

BAB 1

PENDAHULUAN

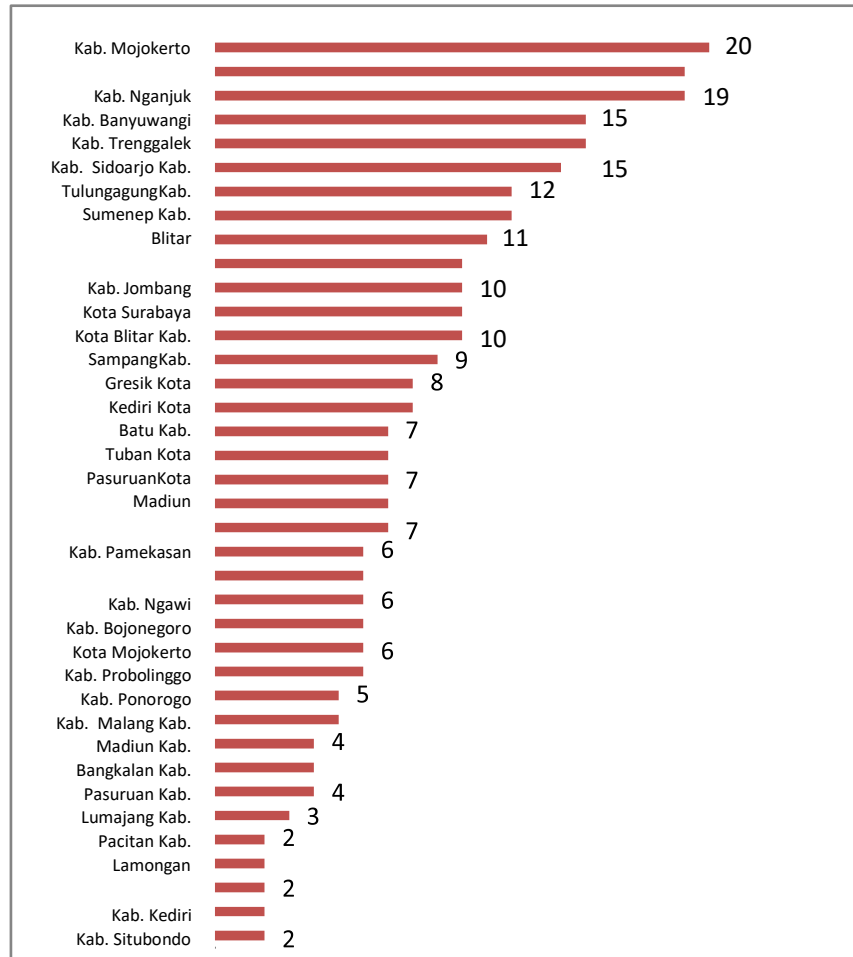
1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam. Hal ini tentunya dapat dijadikan modal bagi pembangunan nasional, termasuk pengembangan industri pariwisata. Indonesia mempunyai iklim tropis yang menyebabkan tumbuhnya aneka ragam flora dan fauna, sehingga Indonesia mempunyai potensi di sector pariwisata yang sangat besar. Mempunyai latar belakang keindahan alam dan keberagaman budaya, Indonesia ditetapkan negara yang terkenal akan pariwisata nya. Mayoritas penduduk Indonesia tinggal di pedesaan, sehingga desa ini memiliki potensi sumber daya manusia dan alam itu ada. Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya adalah kegiatan yang memanfaatkan seluruh potensi wisata, baik sumber daya alam, buatan, maupun sumber daya lainnya (Husein, 2021).

Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 menyatakan bahwa destinasi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai, yang dapat berupa kekayaan alam, budaya, dan buatan manusia yang menjadi destinasi wisata di daerah tersebut.

Daerah yang memiliki *sector* pariwisata yang besar salah satunya adalah Jawa Timur dengan memiliki wilayah yang luas sebesar 47.800 km, dengan kondisi alam yang sangat beragam yakni berupa pantai, di dataran tinggi ada gunung gunung serta dataran rendah dengan potensi wisata candi serta situs bersejarah lainnya, hal tersebut tentunya menjadikan Jawa Timur sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang potensial. Selain wisata alam yang menawarkan keindahan alam sehingga menjadi primadona wisatawan, Jawa Timur juga mempunyai wisata budaya yang cukup terkenal, dikarenakan banyak kerajaan besar jaman dahulu yang berada di Jawa Timur, misalnya kerajaan dahanu di Kediri, kerajaan singasari dan kanjuruhan di Malang serta kerajaan besar Majapahit yang terletak di kecamatan trowulan, kabupaten Mojokerto. Hal tersebut tentunya dapat dijadikan sebagai objek wisata sejarah

agar generasi penerus bangsa bisa mengetahui perjalanan sejarah di Indonesia dan tentang pendidikan sejarah.



Gambar 1. 1 Bar Chart Posisi Kabupaten Mojokerto Pada Daya Tarik Wisata Budaya se Provinsi Jawa Timur

Sumber : Tugas Akhir Churiyatun Nafisah (2018)

Sebagaimana yang ditampilkan pada bar chat diatas dari pengelompokkan jenis wisata budaya yang ada di Jawa Timur, seperti dalam penelitian Churiyatun Nafisah (2018) yang berjudul “PENGELOMPOKKAN KABUPATEN/KOTA DI JAWA TIMUR BERDASARKAN JENIS DAYA TARIK WISATA MENGGUNAKAN ANALISIS CLUSTER” diantara kabupaten/kota lain di Jawa Timur Kabupaten Mojokerto memiliki keunggulan daya tarik wisata terbanyak di jenis wisata budaya, tak heran dikarenakan

kabupaten Mojokerto dahulunya menjadi tempat yang pernah menjadi lokasi kerajaan terbesar di Indonesia yakni kerajaan Majapahit.

Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur yang terkenal dengan berbagai wisatanya, terutama wisata yang sangat kaya akan budaya kerajaan. Pada zaman dahulu Mojokerto mempunyai sejarah penting sebagai pusat dari pemerintahan kerajaan Majapahit, oleh karena itu Mojokerto memiliki bangunan-bangunan kerajaan Majapahit pada masanya di wilayah tersebut (Khotimah, 2017). Mojokerto memiliki peluang besar menjadi icon cagar budaya Jawa Timur yang dapat dijadikan sector pariwisata seni budaya, dikarenakan Kabupaten Mojokerto adalah kabupaten yang mempunyai potensi satu satunya di Indonesia yang menjadi peninggalan kerajaan Majapahit. Salah satunya di Kecamatan Trowulan yang banyak ditemukan benda benda peninggalan kerajaan Majapahit. Menurut Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto beberapa tempat wisata yang dikoordinasi cenderung meningkat jumlah pengunjungnya setiap tahun, rata rata peningkatan antara 30%-70%, maka dapat dilihat kabupaten Mojokerto sangatlah berpotensi dalam bidang pariwisata.

Keunikan pada cagar budaya ini yang ada di Trowulan menyimpan rahasia besar tentang kejayaan kerajaan Majapahit dan perkembangan kerajaan di Nusantara. Majapahit merupakan salah satu kerajaan terbesar di Nusantara setelah Sriwijaya dan berpusat di kecamatan Trowulan, kabupaten Mojokerto. Majapahit pada hakekatnya menjadi salah satu kerajaan Hindu di Jawa Timur. Majapahit menguasai hampir seluruh Nusantara dan melebarkan sayapnya hingga ke Asia Tenggara (Safitri, 2015).

Menurut data Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto, Kecamatan Trowulan meliputi 49 Desa yang terletak dibagian barat Kabupaten Mojokerto berbatasan langsung dengan wilayah kabupaten Jombang. Tepat pada 30 Desember 2013, kawasan Trowulan ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Budaya Nasional (KCBN) melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 260/M/2013 (BPCB Mojokerto, 2014). Bahkan pemerintah pusat menjadikan kawasan Trowulan sebagai salah satu tempat Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), Trowulan bekas

ibukota Kerajaan Majapahit (*Trowulan Former Capital City of Majapahit*) juga telah terdaftar sebagai kawasan situs purbakala serta didaftarkan untuk menjadi kawasan warisan dunia oleh Unesco (*United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization*) pada tahun 2009 (Sendari, 2022).

Desa Bejijong merupakan sebuah desa di Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto yang ditetapkan sebagai Desa Wisata pada tahun 2019 oleh Pemerintah Kabupaten Mojokerto melalui surat keputusan Kepala Dinas. Potensi situs Majapahit paling banyak dimiliki oleh Desa Bejijong daripada desa lainnya pada desa tersebut menawarkan paket wisata berbasis alam, seni budaya sejarah dan industry kreatif seperti kerajinan patung, batik, cor kuningan tembaga serta *homestay* di kampung dengan nuansa serba tradisional ala ala zaman kerajaan Majapahit. Situs Majapahit di Desa Bejijong antara lain Candi Brahu, Makam Siti Inggil (Makam Raden Wijaya) dan Mahavihara Majapahit (patung Budha) terbesar di Indonesia dan terbesar kedua di Asia setelah Thailand. Adanya pemugaran rumah rumah penduduk yang dirubah bentuk fisik nya menjadi kawasan arsitektural ala zaman kerajaan Majapahit sangat mendukung semua situs peninggalan kerajaan Majapahit di desa Bejijong. Dahulu, sebelum dibangunnya Rumah Majapahit, Desa Bejijong merupakan desa yang tidak menyadari potensi desanya, masyarakat yang tinggal di lingkungan desa tersebut kurang bisa memanfaatkan pariwisatanya, mayoritas mereka hanya lalu lalang saja tanpa memanfaatkan transaksi ekonomi yang ada (Wawancara dengan Bapak Margono, 20/02/23).

Desa wisata juga merupakan pengembangan pariwisata untuk membangun suatu pedesaan yang berkelanjutan pada sector pariwisata. Desa bejijong merupakan desa yang memiliki potensi situs kerajaan Majapahit yang dipenuhi oleh sisa bangunan, tembok, batuan kuno hingga bangunan dengan usia yang sangat tua. Maka dari itu desa ini disebut sebagai Kampung Majapahit. Desa wisata yang bertema Kampung Majapahit tidak hanya berada di Desa Bejijong saja melainkan ada dua Desa lainnya seperti Desa Sentonorejo, Desa Jatipasar,

Desa Trowulan, Desa Temon dan Desa Watusumpak dengan total rumah ala majapahitan sekitar 596 rumah dengan rincian:

Tabel 1. 1 Jumlah rumah Majapahit di daerah Trowulan

Desa	Jumlah
Desa Bejijong	196 rumah
Desa Sentonorejo	46 rumah
Desa Jatipasar	50 rumah
Desa Trowulan	100 rumah
Desa Temon	100 rumah
Desa Watusumpak	100 rumah

Sumber : (Wawancara dengan Bapak Margono, 20/02/23)

Mempunyai ratusan rumah ala Majapahit membuat Desa Bejijong semakin eksotis dengan julukan Kampung Majapahit. Sehingga hal tersebut memacu wisatawan untuk berkunjung ke Desa wisata tersebut. Banyaknya rumah Majapahitan yang dimanfaatkan menjadi *homestay* yang dipergunakan sebagai penginapan wisatawan dan disetiap rumah selalu dihiasi aneka kembang sehingga asri dan adem. Tidak sedikit jajaran Kementrian serta Kepala daerah ingin merasakan suasana kemajapahitan di Desa Bejijong. Rata rata desa bejijong menerima kunjungan wisatawan dari luar kota, mulai dari pemerintah lumajang, Surabaya, gresik, hingga Jakarta (Wawancara dengan Bapak Margono, 20/02/23).

Wisata adalah hal yang tidak asing dikenal masyarakat dan merupakan cara hidup masa kini. Masyarakat lebih memilih untuk menikmati masa masa libur dengan pergi berwisata sebagai tempat untuk menghilangkan penat. Ditambah tempat wisata yang lengkap dan memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Fasilitas lengkap, antara lain kamar mandi bersih, tempat ibadah, suasana nyaman untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Salah satu keunikan yang terjadi saat ini di Desa Bejijong ialah fenomena Kampung Majapahit yang dapat didefinisikan sebagai gerakan Majapahitisasi yang dilakukan pemerintah dan masyarakat Mojokerto. Hal tersebut tentunya bertujuan untuk mengingat kembali kejayaan Majapahit serta aktivitas untuk

mengenalkan kembali tradisi, adat istiadat dan budaya. Hal tersebut tentunya dilakukan masyarakat Desa Bejijong untuk mempertahankan budaya Majapahit.

Tentu saja, keberadaan desa Majapahit ini berjalan seiring dengan industrialisasi budaya dalam bentuk pariwisata, oleh karena itu dibangun rumah Majapahit di sepanjang jalan menuju tempat desa wisata tersebut. Desa Bejijong mendapat perhatian Pemerintah Daerah Mojokerto sebagai bagian dari program pengembangan dan penguatan kawasan wisata yang bernuansa Kerajaan Majapahit dalam bentuk Rumah Majapahit. Hal ini tentu saja merupakan pengakuan Pemda Mojokerto kepada masyarakat sekitar Desa Bejijong atas kesediaannya untuk menjaga dan melestarikan peninggalan sejarah tersebut (Wawancara dengan Bapak Margono, 12/02/23). Desa bejijong adalah Desa wisata berbasis budaya sejarah, alam dan industry kreatif. Pada desa ini juga sudah mendapat beberapa penghargaan baik tingkat Provinsi hingga Nasional.

Tabel 1. 2 Beberapa penghargaan yang pernah diraih Desa Bejijong

Penghargaan	Tingkat	Tahun
Desa wisata terbaik se Indonesia urutan ke 3 kategori CHSE (<i>Cleanliness, Health, Safety and Environment</i>) pada ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia yang diadakan oleh Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia.	Nasional	2021
Desa Wisata Kampung Majapahit Bejijong kategori daya tarik wisata terbaik dikelola pemerintah pada kegiatan <i>East Java Tourism Award</i> Provinsi Jawa Timur.	Provinsi	2022
Desa wisata terbaik <i>Virtual Tour</i> mewakili Kab. Mojokerto dalam acara Dewi Cemara	Provinsi	2022
Desa Wisata Kampung Majapahit Bejijong kategori desa wisata terbaik pada kegiatan Majafest 2022	Kabupaten/ Kota	2022

Sumber : olahan peneliti (Pemerintah Desa Bejijong)

Kesuksesan sebuah Desa wisata tidak bisa diukur dengan luasnya desa, banyak nya objek wisata, ataupun angka wisatawan tertinggi, karena dalam sebuah sector pariwisata akan ada fase naik turunnya angka wisatawan yang berkunjung. Gelombang naik serta turunnya sector pariwisata bisa kecil hingga besar. Hal inilah yang membuat pemerintah setempat seperti halnya desa wisata untuk berpikir factor apakah yang dapat mempertahankan eksistensi dari sebuah desa wisata. Usaha yang dilakukan dan direncanakan sebuah sector pariwisata untuk menarik minat berkunjung tidak terlepas dari proses strategi perencanaan yang baik untuk mempublikasikan kelebihan serta keunikan agar menimbulkan kenaikan minat berkunjung. Tidak sedikit kini berbagai tempat pariwisata salah satunya desa wisata bersaing dalam satu bidang sehingga para wisatawan memiliki beberapa pilihan dalam memilih tempat wisata tersebut, hal inilah yang menjadi tantangan bagi pengelola wisata/pemerintah setempat untug bersaing agar para wisatawan tidak beralih pada pesaing, karena wisatawan beranggapan bahwa merek-merek terkenal yang ada di pasaran memiliki kualitas yang lebih terjamin dibandingkan merek-merek lain yang belum populer.

Kerjasama antar *stakeholder internal* dan masyarakat dalam sebuah Desa wisata menjadi penghubung antara desa tersebut dengan publiknya. Pada dasarnya hal ini tujuannya untuk menyebarkan informasi, menjaga dan membangun hubungan baik dengan publik, kemudian mendapat *feedback* positif untuk desa wisata tersebut, atau yang sering terjadi ialah membangun *brand image* dari wisata tersebut (Kurnianti, 2017).

Merek/Merk/Brand adalah nama, lambang, tanda, model atau kombinasinya sebagai identitas seseorang, organisasi atau perusahaan atas barang dan jasa untuk membedakannya dengan produk jasa lainnya (Nurhadi, 2015). *Image* merupakan suatu penilaian atau tanggapan masyarakat terhadap suatu produk kesan yang baik dan positif dari suatu lembaga/organisasi atau citranya terhadap produk, barang, atau jasanya. Dari sini dapat disimpulkan bahwa citra merek adalah apa yang dilihat konsumen tentang merek tersebut, ini tentang bagaimana konsumen menggambarkan apa yang mereka pikirkan

tentang merek dan apa yang mereka rasakan tentang merek ketika mereka memikirkannya.

Citra merupakan sebuah asset terpenting pada sebuah desa wisata. Tugas komunikator dalam membentuk citranya adalah dengan cara mengidentifikasi citra yang seperti apa yang ingin disampaikan kepada khalayak dan bagaimana menciptakan *brand image* dimata public. Membangun *brand image* yang baik sangat penting untuk eksistensi dan keberlangsungan sebuah desa wisata, karena pada dasarnya *brand image* dapat mempengaruhi bagaimana perasaan konsumen/pengunjung dan opini apa yang dihasilkan pada perusahaan tentang produk atau jasa. Konsumen/pengunjung akan menggunakan barang/jasa akan dinilai positif atau negative tergantung *brand image* yang dibangun. Jika desa wisata membangun citra yang positif dan baik, tentunya akan membantu pengunjung agar tidak bingung dalam memilih produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hingga pengunjung akhirnya mengambil keputusan tentang produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, percaya bahwa apa yang mereka gunakan adalah apa yang mereka inginkan. Oleh karena itu, pembentukan citra memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen/pengunjung dalam mengkonsumsi suatu produk/jasa (Kusniadji, 2016).

Desa Bejijong, Kecamatan Trowulan, tentunya dalam membangun *brand* harus ada sebuah identitas atau ciri khas agar identitas tersebut dapat digunakan untuk membedakan desa lain. Mengingat persaingan antar desa kini semakin meningkat untuk mendapatkan kepercayaan menjadi desa yang terbaik dan unggul dalam hal tertentu. Dengan demikian, *brand image* merupakan suatu hal yang penting, mengingat berbagai hal permasalahan klasik yang ada di Desa kini dibungkus secara canggih dengan memanfaatkan teknologi.

Desa wisata yang terinisiasi sejak 2006 baru terealisasi oleh Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang meresmikan Desa Wisata Kampung Majapahit Bejijong sebagai Kampung Majapahit dengan menandatangani prasasti bukti peresmian pada tahun 2021 sebagai 50 desa wisata terbaik Indonesia dari 1.831 desa wisata, bertempat di Maha Vihara

(Candi Budha Tidur) di Desa Bejijong, karena di Desa Bejijong merupakan desa yang bernuansa kearifan lokal dan toleransi beragama yang tinggi. Adanya vihara di tengah masyarakat yang hampir 95% muslim, saling berdampingan, harmonis serta saling mensupport (Wawancara dengan Bapak Margono, 12/02/23).

Kesuksesan Desa Bejijong sebagai Kampung Majapahit dan eksistensinya yang tinggi selama ini tidak lepas dari strategi yang baik yang sudah dibangunnya selama ini, dari penentuan strategi perencanaan sudah diperhatikan dan dalam konsep yang diangkat selalu menjadi prioritas selera wisatawan, agar Desa Bejijong sebagai Kampung Majapahit semakin dikenal di seluruh dunia.

Beberapa aktivitas diatas menjadi salah satu cara yang mampu mempengaruhi *brand image* Desa Bejijong sebagai Kampung Majapahit, menjadi salah satu Desa Wisata yang terus memberikan layanan terbaiknya untuk para pengunjung wisatawan agar tetap menjadi Desa Wisata terbaik dari para Desa wisata pesaingnya. Hal yang digambarkan pada konteks penelitian diatas mendasari keinginan peneliti untuk menggali dan mengetahui lebih dalam lagi tentang ***Brand Image Strategy* Desa Bejijong Sebagai Kampung Majapahit (Studi Deskriptif di Desa Bejijong, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini: Bagaimana strategi pembentukan *Brand Image* Desa Bejijong Sebagai “Kampung Majapahit” ?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mendeskripsikan strategi pembentukan *Brand Image* Desa Bejijong Sebagai “Kampung Majapahit”.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis, sedangkan uraian dari kedua manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan informasi penerapan *brand image* “Kampung Majapahit” Desa Bejijong.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan serta informasi bagi penelitian yang sama.

1.4.3 Manfaat Praktis

1. Memberi masukan kepada pemerintah Desa Bejijong dalam membangun, mengkomunikasikan, mengingatkan mengenai *brand* Desa Bejijong sebagai “Kampung Majapahit”.
2. Diharapkan mampu mendukung program pemerintah dalam pengembangan desa wisata dan pengembangan potensi budaya serta bisa mendukung kemajuan industry pariwisata local.