

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah melahirkan era baru dalam dunia bisnis pariwisata, pariwisata merupakan salah satu bisnis yang akhir-akhir ini banyak dilirik oleh orang-orang karena dirasa memiliki peluang yang baik. Pariwisata telah menjadi salah satu sumber pendapatan bagi suatu Negara dengan adanya kunjungan wisatawan. Indonesia merupakan salah satu Negara yang kaya akan daerah wisatanya dan terkenal di seluruh mancanegara. *Industry* pariwisata di Indonesia tidak sedikit memberi peran penting bagi perekonomian Indonesia karena dapat memberikan tambahan devisa bagi Negara sehingga penerimaan Negara meningkat, selain itu dapat menambah lapangan pekerjaan dan menambah pendapatan bagi masyarakat sekitar objek wisata misalnya dengan adanya pedagang-pedagang kecil seperti pedagang makanan ringan dan penjual souvenir yang dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

Ditinjau dari segi budaya, *industry* pariwisata, secara tidak langsung memberikan peran penting bagi perkembangan budaya Indonesia karena dengan suatu objek wisata makan dapat memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki suatu Negara seperti kesenian tradisional, upacara-upacara agama atau adat yang menarik perhatian wisatawan asing dan wisatawan Indonesia. Indonesia mempunyai potensi alam dan budaya yang besar dan dapat dijadikan modal dalam mengembangkan *industry* pariwisata. Objek wisata yang terbesar, baik itu wisata

alam, wisata buatan dan juga desa wisata yang masing- masing memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Salah satu pulau di Indonesia adalah pulau Sumatera tepatnya di Sumatera Barat. Sumbar merupakan salah satu daerah yang terkenal dengan makanan khasnya yaitu rendang selain kuliner dan rumah gadang juga dengan keindahan wisata alam dan wisata buatan serta desa wisatanya. Salah satu objek yang terkenal hingga ke mancanegara adalah Jam Gadang dan Lobang Jepang di kota Bukittinggi yang sangat sering dikunjungi oleh wisatawan apabila berkunjung ke Sumatera Barat. Selain wisata alam, Sumbar juga memiliki banyak wisata buatan salah satunya Di Padang Panjang terdapat kawasan rekreasi keluarga yang di kenal dengan *Mifan Water Park And Resort Padang Panjang*.

Kota Padang Panjang di Sumatera Barat, Indonesia memiliki julukan sebagai Kota Serambi Mekkah, dan dikenal sebagai Mesir van Andalas yang pernah menjadi pusat pemerintahan sementara Kota Padang. Kota Padang Panjang mempunyai posisi yang strategis pada lintasan regional antara Kota Padang dengan Kota Bukittinggi, Kabupaten Tanah Datar, dan Kabupaten Solok. Kota Padang Panjang memiliki posisi strategis sebagai kota persinggahan, pemerintah Kota Padang Panjang menitik beratkan sektor perdagangan dan jasa dalam meningkatkan pendapatan.

*Mifan Water Park and resort Padang Panjang* terletak di Kota Padang Panjang, Kecamatan Padang Panjang Barat di Jalan. ST. Syahrir No. 252 Kelurahan Silaing Bawah, Sumbar. *Mifan Water Park And Resort* adalah taman bermain yang terdapat di Kota Padang Panjang, Sumatera Barat, Indonesia

Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang sebagai Industri water park yang didirikan tanggal 1 Oktober 2008 menghasilkan track record yang cukup baik, Sebab dalam jangka waktu singkat Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang mampu memberikan kenyamanan berekreasi terhadap keluarga khususnya di Sumatera Barat. Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang sebagai Taman Rekreasi Air dengan pesona alam yang asri dengan pemandangan alam yang indah, karena diapit 3 gunung besar, yakni Gunung Marapi, Singgalang dan Tandikek, Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang Menempati lokasi di kawasan Perkampungan Minangkabau *Village*, Mifan berada dalam satu kompleks dengan Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau. Salah satu acara besar yang pernah diselenggarakan di Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang pernah menjadi tempat Kemah Budaya Nasional (KBN) ke X pada tanggal 26 sampai 31 Agustus 2019 sebanyak 4000 orang dari 34 Provinsi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang dan juga mengamati selama bekerja dan berinteraksi di Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang didapatkan informasi bahwa pengunjung Mifan pada tahun 2014 sampai dengan 2019 mengalami penurunan, berikut Tabel 6 Tahun terakhir:

**Table 1.1**  
**Data Pengunjung Mifan Water Park And Resort Padang Pnajang 2014**  
**2019**

<b>Data Pengunjung Mifan dari 2014-2019</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Total Pengunjung</b>
2014	312.839
2015	278.541
2016	260.530
2017	178.789
2018	162.810
2019	143.817

*Sumber : Mifan water park and resort padang panjang 2020*

Melihat dari jumlah pengunjung 6 tahun terakhir mengalami penurunan setiap tahunnya, Jika dibiarkan kondisis seperti ini maka tidak menutup kemungkinan perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Turunannya jumlah pengunjung Mifan Water Park And Resort Padang Pnajang disinyalir di sebabkan oleh kurang memperhatikan daya tarik pengunjung seperti tidak adanya wahana baru, kemudian tidak ada Analisis strategi pemasaran dan harga yang terlalu mahal bagi kalangan bawah. Berikut daftar harga tiket pengunjung Mifan Water Park And Resort Padang Pnajang:

**Table 1.2**  
**Data harga tiket Mifan Water Park And Resort Padang Pnajang**

<b>Harga tiket masuk Mifan Water Park And Resort Padang Panjang</b>	
<b>Hari</b>	<b>Harga (Rp)</b>
Senin – jumat	Rp 40.000,00,-
Sabtu – minggu	Rp 50.000,00,-

*Sumber data (mifan water park and resort padang panjang)2020*

Dilihat dari data harga dari table diatas merupakan sala satu penyebab penurunan jumlah pengunjung Mifan *Water Park And Resort* Padang Pnajang dan juga promosi yang kurang gencar sehingga banyak yang tidak mengetahui tempat wisata tersebut, tempat yang kurang strategis, pelayanan yang kurang nyaman, proses pemberian tiket yang lama. Dengan menurunnya jumlah wisatawan, kemudian karyawan yang kurang professional tersebut itu karena kurang dijalankannya penerapan strategi pemasaran peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui apa penyebab menurunnya jumlah kunjungan, permasalahan bagian internal dan eksternal Mifan *Water Park And Resort* Padang Pnajang, kemudian apakah penurunan ini disebabkan munculnya kompetitor yang menyediakan jasa hiburan menyerupai Mifan *Water Park And Resort* Padang Pnajang. Seperti tempat wisata yang berada disekitar Padang Panjang yang memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh Mifan *Water Park And Resort* Padang Pnajang atau penerapan strategi pemasaran yang tidak diterapkan oleh pihak Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang. Perkembangan industri pariwisata mengarah pada persaingan melatar belakangi perlunya objek wisata Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang mempertahankan pengunjung-pengunjung nya dengan memperbaiki kualitas untuk dapat memenuhi kepuasan pengunjung dengan adanya persaingan bidang industri hiburan dan pariwisata.

Lingkungan dalam dunia usaha merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha, baik dari sisi internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Perubahan lingkungan positif yang terjadi merupakan penunjang dalam

kelangsungan kegiatan perusahaan dan perubahan lingkungan negatif yang terjadi merupakan gangguan dalam kelangsungan kegiatan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi disekitar.

Membaca keadaan di lingkungan internal perusahaan, dapat dilakukan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan. Faktor internal perusahaan meliputi kekuatan perusahaan dan kelemahan perusahaan ditinjau dari segi kekuatan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan itu memiliki produk jasa yang berkualitas, harga yang terjangkau oleh konsumen, dan struktur perusahaan yang baik. Sisi kelemahan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan tersebut memiliki produk jasa yang berkualitas rendah, harga yang terlampaui tinggi sehingga tidak terjangkau dan struktur organisasi yang tidak jelas.

Faktor eksternal perusahaan meliputi peluang usaha dan ancaman usaha. Peluang usaha adalah keadaan ketika ada permintaan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga perusahaan mampu mengambil keuntungan dari keadaan yang terjadi. Ancaman usaha adalah kondisi yang bersifat negatif dan tidak dapat diprediksi oleh perusahaan yang dapat menunggu kegiatan usaha produksi jasa atau mengganggu keberlangsungan perusahaan.

Dengan menggunakan metode QSPM (Quantitative Strategi Planning Matriks) dapat membantu pengguna, dalam hal ini pengujung dapat mengambil keputusan dengan bantuan beberapa parameter yang telah disediakan.

Matriks QSPM adalah alat untuk melakukan evaluasi pilihan strategi secara objektif dan memilih strategi yang paling cocok dengan lingkungan interna dan eksternal.

Tujuan QSPM adalah untuk menetapkan keterkaitan dari strategi-strategi bervariasi. QSPM mengevaluasi keterkaitan relative dari beberapa pilihan alternative strategi secara objektif (Bhandari and Verna, 2013)

Salah satu usaha yang harus dilakukan oleh Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang adalah usaha di bidang promosi, dan melakukan penerapan strategi pemasaran agar dapat mengetahui SWOT dari Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang.

Maka dari itu peneliti akan meneliti mengenai Analisis SWOT untuk pariwisata sebagai perumusan strategi berdaya saing dengan metode QSPM di Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang.

Menurut (Kotler, Philip and Keller, 2016) analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan.

Menurut (Buchory, 2016) “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan Peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha, dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan

eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisni. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*streangs*) dan kelemahan (*weaknesses*) (**Abdullah, 2016**).

Suatu perusahaan biasanya menganalisis lingkungan menggunakan konsep strategi. Konsep strategi adalah proses analisis lingkungan internal dan eksternal untuk menganalisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) untuk menentukan kompetensi-kompetensi yang cocok dengan peluang-peluang dalam rangka menentukan strategi pasar produk perusahaan. Konsep strategi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah konsep strategi analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*).

Menurut (**Buchory, 2016**) menyatakan “ perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan kedudukan optimal dari sumber daya yang ada”. Menurut (**Tjiptono, 2016**) menyatakan “dalam melakukan perencanaan perlu dilakukan sebuah orientasi awal agar perumusannya didasarkan pada kondisi nyata lapangan salah satu orientasinya adalah menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Yaitu analisis untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam melaksanakan setiap program dan proyek sesuai prioritasnya, agar diyakini dapat dilaksanakan apabila dimasuka dalam perencanaan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang dengan menarik bagian internal dan eksternal, dan bagian SWOT

maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “**ANALISIS SWOT UNTUK PARIWISATA SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERDAYA SAING DENGAN METODE QSPM**” pada **Mifan Water Park And Resort Padang Panjang**”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat di identifikasikan masalah-masalah pada Mifan *Water Park and Resort* Padang Panjang sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan pengunjung pada Mifan Water Park and Resort Padang Panjang dalam beberapa tahun terakhir.
2. Strategi pemasaran yang dilaksanakan Mifan *Water Park and Resort* Padang Panjang belum maksimal dalam menjalankan strategi pemasarannya.
3. Wahan permainan di Mifan Water Park and Resort Padang Panjang tidak berfungsi, bahkan tidak dapat beroperasi.
4. Mifan *Water Park and Resort* Padang Panjang meletakkan harga tiket masuk dengan harga yang tinggi.
5. kualitas pelayanan karyawan di Mifan *Water Park and Resort* Padang Panjang belum dikategorikan profesional
6. Kurangnya pengawasan terhadap pengunjung di Mifan *Water Park and Resort* Padang Panjang.
7. Lokasi Mifan *Water Park and Resort* Padang Panjang dari jalan raya cukup jauh ditempuh oleh para pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi.

8. Transportasi antar jemput penumpang Mifan *Water Park and Resort* Padang Panjang kurang memadai.

### **1.3 Batasan Masalah**

Melihat luasnya ruang lingkup yang akan dibahas serta keterbatasan waktu dan agar penelitian ini lebih fokus tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang ada dengan merumuskan Analisa SWOT Untuk Pariwisata Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing dengan metode QSPM objek Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang masalah maka rumusan masalah ini bertujuan untuk memberikan rumusan yang jelas dari permasalahan yang ada untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal apa sajian yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang dalam penentuan Prioritas Strategi Pariwisata menggunakan metode QSPM ?
2. Faktor-faktor Eksternal apa sajian yang menjadi ancaman dan peluang bagi Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang dalam penentuan Prioritas Strategi Pariwisata menggunakan metode QSPM ?
3. Bagaimana perumusan Prioritas Strategi yang dapat direkomendasikan kepada Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang menggunakan metode QSPM ?

## **1.5 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian.**

1. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi *Mifan Water Park And Resort* Padang Pnajang dalam penentuan Prioritas Strategi Pariwisata menggunakan metode QSPM.
2. Faktor-faktor Eksternal yang menjadi ancaman dan peluang bagi *Mifan Water Park And Resort* Padang Pnajang dalam penentuan Prioritas Strategi Pariwisata menggunakan metode QSPM.
3. Perumusan Prioritas Strategi yang dapat direkomendasikan kepada *Mifan Water Park And Resort* Padang Pnajang menggunakan metode QSPM.

### **1.5.2 Kegunaan Penelitian**

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dan evaluasi bagi perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang berdaya saing
- b. Sebagai bahan referensi serta pengetahuan bagi siapa saja yang ingin menggunakan Analisis SWOT sebagai penentu strategi pemasaran, maupun siapa saja yang akan melakukan penelitian menggunakan Analisis SWOT diakan datang.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi perusahaan *Mifan Water Park And Resort* Padang Panjang. dalam meningkatkan daya

saing dengan menggunakan strategi analisis SWOT, dan dapat melakukan perubahan dalam dasar perumusan strategi pemasaran berdaya saing. Baik pengelolaan internal dan eksternal dengan analisis SWOT. Sehingga Mifan *Water Park And Resort* Padang Panjang dapat meningkatkan metode pemasaran dan menaikkan volume pengunjung.

## **2. Bagi peneliti selanjutnya.**

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.

## **3. Bagi penulis**

Sebagai implementasi ilmu Pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Penelitian ini juga bermanfaat dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis tentang teori-teori analisis SWOT dalam bisnis pariwisata.