

# PELAKSANAAN PROMOSI OBJEK WISATA GOA HUTA SIKAPIR DI KABUPATEN ROKAN HULU

Oleh :

**Halimatun Sakdiah**

**Pembimbing : Andi M. Rifian Arief, SST.MMPar**

**Email :halimatunsakdiah635@yahoo.com**

Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Pariwisata  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau, Pekanbaru

Kampus Bina Widya JL.HR. Subrantas Km 12,5 Simpang Baru Pekanbaru  
28293  
Telp/Fax. 0761-63277

## **Abstract**

*Promotion is part of marketing, namely to encourage, persuade, inform, explain, and their recalling a produk both goods and services. With the implementation of the promotion is done in an attraction make the object easier to be know and recognized by potential visitors, so visitor are easy to reach attractions.*

*This study used a descriptive quantitative method to examine problems in the lift. The samples in this study were 41 respondents, who were taken by using accidental sampling. While data collection techniques in this study using observation, questioner, and interviews. By using a Likert scale as a measure to determine the length of the short interval. With sub-variables on promotion (H.Hamdani, 2012) is divided into the advertising,, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relation,Word of Mounth and Direct Marketing.*

*From the results of research conducted in the field of research on the Promotion in Atraction Cave Huta Sikapir District Rokan Hulu Riau Province, with the theory of the fundamentals of marketing manajement that is divided in six sub-variables, namely, the advertising, personal selling, sales promotion, public relationword of mounth dan direct marketing , it results in the field can namely Promotion in Atraction Cave Huta Sikapir District Rokan Hulu Riau Province included in the category of pretty good.*

*Keywords: Promotion, Advertising, Personal Selling, Sales Promotion and Public Relation.*

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latarbelakang**

Banyaknya masyarakat sadar akan potensi setiap daerah yang mempunyai

daya tarik wisata membuat daerah itu mendapatkan penambahan anggaran pendapatan belanja daerah (APBD). Pemerintah Kabupaten Rokan Hulu

sendiri mencoba untuk mengembangkan pariwisata yang dimiliki daerahnya mengingat potensi pariwisata yang dimiliki daerahnya tergolong unik dan mempunyai potensi besar akan meningkatkan APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah) Rokan Hulu sendiri. Rokan Hulu mempunyai 10 objek wisata seperti : Air Panas Hapanasan Haiti, Air Panas Pawan, Goa Huta Sikapir Pawan, Rumah Batu Sirombou, Bendungan Sibogas, Benteng Tujuh Lapis, Istana Rokan, Air Terjun Aek Martua, Bukit Suligi, Rura Limbat ( air terjun yang tersembunyi di Bangun Purba) , dan sekarang masyarakat Kabupaten Rokan Hulu menemukan Air Terjun disalah satu daerah yang ada di kabupaten Rokan Hulu tepatnya di Muara Togan yaitu Air Terjun Koto Bung serta masih ada beberapa objek wisata yang belum masuk kategori dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu ditahun 2014.

Bukan hanya objek wisata itu saja, ada objek wisata lainnya yang kurang dikenal oleh para wisatawan ketika pertama kali mendengar Rokan hulu yaitu objek wisata yang menarik lainnya seperti beberapa objek wisata goa-goa yang terdapat di Kabupaten Rokan Hulu. Yaitu diantaranya adalah sebagai berikut :

**Tabel I.1**  
**Data Perbandingan Pengunjung Pada**  
**Objek Wisata Goa Di Kabupaten Rokan**  
**Hulu Tahun 2011-2015 (Orang)**

Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
Goa Serombou Indah	593	520	610	555	536
Goa Tujuh Serangkai	500	478	541	433	420
Goa Kelambu Kuning	554	485	412	510	531
Goa Huta Sikapir	490	473	339	320	412

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Pengelola Goa Huta Sikapir, Pasir Pengaraian, Rokan Hulu dalam Angka, 2015

Berdasarkan table I.1 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung diobjek wisata Goa Huta Sikapir lebih sedikit dikunjungi dari pada objek wisata goa lainnya. Dimana objek wisata goa lainnya mempunyai kerjasama antara pihak pengelola dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan aparat Desa setempat sementara Goa Huta Sikapir tidak pernah lagi menjalin kerjasama dengan pihak manapun semenjak tahun 2011.

Selain itu dapat dilihat juga bahwa pengunjung yang mengunjungi Goa Huta Sikapir dari tahun ketahun mengalami penurunan jumlah kunjungan dari tahun 2011 berjumlah 490 orang dan pada tahun 2015 menjadi 412 orang. Terutama penurunan yang sangat dratis terlihat pada tahun 2012 dimana jumlahnya 473 orang menjadi 339 orang ditahun 2013. Dan ditahun 2014 ke tahun 2015 mengalami kenaikan kunjungan karena acara menyambut hari jadinya Kabupaten Rokan Hulu yang ke-16, dimana Goa Huta Sikapir dijadikan salah satu objek yang dikunjungi para deligasi dari beberapa kota di Indonesia dan juga dari luar Negeri serta perlombaan Jelajah Rimba Rokan Hulu memasukkan Goa Huta Sikapir menjadi salah satu objek yang akan dikunjungi mereka.

Goa Serombou Indah yang terletak di Rambah Hilir, dimana jumlahnya goa satu didalamnya memiliki beberapa ruang-ruang, goa Tujuh Serangkai yang terletak di Kecamatan Kabun memiliki beberapa goa salah satunya goa yang dialiri oleh anak sungai, Goa yang memiliki luas 8-10 meter yang dapat dimasuki oleh pengunjung dalam tempuh waktu sepuluh menit dan goa kecil yang tidak bisa pengunjung masuki karena

bentuknya yang kecil. Sementara Goa Kelambu Kuning yang terletak di Kecamatan Rokan IV Koto memiliki keunikan tersendiri, goanya yang berwarna kekuningan dan berbentuk kelambu sehingga dinamakan Goa Kelambu Kuning.

Dari ketiga goa diatas Goa Huta Sikapir yang terletak di kecamatan Rambah inilah yang mempunyai daya tarik yang lebih. Goa yang memiliki 21 buah goa dengan bentuk yang unik dan dikelingi pepohonan yang berusia ratusan tahun seluas 6 hektar. Objek wisata Goa Huta Sikapir terletak tidak jauh dari Kota Kabupaten Rokan Hulu yaitu 10 KM dan berdekatan dengan tiga objek wisata unggulan Kabupaten Roka Hulu yaitu Cibogas, Hapanasan dan Air Panas Suaman. Dari ketiga objek wisata diatas pengunjung dapat mengunjunginya dengan beberapa alat transportasi seperti: becak, roda empat dan roda dua, akan tetapi untuk ke Goa Huta Sikapir memang membutuhkan alat transportasi roda dua (motor) karena aksesibilitas ke Goa Huta Sikapir tidak sebgus tiga objek yang berdekatan dengannya.

Untuk penamaan Goa Huta Sikpair yaitu "Huta" adalah hutan dan "Sikapir" adalah Raja yang kapir. Objek goa Huta Sikapir dikelilingi pepohonan yang sudah berusia ratusan tahun dan juga kayu hawa atau sulur. Beberapa goa yang sering dikunjungi dan menarik perhatian para pengunjung ketika datang seperti Goa Mata Dewa, Goa Lempong, Goa Kulam, Goa Landak dan Goa tupai. Penamaan goa-goa tersebut sesuai dengan bentuk goad an sejarahnya, seperti Goa Mata Dewa dimana ada dua buah goa yang berdekatan seperti sepasang mata manusia dimana disebut sebagai raja yang kapir dikutuk dan penamaan-penamaan lainnya

Pemilik objek wisata Goa Huta Sikapir pernah bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu ditahun 2007-2009, yaitu dengan pemberian tiket yang berlogokan Pemerintah Daerah. Akan tetapi setelah menjalin kerjasama selama dua tahun akhirnya pemilik objek wisata Goa Huta Sikapir memutuskan kerjasama tersebut dengn Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, karena pemilik merasa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak banyak berperan penting dalam pengelolaan objeknya maka pemilik memutuskan kerjasamanya dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ditahun 2009. Sebelumnya dari Dinas Kebudayaan dan Priwisata pada tahun 2008 pernah menawarkan kepada sang pemilik untuk membeli seluruh Kawasan Goa Huta Sikapir dengan pembelian tanggal hak, dengan pembelian penanggalan hak pemilik tidak mau menjual lahan objek wisata Goa Huta Sikapir karena beliau tidak mau melakukan penjualan dengan penanggalan hak mengingat anak-anak dan kemenakannya (Hasber , wawancara langsung). Jadi dana yang seharusnya untuk pembelian lahan dikawasan Goa Huta Sikapir dialihkan ke Hapanasan semuanya sehingga lama kelamaan terjadi penurunan pengunjung setiap tahunnya.

Akan tetapi jumlah kunjungannya selalu mengalami penurunan dan paling sedikit dibandingkan dengan objek wisata goa lainnya yang ada di Kabupaten Rokan Hulu. Kurangnya bantuan dari pihak manapun kecuali dari beberapa instansi dan juga salah satu sebab yang lainnya pemilik sekaligus pengelolanya sudah meninggal dunia dan objek tersebut diturunkan kepada anak-anaknya. Akan tetapi dari beberapa orang anaknya

salah satu diantara mereka mencoba mempertahankan objek wisata yang telah lama dikelola oleh ayahnya. Sekarang kepemilikan objek tersebut sudah jatuh ketangan anaknya (Hasber) yang mau mengelola objek tersebut karena beberapa diantara anaknya beliau tidak ada satupun yang memberi tanggapan atas objek yang dikelola ayah mereka sewaktu hidupnya.

Jumlah pengunjung memang signifikan terhadap objek wisata goa yang ada di Kabupaten Rokan Hulu, hal itu dikarenakan para pengunjung yang datang ke objek ini lebih ke special interst tourism (pariwisata minat khusus). Dimana sifat pengunjung lebih sukanya ke tempat yang lebih sering dikunjungi oleh pengunjung dan mempunyai beberapa fasilitas. Ketika mereka sudah mulai merasa bosan akan objek wisata yang dikunjunginya terus maka pengunjung akan beralih ke objek wisata lainnya seperti goa.

Seiring dengan perkembangan, Goa Huta Sikapir melakukan berbagai usaha untuk meningkatkan jumlah pengunjung, salah satunya yaitu dengan meningkatkan pelaksanaan promosi agar produknya dapat lebih dikenal dan diterima secara baik oleh masyarakat luas. Karena kegiatan promosi mempunyai fungsi sebagai wadah penyalur informasi dari pihak pengelola kepada konsumen atau pengunjung untuk mengetahui bahwa adanya sebuah objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Kemudian sebagai wadah pembujuk untuk membujuk pengunjung dapat datang ke Goa Huta Sikapir dan sebagai wadah pengingat bagi pengunjung tentang keberadaan suatu industri pariwisata akan produk yang dihasilkannya. Disamping itu promosi memiliki tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, dan mengingatkan

dan menyakinkan calon konsumen (Kotler,2001).

Selain itu juga dekat dengan kota Kabupaten Rokan Hulu dibandingkan dengan objek wisata goa lainnya. Salah satu permasalahan yang dihadapi Objek Wisata Goa Huta Sikapir Kabupaten Rokan Hulu adalah pelaksanaan promosinya yang masih kurang yang disebabkan Goa ini dimiliki pribadi (penduduk asli Pawan) dan dikelola oleh pemiliknya sendiri tanpa campur tangan dari Pemerintah setempat kecuali mendapatkan pembangunan musolla serta anak tangga menuju goa dari Dinas Kehutanan dimana Dinas Kehutanan pernah mengikuti sebuah kompetisi tentang pohon dan Dinas Kehutan mengambil sampel pohon-pohon yang ada di kawasan Goa Huta Sikapir dan pihak pengelola kurang meningkatkan promosi untuk objek wisata tersebut.

Pemilik Goa Huta Sikapir mencoba mengelola objek wisata Goa Huta Sikapir seperti pengelolaan yang dilakukan ayahnya dulu. Selain itu beliau juga sudah beberapa kali mengajukan proposal terhadap objeknya ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dari tahun 2011 sampai tahun 2013 akan tetapi tidak ada tanggapan dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terhadap objek Goa Huta Sikapir bahkan pemiliknya yang sekarang mencoba menjual objek tersebut kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan syarat tanggal hakpun akan dijualnya kalau Dinas mau membelinya, akan tetapi tidak ada juga tanggapan dari Dinas atas objek tersebut hal itu dikarenakan mempunyai beberapa masalah seperti: penjualan lahan yang tidak jadi dan kerja sama yang berjalan selama 2 tahun diberhentikan oleh pemiliknya sendiri. Dimana kerja sama yang dilakukan antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan

pemilik memberikan tiket masuk saja dan hasil banyaknya kunjungan dapat dilihat dari tiket yang sudah diberikan kemudian dibagi dua antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan pemilik.

Melihat partisipasi masyarakat sekarang gemar dalam berwisata. Maka pihak manajemen harus benar-benar bisa melihat potensi itu dengan membuat harga tiket untuk masuk ke objek wisata Goa Huta Sikapir yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat dan sesuai dengan yang didapatkan oleh para pengunjung. Dengan uraian diatas maka jelas objek wisata Goa Huta Sikapir Kabupaten Rokan Hulu memerlukan kegiatan promosi dan harus dilakukan karena dari tahun ketahun jumlah kunjungannya menurun, dari maka itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul mengenai **“PELAKSANAAN PROMOSI OBJEK WISATA GOA HUTA SIKAPIR di KABUPATEN ROKAN HULU”**.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka sebagai rumusan masalah dan disimpulkan apa yang menjadi pokok penelitian ini adalah **“Bagaimana Pelaksanaan Pelaksanaan Promosi Objek Wisata Goa Huta Sikapir di Kabupaten Rokan Hulu?”**

## **3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat meningkatkan pelaksanaan promosi atas objek wisata Goa Huta Sikapir di Kabupaten Rokan Hulu

sehingga pengunjung dapat mengetahui tentang keberadaan objek wisata tersebut.

2. Dengan adanya perencanaan dalam meningkatkan pelaksanaan promosi objek wisata Goa Huta Sikapir Di Kabupaten Rokan Hulu dapat meningkatkan penjualan tiket masuk.

### **3.2 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Umum**

a) Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca.

#### **2. Manfaat Khusus**

a) Sebagai salah satu sarana dan bahan masukan untuk menambah pengetahuan peneliti.

b) Sebagai bahan informasi bagi peneliti-peneliti yang membahas dan mengkaji permasalahan yang sama.

c) Bagi mahasiswa khususnya Pariwisata lebih mengetahui pentingnya pelaksanaan promosi di suatu objek wisata dan bagaimana pelaksanaan promosi tersebut dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

d) Diharapkan untuk Objek wisata Goa Huta Sikapir nantinya penulis berharap dengan adanya penelitian ini, saran dan masukan dari penulis dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil tindakan dan

kebijakan, dimana berguna untuk meningkatkan penjualan tiket masuk ke Goa Huta Sikapir.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pemasaran

Menurut William J. Stanton (2007) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai sasaran serta tujuan perusahaan.

Philip Kotler (2008) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan lainnya. Sedangkan menurut Basu Swastha (2005) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Pemasaran Pariwisata (J. Krippendorf) adalah suatu system dan koordinasi yang harus dilaksanakan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang kepariwisataan, apakah pihak swasta atau pemerintah baik dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional dan internasional untuk mencapai kepuasan optimal atas kebutuhan-kebutuhan wisatawan dan grup lain disamping untuk mencapai keuntungan yang wajar.

### 2. Promosi

A. Hamdani (2012) mengatakan promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan

promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

Menurut William J. Stanton (2007) "*promotion is the element and organization marketing mix that serves to inform, persuade, and remind the market of the organization and or its products*". Promosi dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, mengingatkan tentang produk perusahaan.

Dan dari Indriyo Gitosidarmo (2006) promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Adapun bauran promosi menurut Bruce J. Walker (2012) membagi lima metode promosi meliputi penjualan tatap muka (*personal selling*), periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), hubungan masyarakat (*public relation*).

#### a. Penjualan Tatap Muka (*personal selling*)

Penjualan pribadi adalah suatu penyajian (*presentase*) suatu produk kepada konsumen akhir yang dilakukan oleh tenaga penjual.

#### b. Periklanan (*advertising*)

Periklanan adalah suatu bentuk penyajian yang bukan dengan orang pribadi, dengan pembayaran oleh sponsor tertentu.

#### c. Promosi Penjualan (*sales promosi*)

Promosi penjualan adalah suatu perencanaan untuk membantu atau melengkapi koordinasi periklanan dan penjualan pribadi (*Sales promotion is the designed to supplement advertising and coordinate personal selling*).

d. Publisitas (*publicity*)

Publisitas adalah semacam periklanan yang dilakukan dengan sejumlah komunikasi untuk merangsang permintaan (*publicity is similar to advertising in that it is a mass communication type demand stimulation*). Publisitas tidak dibayar oleh sponsor.

e. Hubungan Masyarakat (*public relation*)

Hubungan masyarakat adalah merupakan usaha terencana oleh suatu organisasi untuk mempengaruhi sikap atau golongan (*Public relation is more targeted than publicity. It is planning effort by an organization to influence the attitude and opinions of specific group*).

## METODE PENELITIAN

### 1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Goa Huta Sikapir Di Kabupaten Roka Hulu. Berlokasi di jalan Riau, yang berjarak 10 km dari Kota Kabupaten Rokan Hulu. Untuk menuju objek wisata ini hanya bisa menggunakan sepeda motor mengingat aksesibilitasnya sedang dalam tahap perbaikan.

### 2. Waktu Penelitian

Sedangkan waktu penelitian penulis membutuhkan waktu diperkirakan dari bulan Maret – Juni 2016.

### 3. Metode dan Desain Penelitian

Metode dan desain penelitian yang digunakan adalah metode dan

desain deskriptif. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif. Dalam Umar (2003:81) metode deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab – sebab dari suatu gejala tertentu dan juga metode ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada waktu sedang berlangsungnya proses riset.

Desain riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah Desain Deskriptif. Dalam Umar (2003:92) desain ini bertujuan untuk menguraikan sifat atau karakteristik dari suatu fenomena tertentu. Dan tujuan dari desain ini hanya mengumpulkan fakta dan menguraikannya secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan.

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menafsir dan meramalkan hasilnya. Penelitian kuantitatif memfokuskan kajian pada faktor – faktor khusus atau tertentu yang mempengaruhi terjadinya gejala sosial, tidak membahas semua faktor secara umum. (Martono:2011:23).

### 4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirinya akan diduga (Wardiyanta,2006). Menurut Sugiono (2006) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Teknik ini sebut juga sensus. Jadi populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 41 orang pengunjung, 2 pihak

pengelola, 2 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan 2 Perangkat Desa dengan Total keseluruhann 47 sampel.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

#### Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dengan jalan yang dikumpulkan sendiri dan langsung dari objek yang diteliti. Data ini juga dari responden

### 6. Operasional Variabel

Agar terlihat gambaran yang lebih jelas dan terarah tentang item-item yang akan diteliti, maka menentukan variabel yang akan diteliti merupakan hal yang penting dilakukan. Dari variabel penelitian ini dapat menggambarkan permasalahan yang akan di observasi pada obyek penelitian. Variabel berfungsi sebagai pembeda agar jelas setiap item yang akan diteliti.

**Tabel 3.2**  
Variabel, Sub Variabel, serta Indikator dalam Pelaksanaan Promosi Objek Wisata Goa Huta Sikapir di Kabupaten Rokan hulu

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Sumber Data
Pelaksanaan Promosi Objek Wisata Goa Huta Sikapir	Advertising	1. Surat Kabar 2. Brosur 3. Booklet 4. Radio	Kuesioner, Observasi dan Wawancara
	Sales Promotion	1. Diskon 2. Pameran	Kuesioner, dan wawancara
	Personal Selling	1. Presentase bulanan 2. Program Iklan	Kuesioner dan wawancara

berdasarkan hasil observasi lapangan melalui wawancara langsung.

#### Data Sekunder

Data Skunder adalah data yang merupakan hasil pengumpulan orang atau instansi lain dalam bentuk publikasi, seperti laporan tahunan, company profile dan seterusnya.

	Publik Relations	1. Hubungan Masyarakat 2. Sponsor
--	------------------	--------------------------------------

Sumber : hasil olahan penulis dari teori A.Hamdani, dalam Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, strategi dan kasus).*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Goa Huta Sikapir

#### 4.1.1 Sejarah Goa Huta Sikapir

#### 4.1.2 Pemberian Nama “Huta Sikapir”

#### 4.1.3 Sarana dan Prasarana

- a. Warung
- b. Musolla
- c. Toilet
- d. Parkiran

### 4.2 Gambaran Umum Pengelola Goa Huta Sikapir

#### 4.2.1 Kepala Pengelola Objek Wisata Goa Huta Sikapir

#### 4.2.2 Pembendaharaan Sekretaris Objek Wisata Goa Huta Sikapir

### 4.3 Pelaksanaan Promosi Goa Huta Sikapir di Unit Pelaksanaan Tekhnis

#### 4.3.1 Pelaksanaan Promosi Melalui Iklan (Advertising)

#### 4.3.1.1 Hasil Wawancara dengan Pengelola Objek Wisata Goa Huta Sikapir

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan pihak pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir, periklanan adalah salah satu promosi yang sangat penting dilakukan dalam menarik minat pengunjung agar dapat berkunjung, seperti yang dikatakan oleh pengelolanya :

“Iklan adalah salah satu promosi yang wajib dilakukan, dimana dengan iklan ini sangat efektif dalam menarik minat pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Goa Huta Sikapir ini. Selain itu dengan adanya iklan yang dibuat juga dapat memberi informasi tentang salah satu objek yang ada di wilayah Rokan Hulu yang menarik untuk dikunjungi terlebih anak muda ataupun pelajar”

Adapun kegiatan promosi periklanan yang dilakukan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Rokan Hulu antara lain:

1. Iklan dalam bentuk brosur
2. Iklan dalam bentuk Booklate (Buku Panduan)

#### **4.3.1.2 Hasil Wawancara dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Rokan Hulu**

Pihak pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir membuat beberapa promosi diantaranya melalui surat kabar, radio, *public relation*, *sales promotion* dan *personal selling*. Diantara promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola ada beberapa yang menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu dari Kepala Bidang Pariwisata (Mastur, MA, 2016) yaitu :

“Iklan yang dibuat oleh pihak pengelola goa memang menyampaikan sebuah informasi, akan tetapi kurang untuk menarik para calon pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Mengenai tampilan iklan dalam Koran bagus, karena menampilkan beberapa foto disana seperti air terjun, ornament goa dan lainnya. Untuk persentase yang pernah dilakukan oleh pihak pengelola cukup bagus, karena ada beberapa audiens yang meresponnya dan pameran sendiri dilakukan bersama dengan pihak kita (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) dimana pameran tersebut bukan hanya tentang objek goa tersebut saja juga objek wisata lainnya, akan tetapi kita menonjolkan goa dengan membuat stand berbentuk sebuah goa.”

#### **4.3.1.3 Hasil Wawancara dengan Perangkat Desa Pawan**

Ada beberapa bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir seperti advertising, sales promotion dan personal selling. Dalam pembuatan promosi tersebut tidak dapat meningkatkan pengunjung dari tahun sebelumnya sesuai dengan yang dijelaskan oleh Sekretaris Kepala Desa Pawan (Erpan.A, 2016) yaitu:

“semenjak ayah (pemilik Goa Huta Sikapir) dari pihak pengelola meninggal, objek wisata Goa Huta Sikapir seperti tidak berpenghuni dan diketahui lagi apakah objek tersebut masih bisa dikunjungi atau tidak. Karena pembuatan promosi

dulunya dilakukan oleh almarhum ayahnya dan pengunjung yang datang banyak pun masa ayahnya menjadi pengelolanya. Akan tetapi saya melihat ada beberapa promosi yang dicoba oleh seorang anak beliau (Hasber, pengelola sekarang) objek wisata goa tersebut seperti hidup kembali hal tersebut dapat dilihat adanya data kunjungan walaupun tidak meningkat dari tahun ketahun.”

#### **4.3.2 Deskripsi Profil Responden**

##### **4.3.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

##### **4.3.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

##### **4.3.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili**

##### **4.3.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

##### **4.3.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan**

#### **4.3.3 Deskripsi Pelaksanaan Promosi Iklan (Advertising) Goa Huta Sikapir**

##### **4.3.3.1 Deskripsi Tampilan Iklan**

##### **4.3.3.3 Deskripsi Tempat Penyebaran Iklan**

##### **4.3.3.4 Deskripsi Iklan yang Menarik Pengunjung**

##### **4.3.3.5 Deskripsi Iklan Lewat Brosur**

##### **4.3.3.6 Deskripsi Iklan Lewat Booklet**

##### **4.3.3.7 Deskripsi Iklan Lewat Radio**

#### **4.3.4 Deskripsi Pelaksanaan Promosi Penjualan (Sales Promotion)**

##### **4.3.4.1 Deskripsi Pemotongan Harga**

##### **4.3.4.2 Deskripsi Ketetapan Potongan Harga**

##### **4.3.4.3 Deskripsi dengan Potongan Harga Mendatangkan Pengunjung Lagi**

##### **4.3.4.4 Deskripsi Pameran**

#### **4.3.5 Deskripsi Pelaksanaan Hubungan Masyarakat (Public Relation)**

##### **4.3.5.1 Deskripsi Kerjasama dengan Hotel Sapadia**

##### **4.3.5.2 Deskripsi Kerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**

##### **4.3.5.3 Deskripsi Kerjasama dengan Dinas Kehutanan**

##### **4.3.5.4 Deskripsi kerjasama dengan Perangkat Desa**

#### **4.3.6 Deskripsi Pelaksanaan Penjualan Sendiri (Personal Selling)**

##### **4.3.6.1 Deskripsi Penyampaian Informasi**

##### **4.3.6.2 Deskripsi Berkomunikasi yang Baik**

##### **4.3.6.3 Deskripsi Pelayanan**

### Rekapitulasi Pelaksanaan Promosi Objek Wisata Goa Huta Sikapir di Kabupaten Rokan Hulu

Berikut ini adalah Pelaksanaan Promosi Goa Huta Sikapir di pihak pengelola Objek Wisata Goa Huta Sikapir adalah sebagai berikut :

**Tabel IV.24**  
Rekapitulasi Pelaksanaan Promosi Goa Huta Sikapir

Variabel	Indikator		Skor
Advertising	Iklan	Tampilan	102
		Tujuan dan Isi	108
		Tampilan Menarik	92
		Tempat Penyebaran	107
	Brosur		115
	Booklate		109
	Radio		125
	<b>Jumlah</b>		<b>677</b>
Sales Promotion	Diskon	Potongan harga	134
		Ketetapan Diskon	116
		Diskon yang Mendatangkan Pengunjung lagi	157
	Pameran		150
	<b>Jumlah</b>		<b>557</b>
Personal Selling	Persentase Jualan	Penyampaian	110
		Komunikasi	114
	Program layanan		131
	<b>Jumlah</b>		<b>355</b>
Public Relation	Hubungan Masyarakat	Kepala Desa	180
	Sponsor	Hotel Sapadia	138

	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	190
	Dinas Kehutanan	157
	<b>Jumlah</b>	<b>665</b>
	<b>Total Jumlah Keseluruhan</b>	<b>2244</b>

Sumber : pengolahan dari data primer, 2016

Dari table IV.24 diatas dapat diketahui bahwa pelaksanaan promosi objek wisata Goa Huta Sikapir di Kabupaten Rokan Hulu pada kategori cukup baik. Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan, dimana diketahui dengan diadakannya adverstising yang dilakukan oleh pihak pengelola baik itu berupa, brosur, radio dan yang dibuat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu booklate yang kurang menarik dan tidak jelas memberikan informasi dan dalam kategori cukup baik. Walaupun pihak pengelola mencoba untuk membuat kembali advertising seperti yang dulu dilakukan oleh almarhum ayahnya akan tetapi belum dapat menarik perhatian calon pengunjung untuk datang mengunjungi objek goa. Hal ini terbukti dari setiap tahunnya tingkat kunjungan menurun.

Pelaksanaan promosi objek wisata Goa Huta Sikapir melalui sales promotion pada kategori cukup baik karena potongan harga yang diberikan oleh pihak pengelola kepada pengunjung ditanggapi pisitif oleh pengunjung walaupun pengunjung diobjke wisata goa tidak terlalu banyak. Akan tetapi penngunjung berharap potongan harga tersebut diberlakukan secara menyeluruh kepada pengeunjung bukan hanya pengeunjung tertentu saja, adanya ketetapan potongan harga yang tepat untuk pengunjung sehingga pengunjung mau datang kemabali untuk mengunjungi objek wisata Goa Huta Sikapir. Dan pameran yang dilakukan

oleh Dinas juga ditanggapi dengan baik oleh yang melihat atau yang datang kepameran tersebut karena dengan diadakannya pameran tersebut orang yang melihatnya merasa tertarik untuk datang mengunjungi objek wisata Goa Huta sikapir.

#### 4.5 Kendala – Kendala

Sebagai salah satu objek wisata alam yang ada di Kabupaten Rokan Hulu, Goa Huta Sikapir tentunya tidak lepas dari berbagai kendala yang terjadi dalam mempromosikan objek wisata Goa Huta Sikapir kepada masyarakat. Dengan adanya berbagai kendala tersebut, maka secara tidak langsung akan berdampak negative terhadap objek wisata goa itu sendiri.

Adapun kendala-kendala ayang terjadi di objek wisata goa Huta Sikapir adalah sebagai berikut :

1. Keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh pihak pengelola

Dalam pelaksanaan promosi, baik melalui periklanan, hubungan masyarakat dan penjualan sendiri, pihak pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir terkendala oleh minimnya dana yang dimiliki oleh pengelola sendiri untuk promosi objek goa ini. Karena pengelola seorang pegusaha pembuat alat-alat untuk kebun dari besi dan tidak usaha yang besar, sementara promosi iklan yang disurat kabar dan radio membutuhkan dana yang besar. Selain itu pihak-pihak dari instansi Pemerintah sudah tidak menyediakan dana ataupun ikut partisipasi baik dalam pengembangan maupun promosi. Sehingga promosi yang

akan dilaksanakan kurang maksimal.

2. Kurangnya sumber daya manusia

Dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan sumber daya manusia terutama yang berkompeten dibidangnya, karena dengan adanya sumber daya manusia yang cukup dan berkualitas maka tujuan organisasi tersebut akan tercapai. Tidak jarang pihak pengelola mengeluh akannya kurang sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk objek wisata Goa Huta Sikapir ini. Hal tersebut dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang ingin ikut berpartisipasi atas objek goa ini terutama keluarga dari pihak pengelola sendiri, mereka melimpahkan sepenuhnya kepada pengelola atas objek wisata goa dari peninggalan almarhum ayah mereka. Sementara untuk masyarakat disekitar objek tersebut juga kurang rasa peduli atas objek wisata yang dimiliki daerahnya sendiri, padahal potensi yang dimiliki goa ini sangatlah tinggi untuk memajukan perekonomian masyarakat sekitar jika objek ini nantinya akan dikenal oleh banyak masyarakat. Pihak pengelola yaitu Hasber sendiri yang tamatan SMA ini bersama istri dan anak-anaknya tinggal di objek wisata Goa Huta Sikapir dimana merekalah yang mengelola dan mencoba mempromosikan kembali objek wisata ini, tentunya menghasilkan dana dan tenaga yang terbatas.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian mengenai pelaksanaan promosi objek wisata Goa Huta Sikapir di Kabuoaten Rokan Hulu Provinsi Riau diatas, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir untuk pelaksanaan promosi di objek wisata Goa Huta Sikapir, pihak pengelola sudah mencoba untuk melakukan promosi kembali seperti yang dilakukan oleh almarhum ayahnya dulu. Dimana untuk kategori tidak baik dari segi advertising yang berupa surat kabar (Koran) dan kurang baik dari segi radio pihak pengelola mencoba melakukan kerjasama dengan pihak media dan mengumpulkan dana untuk hal kerjasama tersebut. Sementara promosi kategori brosur dan booklate yang kurang baik pengelola juga kembali mengajukan proposal kembali kepada Pemerintah untuk membantu mempromosikan beserta dengan objek wisata unggulan Rokan Hulu. Karena pihak pengelola dulunya juga melakukan kerjasama tersebut kepada pihak Pemerintah yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, dimana Dinaslah yang membuat brosur dan booklate yang menjelaskan tentang objek-objek wisata Kabupaten Rokan Hulu. Kurang baiknya brosur dan booklate ini terbukti dari masih menggunakan gambar yang sama dan tampilannya dari waktu ke waktu tidak ada perubahan, sehingga membuat para calon pengunjung bosan dan tidak menarik lagi untuk dilihat. Tidak hanya tampilan yang sama, isi pesan yang digunakan tidak memberikan informasi yang jelas, dimana didalam brosur dan booklate menjelaskan objek wisata dengan singkat dan tidak diperjelas letak dari kota dan bagaimana untuk berkunjung serta kata-kata yang menarik untuk dibaca oleh calon pengunjung, sehingga pengunjung kurang menarik untuk membaca dan terkadang bertanya

tentang objek-objek yang ada di brosur dan booklate.

Pelaksanaan promosi Goa Huta Sikapir melalui sales promotion berada dalam kategori kurang baik, karena pengunjung merasa ketika berkunjung ke goa tidak mendapatkan potongan harga dari pihak pengelola, dan potongan harga didapatkan oleh orang-orang tertentu saja. Untuk pameran yang pernah dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir cukup baik, karena dengan adanya pameran tersebut membuat calon pengunjung ingin mengunjungi goa tersebut. Kendala yang ditemui oleh pihak pengelola adalah dana untuk melakukan promosi penjualan.

Pelaksanaan promosi Goa Huta Sikapir melalui public relation berada dalam kategori baik, karena pengunjung merasa jika pihak pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir melakukan kerjasama dengan beberapa instansi pemerintah yang terkait dengan objek wisata ini, maka objek wisata goa ini nantinya akan berkembang dan terkenal kembali seperti dulunya. Karena objek wisata ini kurang sponsor dan hubungannya dengan beberapa instansi dan masyarakat. Kerjasama yang terutama diharapkan oleh pengunjung kepada pihak pengelola objek wisata goa ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengingat pada saat ini banyaknya para wisatawan luar kota berdatangan untuk mengunjungi Kabupaten Rokan Hulu, karena Rokan Hulu mempunyai wisata religi yaitu

Islamic Center Agung yang meraih juara satu mesjid yang terbaik diseluruh Indonesia. Dari Islamic Center Agung ini para pengunjung diarahkan ke Hapanasan yang berdekatan dengan Goa Huta Sikapir, arahan ini dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan kedepannya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ingin melakukan kerjasama dengan pihak pengelola objek wisata Goa Huta Sikapir untuk membuat goa ini menjadi salah satu objek yang akan dimasukkan dalam satu paket tour Kabupaten Rokan Hulu.

Pelaksanaan promosi Goa Huta Sikapir melalui personal selling berada dalam kategori cukup baik, karena pihak pengelola dalam penyampaian informasi dan komunikasi kurang jelas dan menarik sehingga para calon pengunjung merasa bosan dengan presentasi yang dilakukan oleh pihak pengelola. Pelayanan yang dilakukan oleh pihak pengelola baik, karena ketika pengunjung berkunjung ke objek wisata goa ini pihak pengelola melayani dengan baik. Akan tetapi ketika pengunjung lebih dari 10 orang pihak pengelola merasa kwalahan karena kurangnya sumber daya manusia.

2. Dalam pelaksanaan promosi Goa Huta Sikapir Kabupaten Rokan Hulu, pihak pengelola mempunyai kendala-kendala yang dihadapi baik itu dari advertising, sales promotion, public relation dan personal selling. Pada advertising pihak pengelola mempunyai kendala dengan dan yang tersedia, karena dana yang untuk objek wisata goa ini dari pihak

pengelola sendiri sehingga membuat pengelola mengalami kesulitan untuk membayar surat kabar (Koran) dan radio. Sementara untuk brosur dan booklate kurang diperbanyak dan dibagikan ketempat kegiatan pelaksanaan promosi dilakukan. Untuk sales promotion pihak pengelola mengalami kesulitan dana, karena itu pengelola tidak menetapkan potongan harga kepada pengunjung dan dana juga yang menjadi kendala untuk pameran. Pada public relation pihak pengelola mengalami kendala dalam penyampaian proposal yang tidak ada respon dari pemerintah setempat dan kabupaten. Sementara untuk personal selling pihak pengelola mengalami kendala kurang akan sumber daya manusia dan alat transportasi, karena objek wisata ini milik pribadi. Dari keseluruhan mengenai pelaksanaan promosi objek wisata Goa Huta Sikapir di Kabupaten Rokan Hulu Propinsi Riau. Pada pembagian sub variabel yaitu advertising, sales promotion, public relation dan personal selling mendapat skor yang berbeda-beda. Dari hasil fasilitas penunjang yang mendapat skor terendah terbagi dari empat (4) indikator yaitu tangga, gapura, pos jaga dan areal parkir nilai tertinggi terdapat pada indikator parkir yang mendapat skor 190 dan indikator terendah terdapat pada bagian pos jaga dengan hasil 134. Dari tiga sub variabel nilai tertinggi terdapat pada sub variabel fasilitas pendukung dan nilai terendah terdapat pada fasilitas penunjang.

## 5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan saran-saran terhadap pelaksanaan promosi

objek wisata Goa Huta Sikapir di Kabupaten Rokan Hulu Propinsi Riau, yaitu :

1. Untuk pelaksanaan promosi yang lebih baik lagi, diharapkan kepada pihak pengelola dapat lebih maksimal dalam melakukan kegiatan pelaksanaan promosi misalnya dari segi sales promotion, jika salah satu pengunjung mendapat potongan pengunjung yang lain juga haruslah mendapatkannya dan diharapkan adanya ketetapan potongan harga agar tidak terlihat membeda-bedakan pengunjung yang mengunjungi objek wisata goa.
2. Untuk pihak Dinas Kebudayaan dan pariwisata, Dinas Kehutanan, Perangkat Desa dan Hotel sapatia diharapkan dapat menanggapi ataupun merespon akan kerjasama yang diharapkan oleh pihak pengelola.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darsoprajitno, Soewarno. 2001. Ekologi Pariwisata. Bandung: PT. Ankasa Bandung
- Fandeli, Chafid. 2002. Perencanaan Pariwisata Alam. Yogyakarta: PT. Perhutani (Persero)
- Fandeli, Chafid dan Mukhlison. 2000. Pengusaha Ekowisata. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Hakim, Arman dan Sudarso Idung, 2006. Manajemen Pemasaran untuk Engineering. Surabaya: PT. Andi
- Kotrler, Philip, 1984. Manajemen dan Strategi Pemasaram. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kusmayadi dan Sigiarto, Endar. 2000. Metode Penelitian Pariwisata. Jakarta: PT. SUN
- Mursid, Drs, 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Oka, Yoeti. 2001. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Jakarta: PT. Prandnya Paramita
- . 1996. Pemasaran Pariwisata. Bandung: Angkasa
- Pitana, I Gede dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. Penghantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: C.V. Andi
- Prasetyo, Bambang dan Miftahul, Lina Jannah. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Sumarni, Murti dan Wahyuni, Salamah. 2006. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Sammeng, Andi Mappi. 2001. Cakrawala Pariwisata. Jakarta: Balai Pustaka
- Sunaryo, Bambang. 2002. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata. Yogyakarta. PT. Gava Media
- Sunyoto, Danang, 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- Sugiono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta
- . 2010. Metode penelitian Bisnis . Bandung. CV. Alfabeta
- Undang-Undang NO.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata