

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dengan adanya perkembangan zaman yang semakin cepat dan perubahan dunia usaha yang terjadi, maka kebutuhan masyarakat terhadap jasa maupun barang konsumsi cenderung meningkat. Berawal dari kebutuhan-kebutuhan yang bersifat primer berkembang kepada jasa dan barang yang bersifat sekunder, termasuk di dalamnya kebutuhan untuk berekreasi.

Kebutuhan masyarakat akan jasa-jasa rekreasi akan memberi peluang bagi usaha-usaha taman rekreasi buatan atau alami untuk menghasilkan suatu produk jasa untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Namun peluang tersebut juga akan merangsang dan menarik industri pariwisata lain untuk memasuki pasar tersebut serta akan menjadi pesaing baru, sehingga lama kelamaan akan menimbulkan persaingan semakin ketat. Berdasarkan situasi ini maka perusahaan harus mampu melaksanakan kegiatan usahanya dengan profesional, terutama dalam kegiatan pemasaran sehingga dapat tercapai tujuan perusahaan dengan baik.

Salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya dalam perkembangan kepariwisataan di Indonesia adalah bidang

usaha Taman Rekreasi Alam, seperti pantai, air terjun dan lain-lain. Dilihat dari produk utama dari Taman Rekreasi adalah obyek wisata yang dapat memberikan pelayanan jasa rekreasi terhadap para pengunjungnya selaku konsumen. Hal ini menyebabkan usaha taman rekreasi merupakan usaha yang memiliki potensi untuk berkembang pesat.

Di dalam suatu perusahaan, kegiatan pemasaran merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting. Hal ini disebabkan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh perusahaan bergantung pada volume penjualan yang dihasilkan perusahaan dalam hal ini adalah jumlah pengunjung. Volume pengunjung sangat bergantung pada bagaimana cara memperkenalkan dan memasarkan produknya pada konsumen.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, PD Jasa Yasa selaku pengelola beberapa obyek pariwisata salah satunya Pantai Balekambang senantiasa dihadapkan pada kondisi persaingan serta semakin beragamnya tuntutan konsumen sehingga perlu bagi perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk jasa rekreasi dapat lebih diminati konsumen, sehingga perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Periklanan merupakan salah satu strategi promosi yang penting dalam mengkomunikasikan produk suatu perusahaan terhadap konsumen, karena melalui periklanan perusahaan dapat lebih menjangkau secara luas masyarakat sebagai calon konsumennya. Sementara untuk mempengaruhi perilaku konsumen diperlukan usaha untuk menarik perhatian serta menanamkan citra (image) yang baik melalui publisitas.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan penulis melihat beberapa masalah yaitu : Kurangnya pelaksanaan *advertising* dan publisitas yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Jasa Yasa. Hal tersebut disebabkan karena promosi yang dilakukan hanya terbatas pada pemasangan papan reklame dan penyebaran brosur. Sementara pelaksanaan kegiatan publisitas melalui penyelenggaraan acara yang bertujuan bagi masyarakat selaku calon konsumen juga tidak dilakukan secara intensif.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas penulis dapat merumuskan masalahnya yaitu : “Apakah pelaksanaan *advertising* dan publisitas akan berpengaruh terhadap peningkatan volume pengunjung pada Pantai Balekambang Kabupaten Malang ?”. Serta apa pengaruh

tersebut berarti (signifikan) atau tidak dan mana yang berpengaruh dominan terhadap peningkatan volume pengunjung.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan-tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan pelaksanaan *advertising* dan publisitas terhadap peningkatan volume pengunjung Pantai Balekambang di Kabupaten Malang.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh pelaksanaan *advertising* dan publisitas terhadap peningkatan volume pengunjung obyek wisata Pantai Balekambang di Kabupaten Malang.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Penelitian Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dalam rangka pengembangan pemasaran, khususnya dalam *advertising* dan publisitas dilingkungan Perusahaan Daerah Jasa Yasa pada Pantai Balekambang di Kabupaten Malang.

2. Kegunaan Penelitian Bagi Lembaga

Sebagai acuan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang, serta menambah dan melengkapi kepustakaan akademik.

### 3. Bagi Lembaga Ilmu Pengetahuan

Dapat dijadikan sebagai referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan manajemen pemasaran jasa khususnya bidang kajian *advertising* dan publisitas.