

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia sudah semakin berkembang. Hal ini karena Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki beragam potensi disektor pariwisata. Berbagai macam wisata tersebut yaitu wisata alam, budaya, buatan dan minat khusus, masing-masing wisata tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda seperti, *Pertama* ;Wisata alam merupakan keindahan yang ditawarkan berupa pemandangan yang telah ada secara alami atau serta telah melewati tahap konservasi, seperti hutan mangrove, pantai, air terjun, gunung, dan kawasan konservasi alam lainnya. *Kedua* ;Wisata budaya merupakan wisata yang tercipta secara turun temurun pada masing-masing daerah atau berasal dari nenek moyang pada suatu daerah dan memiliki keunikan tersendiri, seperti ritual satu suro, tari kecak, tari topeng dan lainnya. *Ketiga* ;Wisata buatan merupakan wisata yang dibuat oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk berwisata, seperti Museum Angkut, Taman Impian Jaya Ancol, dan lainnya. *Keempat* ;Wisata minat khusus merupakan turunan dari ketiga wisata diatas, seperti desa wisata, wisata kuliner, wisata *tracking*, dan lainnya (Eresus, 2016)

Keragaman karakteristik wisata diatas merupakan jenis wisata yang berhasil menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Seiring berjalannya waktu, minat wisatawan untuk berwisata sangatlah tinggi. Hal ini disebabkan oleh tingkat kejenuhan yang dihadapi mereka sehari-hari terutama

pada seseorang yang memiliki rutinitas pekerjaan yang sangat padat, berwisata adalah salah satu cara untuk melepaskan kepenatan atau kejenuhan tersebut. Sebagai negara yang terdiri dari beribu-ribu pulau serta beraneka ragam suku, adat istiadat serta budaya, sektor pariwisata merupakan salah satu andalan Indonesia dalam rangka meningkatkan devisa negara. Memperkenalkan destinasi pariwisata kepada wisatawan, seharusnya menyajikan sebuah informasi yang dikemas secara menarik sehingga mampu menarik perhatian dari para calon wisatawan.

Promosi merupakan suatu koordinasi dari semua yang dilakukan oleh pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi yang *persuasive* dalam rangka memperkenalkan suatu gagasan atau menjual barang dan jasa (Morissan,2010:16). Kegiatan promosi tidak akan berjalan maksimal tanpa adanya komunikasi yang baik dari pelaku pariwisata yang nantinya akan disampaikan kepada wisatawan. Adapun fungsi dan teknik pemasaran yang dibutuhkan harus sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi saat ini.

Promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah serta industri pariwisata seharusnya memiliki konsep strategi promosi pariwisata yang baik (Pitana, 2009:71). Strategi ini sangat diperlukan karena pariwisata adalah industri yang sifatnya sangat kompleks. Disisi lain pariwisata rentan terhadap perubahan, baik yang terjadi secara eksternal maupun yang terjadi secara internal. Misalnya, salah satu alat promosi yang digunakan tidak sesuai dengan apa yang di promosikan, maka akan berakibat pada kedatangan wisatawan.

Kegiatan promosi tidak hanya dilakukan pada saat bertatap muka saja, melainkan ada alat-alat promosi atau bauran promosi (*promotion mix*) yang juga harus dijadikan sebagai bahan pertimbangan agar kegiatan promosi dapat berjalan maksimal dan berhasil sesuai dengan yang diharapkan misalnya saja, *advertising*, *direct marketing*, *internet marketing*, *publicity*, *sales promotion* dan *personal selling* (Belch & Belch 2003:16-23). Masing-masing *promotion mix* tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan yang selanjutnya menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan guna mencapai tujuan promosi yang diinginkan. Hal inilah yang menyebabkan setiap destinasi pariwisata harus mempunyai strategi promosi yang baik untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara, salah satu contohnya ialah pariwisata pedesaan memiliki peluang dalam melakukan pengembangan wisata diantaranya melalui pengembangan atraksi wisata, pengembangan sarana prasarana, pengembangan pemasaran, pengembangan masyarakat.

Tujuan pengembangan wisata yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dari potensi dan sumber daya manusia. Salah satu pengembangan yang dilakukan pada suatu destinasi yaitu desa wisata. Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki berbagai macam atraksi wisata. Atraksi wisata tersebut dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menetap, menghabiskan waktu sehari-hari, mengenal lebih dekat budaya desa dan melakukan aktivitas yang dilakukan masyarakat desa. Hadiwijoyo (2012:67) menyatakan bahwa pariwisata pedesaan dapat dilihat sebagai suatu permukiman

dengan fasilitas lingkungan yang sesuai dengan tuntutan wisatawan dalam menikmati, mengenal, dan menghayati ke khasan desa dengan segala daya tariknya dan tuntutan kegiatan hidup bermasyarakat. Salah satu pengembangan desa wisata saat ini sudah mulai diterapkan di Jawa Timur khususnya di Kabupaten Malang, di Desa Pujonkidul.

Desa Pujonkidul memiliki potensi wisata yang menarik untuk dijadikan atraksi wisata, diantaranya: wisata alam sumber pitu, agrowisata petik sayur dan buah, *tracking* Gunung Kawi, wisata *outbond*, kesenian sandukan, kesenian kuda lumping, sentra olahan susu, dan wisata edukasi ternak sapi. Berdasarkan pernyataan di atas, Desa Wisata Pujonkidul telah memenuhi karakteristik sebagai sebuah desa wisata. Adapun karakteristik atau kriteria sebuah desa wisata menurut Hadiwijoyo (2012:69), meliputi aksesibilitas baik, memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya, masyarakat dan aparat desa menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desa, keamanan di desa tersebut terjamin, tersedianya akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai, beriklim sejuk dan dingin dan berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Desa Wisata Pujonkidul merupakan desa wisata yang berpotensi untuk di kunjungi karena memiliki sumber daya alam yang beragam, serta kegiatan unik masyarakatnya. Ada beberapa destinasi yang bisa dikunjungi di Desa Pujonkidul ini seperti wisata kuliner yaitu Cafe Sawah serta wisata edukasi yang memperkenalkan

wisatawan bagaimana cara berkebun. Pada hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti keberadaan wisata edukasi ini seolah tertutup dengan obyek wisata yaitu Cafe Sawah dimana wisata kuliner ini terlihat lebih mampu menarik wisatawan untuk berkunjung, sehingga terjadi perubahan besar terhadap masyarakat lokal. Mayoritas wisatawan hanya berkunjung ke Cafe Sawah, hal ini dapat dibuktikan pada data kunjungan wisatawan

Tabel 1. 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Pujonkidul

Tahun	Jumlah
2015	465
2016	561
2017	524

Sumber : Pengelola Desa Wisata Pujonkidul, 2017

Dapat terlihat dari tabel diatas bahwa jumlah kunjungan ke desa wisata pujonkidu mengalami lonjakan dari tahun 2015 dan 2016 sebesar 81 % , untuk tahun 2017 dari awal tahun hingga bulan Agustus 2017 jumlah kunjangan mencapai 524 pengunjung. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan terhadap Desa Wisata Pujonkidul meningkat hampir 100% merata pada tiap tahunnya, baik pada wisata kuliner maupun wisata edukasinya dan wisata kulinernya menjadi pusat kunjungan yang paling diminati oleh parawisatawan sendiri baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara

Tabel 1. 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Cafe Sawah

Tahun	Jumlah
2016	26.133
2017	214.275

Sumber : Pengelola Desa Wisata Pujonkidul, 2017

Dari **Tabel 1.2** merupakan jumlah kunjungan wisatawan ke Cafe Sawah, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa Cafe Sawah menjadi pusat kunjungan yang paling diminati dibandingkan dengan destinasi lainnya yang berada di daerah Dewa Wisata Pujonkidul, dapat dilihat pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 214.275 orang. Menurut Pokdarwis setempat pusat kunjungan yang paling diminati di Desa Wisata Pujonkidul ialah Cafe Sawah, dikarenakan Cafe Sawah sendiri merupakan destinasi baru yang cukup memikat perhatian untuk kunjungan dan banyak terdapat banyak sekali kegiatan yang bisa dilakukan di Cafe Sawah sehingga tidak salah apabila jumlah kunjungan wisatawan untuk Cafe Sawah menjadi meningkat.

Menyadari hal tersebut, maka pariwisata sebagai suatu industri memerlukan strategi promosi dengan pola pengembangan kepariwisataan yang terencana secara menyeluruh. Terlebih dengan meningkatkan persaingan di dunia pariwisata pada satu dekade terakhir ini membuat setiap daerah harus mencari terobosan dalam mempromosikan pariwisata guna memiliki nilai jual lebih di mata wisatawan. Kegiatan promosi juga diperlukan identifikasi komunikasi seperti apakah yang diperlukan oleh organisasi atau individu dalam melakukan komunikasi kepada kelompok atau target pasar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Melalui kegiatan promosi Cafe Sawah di Desa Wisata Pujonkidul diharapkan dapat digunakan untuk membantu meningkatkan kunjungan wisatawan terhadap salah satu daerah

tujuan wisata khususnya desa wisata di Indonesia. Pembuatan strategi dan media promosi yang baik maka akan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan uraian dan pemaparan yang telah disebutkan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu *“Analisis Kegiatan promosi Pariwisata Cafe Sawah Di Desa Wisata Pujonkidul ”*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu, Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh Cafe Sawah di Desa Wisata Pujonkidul?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan suatu bentuk kegiatan yang ingin dicapai. Tujuan dapat diartikan sebagai suatu acuan motivasi penulis dalam melakukan penelitian dengan menggunakan metode-metode ilmiah, mengembangkan dan menguji kebenarannya, sehingga penelitian tersebut berhasil sesuai harapan. Adapun tujuan penelitian, adalah Mendeskripsikan dan menganalisis implementasi kegiatan promosi pada Cafe Sawah di Desa Wisata Pujonkidul

D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara akademis dan praktis. Manfaat tersebut yaitu :

1. Manfaat Secara Akademis

- a. Sebagai sarana latihan menuangkan gagasan, ide, pikiran, pengetahuan dan pengalaman untuk mengetahui kegiatan promosi di Cafe Sawah di Desa Wisata Pujonkidul.
 - b. Sebagai referensi penelitian ilmiah bagi kegiatan penelitian selanjutnya dengan tema kegiatan promosi Cafe Sawah di Desa Wisata Pujonkidul.
2. Manfaat Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Desa Wisata Pujon untuk menunjang praktek kegiatan promosi yang efektif dalam mempromosikan dan menjual produk jasanya di masyarakat, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dilakukan agar pembaca mudah memahami alur berfikir penulis. Penulis menguraikan secara garis besar dalam bentuk bab yang disusun dalam lima komponen penelitian yang menjadi satu kesatuan utuh, diantaranya sebagai berikut :

BAB I : LATAR BELAKANG

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Pada bab latar belakang memberikan penjelasan tentang pariwisata di Indonesia yang meliputi klasifikasi wisata, pengembangan pariwisata, pengembangan desa wisata dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan Cafe Sawah di Desa Wisata Pujonkidul. Meninggalkan latar belakang,

selanjutnya ada dua rumusan masalah yang nantinya akan di bahas dalam bab pembahasan. Tujuan penelitian mengikuti alur dari rumusan masalah dan manfaat merupakan dampak positif dari penelitian ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat studi terdahulu, definisi pariwisata, definisi desa wisata pengembangan desa wisata dan partisipasi masyarakat. Pada studi terdahulu tertuang perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti di masa sekarang. Definisi pariwisata menjelaskan wisata, kegiatan wisata, wisatawan, dan kepariwisataan. Definisi desa wisata menjelaskan desa wisata, tipe-tipe desa wisata dan konsep desa wisata.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang jenis penelitian (metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif), fokus penelitian, lokasi penelitian dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data. Fokus penelitian pada partisipasi masyarakat, perangkat desa wisata, dalam mempromosikan desa wisata. Lokasi penelitian di Kabupaten Malang dan situs penelitian di Cafe Sawah. Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menggunakan analisis data model interaktif Miles and Huberman, dengan keabsahan data yaitu triangulasi sumber.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari semua permasalahan yang diangkat dalam penulisan skripsi secara keseluruhan,

antara lain mendeskripsikan berbagai kegiatan promosi dan alat-alat promosi yang digunakan oleh Cafe Sawah.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akan mengemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan bab-bab sebelumnya dan berisi saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi semua pihak.

