

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di dalam situasi perekonomian yang semakin maju dan dunia usaha yang mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga batas-batas negara seakan-akan tidak ada lagi. Ini tidak hanya mempengaruhi industri jasa pariwisata juga mempengaruhi industri jasa yang lainnya semua ini dapat terlihat jelas dimana struktur dan situasi pasar yang pada mulanya sebagai "*sellers market*" dimana suatu keadaan dimana para pembeli mencari penjual telah menjadi pergeseran menjadi "*buyers market*" dimana suatu keadaan dimana penjual yang harus mencari para pembeli sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat para produsen atau penjual jasa di dalam usahanya untuk mencari para pembeli produk-produk yang telah dihasilkan oleh para produsen yang menghasilkan produk pariwisata.

Demikian juga yang terjadi di Kabupaten Boyolali Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali yang diharapkan mendapatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan sektor pariwisata dan kebudayaan, menjelang milenium ketiga, di negara kita muncul beberapa *Issue* global yang berdampak besar terhadap kehidupan bernegara, yang bahkan terasa samapai pada tingkat lokal. *Issue* tersebut antara lain adalah *globalisasi, diversity, kompetisi, demokratisasi dan desentralisasi*.

Di tingkat lokal, *Issue* yang datang menerpa, melahirkan semangat berdemokrasi yang mengejawantah dalam berbagai bentuk sesuai dengan tingkat pemahaman masyarakat. Sejak beberapa tahun terakhir sektor pariwisata diproyeksikan menjadi sektor unggulan. Bahkan di beberapa daerah, sektor pariwisata cenderung dijadikan andalan dalam membangun daerahnya, hal ini tidak saja berarti penghasil devisa yang cukup besar tetapi juga sebagai penciptaan lapangan kerja dan perangsang bagi tumbuhnya sektor lainnya. Skenario seperti ini nampaknya bukan tanpa alasan. Bagi daerah-daerah yang potensial sumber daya pariwisatanya, keterkaitan ke belakang (*backward linkage*) dan kedua (*forward linkage*) sektor ini menjadi landasan optimisme tersebut. Meskipun demikian kenyataan menunjukkan bahwa harapan sektor pariwisata sebagai sumber pendanaan pembangunan yang handal belum tercapai. Satu dan lain hal lebih disebabkan rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang mendukungnya.

Pengembangan pariwisata masih lemah dan diperlukan strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Boyolali.

Manfaat penelitian:

1. Bagi produsen (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali) sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif.
2. Bagi Penulis
Sebagai aplikasi dari teori yang telah diperoleh dan khususnya mengenai pengetahuan di bidang penelitian ini.

Untuk merumuskan suatu misi berdasarkan asumsi tentang lingkungan yang dihadapi oleh organisasi.

1. Asumsi terhadap lingkungan mana yang akan dilayani oleh organisasi
2. Kebutuhan apa yang kita penuhi
3. Siapa customer kita
4. Dalam bisnis apa kita berada?
5. Apa yang terbaik kita lakukan dalam bisnis tersebut?

1.2 Tujuan Penelitian

Untuk dapat mengetahui strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Boyolali

1.3 Hipotesis

Diduga pengembangan pariwisata masih lemah dan diperlukan strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Boyolali.