan menjadi usaha yang menjadi peringkat terbaik. Oleh karena itu, peneliti akan mengajukan penelitian dengan judul “**Perumusan Strategi Pemasaran Hideaway Swing Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kondisi faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi Hideaway Swing?
2. Bagaimana rumusan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada Hideaway Swing dalam menghadapi persaingan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi kondisi faktor – faktor yang mempengaruhi lingkungan Internal dan Eksternal Hideaway Swing.
2. Menentukan alternatif strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan oleh Hideaway Swing dalam menghadapi persaingan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti  
Mendapatkan pengalaman secara langsung dan menambah pengetahuan mengenai masalah pada strategi pemasaran khususnya pada pengaplikasian metode bauran pemasaran.
2. Bagi Usaha  
HideAway Swing dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dan strategi yang tepat untuk meningkatkan pemasaran sehingga dapat meningkatkan daya saing.
3. Bagi Pihak Lain dan Pembaca  
Penelitian ini diharapkan bisa menjadi contoh untuk penelitian dimasa yang akan datang.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan penelitian ini sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah usaha pariwisata HideAway Swing Bali.
2. Periode waktu penelitian dilakukan di HideAway Swing Bali pada Agustus 2019 hingga Februari 2020
3. Penelitian ini menjelaskan gambaran umum usaha pariwisata HideAway Swing Bali.
4. Penelitian ini hanya sampai pemilihan prioritas strategi pemasaran usaha HideAway Swing Bali.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

### **I. Pendahuluan**

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **II. Tinjau Pustaka**

Bab ini berisikan penjelasan studi literatur yang terkait dengan studi penelitian untuk memecahkan permasalahan pada kasus penelitian.

### **III. Metodologi Penelitian**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai langkah-langkah dan metode yang digunakan dalam melakukan pengumpulan dan analisis data pada kasus penelitian.

### **IV. Pengumpulan dan Pengeolahan data**

Bab ini menjelaskan kegiatan pengumpulan data yang diperlukan dan pengolahan data dalam penelitian.

### **V. Analisis**

Bab ini merupakan analisis terhadap pengolahan data yang di olah pada bab sebelumnya, agar data tersebut lebih mudah di pahami.

### **VI. Kesimpulan dan saran**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran terhadap hasil Analisa yang sudah dibuat