

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era revolusi industri 4.0, sektor pariwisata menjadi salah satu industri yang memiliki peluang besar dalam upaya meningkatkan pendapatan dan penggerak perekonomian negara khususnya di Indonesia. Indonesia sebagai negara yang dikenal memiliki kepulauan terbesar di dunia, terbukti dari seluruh gugusan pulau-pulainya terbentang dari sabang hingga merauke. Keberadaan pulau-pulau di negara ini tentunya menimbulkan adanya keanekaragaman budaya, adat istiadat, religi, kuliner dan kekayaan sumber daya alam yang melimpah ruah. Dalam hal ini, banyaknya sumber daya alam yang dimiliki dapat berpotensi menjadi komoditas wisata unggulan sebagai bentuk pemanfaatan dan pengembangan industri pariwisata. Sebagaimana A.J Burkat dalam Damanik (2006) mendefinisikan pariwisata sebagai sebuah kegiatan perpindahan orang-orang untuk sementara waktu ke tempat lain di luar tempat mereka biasa bekerja, tinggal dan melakukan segala aktivitas di tempat mereka tinggal dalam jangka waktu pendek. Terlepas dari pajak dan migas, pariwisata telah dianggap menjadi primadona negara yang menghidupkan berbagai bidang usaha disertai dukungan dari berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan baik dari pemerintah maupun masyarakat. Dalam hal ini penulis menyoroti salah satu destinasi wisata yang terletak di pulau Madura.

Pulau madura atau dikenal dengan Pulau Garam merupakan bagian dari pulau yang terletak di Jawa Timur dan memiliki keunikan sendiri dari budaya Jawa pada umumnya. Jika diperhatikan secara seksama, pulau ini memiliki bentuk yang menyerupai badan sapi dan terbagi menjadi empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Adanya keanekaragaman budaya dan tradisi di Madura hingga kini masih terjaga serta memiliki beragam potensi wisata mulai dari wisata religi, budaya, alam, sejarah dan sebagainya. Beberapa kekayaan destinasi wisata di Madura tersebut masih banyak yang mungkin belum dieksplorasi secara masif. Sehingga terdapat tempat-tempat yang memang memerlukan tindakan konstruktif untuk mengelola dan mengembangkan potensinya sesuai dengan tujuan dari pemerintah pusat dalam menguatkan

kearifan lokal yang harus dilestarikan. Keterlibatan masyarakat juga menjadi aset utama dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata di pulau Madura. Seperti halnya di daerah Pamekasan, dikutip dari beritajatim.com bahwa pengembangan wisata di Pamekasan dinilai masih sulit untuk tercapai akibat belum ada regulasi khusus atau peraturan daerah yang memiliki kewenangan untuk mengatur pengembangan pariwisata. Selama ini pihak pemerintah kabupaten juga belum mampu mematenkan destinasi wisata yang berada di Pamekasan dan sebagian besar diantaranya bukan milik pemerintah kabupaten melainkan swasta.

Daerah - daerah yang mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada menjadi kesempatan untuk memperbesar pendapatan asli daerah serta memajukan pembangunan daerah dengan memperkenalkan nilai-nilai budayanya. Adapun tempat-tempat yang memiliki keindahan alam dapat dimanfaatkan sebagai destinasi wisata alam. Demikian pula tempat- tempat yang memiliki tradisi dan budaya khas dapat berpotensi juga menjadi destinasi wisata budaya. Secara tidak langsung, geliat pariwisata menuntut pengelola maupun pemerintah untuk terus mengembangkan destinasi wisata agar menghasilkan pendapatan yang lebih besar setiap tahunnya. Kekayaan dari sumber daya yang dimiliki pada tiap daerah menciptakan sebuah potensi lokal yang patut untuk dikembangkan. Beberapa daerah yang memiliki potensi lokal dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik nya sendiri. Diantara potensi tersebut dapat meliputi budaya seperti kerajinan, kesenian, kearifan lokal, adat istiadat, keunikan lokal, sistem teknologi dan lain sebagainya. Lalu potensi alam seperti wisata buatan yang memanfaatkan kealamiannya. Keunggulan potensi-potensi inilah dapat dijadikan latar belakang pengembangan suatu daerah untuk kesejahteraan maupun kemandirian masyarakat. Pemanfaatan potensi untuk kesejahteraan ini, pada dasarnya menjadi alat yang dapat memberdayakan masyarakat terutama bagi mereka yang dianggap masih terbelakang dalam segi ekonominya. Melalui pemberdayaan ini dapat membangkitkan kemampuan masyarakat berupa keahliannya pada bidang tertentu serta memanfaatkan sumber daya lokalnya.

Pengembangan serta pemanfaatan potensi lokal menjadi desa wisata merupakan salah satu bentuk dalam mempercepat pembangunan untuk mendorong transformasi ekonomi, sosial serta budaya desa secara terpadu. Hal ini

menjadi perhatian bagi masyarakat wilayah tersebut untuk mencermati setiap potensi yang dimiliki suatu desa agar dapat dikembangkan dan diangkat. Upaya ini justru dapat menghasilkan produktivitas tinggi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memberikan nilai tambah yang bermanfaat. Belakangan ini, desa wisata terus menjadi tren diberbagai wilayah yang memiliki potensi masing-masing. Namun tidak sedikit dari destinasi wisata tersebut hanya bertahan sementara dan memiliki kendala-kendala yang tidak dapat mereka atasi. Penyebabnya cukup beragam, baik dalam segi internal maupun eksternalnya ketika membuat program-program yang menarik kembali minat masyarakat. Kondisi-kondisi tersebut sangat disayangkan apabila tidak mampu untuk dipertahankan dan mengingat potensi wisata yang seharusnya dapat menjadi wisata unggulan. Potensi lokal menjadi suatu tempat yang bermanfaat seperti destinasi wisata dianggap mampu mengangkat potensi wilayah melalui sinergisitas pelaku wisata serta akan berdampak optimal pada perekonomian masyarakat sekitar.

Peningkatan kualitas pariwisata baik dari sisi destinasi, kelembagaan, industri maupun pemasarannya harus selalu konsisten agar tidak mengalami penurunan minat masyarakat terhadap destinasi wisatanya. Selain itu, pengoptimalan potensi lokal suatu daerah menjadi destinasi wisata membutuhkan kerjasama antara pengelola maupun masyarakat setempat yang mendukung demi keberlangsungan wisatanya. Dalam pengembangan dan pembangunan desa wisata yang berperan sebagai penggerak sektor tertentu, terdapat banyak aktor dari berbagai kelompok kepentingan terhadap sektor pariwisata. Umumnya, pihak-pihak tersebut terdiri dari tiga sektor yaitu swasta, pemerintah dan masyarakat. Peran masyarakat disini ialah sebagai pihak yang memiliki minat terhadap suatu destinasi serta pemilik dari sumber daya desa wisata. Sedangkan pihak swasta menjadi kelompok asosiasi usaha yang bergerak di bidang pariwisata dan pemerintah sebagai fasilitator kegiatan pemasaran desa wisata.

Pada hakikatnya pemanfaatan potensi lokal merupakan suatu modal bagi desa setempat dalam pembangunan menuju masyarakat yang makmur dan sejahtera. Namun, seringkali dengan otoritas lokal yang ada cenderung tidak mendapatkan perhatian lebih dari masyarakatnya. Hal ini tentunya diperlukan

kesadaran dari masyarakat dalam upaya memaksimalkan potensi-potensi yang ada sehingga dapat menghasilkan keuntungan ekonomi bagi masyarakat. Dalam menumbuhkan kesadaran akan potensi yang ada sangat dibutuhkan keterlibatan masyarakat karena perannya memiliki pengaruh yang penting terhadap keberhasilan suatu program. Kampung wisata merupakan sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik tertentu sehingga berpotensi untuk dikembangkan menjadi tempat wisata. Karakteristik yang berada di kampung tersebut kemudian diolah dan dikemas lebih menarik guna menjadi destinasi wisata. Adanya kampung wisata diharapkan dapat membuat masyarakat sekitar lebih produktif dalam memanfaatkan serta mengoptimalkan potensi lokal yang ada. Pemanfaatan sumber daya alam serta sumber daya manusia pada kampung wisata digunakan sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, dari sekian banyaknya tempat wisata Madura, penulis tertarik untuk meneliti destinasi wisata Kampoeng Toron Samalem di Pamekasan.

Kampoeng Toron Samalem merupakan salah satu wisata buatan yang dulunya menjadi bekas lokasi penambangan batu bata besar. Adanya potensi di kawasan ini memungkinkan masyarakat setempat berkreaitivitas serta mengelolanya menjadi objek wisata yang berdaya guna dengan tetap mempertahankan kealamiannya. Keberadaan tempat-tempat yang memiliki potensi untuk dijadikan wisata terkadang tidak luput menyimpan cerita legenda . Dibalik pesona keindahan wisata Kampoeng Toron Samalem, ternyata konon menjadi tempat bertapanya Potre Koneng. Pada abad 13, Potre Koneng merupakan seorang putri cantik dari raja di Sumenep yang banyak dikenal oleh masyarakat Madura dan sosoknya menjadi ibu dari Jokotole. Wisata buatan ini terletak di Desa Blumbungan, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, Madura Jawa Timur. Tempat wisata buatan yang terbentuk secara alami ini masih dalam proses pengembangan dan pengelolaan.

Ditengah maraknya destinasi wisata diberbagai daerah yang bermunculan, membuat para pengelola wisata dituntut untuk lebih proaktif dalam mengembangkan wisatanya agar tidak terkalahkan dengan wisata-wisata baru. Destinasi wisata di suatu daerah yang dikelola dengan baik dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan daerah. Oleh karena itu,

sebagai salah satu bentuk upaya mempertahankan citra wisata, *branding* memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata. Melalui *branding*, berbagai destinasi wisata dapat menciptakan citra positif, karakteristik wisata, serta meningkatkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki untuk mencapai tujuannya. Branding pada suatu destinasi wisata memang dibutuhkan untuk menghadapi persaingan dengan wisata lainnya. Seringkali, bentuk persaingan destinasi wisata ialah tidak mengetahui banyak informasi tentang wisatanya dan tidak terdapat sesuatu hal yang menarik di mata masyarakat. Namun, melalui *branding* destinasi wisata, wisatawan dapat dengan mudah membedakan satu destinasi dengan destinasi lainnya dengan keunikan atau karakteristik masing-masing.

Menurut (Harish, 2010) *destination branding* merupakan sebuah proses dalam membangun suatu keunikan atau karakter unik yang dimiliki oleh destinasi pariwisata dengan menggunakan nama, *tagline*, simbol, *desain* atau kombinasi dari media tersebut untuk menciptakan image yang positif. *Destination branding* bukan hanya sebatas penggunaan nama, *tagline*, simbol, *desain*, melainkan terdapat filosofi, nilai maupun budaya didalamnya serta harapan-harapan masyarakat atau *stakeholder* pada destinasi wisata tersebut. Penguatan *brand* suatu wisata akan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan destinasi wisata tersebut. Bukan hal yang mudah menanamkan *brand* destinasi di benak masyarakat. *Destination branding* bukan terbentuk secara mandiri melainkan dibentuk untuk menciptakan identitas pada wisata. Memiliki korelasi yang baik antar layanan dengan apa yang ditawarkan tentunya akan memperkuat *brand* destinasi wisatanya. Oleh karena itu, peran pemerintah dengan pengelola atau *stakeholders* wisata menjadi penting dalam menyusun bagaimana strategi *destination branding*.

Bagi suatu daerah atau tempat, *destination branding* memiliki dampak pada reputasi maupun keberhasilan dari wisata itu sendiri. Dengan demikian, identitas dari wisata akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat dan berdampak baik dari segi ekonomi serta pariwisata yang menjadikannya lebih berkembang. Strategi *destination branding* yang kuat dalam pemanfaatan potensi lokal, tidak membuat masyarakat mudah meninggalkannya dan akan melekat di benak masyarakat lebih

luas. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Strategi *destination branding* melalui pemanfaatan potensi lokal wisata Kampung Toron Samalem Pamekasan Madura”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti membuat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

Bagaimana strategi *destination branding* pengelola melalui pemanfaatan potensi lokal wisata Kampoeng Toron Samalem?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana strategi *destination branding* pengelola melalui pemanfaatan potensi lokal di wisata Kampoeng Toron Samalem di Pamekasan Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara praktis maupun teoritis bagi semua pihak baik dari peneliti, objek atau organisasi yang diteliti, serta masyarakat.

a. Manfaat Teoritis

Bagi pengelola wisata kampung toron samalem peneliti berharap dengan penelitian ini memperkuat tentang strategi *destination branding* yang dilakukan serta diharapkan agar penelitian ini nantinya dapat mendorong pengelola agar lebih inovatif dan kreatif dalam pemanfaatan potensi-potensi lokal yang berada di wisata kampoeng toron samalem. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi sumber informasi terhadap perkembangan bidang ilmu komunikasi serta menjadi referensi atau pembanding untuk penelitian sejenis.

b. Manfaat Praktis

Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan tentang strategi *destination branding* pariwisata. Selain itu, dari hasil penelitian ini nantinya peneliti berharap pengelola wisata

kampoeng toron samalem dapat menjadikannya sebagai bahan pemikiran dan pertimbangan dalam memanfaatkan potensi wisata setra sebagai acuan strategi yang akan di lakukan di kemudian hari dengan konsep yang matang.