

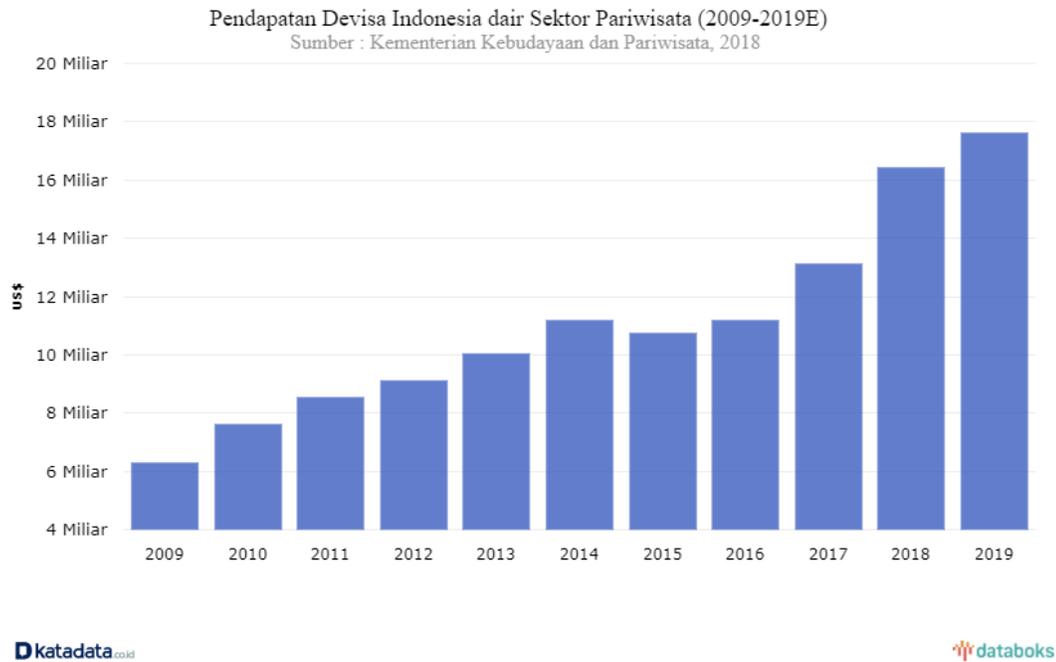
BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata di Indonesia sedang berkembang semakin pesat dan positif beberapa tahun kebelakang. Hal ini berdasarkan publikasi *Travel & Tourism Competitiveness Report dari World Economic Forum* yang mengukur sejumlah faktor dan kebijakan yang memungkinkan perkembangan berkelanjutan dari sektor travel dan wisata, yang merilis data bahwa Indonesia naik peringkat dari posisi 70 di tahun 2015 menjadi peringkat 50 di tahun 2018 (indonesia-investments.com, 2018). Salah satu faktor naiknya peringkat Indonesia adalah pertumbuhan cepat dari kedatangan turis asing ke Indonesia. Lebih lanjut diterangkan bahwa meningkatnya kedatangan tersebut merupakan efek yang ditimbulkan dari perbaikan kualitas terutama dalam hal fasilitas penunjang seperti jaringan seluler yang mencoba terus untuk menjangkau hingga ke pelosok wilayah di Indonesia. Tidak hanya itu saja, pemerintah bekerjasama dengan berbagai pihak terus berupaya meningkatkan ketersediaan sarana transportasi udara dan laut. Salah satu tujuan dari pembangunan tersebut adalah untuk mendukung akomodasi wisatawan menuju objek wisata di Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah kepulauan di Indonesia.

Bukan tanpa alasan pemerintah gencar membuat kebijakan terkait bidang pariwisata. Seperti membangun lima destinasi wisata super prioritas baru dan program pemberdayaan masyarakat mandiri melalui pengembangan desa wisata. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata pendapatan devisa di sektor pariwisata pada 2019 mencapai US\$ 17,6 miliar pendapatan ini diproyeksikan akan terus meningkat, karena pemerintah menargetkan pendapatan sebesar US\$ 20 miliar pada 2020 (databoks.katadata.co.id, 2019). Untuk lebih lengkap kenaikan pendapatan dari sektor pariwisata di Indonesia dari tahun ketahun dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



Gambar 1. 1. Pendapatan Devisa Indonesia Sektor Pariwisata (2009-2019)
Sumber: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata

Berdasarkan data dari diagram di atas sempat terjadi penurunan pendapatan pada tahun 2015. Kembali naik perlahan di tahun berikutnya dan kenaikan signifikan di tahun 2018. Mengacu pada fluktuasi pendapatan tersebut wajar pemerintah menargetkan pendapatan dari sektor pariwisata mencapai US\$ 20 miliar di tahun 2020. Salah satu program pemerintah untuk mencapai target pendapatan tersebut yaitu melalui program pemberdayaan masyarakat mandiri melalui pengembangan desa wisata. Program pengembangan desa wisata merupakan program nasional pemberdayaan masyarakat baik secara individu maupun kelompok. Program ini bertujuan untuk memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraan melalui suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Disaat pemerintah dan masyarakat mulai berbenah dengan terus meningkatkan kualitas pariwisata untuk terus menarik kedatangan wisatawan baik manca negara maupun domestik. Pandemi Covid-19 datang dan tidak butuh waktu lama untuk memberikan dampak buruk pada sektor pariwisata. Industri pariwisata saat ini sangat terpuruk, karena

adanya pandemi virus Corona (Covid-19), yang berdampak kepada menurunnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Hal ini menyebabkan menurunnya pendapatan pelaku pariwisata dan penggiat pariwisata daerah.

Pemulihan sektor pariwisata Indonesia dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah serta wisatawan tidak bisa berwisata secara berkelompok. Sehingga tempat wisata yang menyediakan konsep ketenangan dan bebas polusi adalah desa wisata. Indonesia memiliki banyak desa wisata yang belum banyak diketahui oleh wisatawan, yang memiliki potensi keindahan alam, lingkungan yang masih terjaga, kearifan lokal, budaya, kuliner lokal, dan lain-lain. Sehingga pasca pandemi ini peluang desa wisata untuk dikunjungi oleh wisatawan sangat besar.

Salah satu yang memiliki banyak potensi wisata yang berupa desa wisata adalah Provinsi Riau. Riau memiliki 24 desa wisata, dengan karakteristik yang unik, karena berada di sekitar 4 sungai besar, yaitu Sungai Siak, Sungai Rokan, Sungai Indragiri dan Sungai Kampar serta berhadapan langsung dengan perairan Selat Malaka. Riau juga berada di kawasan segitiga emas, yaitu Singapura dan Malaysia, yang berpeluang bagi wisatawan asing untuk berkunjung ke desa wisata tersebut. Antara lain adalah desa wisata Desa Koto Masjid, Kabupaten Kampar, yang terletak sekitar 120 km dari ibukota Pekanbaru.

Desa wisata Koto Masjid berada di Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar, desa ini dinamakan juga Kampung Patin. Desa ini memiliki keunikan tersendiri yaitu setiap rumah memiliki kolam ikan patin untuk di budidayakan. Serta lokasi ini menjadi viral dan banyak dikunjungi wisatawan karena menawarkan pemandangan gugusan pulau kecil hijau di tengah-tengah danau yaitu Lanskap danau buatan dari Puncak Kompe di Desa Koto Masjid, Kampar, Riau (Tribunpekanbaru.com, 2020).

Kampung Patin atau Desa wisata Koto Masjid berada di Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar. Kampung Patin ini memiliki berbagai keunikan dengan potensi menarik banyak wisatawan untuk dating. Dimulai dari lanskap alamnya yang unik. Di Kampung Patin ini terdapat danau buatan dari pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA). Keberadaan Danau ini memberikan pemandangan yang indah berupa **gugusan pulau kecil hijau di tengah-tengah danau yang dapat disaksikan dari dari Puncak Kompe. Lanskap tersebut banyak dibagikan dimedia sosial yang akhirnya**

membuat lokasi menjadi menjadi viral dan menarik banyak wisatawan. Berikut pemandangan danau buatan beserta gugusan pulau yang dapat dilihat dari Puncak Kompe Kampung Patin.



Gambar 1.2. Pemandangan Danau Buatan dari Puncak Kompe

Sumber: (kemendesa.go.id, 2020)

Dari Puncak Kompe wisatawan tidak hanya disugahi pemandangan gugusan pulau hijau kecil tetapi juga pemukiman dari warga Kampung Patin yang tidak kalah unik. Pemandangan tersebut adalah keberadaan kolam budidaya Ikan Patin yang dapat ditemui hampir di setiap rumah milik warga. Pemandangan semakin unik karena di salah satu lokasi terdapat Masjid Masjid yang juga dikelilingi oleh kolam ikan patin. Berikut pemandangan pemukiman Kampung Patin dilihat dari Puncak Kompe.



Gambar 1.3. Pemandangan Kampung Patin Puncak Kompe

Sumber: ([Error! Hyperlink reference not valid.](#), 2020)

Sebelum Kampung Patin menjadi seperti sekarang, dulunya kampung ini merupakan sebuah desa miskin tempat bagi transmigran lokal akibat pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA), desa Koto Mesjid. Seiring dengan berjalannya waktu dan usaha dari penduduknya Kampung Patin perlahan berubah menjadi desa sejahtera melalui pemberdayaan masyarakat dengan bantuan dari berbagai pihak dalam pengembangan industri ikan, khususnya ikan patin. Kampung ini memiliki motto “Tiada Rumah Tanpa Kolam Ikan” yang membuat desa Koto Mesjid kini dikenal sebagai “Kampung Patin”. Hasil kerja keras Masyarakat Kampung Patin dalam pemberdayaan masyarakat melalui budidaya Ikan Patin ini berhasil meraih penghargaan Adibakti Mina Bahari Pembudidaya Teladan, juara satu Pengolahan Patin Tingkat Provinsi dan ditetapkan sebagai Desa Pengembangan Terpadu. Prestasi ini membawa, desa Koto Mesjid dijadikan sebagai percontohan bagi desa-desa lain di Riau, dan bahkan layak dijadikan percontohan bagi desa lain di seluruh Indonesia dalam rangka meningkatkan taraf ekonomi masyarakat (djen.kemendag.go.id, 2013).

Kampung Patin mulai menggali potensi wisata yang dimiliki beberapa tahun kebelakang, melalui program pemberdayaan masyarakat mandiri melalui pengembangan desa wisata. Saat ini Kampung Patin sudah termasuk dalam kategori desa wisata yang berkembang. Desa wisata Kampung Patin ini memiliki produk unggulan berupa ikan patin yang hampir di setiap satu rumah pasti memiliki kolam ikan patin. Hasilnyapun cukup memuaskan dengan rata-rata panen mencapai 4 ton setiap minggunya sehingga dalam 1 bulan sebanyak 16 Ton dengan harga yang diterima pasaran juga cukup menggiurkan. Pada awalnya hasil panen ikan patin ini hanya dijual mentah. Seiring bejalannya waktu dan mulai mengembangkan potensi wisata yang dimiliki. Warga Kampung Patin mulai mengolah hasil panen tersebut menjadi olahan makanan yang nantinya dapat ditawarkan kepada wisatawan sebagai buah tangan atau dinikmati di lokasi wisata. Olahan ikan patin tersebut seperti ikan asap atau dikenal dengan salai, kerupuk, bakso hingga nuget yang dikemas secara menarik untuk menarik minat beli wisatawan seperti yang di tunjukan gambar berikut ini.



Gambar 1.4. Produk Kuliner Kampung Patin

Sumber: Data Primer 2021

Masyarakat di Kampung Patin juga sudah mulai menggalakkan kreatifitasnya agar bisa memunculkan karya-karya lokal mereka melalui produk unggulan dengan sebuah nilai tambah yang akan berwujud menjadi produk pariwisata. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga bermunculan dengan menjual produk oleh-oleh seperti kerupuk patin, bakso, nugget, ikan salai, abon dari ikan, aneka olahan ikan patin yang merupakan budidaya masyarakat desa Koto Masjid. Selain produk kuliner, masyarakat Kampung Patin juga memproduksi souvenir dalam bentuk mainan dan kunci dari tempurung, tempat tisu serta piring dari lidi daun kelapa sawit. Bahkan dengan media produksi yang sangat sederhana, usaha tersebut tetap dapat memberikan pendapatan rumah tangga yang cukup besar.



Gambar 1.5. Produk Kerajinan Tangan Kampung Patin

Sumber: Data Primer, 2021

Kampung Patin sebagai desa wisata yang memiliki berbagai produk wisata dari mulai wisata alam hingga wisata kuliner ternyata menarik cukup banyak pengunjung. Hal ini di tunjukan dari jumlah kunjungan wisatawan selama 5 tahun kebelakang sebelum pandemic covid-19. Berikut data kunjungan wisatawan ke Kampung Patin.

Tabel 1. 1. Data Kunjungan Wisatawan ke Kampung Patin 2015-2019

Tahun	Wisatawan Lokal	Wisatawan Mancanegara
2015	2.480	315
2016	2.500	345
2017	2.645	480
2018	2.712	500
2019	2.750	462

Sumber: (kamparkab.bps.go.id, 2020)

Berdasarkan data di atas diketahui rata-rata kedatangan wisatawan lokal ke Kampung Patin setiap tahunnya mencapai 2.617 dan wisatawan mancanegara mencapai mencapai 420 per tahunnya. Negara asal wisatawan yang datang ke Kampung Patin didominasi wisatawan dari Asia Tenggara seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand. Kenaikan jumlah kunjungan setiap tahunnya baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara ke Kampung Patin mengindikasikan tingginya antusias dari wisatawan untuk datang berwisata. Walaupun jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tidak sebesar jika dibandingkan dengan destinasi wisata nasional seperti Danau Toba namun

angka ini cukup memuaskan karena menunjukkan adanya potensi untuk berkembang sehingga bisa menarik semakin banyak wisatawan mancanegara.

Selain sumber data diatas, penulis juga melakukan wawancara singkat dengan pengelola Kampung patin, dengan pertanyaan “Bagaimana cara pengelola kampung patin untuk bisa menarik pengunjung untuk datang berkunjung?” dengan jawaban: Kami selaku pihak pengelola kampung patin aktif mempromosikan wisata kampung patin ini di sosial media, seperti facebook, instagram dan web, selain itu kita memanfaatkan promosi gratis dari pengunjung, yaitu promosi mulut ke mulut, dengan mempromosikan kampung patin yang dikemas secara menarik, kita dapat menarik perhatian calon pengunjung untuk datang, selain itu juga kita melakukan promosi seperti memasang banner yang bergambarkan kampung patin dipinggir-pinggir jalan, sehingga pengguna jalan akan melihatnya.

Baru-baru ini Kampung Patin memperoleh prestasi tepatnya pada tahun 2020 Desa Wisata Kampung Patin mendapat juara 1 secara nasional dalam rangka pendampingan oleh perguruan tinggi, yaitu oleh Sekolah Tinggi Pariwisata Riau (STP Riau), yang melakukan pendampingan kepada masyarakat untuk peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata dibidang kuliner, homestay dan pemandu pariwisata (riauonline.com,2020). Bukan tidak mungkin Kampung Patin dapat menjadi salah satu destinasi wisatawan mancanegara ketika datang ke Provinsi Riau. Seperti halnya Kampung Patin yang merupakan bagian dari Provinsi Riau, wilayah ini juga memiliki potensi wisata yang besar juga untuk menarik banyak wisatawan mancanegara seperti provinsi lain di Indonesia. Apalagi lokasi Riau ini dekat dengan negara tetangga yang berbatasan dengan Indonesia seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina.

Prestasi yang dicapai Kampung Patin pada 2020 lalu juga menunjukkan keberhasilan Kampung Patin bertahan di tengah pandemik. Kampung Patin dengan baik mematuhi semua arahan dari pihak berwenang dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat, walaupun jumlah wisatawan berkurang drastis tidak seperti pada tahun-tahun sebelum adanya pandemik. Untuk tetap bertahan dan kembali meningkatkan capaian sebagai destinasi wisata maka dibutuhkan peranan promosi.

Promosi pariwisata berperan dalam usaha untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata dan menginformasikan semua hal yang dibutuhkan sehingga pengunjung

tertarik untuk datang. Promosi dilakukan sebagai usaha untuk memperbesar daya tarik objek wisata serta menginformasikan atau memberitahukan objek-objek dan atraksi wisata yang ada. Dengan seringnya melakukan promosi maka diharapkan akan merangsang kunjungan wisatawan, diawali dengan komunikasi persuasi untuk membangkitkan perhatian dan pada akhirnya berlanjut menjadi minat untuk berkunjung. Materials promotion seperti tourism map, guidebook, brosur, leaflet, internet adalah sebagian material promosi dan program promosi antara lain penyelenggaraan event-event, pameran, serta penampilan atraksi seni budaya digunakan untuk memperkenalkan/mempromosikan potensi pariwisata.

Kegiatan promosi yang tepat sasaran menjadi lebih baik apabila dilakukan dengan komunikasi yang tepat pula. Komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran sektor pariwisata suatu daerah. Dengan adanya komunikasi ini ditujukan agar informasi tersampaikan dengan baik serta tercapainya tujuan bersama. Komunikasi pemasaran merupakan suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan teknik-teknik komunikasi untuk memberikan informasi kepada masyarakat guna mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan pendapatan dengan menggunakan jasa atau pembelian produk yang disediakan. Salah satu tempat wisata yang potensial untuk dikembangkan adalah Desa Wisata Kampung Patin. Untuk memudahkan wisatawan memperoleh informasi mengenai objek wisata Desa Patin digunakan salah satu variabel bauran pemasaran yaitu promosi.

Promosi merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran selain *product*, *pricing*, *place*, *people*, *physical evidence*, *process*, dan *customer service*. Melalui promosi perusahaan dapat menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan produk perusahaan. Bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat ternyata berpengaruh signifikan pada minat pengunjung Seperti penelitian dari Areks dkk., (2015) yang menunjukkan bahwa bauran promosi secara simultan berpengaruh nyata (25,2%) terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada objek wisata alam di Kabupaten Pangkep, sedangkan secara parsial hanya advertising dan word of mouth marketing yang berpengaruh nyata terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada objek wisata alam di Kabupaten Pangkep. Unsur bauran promosi yang paling dominan berpengaruh terhadap

tingkat kunjungan wisatawan pada objek wisata alam di Kabupaten Pangkep, yakni word of mouth marketing.

Pada penelitian Indriastuty (2020) yang menunjukkan bahwa variabel bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dalam penelitian ini berpengaruh pada minat pengunjung wisata budaya pesta adat Erau. Tidak hanya dua penelitian terdahulu tersebut pada penelitian Akmaliyah (2018) juga menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda yaitu bauran promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sulamadaha sebesar 69,7% variabel yang paling berpengaruh adalah periklanan dan personal selling.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa, sehingga pembelian produk dapat menarik, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin. Desa Kampung Patin membutuhkan cara untuk mensosialisasikan dan mempromosikan kegiatan masyarakat. Sejauh ini upaya promosi yang telah dilakukan penggiat wisata Kampung Patin antara lain membuat iklan pada media social di Facebook dan Instagram tentang objek wisata, kuliner, homestay yang terdapat di kampung Patin. Serta kampung Patin desa wisata yang sudah melakukan kerja sama dengan berbagai stakeholder seperti perguruan tinggi dan industri yang secara tidak langsung memberikan informasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan serta diberitakan di media massa dan elektronik juga promosi dari mulut ke mulut atau biasa disebut dengan Word of Mouth (WOM).

Dari delapan jenis bauran promosi berupa *advertising, sales promotion, event and experiences, public relations and publicity, direct marketing, nteractive marketing, word of mouth marketing*, dan *personal selling* yang diterapkan langsung maupun tidak langsung oleh Kampung Patin pasti ada yang memiliki dampak secara signifikan terhadap minat mengunjungi. Dengan mengetahui bauran promosi yang mana paling berpengaruh atau tidak dapat menjadi strategi pemasaran yang menguntungkan Kampung Patin sebagai Desa Wisata dan komoditas yang dipasarkan. Selain itu juga membantu untuk menentukan strategi-strategi yang tepat guna menarik pengunjung semakin banyak walaupun dimasa pandemik. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap minat pengunjung desa wisata Kampung Patin, Riau.

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui:

1. Bagaimana bauran promosi memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung desa wisata Kampung Patin?
2. Diantara bauran promosi tersebut, manakah yang paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan di Desa Kampung Patin?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana bauran promosi memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung desa wisata Kampung Patin.
2. Untuk mengetahui bauran promosi, manakah yang paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan di Desa Kampung Patin.

1.4.Kegunaan Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini akan memiliki kegunaan dan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.4.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman di bidang pemasaran khususnya dalam implementasi strategi pemasaran di bidang penggunaan strategi promosi destinasi pariwisata.

1.4.2. Aspek Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengelola Kampung Patin dalam mempromosikan daerah desa wisata Kampung Patin. Selain itu diharapkan juga dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi untuk menyelesaikan permasalahan terkait promosi penjualan, sehingga dapat meningkatkan minat pengunjung.

1.5.Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Peneliti memilih melakukan penelitian di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar, desa ini dinamakan juga Kampung Patin.

1.5.2. Waktu Penelitian

Tabel 1. 2. Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Tahapan	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1.	Menentukan ide dan objek penelitian					
2.	Mengajukan outline					
3.	Menyusun proposal					
4.	DE (Desk Evaluation)					
5.	Revisi proposal					
6.	Melakukan penelitian					
7.	Melakukan hasil akhir penelitian					
8.	Sidang akhir					
9.	Revisi skripsi					

Sumber: Olahan penulis, 2020