

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1.1 Latar Belakang

Perkembangan informasi dan teknologi saat ini sangat pesat di era digital. Dalam menjalankan usahanya, seorang pebisnis melakukan banyak kegiatan yang dapat dilakukan serta dimanfaatkan secara digital. Perubahan yang amat besar dalam melakukan suatu kegiatan ekonomi di era digitalisasi ini, terutama di pemasaran. Penyaluran pemasaran awalnya dengan metode offline seperti seminar serta kegiatan pemasaran lain yang sekarang dialihkan menjadi online dengan alasan teknologi yang semakin berkembang dapat dijadikan contoh yang sangat nyata dari era digital saat ini. Pemasaran offline konvensional dilakukan oleh pelaku ekonomi dengan bertatap muka dan terjun langsung ke lapangan untuk memasarkan dan mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan, namun terjadi pengalihan pemasaran online dimana pelaku ekonomi memanfaatkan perkembangan teknologi informasi melalui media digital. Semakin berkembangnya pengguna internet yang sangat pesat, maka arus dalam pertukaran informasi dapat terjadi dalam hitungan detik. Pengguna internet atau media sosial ini disebut juga dengan *digital marketing*. *Digital marketing* adalah suatu usaha dengan memanfaatkan media digital dan internet sebagai media promosi dan pemasaran sebagai media utamanya. Media sosial yang digunakan bisa menggunakan youtube, *instagram*, twitter, *facebook*, *whatsapp*, telegram, dan lain-lain. Tolak ukur *digital marketing* yaitu dengan menggunakan statistic dan traffic pengunjung yang mengunjungi media sosial ataupun berkunjung secara langsung ke lokasi (Najjamudin,2022)

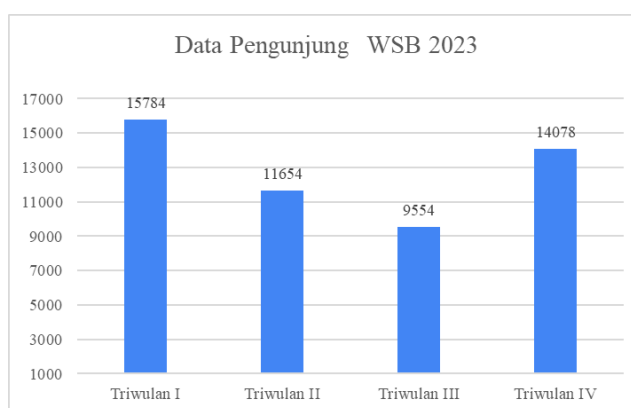
Pariwisata Indonesia semakin berkembang terutama pada objek ekowisata seperti wana wisata. Potensi ekowisata semakin menarik dan saling berlomba-lomba menciptakan potensi alamnya karena mudah menarik wisatawan, menguntungkan pelaku pariwisata, meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) dan mampu menjadi pengungkit sektor-sektor lain yang terkait. Persaingan usaha mengharuskan para pengusaha untuk selalu mengikuti trend atau perkembangan

dunia teknologi. Pelayanan jasa juga harus mengalami perkembangan dalam teknologi bukan hanya dalam proses pembuatan produk. Media digital menjadi terobosan baru dalam dunia marketing sebagai penyebaran informasi dan promosi secara efektif dan diharapkan dapat menjangkau target pasar yang diinginkan memiliki potensi lebih besar daripada dengan cara yang konvensional. Pengusaha dibidang pariwisata sekarang dalam memasarkan dan mempromosikan produk atau jasa menggunakan *digital marketing*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan para wisatawan dalam mendapat informasi mengenai produk dan jasa yang mereka jual

Wanawisata semakin dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung dengan tetap berpatokan pada kaidah ekowisata yaitu memperhatikan keberlanjutan atau kelestarian alam, melibatkan masyarakat lokal, dan memberikan nilai interpretasi dan edukasi. Dibandingkan dengan provinsi-provinsi di Jawa, Jawa Timur menyimpan eksotika dan kekayaan sumber daya kehutanan yang sangat luar biasa. Merujuk data Badan Pusat Statistik (2017), luas daratan dan perairan kawasan hutan di Pulau Jawa adalah 3,3 juta hektar atau 41,08% hutan di Jawa ada di Jawa Timur, sehingga hutan di Jawa Timur sangat berpotensi dikelola menjadi tujuan wanawisata.

Objek desa wisata yang akan dilakukan peneliti adalah objek Desa Wisata Wanawisata Sumber. Destinasi objek Desa Wisata Wanawisata Sumber ini merupakan satu-satunya model wisata warung sungai di Jombang berbasis hutan. Wanawisata Sumber Biru dibangun berdasarkan potensi desa berupa hutan dengan sungai yang mengalir dari sumber mata air serta suasana pegunungan yang sejuk dan rindang. Selain menikmati keindahan alam dan kuliner di Wanawisata Sumber Biru, pengunjung juga dapat mampir ke tempat sejarah Tapak Seno. Tempat ini merupakan situs sejarah yang menandai tokoh pewayangan bernama Seno. Tapak Seno terletak dalam kawasan yang sama dengan Wanawisata Sumber Biru. Wisata-wisata di Jombang kini semakin menunjukkan keunggulan citra destinasi masing-masing untuk lebih menarik wisatawan. Kondisi seperti ini diperlukan adanya strategi baru untuk memperkenalkan dan memasarkan. Hal tersebut membuat WSB harus benar-benar dikelola dengan baik melalui eksplorasi strategi yang tepat agar memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat desa sekitarnya. Salah satu metode yang digunakan untuk memasarkan pariwisata Wanawisata Sumber Biru (WSB)

yaitu melalui dunia digital. Namun pemasaran Wanawisata Sumber Biru (WSB) ini belum optimal dibandingkan dengan desa wisata yang sejenis yang dikelola oleh BUMDES yaitu cafe sawah pujon kidul. Hal ini dikarenakan *digital marketing* yang digunakan desa wisata Wanawisata Sumber Biru hanya *instagram*, *facebook*, dan *twitter*. Pelaku industri pariwisata belum konsisten dalam mempromosikan Wanawisata Sumber Biru, khususnya dalam pemanfaatan pemasaran digital. Konten instragram memiliki view paling banyak 500 view. *Facebook* belum rutin dalam pembuatan konten. Twitter belum maksimal dalam menjangkau peminat pengunjung.



Gambar 1.1 Data pengunjung Desa Wisata Wanawisata Sumber Biru (WSB).

Gambar 1.1 merupakan data pengunjung desa wisata wanawisata sumber biru (WSB). Pengunjung wanawisata sumber biru tersebut masih fluktuaktif. Pada tahun 2023 di triwulan 1 (Januari-Maret) sebanyak 15.784, mengalami penurunan di triwulan II (April-Juni) sebanyak 11.654, mengalami penurunan lagi pada triwulan III (Juli-September) sebanyak 9.554, dan mengalami kenaikan pada triwulan IV (Oktober-Desember) sebanyak 14.078. Salah satu strategi dalam peningkatan pengunjung dengan memanfaatkan dan memperbaiki *digital marketing* yang sudah ada.

Penelitian ini berfokus pada pengembangan strategi *digital marketing*. Pelaku industri pariwisata Wanawisata Sumber Biru (WSB) seharusnya sudah menggunakan *digital marketing* sesuai dengan gaya hidup masyarakat dan dinamika pemasaran di era digital saat ini. Balai Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) berperan dalam meningkatkan minat pengunjung dengan meningkatkan kinerja pengelola, serta beradaptasi dengan digitalisasi untuk

memberikan pelayanan pemasaran pariwisata yang berkualitas, menunjukkan pentingnya promosi dalam bentuk online dalam konteks *digital marketing* wisata.

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan analisis pengembangan strategi *digital marketing* desa wisata Wana Sumber Biru menggunakan metode SWOT (*Streanght, Weakness, Opportunities, Thearts*) untuk mengetahui faktor internal dan eksternal. Selanjutnya menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarki Proses*) untuk pembobotan dalam strategi, pemilihan strategi terbaik menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu melakukan pengembangan strategi digital wisata sehingga mampu menarik pengunjung untuk berwisata di objek desa wisata Wanawisata Sumber Biru (WSB).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Strategi pengembangan *digital marketing* untuk meningkatkan yang ada didesa wisata Wanawisata Sumber Biru ?
2. Menentukan kriteria strategi *digital marketing* yang mempengaruhi pengembangan *digital marketing* untuk meningkatkan pengunjung didesa wisata Wanawisata Sumber Biru (WSB)?
3. Menentukan strategi *digital marketing* untuk meningkatkan pengunjung didesa wisata Wanawisata Sumber Biru (WSB)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Identifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan *digital marketing* untuk meningkatkan pengunjung didesa wisata Wanawisata Sumber Biru.
2. Identifikasi kriteria strategi *digital marketing* untuk meningkatkan pengunjung didesa wisata Wanawisata Sumber Biru.

3. Untuk memberikan rekomendasi penentuan strategi pengembangan *digital marketing* untuk meningkatkan pengunjung didesa wisata Wanawisata Sumber Biru.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang diharapkan dari adanya penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan maupun pengetahuan mengenai pengembangan strategi dalam topik pariwisata maupun topik lainnya, serta diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian yang akan datang.
2. Manfaat dari adanya penelitian ini diharapkan memberi manfaat serta mendapatkan saran atau usulan bagi wilayah setempat dan pengelola usaha pariwisata dalam mengembangkan objek wisata tersebut.

1.5 Batasan Masalah

Batasan penelitian yang dipakai pada penelitian ini akan dibahas sebagai berikut.

1. Hasil penelitian ini dibatasi berupa usulan atau saran yang dapat membantu dalam pengembangan objek wisata
2. Penelitian ini tidak termasuk dalam perhitungan biaya dan aspek teknis lainnya pada penerapannya.

1.6 Sistematis Penelitian

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Menjabarkan gambaran umum masalah penelitian yang akan dilakukan terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan batasan masalah

BAB II: LANDASAN TEORI

Menjabarkan mengenai hubungan terhadap penelitian ini dan dapat dipakai sebagai acuan membuat penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Menjabarkan tahap prosedur penelitian yang dimulai dari pengambilan data hingga proses pengolahan data. Proses ini berisi data lokasi, objek dan metode pengambilan data.

BAB IV: PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Menjabarkan mengenai pengolahan data dan interpretasi analisa hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan ini menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta menjawab dari tujuan penelitian ini. Saran yang diberikan ini akan ditujukan pada penelitian yang akan datang agar lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA