

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor usaha yang menyediakan berbagai barang dan jasa yang dimanfaatkan oleh wisatawan dalam rangka memenuhi kebutuhan selama melakukan perjalanan wisata (Dewi dkk., 2023). Pariwisata juga merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia. Keanekaragaman potensi alam, kekayaan budaya, serta warisan leluhur yang autentik menjadi keunggulan komparatif yang perlu terus dikembangkan dan dipromosikan secara berkelanjutan. Pada kondisi saat ini, sektor pariwisata dinilai memiliki kontribusi yang signifikan dan efektif dalam meningkatkan perolehan devisa negara (Palebangan Putera dkk., 2022).

Pada proses kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan devisa negara, peran pemasaran pariwisata menjadi salah satu faktor kunci. Hal tersebut dikarenakan Indonesia dapat dikenal oleh dunia dengan adanya promosi yang efektif pada sektor pariwisata (Mileneo, 2024). Menurut Wulandari (2025), pemasaran pariwisata berperan penting dalam memperkenalkan serta mempromosikan destinasi kepada wisatawan potensial.

Tren dan daya tarik pariwisata Bondowoso didukung oleh keunikan atraksi alam, keterlibatan masyarakat, dan praktik pariwisata berkelanjutan, serta keterkaitannya dengan potensi besar dari Ijen Geopark yang menjadi daya tarik utama. Dengan diakuinya Ijen Geopark secara global karena nilai ekologisnya, maka hal tersebut juga dapat memperkuat posisi Bondowoso sebagai destinasi pariwisata, meningkatkan visibilitas dan daya tariknya secara internasional, serta mendukung pelestarian sumber daya alam dan budaya lokal (Junaedi dkk., 2025). Salah satu destinasi wisata Bondowoso yang termasuk kedalam Ijen Geopark yaitu destinasi wisata Batu So'on.

Betoh So'on yang secara etimologis bermakna 'batu susun'. Situs ini terletak secara administratif di Desa Solor, Kecamatan Cermee, yang berada di sisi timur wilayah Kabupaten Bondowoso. Daya tarik utama destinasi ini terletak pada

fenomena geologis berupa struktur batuan yang menjulang vertikal hingga ketinggian kurang lebih 25 meter dengan formasi yang tersusun rapi. Keunikan struktur ini sering kali diasosiasikan dengan situs megalitikum *Stonehenge* di Inggris, meskipun formasi di Betoh So'on merupakan hasil proses alamiah murni tanpa intervensi arsitektur manusia (*non-anthropogenic*). Keaslian formasi geologi tersebut, dipadukan dengan lanskap panorama alam sekitarnya yang estetis dan memukau, menjadikan Betoh So'on sebagai aset pariwisata prioritas yang menawarkan nilai edukasi serta rekreasi visual yang esensial bagi para pengunjung (Sadullah, 2022). Namun pada beberapa tahun terakhir, destinasi wisata Batu So'on mengalami stagnasi kunjungan atau bahkan penurunan tingkat kunjungan wisatawan.



Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisatawan Batu So'on Tahun 2021-2025

Sumber: Data Peneliti 2026.

Grafik diatas merupakan tingkat kunjungan wisatawan Batu So'on berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bondowoso. Seperti yang sudah dipaparkan pada grafik diatas, dalam tiga tahun kebelakang destinasi wisata Batu So'on mengalami stagnasi atau bahkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan, lebih tepatnya pada tahun 2023 sampai

pada tahun 2025. Pada tahun 2021 terdapat 5000 wisatawan yang berkunjung, lalu pada tahun 2022 terdapat peningkatan jumlah wisatawan menjadi 7000 orang. Akan tetapi, pada tahun 2023 jumlah wisatawan yang berkunjung mulai mengalami penurunan yang sangat drastis menjadi 2900 orang, kemudian pada tahun 2024 jumlah wisatawan yang berkunjung sebanyak 3100 orang, dan mulai mengalami penurunan kembali ditahun 2025 menjadi 1500 orang.

Kinerja pemasaran destinasi wisata Batu So'on saat ini dinilai belum mencapai taraf optimal, dikarenakan minimnya penggunaan media informasi yang strategis. Akibatnya, tercipta kesenjangan informasi yang signifikan antara realitas potensi destinasi dengan persepsi publik, yang pada gilirannya mereduksi daya tarik serta intensitas atensi dari para calon pengunjung terhadap eksistensi wisata Batu So'on (Rozin dkk., 2025).

. Dalam (Yulianti dkk., 2024) dijelaskan bahwa untuk mencapai pemasaran yang efektif, perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek penting, yaitu pemasaran yang berpusat pada konsumen, pembagian pasar (segmentasi) yang tepat, serta penyesuaian bauran pemasaran dengan tahapan siklus hidup produk. Pada sektor pariwisata, bauran pemasaran itu sendiri terdiri dari berbagai elemen atau instrumen yang dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Physical Evidence*. Berdasarkan pra-observasi dan pra-wawancara yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa terdapat masalah pada manajemen pemasaran apabila dihubungkan dengan teori bauran pemasaran 7P. Adapun masalah tersebut adalah terletak pada beberapa titik akses jalan yang rusak (*Place*), tidak adanya saluran promosi yang secara khusus mempromosikan destinasi wisata Batu So'on (*Promotion*), dan fasilitas seperti kamar mandi yang tidak terawat (*Physical Evidence*).

Urgensi penelitian ini terletak pada kesenjangan potensi atau daya tarik yang dimiliki oleh destinasi wisata Batu So'on dibandingkan dengan fakta bahwa tingkat popularitas dan strategi pemasaran yang belum optimal. Selain itu, penelitian ini akan berfokus pada analisis strategi yang sudah diterapkan menggunakan teori bauran pemasaran 7P dan juga memberikan rekomendasi pengembangan strategi

pemasaran berbasis teknik analisis SOAR pada destinasi wisata Batu So'on. Hasil penelitian ini yang berupa rekomendasi pengembangan strategi pemasaran dan diharapkan akan diterapkan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bondowoso dan pengelola lokal, sehingga dapat mampu mengatasi masalah stagnasi ataupun penurunan kunjungan destinasi wisata Batu So'on.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang telah diterapkan di destinasi wisata Batu So'on Bondowoso?
2. Bagaimana bentuk rekomendasi pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan di destinasi wiata Batu So'on?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang telah diterapkan pada destinasi wisata Batu So'on Bondowoso.
2. Merancang rekomendasi pengembangan strategi pemasaran yang lebih optimal dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di destinasi wisata Batu So'on.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran pariwisata dan pengembangan destinasi wisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pengelola Destinasi Wisata

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam merumuskan serta mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien guna meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan

ke destinasi wisata Batu So'on Bondowoso.

2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam penyusunan kebijakan dan program pengembangan pariwisata daerah, khususnya yang berkaitan dengan promosi, penguatan kelembagaan, dan pengembangan destinasi wisata unggulan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan rujukan ilmiah bagi penelitian selanjutnya yang memiliki fokus serupa.