

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari banyak pulau dan suku bangsa. Dan di setiap pulau atau daerah memiliki suatu hal unik tersendiri yang tidak bisa di temukan di daerah lain. Seperti yang telah ketahui Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki berbagai macam potensi pariwisata, ada wisata alam maupun wisata budaya karena Indonesia memiliki bermacam-macam suku, adat-istiadat, dan kebudayaan serta karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam. Keindahan pemandangan panorama alam yang sangat potensial untuk dikembangkan dengan baik dan ternyata pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional. Dengan berkembangnya produk pariwisata di Indonesia bisa diharapkan mampu menjadi salah satu tujuan pariwisata negara. Pariwisata sendiri adalah suatu aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka (Marpaung, 2002: 13).

Pariwisata saat ini termasuk kedalam bisnis atau usaha unggulan, hampir semua orang membutuhkan hiburan untuk membahagiakan diri (*pleasure*) dan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*). Peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara sudah tidak diragukan lagi. Pariwisata yang menjadi suatu industri dalam perkembangannya juga bisa mempengaruhi sektor-sektor industri lain yang ada disekitarnya. Pariwisata bukan hanya sebagai sumber devisa, tetapi juga merupakan faktor untuk menentukan lokasi industri dalam perkembangan daerah yang miskin sumber alam sehingga perkembangan pariwisata adalah salah satu cara untuk memajukan ekonomi di daerah-daerah yang kurang berkembang tersebut sebagai akibat kurangnya sumber daya alam yang memadai.

Pariwisata juga bisa digunakan sebagai penggerak ekonomi di daerah yang berpotensi untuk dijadikan tempat wisata sehingga orang-orang disekitar akan ikut serta membantu untuk menunjang dan melengkapi tempat tersebut

sebagai tempat wisata. Maka hal tersebut menjadi alasan kenapa pariwisata disebut sebagai penunjang ekonomi dan juga sebagai pendapatan di daerah tersebut. Tempat wisata biasanya di dukung oleh tempat yang strategis dan mumpuni untuk mendukung dijadikan suatu wisata.

Ada juga yang disebut sebagai pariwisata modern seperti konsep pariwisata yang mendefinisikan dirinya sebagai produk bisnis modern. Jadi semua produk pariwisata di bentuk sebagai produk bisnis, dimulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, rekreasi, atraksi seni dalam paket-paket wisata yang menarik dan lain sebagainya.

Di daerah Ngawi Jawa Timur sangat banyak sekali macam-macam tempat wisata mulai dari wisata alam dan wisata Sejarah. Seperti, kebun teh Jamus, Taman Tawun, Benteng Van Den Bosch (peninggalan penjajah Belanda), Air Terjun Pengantin, Bukit Kerek, Gua Lowo, Taman Candhi, Embong Kuniran, dan juga Air Terjun Srambang yang sekarang di lengkapi dengan Taman Srambang. Aset wisata Ngawi yang sedang di perbaiki dan terus berkembang adalah wisata Air Terjun Srambang yang terletak di Desa Girimulyo Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi, posisi dari tempat wisata Air Terjun Srambang ini adalah berada di bawah lereng gunung Lawu yang sejuk dan masih sangat asri.

Wisata Air Terjun Taman Srambang ini dikelola oleh pihak investor dari CV. Hargo Dumilah Group yang bekerja sama dengan Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Madiun yang merupakan penanggung jawab dari lahan atau daerah hutan pinus. Selain itu KPH dan CV. Hargo Dumilah Group juga bekerja sama dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) di desa Giri Mulyo. Pengelolaan Air Terjun Taman Srambang yang dulunya hanya berupa air terjun yang berada di tengah hutan pinus dan sekarang menjadi tempat wisata yang lengkap dan terus berinovasi untuk memperindah Srambang. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengunjung meningkat di setiap bulannya.

Tabel 1.1. Daftar Pengunjung Obyek Wisata *Srambang Park* di tahun 2018

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung	Pendapatan
1	Agustus	2.185	32.775.000
2	September	3.269	49.035.000
3	Oktober	3.339	50.529.750
4	November	3.767	56.505.000
5	Desember	15.436	231.540.000

(Sumber : berkas/file dari Manajemen/sekretariat CV. Hargo Dumilah Group).

Kenaikan jumlah pengunjung Objek wisata *Srambang Park* jika diperhatikan dari tabel pada Gambar 1.1. Kenaikan jumlah pengunjung ini terjadi setiap bulannya apalagi di saat akhir tahun karena bertepatan dengan libur natal dan tahun baru. Selain dengan pihak KPH, Pihak investor juga bekerja sama dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) warga desa Girimulyo meningkatkan wisatawan serta dalam hal perawatan dan kemajuan yang ada di Taman Srambang.

Peran Dinas Pariwisata Ngawi sebenarnya ada namun tidak besar hanya sebatas mempromosikan lewat sosial media seperti instagram. Ada beberapa wisata di Ngawi lainnya seperti di Taman Tawun dan Museum Trinil namun hanya ada wisatawan dari daerah saja. Taman Srambang yang dikelola oleh pihak KPH dan CV. Hargo Dumilah Group. Hal ini dikarenakan kurangnya perhatian dinas Pariwisata Ngawi untuk mengelola tempat wisata di Ngawi khususnya wisata sejarah karena di Ngawi banyak peninggalan dari sejarah yang menarik seperti Benteng Van Den Bosch lalu ada museum Trinil yang menyimpan fosil manusia purba. Namun, tempat tersebut kalah saing dengan wisata alam yang ada di Ngawi khususnya wisata yang berada di bawah pengelolaan investor swasta seperti Taman Srambang. Dulu Taman Srambang hanya berupa air terjun saja yang disebut sebagai air terjun Srambang, namun sekarang berubah nama menjadi Taman Srambang atau *Srambang Park* menjadi tempat destinasi favorit yang dikunjungi karena sudah ada perbaikan akses jalan dan juga tempat spot foto yang sangat banyak dan menjadi tempat pilihan untuk menghabiskan waktu libur bersama keluarga.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Implementasi Holistic Marketing dalam Komunikasi Pemasaran di Wisata Srambang Park di Desa Girimulyo Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah :

Mengetahui bagaimana Implementasi Holistic Marketing dalam Komunikasi Pemasaran di Wisata Srambang Park di Desa Girimulyo Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

a) Manfaat Teoritis

Pada dasarnya dari penelitian ini kita bisa mengetahui mengetahui bagaimana Implementasi Holistic Marketing dalam Komunikasi Pemasaran di Wisata Srambang Park di Desa Girimulyo Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi.

b) Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini untuk referensi dan pengetahuan bagi pembaca bagaimana Implementasi Holistic Marketing dalam Komunikasi Pemasaran di Wisata Srambang Park di Desa Girimulyo Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi, Jawa Timur.