

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali dikenal sebagai salah satu destinasi wisata utama yang menarik minat kunjungan wisatawan dalam jumlah besar. Keberhasilan Bali dalam mengembangkan sektor pariwisata telah menjadikannya sebagai rujukan bagi berbagai daerah lain di Indonesia dalam menyusun strategi pembangunan kepariwisataan di wilayah masing-masing (Abdillah & Dariusman, 2017). Namun, pengembangan pariwisata di Bali Utara harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan terkoordinasi secara menyeluruh. Hal ini penting agar dampak positif dari sektor pariwisata dapat dimaksimalkan bagi masyarakat, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun kultural, tanpa menimbulkan masalah yang dapat merugikan, seperti ketimpangan sosial atau kerusakan lingkungan. Seiring berjalannya waktu, sektor pariwisata di Indonesia telah berkembang sangat pesat. Salah satu daerah yang menunjukkan potensi perkembangan pesat adalah Bali Utara, meskipun daerah ini masih dianggap kurang dikenal dan banyak orang meragukan kemampuannya untuk menarik wisatawan. Padahal, wilayah ini, khususnya Kabupaten Buleleng, memiliki banyak destinasi wisata yang belum sepenuhnya terekspos dan masih banyak yang belum diketahui oleh banyak orang (Parwata & Wirya Sastrawan, 2021).

Buleleng, sebuah kabupaten di Bali, terkenal akan keindahan alamnya yang luar biasa dan memikat. Kabupaten ini menyimpan berbagai objek wisata yang didominasi oleh keindahan alam dan wisata air yang bervariasi. Terdapat berbagai

jenis destinasi wisata air di Buleleng, antara lain pantai-pantai yang eksotis, air terjun yang megah, danau yang tenang, dan pemandian air panas alami. Keanekaragaman destinasi wisata air ini menjadi salah satu faktor utama yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung, sehingga minat untuk berkunjung dan menikmati pesona alam Buleleng pun terus meningkat. Salah satu destinasi wisata yang banyak diminati wisatawan ialah pemandian air panas, yang menawarkan pengalaman relaksasi di tengah suasana alam yang asri. Salah satu pemandian air panas terkenal di Kabupaten Buleleng adalah Air Panas Banjar. Terletak di tengah hamparan alam hijau, pemandian ini bukan hanya menawarkan manfaat kesehatan dari air panas alami, tetapi juga memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk menyatu dengan alam Bali yang tenang dan damai (Asriani dkk., 2021).

Pemandian Air Panas Banjar merupakan destinasi wisata yang cukup dikenal di wilayah Kabupaten Buleleng. Lokasinya berada di Desa Banjar, Kecamatan Banjar, wilayah Kabupaten Buleleng (daerah tingkat II), dengan jarak kurang lebih 20 km dari pusat Kota Singaraja. Untuk mencapai lokasi pemandian, pengunjung dapat menggunakan berbagai jenis kendaraan, termasuk roda dua, roda empat, hingga bus. Akses jalan menuju kawasan ini sudah beraspal hingga ke area parkir. Selanjutnya, pengunjung perlu melanjutkan perjalanan dengan berjalan kaki sejauh sekitar 150 meter melalui jalur setapak. Sumber air panas di kawasan ini dialirkan ke kolam melalui 5 pancuran berbentuk kepala naga. Di kolam ketiga, terdapat tiga pancuran dengan ketinggian sekitar 3,5 meter yang sering menjadi titik antrean para pengunjung yang ingin merasakan langsung derasnya aliran air panas dari ketinggian tersebut. Ketinggian air ini memberikan sensasi seperti dipijat,

sehingga banyak pengunjung menikmati berada di bawah pancuran tersebut. (Bandarhusin & Amanah, 2014).

Strategi pemasaran merupakan suatu pendekatan konseptual yang dirancang dan diterapkan oleh suatu unit bisnis dalam rangka mencapai sasaran pemasaran yang telah ditetapkan. Sementara itu, promosi dipahami sebagai bentuk komunikasi strategis yang dijalankan oleh perusahaan untuk menjangkau konsumen atau segmen pasar yang dituju. Tujuan utama dari promosi adalah menyampaikan informasi mengenai produk maupun perusahaan kepada konsumen, sehingga dapat menumbuhkan minat untuk melakukan pembelian. Aktivitas promosi ini meliputi berbagai bentuk, antara lain advertising (iklan), personal selling (penjualan secara langsung), sales promotion (promosi penjualan), direct marketing (pemasaran langsung), serta public relations (hubungan dengan masyarakat). (Martoyo dkk., 2022)

Oleh karenanya, studi ini bertujuan guna mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh pihak air panas banjar dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan. Oleh karenanya penulis mengambil judul “Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Destinasi Wisata Air Panas Banjar”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini akan terdapat permasalahan yang perlu diteliti promosi apa saja yang dilakukan air panas banjar saat ini untuk menaikan masyarakat untuk berkunjung. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat teridentifikasi strategi-strategi ini secara terencana dan konsisten, diharapkan Air Panas Banjar

dapat meningkat, menarik lebih banyak pengunjung, serta menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Bali.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya difokuskan pada objek pariwisata yang dilakukan di Air Panas Banjar saat ini, sebagai objek penelitian dan hasil penelitian tidak dapat di samakan dengan tempat lain karena beberapa perbedaan karakteristik tempat wisata dan penelitian ini hanya berfokus pada promosi yang dilakukan pengelola objek Air Panas Banjar saat ini dan bagaimana pengelola dapat menggunakan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini dilakukan di objek Air Panas Banjar yang terletak di Jl. Banjar, Desa Bajar, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, Bali 81152.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apa saja promosi yang dilakukan oleh pengelola objek air panas banjar?
2. Apa saja kendala yang ditemui Air Panas Banjar pada saat melakukan strategi promosi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi promosi dan kendala pariwisata yang dilakukan oleh pengelola objek air panas banjar saat ini.
2. Untuk mengidentifikasi apa saja kendala saat melakukan strategi promosi.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi berupa referensi dan informasi yang berguna bagi studi-studi selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan pengembangan lebih lanjut pada aspek operasional sistem informasi di bagian front office.

1.6.2 Manfaat Praktis

Memberikan saran yang dapat membantu pengelola objek wisata air panas Banjar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Dengan mengidentifikasi strategi promosi yang telah dilakukan dan strategi yang tepat guna menarik lebih banyak pengunjung, penelitian ini bisa memberikan panduan praktis bagi pengelola objek wisata dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif. Selain itu, dengan mengetahui dampak promosi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, penelitian ini dapat membantu pengelola objek wisata dalam memanfaatkan sumber daya promosi secara lebih efisien.

