

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ekonomi dunia atau ekonomi global secara umum merujuk ke ekonomi yang didasarkan pada ekonomi nasional semua negara di dunia. Ekonomi global juga dapat dipandang sebagai ekonomi masyarakat global yaitu ekonomi masyarakat setempat, sehingga menciptakan satu ekonomi global. Beberapa hal yang memiliki pasar yang jelas dan efisien untuk menetapkan nilai moneter, para ekonom jarang memakai nilai tukar saat ini atau resmi untuk menerjemahkan satuan moneter pasar ini menjadi satuan tunggal untuk ekonomi dunia, sejak nilai tukar cenderung tidak merefleksikan nilai dunia dan ekonomi nasional. Harapan ini datang dari suksesnya program tax amnesty serta fokus pemerintah dalam regulasi ekonomi dan pembangunan infrastruktur. Pertumbuhan ekonomi tahun 2016 disepakati ada di level 5,0%-5,1%. Tahun 2017 diproyeksikan sebagai tahun *rebound*, artinya ekonomi Indonesia akan mulai mengalami peningkatan walaupun secara perlahan. Memang menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, namun jika dibandingkan secara global, pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun ini adalah yang terbaik ketiga di seluruh dunia. Ekonomi dunia dapat dievaluasi dengan berbagai cara salah satunya bisa menggunakan data Badan Pariwisata Dunia (UNWTO) dan WTTC 2015, sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar 9,8% Produk Domestik Bruto (PDB) global, kontribusi terhadap total ekspor dunia sebesar US\$ 7,58 triliun dan *foreign*

exchange earning sektor Pariwisata tumbuh 25,1%, dan pariwisata membuka lapangan kerja yang luas; 1 dari 11 lapangan kerja ada di sektor pariwisata.

Setiap keputusan harus diambil berdasarkan informasi yang valid dan akurat. Sensus Ekonomi dilaksanakan untuk mendapatkan informasi potret utuh perekonomian bangsa, sebagai landasan penyusunan kebijakan dan perencanaan pembangunan nasional maupun regional.

Pendataan seluruh sektor usaha secara menyeluruh akan mampu menghasilkan gambaran lengkap tentang level dan struktur ekonomi berikut informasi dasar dan karakteristiknya. Selain itu juga akan diketahui daya saing bisnis di Indonesia, serta penyediaan kebutuhan informasi usaha. Indonesia adalah negara yang indah yang kaya akan kekayaan alam dan budaya. Lebih dari 20 suku terdapat di Indonesia dan lebih dari 100 budaya ada di Indonesia. Tetapi dari tahun ke tahun seiring dengan bertumbuhnya perkembangan gaya hidup dan teknologi, kebudayaan asli Indonesia terlihat sangat ketinggalan zaman. Banyak dari warga Indonesia yang kurang peduli bahkan ada yang tidak peduli tentang budaya Indonesia padahal ini kunci keberhasilan pembangunan kepariwisataan nasional tidak lepas dari peran serta semua pemangku kepentingan, kalangan akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah dan media sebagai kekuatan pentahelix. Prospek cerah pariwisata dunia tersebut menjadi acuan dalam menetapkan target pariwisata nasional ke depan. Presiden telah menetapkan target pariwisata dalam lima tahun ke depan atau 2019 harus naik dua kali lipat, yakni; memberikan kontribusi pada PDB nasional sebesar 8 persen, devisa yang dihasilkan Rp 240 triliun, menciptakan lapangan kerja di bidang pariwisata

sebanyak 13 juta orang, jumlah kunjungan wisman 20 juta dan pergerakan wisnus 275 juta, serta indeks daya saing pariwisata Indonesia berada di ranking 30 dunia.

Sektor pariwisata mendorong perubahan besar bagi kehidupan manusia, baik dalam aspek fisik maupun aspek non-fisik. Aspek fisik dapat dilihat dari produk fisik yang ada di dunia modern saat ini, seperti pesatnya kemajuan teknologi, alat transportasi, dan berbagai bangunan dengan arsitektur modern. Aspek non-fisik dapat dilihat dari perkembangan kebudayaan dan bentuk-bentuk organisasi atau kelompok sosial. Dibandingkan dengan sektor lain, pembangunan pariwisata merupakan yang paling mudah menciptakan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan melestarikan lingkungan hidup. Dalam konteks ini, pariwisata memiliki prinsip “Semakin dilestarikan, Semakin Menyejahterakan.

Menurut Kotler (2003 : 34) dalam meningkatkan persaingan masing – masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk atau jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berubah- ubah.

Secara umum tujuan promosi penjualan, yaitu: menarik para pembeli baru, member hadiah/penghargaan terhadap konsumen/langganan lama, meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama, menghindarkan konsumen pergi ke merk lain, dan meningkatkan volume penjualan jangka pendek dalam rangka memperluas *market share* jangka panjang (Buchari Alma 2004:188).

Menurut Yoeti (1996) kata pariwisata sesungguhnya baru populer di Indonesia setelah diselenggarakannya musyawarah nasional Touristme ke II di

Tretes Jawa Timur, pada tanggal 12 sampai dengan 14 Juni 1958. Sebelumnya, kata ganti pariwisata yang digunakan kata *touristme* yang berasal dari bahasa Belanda yang sering pula di Indonesiakan menjadi *turisme*. Pada waktu pembukaan musyawarah yang diadakan di gedung pemuda Surabaya, Presiden RI pertama Soekarno dalam amanatnya yang disampaikan kepada peserta musyawarah, menanyakan kepada Menteri Pendidikan dan Kebudayaan.

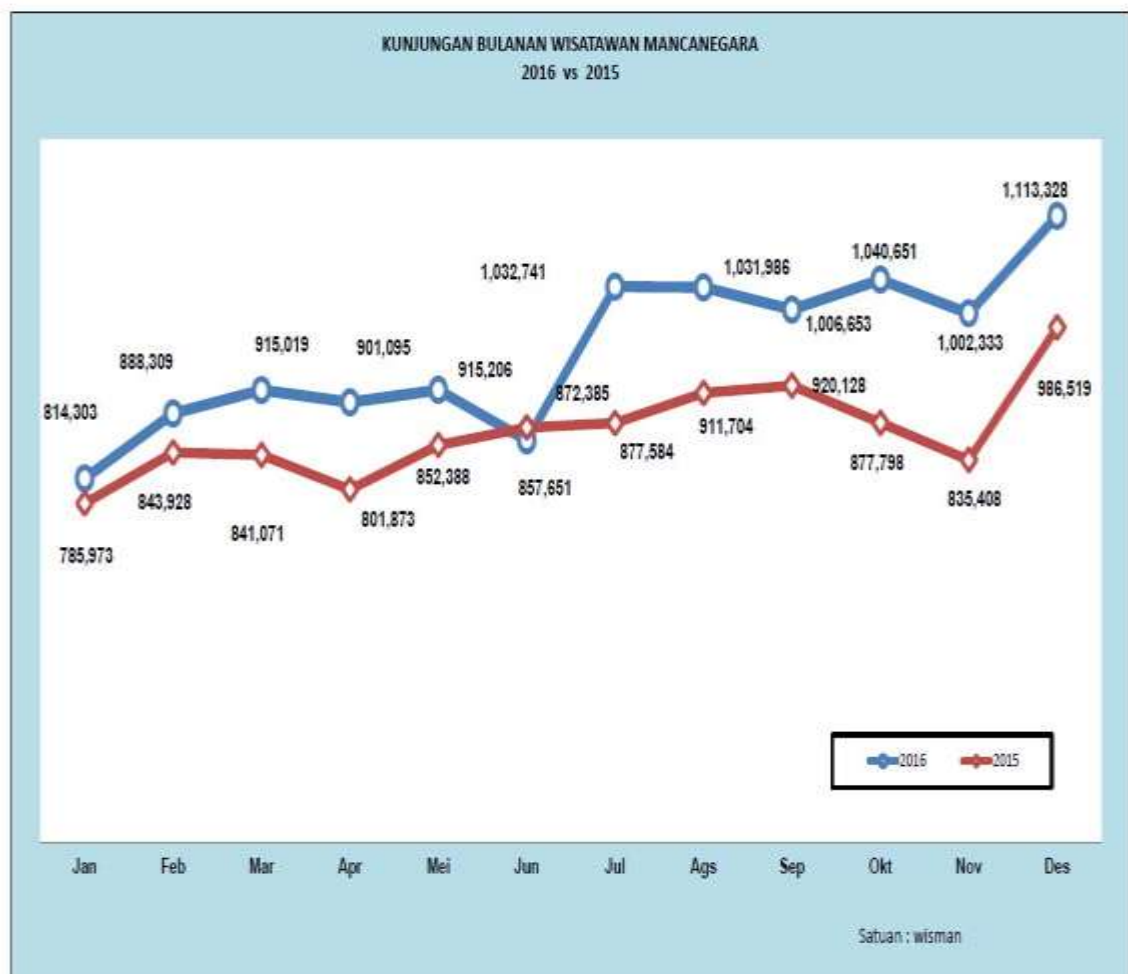
Prijono, perkataan Indonesia apakah yang paling tepat untuk menggantikan kata *Tourisme*. Dalam jawabannya kepada Presiden Ir. Soekarno Prijono memberi penjelasan, bahwa sebagai pengganti kata *Tourisme* dapat digunakan kata *dharmawisata* untuk perjalanan antar kota dalam negeri, sedangkan untuk perjalanan antar benua luar negeri tepat digunakan kata *pariwisata*. Pada waktu itulah diresmikan pengganti kata *tourisme* menjadi kata *pariwisata* oleh Presiden Ir. Soekarno dan atas dasar itu pula, pada tahun 1960 istilah Dewan Pariwisata Indonesia (*Depari*). Adapun orang yang berjasa mempopulerkan kata *pariwisata* itu adalah Jendral GPH Jatikusumo yang pada waktu itu menjabat Menteri Perhubungan Darat, Pos dan Telekomunikasi dan *Pariwisata*.

Menurut etimologi kata "*pariwisata*" diidentikkan dengan kata "*travel*" dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini *pariwisata* dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12).

Pariwisata menurut UU No. 9 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara Tahun 2015-2016

Sumber : <http://kemenpar.go.id>

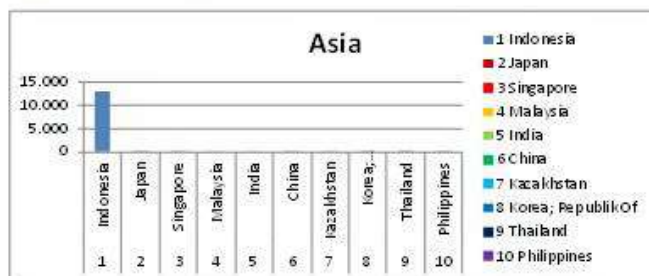


Tabel 1.2
Pengunjung Website Sesuai Benua Bulan Juni 2017

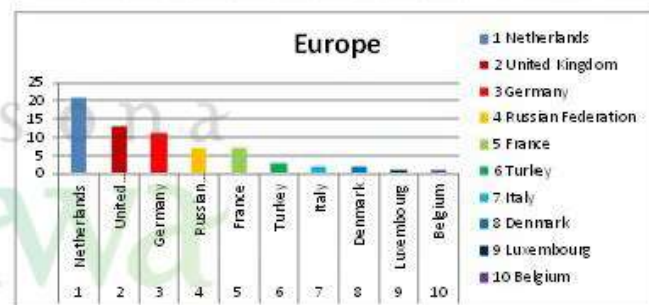
Sumber : www.histas.com

Pengunjung Website Sesuai Benua Juni 2017

Asia		
Rank	Country	Visitors
1	Indonesia	13.044
2	Japan	106
3	Singapore	53
4	Malaysia	42
5	India	23
6	China	11
7	Kazakhstan	7
8	Korea; Republik Of	7
9	Thailand	6
10	Philippines	6



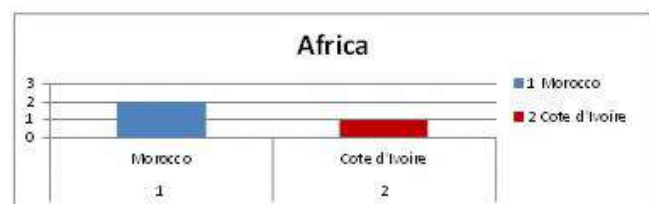
Europe		
Rank	Country	Visitors
1	Netherlands	21
2	United Kingdom	13
3	Germany	11
4	Russian Federation	7
5	France	7
6	Turkey	3
7	Italy	2
8	Denmark	2
9	Luxembourg	1
10	Belgium	1



America		
Rank	Country	Visitors
1	United States	2.710
2	Brazil	2
3	Canada	2
4	Colombia	1
5	Mexico	1
6	Chile	1
7	Peru	1



Africa		
Rank	Country	Visitors
1	Morocco	2
2	Cote d'Ivoire	1



Asia Pacific		
Rank	Country	Visitors
1	Australia	13
2	New Zealand	5
3	New Caledonia	1



Etc		
Rank	Region	Visitors
1	Asia Pasific	2.941
2	Europe	10

Tabel 1.3
Perkembangan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jawa Barat
Februari Tahun 2016 – 2017

Sumber :

<http://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php?mod=statistik-wisatawan>

Banyaknya Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Jawa Barat Melalui Pintu Masuk Bandara Husein Sastranegara Kota Bandung dan Pelabuhan Muarajati Kota Cirebon yang Dirinci Menurut Kebangsaan Februari 2016, Januari 2017 dan Februari 2017

Kebangsaan	Jumlah Wisman (Orang)		
	Februari 2016	Januari 2017	Februari 2017
[1]	[2]	[3]	[4]
Singapura	1.688	1.699	1.514
Malaysia	5.758	5.198	9.966
Philipna	9	138	79
Thailand	34	56	63
Jepang	87	83	111
Korea Selatan	57	81	64
Tiongkok	97	128	75
India	78	117	143
Australia	92	90	99
Amerika Serikat	105	102	105
Inggris	60	48	74
Belanda	45	31	40
Jerman	40	26	41
Perancis	32	26	35
Saudi Arabia	7	3	9
Lainnya	308	719	803
Jumlah	8.497	8.545	13.221

*Sumber Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Perkembangan Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Jawa Barat Melalui Pintu Masuk Bandara Husein Sastranegara dan Pelabuhan Muarajati, Februari 2016 - Februari 2017



Grafik 1.1

Perkembangan wisatawan mancaegara yang berkunjung ke Jawa Barat
Februari Tahun 2016 - 2017

Sumber :

<http://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php?mod=statistik-wisatawan>

Dari tabel dan grafik di atas dapat disimpulkan bahwasanya tingkat persentase wisatawan atau pengunjung, tren dan target tersebut bisa dikatakan bahwa bauran promosi yang dipilih oleh suatu perusahaan bagi suatu produk atau jasa tergantung pada beberapa faktor : sifat produk, tahapan dalam daur hidup produk, karakteristik target pasar, jenis keputusan pembelian, tersedianya dana untuk promosi dan menggunakan baik strategi mendorong ataupun menarik. (Lamb, Hair, Mc-Daniel 2001).

Sebagai Negara kepulauan, Indonesia menyimpan banyak kekayaan baik alam maupun budaya yang membentang dari Sabang sampai Merauke dengan potensi dan nilai jual tinggi. Adapun Pariwisata Pangandaran merupakan potensi wisata yang mempunyai ketenangan yang tersimpan dibalik wajah Pangandaran, seolah-olah kurang pas jika di hubungkan dengan latar belakang kesejarahannya. Dari beberapa dongeng dapat di ketahui bahwa wilayah yang dinamakan Pangandaran sekarang sudah mulai ramai sejak jaman yang telah silam.

Buktinya, kita bisa menyimak beberapa ceritra tentang Ronggeng Gunung, alam pantai dan alam pegunungan merupakan salah satu daya tarik aktraksi pariwisata yang dimiliki pangandaran orang kalau ingin berlibur ke pantai pasti ingat Pangandaran, keterkenalan pantai Pangandaran sering mengalahkan keterkenalan daerah obyek wisata di Jawa Barat.

Kabupaten Pangandaran ialah salah satu Kabupaten yang baru lahir pada tanggal 25 Oktober 2012, kalau di hitung Kabupaten Pangandaran adalah masih bayi, yang sebelah timur berbatasan dengan Propinsi Jawa tengah, sebelah utara

berbatasan dengan Kabupaten Induknya yaitu Kabupaten Ciamis, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Tasikmalaya. Dan selatan Samudra Indonesia.

Wilayah kabupaten Pangandaran di bagi menjadi 10 kecamatan, penduduk Kabupaten Pangandaran umumnya mereka bermata pencaharian sebagai petani, sisanya ada yang berusaha dibidang perikanan, peternakan, nelayan, dan kerajinan. Kesuburan Kabupaten Pangandaran, sebagai daerah pertanian sangat ditunjang oleh banyaknya sungai yang mengalir, diantaranya Citanduy, Cijulang, Ciputra Pinggan, dan yang lainnya. Penduduk Kabupaten Pangandaran terdiri dari multi etnik, terdiri dari suku Sunda, Jawa, Cina, dan lain-lain yang pada umumnya beragama islam, dan juga mempunyai khas budaya baru hasil dari keterbauran, dari waktu ke waktu terus tumbuh dan berkembang.

Berbagai sarana dan fasilitas kehidupan pun semakin bertambah, misalnya saja lembaga Pendidikan berkembang dengan pesat. Sarana olah raga pun demikian juga, selain ratusan lapangan sepak bola, yang patut di catat ialah terdapat 2 lapangan pacuan kuda, yang salah satunya adalah lapangan pacuan kuda tingkat nasional yang akan di gunakan nanti pada PON 2016, di daerah Kabupaten Pangandaran olah raga ini begitu mengakar.

Di waktu bupati Kabupaten Tasikmalaya bernama Wiranatakusumah, wilayah Kabupaten Pangandaran saat itu termasuk ke wilayah Kabupaten Tasikmalaya, dan di awal abad ke 20 wilayah yang sekarang menjadi Kabupaten Pangandaran dari Kabupaten Sukapura Tasikmalaya di serahkan ke Kabupaten Galuh Ciamis.

Nama Pangandaran ada dua versi ada yang mengatakan dari kata Pangan dan andar yang artinya tempat mencari makan, ada pula orang mengatakan itu asal mula dari kata Pang yang artinya tempat andar yang artinya [ulin] main dan an adalah sebagai kata akhiran karna kalau dalam tata bahasa ada kata imbuhan dan akhiran, jadi nama Pangandaran dari Pang- andar – an yang artinya pang adalah tempat, dan andar adalah ulin, dan an adalah kata akhiran, yang artinya adalah tempat pangulinan tempat untuk bermain/ berwisata. Tapi kalau kita telaah dalam tata bahasa sunda yang pas adalah tempat pangulinan tempat berwisata/ bermain.

Pangandaran termasuk salah satu Kabupaten yang sangat kaya dengan obyek wisata, baik yang mengandung nilai sejarah, budaya, dan kekayaan alam flora dan fauna. Obyek wisata tersebut nyaitu: Wisata Desa Kedungwuluh, Gua Donan, Pantai Karapyak, Karang Nini, Lembah Putri, Pantai Pangandaran, Karang Tirta, Batu Hiu, Citumang, Gunung tiga, Santirah, Sinjang lawang, Cukang taneuh, Batukaras, Madasari, Wisata edukasi Mangrove Bulak Setra dan yang lainnya.

Pantai Pangandaran bukan hanya dikagumi wisatawan dalam negeri, tapi juga wisatawan asing, termasuk pantai yang paling populer di Jawa Barat. Selalu menjadi sasaran rekreasi dari berbagai daerah, Pada masa-masa liburan, banyak dikunjungi para Mahasiswa dan Pelajar. Kebanyakan pengunjung senantiasa menginap, sebab tidak cukup satu hari saja menikmati panorama alam Pangandaran.

Pangandaran dengan pantai dan cagar alamnya, merupakan obyek wisata yang memiliki 7 ke istimewa : pantainya landai, tidak berlumpur, jarak antara

pasang dan surut cukup lama, sehingga air surut dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan di pantai, lautnya berombak-ombak tapi tidak membahayakan, tidak terdapat rumput-rumput laut dan ubur-ubur sehingga airnya tidak menimbulkan gatal-gatal, jauh dari muara sungai sehingga airnya bersih dari kotoran, dan pantai pangandaran tidak berkarang yang berbahaya. Dan juga bisa melihat matahari terbit dan terbenam di satu tempat.

Dari tahun ke tahun, terutama pada hari-hari libur, arus wisatawan yang datang ke Pangandaran kian bertambah besar, sehingga Pangandaran terasa sempit, diharapkan masyarakat Pangandaran bisa lebih berperan memberikan fasilitas yang memadai terutama dalam penyediaan akomodasi untuk para wisatawan domestik maupun asing. Salah satu industri yang ikut meningkat dan berperan penting dalam pembangunan Indonesia adalah pariwisata.

Dewasa ini, sektor pariwisata di banyak negara menjadi sektor andalan yang dapat meningkatkan pendapatan devisa jika dibandingkan dengan industri berat. Indonesia memiliki potensi yang luar biasa baik itu alam maupun budaya yang dapat dijadikan asset pariwisata.

Demikian pula dengan Kabupaten Pangandaran, destinasi unggulan yang memiliki banyak potensi wisata yang bisa dikembangkan. Kabupaten Pangandaran dengan ikon wisatanya yaitu Pantai Pangandaran telah menjadi Kawasan Strategis Nasional (KSN), Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dan daerah prioritas pengembangan pariwisata Nasional.

Ruang Lingkup Wilayah Profil Pariwisata Kabupaten Pangandaran meliputi kawasan destinasi pariwisata secara keseluruhan baik itu dari segi

administratif maupun kewilayahan yang tercakup dalam satuan kawasan destinasi Kabupaten Pangandaran.

Pariwisata Kabupaten Pangandaran mencakup data dasar kepariwisataan baik dari aspek : kelayakan daya tarik wisata (*attraction*) – kelayakan prasarana dan sarana wisata (*amenitas*) – serta kelayakan aspek aksesibilitas (*access*) dengan aspek analisis dasar adalah analisis/penilaian terhadap pasar wisatawan (*market demand assessment*).

Profil Pariwisata Kabupaten Pangandaran , mencakup di dalamnya :

1. Profil potensi dan kondisi unsur-unsur destinasi, meliputi di dalamnya : (i) atraksi, (ii)amenitas, (iii) aksesibilitas, (iv) masyarakat, dan (iv) pengelolaan kegiatan pariwisata
2. Profil dan kondisi pasar wisatawan, meliputi profil segmentasi dan kunjungan pasar wisatawan serta profil demografi pasar wisatawan.
3. Profil tenaga kerja pariwisata dan usaha-usaha pariwisata di destinasi
4. Kondisi lingkungan alam, terutama yang merupakan aset pariwisata utama, yaitu : pantai, terumbu karang, dan hutan Taman Wisata Alam.
5. Profil dan kondisi lingkungan budaya masyarakat, terutama yang merupakan aset pariwisata, yaitu : desa wisata dan kesenian masyarakat yang berkembang
6. Profil penataan ruang dan peraturan daerah terkait.

Tabel 1.4
Realisasi Wistawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara Tahun 2016

Sumber : <http://www.dispar.pangandarankab.go.id>

NO	OBJEK WISATA	TAHUN 2016		
		WISMAN	WISNUS	Jumlah Pengunjung
1	Pangandaran	3.804	1.399.156	1.402.960
2	Batu Hiu		89.349	89.349
3	Green Canyon	5.654	143.240	148.894
4	Batukaras	1.318	296.924	298.242
5	Karapyak		48.945	48.945
JUMLAH TOTAL		10.776	1.977.614	1.988.390

THE EXECUTIVE DIRECTOR OF THE
Pangandaran Regency Tourism Office



Drs. H. Undang Soebarudin
NIP.19630824 198503 1 003

Visi Dinas Pariwisata & Kebudayaan : **"MEWUJUDKAN PANGANDARAN SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA DUNIA YANG BERBASIS LINGKUNGAN, ALAM DAN BUDAYA"**

Misi Dinas Pariwisata & Kebudayaan

1. Meningkatkan kualitas aparatur dan sumber daya manusia Pariwisata dan Kebudayaan yang professional;
2. Meningkatkan pengembangan kualitas aksesibilitas, amenities dan atraksi wisata;
3. Mewujudkan sapta pesona dan promosi pariwisata ;

4. Menjalin kemitraan dengan stakeholder pariwisata dan kebudayaan serta pelaku usaha;
5. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
6. Meningkatkan penggalan, pelestarian, pemberdayaan, pengembangan dan pemanfaatan cagar budaya, kepurbakalaan dan seni budaya;
7. Menumbuhkembangkan potensi seni budaya sebagai peluang investasi wisata.

Dengan adanya Industri perdagangan elektronik atau e-commerce yang terus tumbuh dan berkembang di Indonesia, dapat diyakini sebagai bagian penting dan signifikan dari pertumbuhan ekonomi. E-commerce menunjukkan tidak hanya dalam wujud atas kecanggihan teknologi, namun juga untuk memperkuat perekonomian Negara.

Tawaran produk dan jasa atas layanan online yang menarik, mudah, kreatif dan tepat, juga menjadi faktor percepatan pertumbuhan transaksi e-commerce di Indonesia. Dengan pengguna aktif internet per hari di Indonesia yang terbilang besar, maka bisnis e-commerce subur dan akan terus berkembang. Inilah kesempatan para pengusaha nasional untuk memanfaatkan penguasaan pasar dan karakteristiknya yang dapat menjadi peluang emas dengan memberikan tawaran produk dan jasa layanan yang tepat dan sesuai dengan keinginan.

Kehadiran E-commerce bagi dunia pariwisata dalam meningkatkan pendapatan pariwisata sangatlah penting. Pengoptimalan potensi pariwisata tidak hanya berada dalam pembenahan lokasi ataupun atraksi wisata, namun juga harus

diikuti dengan pemanfaatan teknologi internet dalam melakukan promosi serta pemesanan langsung oleh wisatawan.

Kepariwisata Indonesia pada dasarnya memiliki potensi yang sangat besar dan merupakan sektor yang dapat diandalkan untuk mengembangkan, dengan syarat pengembangan potensi ini didukung oleh pola perencanaan dan pengembangan yang menyeluruh dengan melibatkan pemanfaatan teknologi internet. Namun perkembangan kepariwisataan ini harus didukung oleh pola pengelolaan internet dalam rangka menyediakan informasi yang menyeluruh bagi wisatawan, yang nantinya dapat dipakai sebagai alat pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata.

Maka keberadaan E-commerce pada pariwisata perlu diletakan sebagai alat vital dalam mengembangkan kepariwisataan Indonesia terutama dalam penyediaan informasi dan pemesanan paket pariwisata oleh wisatawan.

Persoalan utama yang dihadapi Indonesia dalam pengembangan kepariwisataan adalah ketidak tersediaan informasi yang menyeluruh tentang potensi pariwisata secara terintegrasi. Hal ini menyebabkan pariwisata Indonesia cenderung tertinggal. Oleh karena itu, didalam kepariwisataan, pengembangan E-commerce berbasis online booking perlu menjadi perhatian Indonesia.

Melalui e-Commerce paling tidak dapat memberikan peningkatan pendapatan dalam bidang kepariwisataan bagi pariwisata Indonesia, dan juga mendorong promosi serta penyediaan informasi secara lengkap bagi wisatawan. Disisi lain, E-commerce juga dapat mengurangi travel agen luar, sehingga semua pendapatan dari pengeluaran wisatawan menjadi hak pariwisata Indonesia.

Internet tidak semata-mata hanya merupakan temuan teknologi belaka, tetapi juga merupakan guru untuk mendidik manusia menemukan berbagai informasi (termasuk informasi pariwisata) yang diinginkannya, sehingga membuat hidup jauh lebih mudah (*to make life much easier*) . Wisatawan kini tidak sabar menunggu informasi yang biasanya diberikan melalui biro jasa perjalanan ataupun organisasi lainnya. Mereka lebih senang mencari sendiri apa yang ada di benaknya sehingga mampu meyakinkan bahwa produk E-commerce berperan dan bermanfaat pada dunia Pariwisata yaitu :

- Meningkatkan pariwisata dan kebudayaan suatu daerah;
- Mempromosikan pariwisata dan kebudayaan ke manca Negara;
- Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata;
- Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik;
- Meningkatnya diversifikasi produk wisata yang kompetitif.

Melalui kerjasama antara Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dan Departemen Komunikasi dan Informasi, promosi potensi wisata Indonesia dapat disebarkan kepada masyarakat luas baik secara nasional maupun internasional, oleh karena itu kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sangat memungkinkan untuk digunakan sebagai sarana promosi pariwisata Indonesia ke seluruh dunia.

Pada saat ini media yang digunakan untuk mempromosikan pariwisata jauh lebih banyak dari periode sebelumnya. Kemajuan teknologi informasi merupakan salah satu faktor pendorongnya. Teknologi ini sudah banyak diadopsi oleh kalangan pemerintahan, pendidikan, bisnis dan lainnya sebagai sarana

promosi, desiminasi informasi dan transaksi, oleh karena itu kemudian muncul istilah e-government, e-learning, e-business, e-commerce dan sebagainya. Bahwa dunia pariwisata yang menjadi salah satu bidang garapan pemerintah sudah saatnya memanfaatkan Teknologi Informasi sebagai implementasi dalam e-government untuk mempublikasikan dan memasarkan potensi wisata daerah. Dengan memanfaatkan Teknologi Informasi berarti adanya suatu Sistem Informasi Manajemen yang berbasis pada pengolahan data elektronik.

Berdasarkan pemahaman diatas, maka kehadiran E-commerce bagi dunia pariwisata dalam meningkatkan pendapatan pariwisata sangatlah penting. Pengoptimalan potensi pariwisata tidak hanya berada dalam aras pembenahan lokasi maupun objek wisata, namun harus diikuti dengan pemafaatan teknologi internet dalam melakukan promosi serta pemesanan langsung oleh wisatawan. Kepariwisataan Indonesia pada dasarnya memiliki potensi yang sangat besar dan merupakan sektor yang dapat diandalkan untuk mengembangkan, dengan syarat pengembangan potensi ini didukung oleh pola perencanaan dan pengembangan yang menyeluruh dengan melibatkan pemanfaatan teknologi internet. Namun perkembangan kepariwisataan ini harus didukung oleh pola pengelolaan internet dalam rangka menyediakan informasi yang menyeluruh bagi wisatawan, yang nantinya dapat dipakai sebagai alat pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata.

Mewujudkan Pangandaran sebagai daerah tujuan wisata dunia yang berbasis lingkungan, alam dan budaya dari visi dan misi Kabupaten Pangandaran itu pihak swasta pun ikut mendorong dalam kemajuan di sector pariwisata adapun

perusahaan myPangandaran.com merupakan sebuah situs yang memfokuskan diri untuk informasi seputar Pangandaran dan sekitarnya. Situs ini dibangun dan dikelola oleh orang-orang muda asal Pangandaran yang saat ini berada di Pangandaran maupun yang support dari luar Pangandaran. Harapannya dengan hadirnya situs ini pengunjung dan pengguna internet mengetahui lebih dalam tentang Pangandaran dan sekitarnya, begitu pula dengan warga Pangandaran sendiri dapat menikmati informasi melalui media Online. Mengacu pada latar belakang di atas, penulis tertarik memilih judul dalam penulisan skripsi yaitu : **“Pengaruh Strategi Pemasaran *E-commerce* Informasi Pariwisata di www.mypangandaran.com Terhadap Jumlah Wisatawan Kabupaten Pangandaran Jawa Barat Tahun 2017.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, tingkat persentase wisatawan atau pengunjung, tren dan target promosi pariwisata terhadap jumlah wisatawan dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran *e-commerce* informasi pariwisata yang strategis dan fasilitas transparansi informasi di internet, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran *e-commerce* informasi pariwisata di www.mypangandaran.com?
2. Bagaimana perkembangan jumlah wisatawan di Kabupaten Pangandaran?
3. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran *e-commerce* informasi pariwisata di www.mypangandaran.com terhadap jumlah wisatawan Kabupaten Pangandaran Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Strategi pemasaran *e-commerce* informasi pariwisata di www.mypangandaran.com.
2. Perkembangan jumlah wisatawan di Kabupaten Pangandaran.
3. Pengaruh strategi pemasaran *e-commerce* informasi pariwisata di www.mypangandaran.com terhadap jumlah wisatawan Kabupaten Pangandaran Jawa Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Untuk memberikan kontribusi ilmiah tentang pentingnya evaluasi strategi pemasaran *e-commerce* informasi pariwisata, lokasi dan promosi terhadap minat berwisata dan sebagai salah satu bahan informasi bagi yang membutuhkan.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

- a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam khususnya tentang permasalahan yang diteliti sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan agar hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam melakukan kegiatan usahanya.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan contoh bagi perusahaan-perusahaan lain untuk dapat dipelajari kebijakan-kebijakan perusahaan untuk memenuhi minat pengunjung suatu objek pariwisata.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Berikut adalah lokasi, tempat dan waktu yang diperlukan oleh penulis dalam menyelesaikan penelitian.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan www.mypangandaran.com Jl. Raya Babakan KM 0.5 Pangandaran - Dusun Bojongsari Desa Babakan Kecamatan Pangandaran. RT 01/2 - Kabupaten Pangandaran Jawa Barat Indonesia Kode Pos 46396 Telephone : 0265 - 639380.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai Mei, Juni, Juli, Agustus dan Desember 2017.