

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Market share adalah faktor yang sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Pada umumnya, pangsa pasar dapat dijadikan indikator daya saing dari perusahaan tersebut di suatu market. Setiap bisnis atau perusahaan yang memiliki pangsa pasar di bawah rata-rata kemungkinan tidak akan bisa bertahan menghadapi pesaingan. Pasalnya, tren pangsa pasar dan penjualan produk perusahaan juga merupakan indikator awal akan adanya peluang atau masalah yang bisa timbul di masa mendatang.

Berdasarkan penelitian, market share merupakan suatu aset yang sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan. Namun, namun banyak ahli ekonomi yang mengatakan bahwa pangsa pasar bukanlah tujuan atau kriteria dasar suatu kebijakan ekonomi. Pangsa pasar dapat dijadikan salah satu acuan untuk membangun sistem perusahaan, baik itu dalam merumuskan dan membuat kebijakan. Dan tentunya kebijakan tersebut dibuat berdasarkan pertimbangan yang dihubungkan dengan dampak dari setiap kebijakan terhadap pangsa pasar pesaing perusahaan.

Promosi destinasi wisata banyak dilakukan oleh sejumlah pengusaha untuk dapat menaikkan volume jumlah pengunjung . Menurut Anton Tejakusuma (dalam Mega Super Salesman, 2010) Promosi sendiri merupakan sebuah tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, juga sebagai strategi untuk mengajak prospek melalui transaksi . Promosi dapat dilakukan dengan beberapa metode, seperti membuat website dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat memperkenalkan destinasi wisata, mempromosikan melalui media

elektronik dan dapat dilakukan dengan cara mengkomunikasikannya dengan pemasaran langsung maupun pemasaran tidak langsung . Pentingnya untuk dapat mengkomunikasikan sebuah destinasi wisata atau layanan baru yang ada pada wisata tersebut menjadikan sebuah cara baru untuk dapat menaikkan jumlah pengunjung serta dapat memperkenalkan destinasi wisata tersebut kepada wisatawan yang lain.

Pandemi covid 19 telah mengubah banyak hal dalam sektor pariwisata . Sebelum adanya pandemi covid 19 pariwisata di era modern ini menjadi sebuah kebutuhan pokok bagi sebagian masyarakat untuk mengisi waktu libur bagi refresing setelah di hari aktif disibukkan dengan pekerjaan masing-masing, terlebih bagi mereka yang bisa bertemu keluarga hanya di hari libur saja, begitu pula dengan anak-anak remaja pasti di hari libur juga ikut berpariwisata setelah seminggu dihabiskan di bangku sekolah. Seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Kepariwisata No.10 Tahun 2009 Pasal 1, yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Adriyani:2015).

Kondisi pandemi covid 19 mempengaruhi jumlah kunjungan di berbagai daerah, khususnya di Provinsi Jawa Timur. Sesuai tabel Data Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah kedatangan wisatawan tahun 2015-2019

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
(1)	(2)	(3)	(4)
2015	566	4 772 288	7 772 854
2016	385	5 108 295	5 108 680
2017	604	5 802 714	5 803 318
2018	774	6 965 561	6 966 335
2019	793	7 033 343	7 034 136

Sumber : Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tuban

Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (Disparbudpora) Tuban mencatat, kunjungan wisatawan di tahun kedua pandemi covid-19 ada peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya karena ada penutupan . Kepala Bidang Pariwisata Disparbudpora Tuban, menyatakan jumlah pengunjung di tahun kedua pandemi mengalami peningkatan mencapai 40.140 orang di objek wisata yang terdata.

Sementara data Badan Pusat Statistik menyebutkan bahkan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Tuban, bahkan di tahun 2019 mencapai 7.034.136 orang dengan 7.033.343 wisatawan domestik dan 793 mancanegara. Selama pandemi, rata-rata objek wisata di Kabupaten Tuban menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran corona klaster wisata .

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Riordan Immanuel Siregar (2019) yang berjudul "*Peranan Pata Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan Asing Ke Bali (2002-2014)*". Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa akibat terjadinya bom Bali minat wisatawan mancanegara (wisman) untuk berkunjung ke Bali semakin berkurang. Hal tersebut ditandakan dari merosotnya angka kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun terjadinya Bom Bali yaitu 2002.

Berwisata saat ini memang sangat banyak pilihan, baik wisata yang alami dan wisata buatan, terlebih sekarang lagi maraknya desa wisata, memang desa wisata merupakan salah satu komponen kesejahteraan masyarakat, banyak masyarakat yang sangat terbantu dengan hadirnya pariwisata baru untuk meningkatkan perekonomian di wilayah sekitar, kontribusi pariwisata menunjukkan trend yang semakin meningkat dari tahun ke tahun . Pada tahun 1985 penukaran valuta asing senilai 95, 105 juta dollar AS . Angka ini mengalami kenaikan, menjadi 456, 105 juta dollar AS pada tahun 1990, dan pada tahun 1997 (sesaat sebelum krisis moneter) menjadi 1.380, 454 juta dollar AS . Selanjutnya, karena nilai tukar dollar yang melonjak, penukaran valuta asing hanya mencapai nilai 865,078 juta dollar AS pada tahun 2000 . (Prapita 2018:52)

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa saat ini Indonesia memiliki 1.734 desa wisata . Desa ini perekonomiannya ditopang oleh sektor pariwisata. Indonesia dengan letak geografisnya membuat sektor pariwisata terus berkembang . Hal itu ditunjukkan dari bertambahnya jumlah desa wisata dibandingkan 2014 sebanyak 1.302 desa.

Dari persebarannya, desa wisata paling banyak berada di Jawa dan Bali, yaitu 857 desa, Sumatera 355 desa, Nusa Tenggara 189 desa, Sulawesi

119 desa, Kalimantan 117 desa, Papua 74 desa, dan Maluku 23 desa, dan banyak sekali wisata-wisata baru yang bermunculan , sebagaimana di Desa Ngawun ini terdapat Desa wisata yang bernama TFA.

Desa wisata TFA menjadi pilihan yang strategis untuk wisatawan lokal maupun luar untuk berlibur dan berkunjung kembali bagi wisatawan yang melakukan isolasi mandiri selama masa pandemi covid 19. TFA sendiri adalah singkatan dari Tabiplast Forest Area, dahulu kala masyarakat sekitar menyebutnya dengan daerah Tabiplast. Daerah tersebut merupakan kawasan hutan jati yang tidak terawat sebelumnya.

TFA merupakan salah satu desa wisata yang digagas tahun 2017 dan terwujud pada tahun 2019 tepatnya pada bulan juni, desa wisata ini sendiri terletak di pinggir jalan raya Bojonegoro – Jatirogo yang dulunya sebuah hutan kayu jati yang terletak diantara Desa Ngawun dan Desa Kedungjambe. Di Jalan raya tersebut dulunya rawan pembegalan karena terletak jauh dari pedesaan, sehingga TFA dibangun juga untuk menanggulangi kejahatan-kejahatan yang telah ada serta meningkatkan perekonomian masyarakat desa Ngawun sendiri.



Gambar 1.1
Desa wisata TFA

BUMDes memiliki peranan yang banyak untuk memajukan kesejahteraan masyarakat di pedesaan (Prapita,2016:53). Begitu pula dengan TFA yang diberdayakan oleh BUMDes Ngawun Parengan Tuban oleh anggota

hingga saat ini. Tanah tersebut milik perhutani, anggota bekerja sama dengan perhutani dengan cara bagi hasil 75% pengelola TFA 25% perhutani. (Kurniawan et al. 2016) pada umumnya, sektor pariwisata memainkan peran secara ekonomis berpengaruh sebagai sumber pendapatan dan penghasilan bagi penduduk lokal yang menetap di pulau-pulau kecil. Hingga saat ini TFA masih bisa mempertahankan pangsa pasar di masa pandemi covid 19 ini terlebih dihari minggu, dengan adanya promosi layanan baru melalui program pasar minggu dan mempertahankan keberadaannya untuk melawan pariwisata-pariwisata yang lain. Sehingga butuh upaya untuk mempertahankan TFA sendiri dimata masyarakat desa Ngawun maupun desa lain.

Peneliti memilih tempat ini karena tempat ini sebelumnya merupakan kawasan hutan jati yang tidak terjamah oleh penduduk sekitar bahkan terdapat berbagai penyimpangan sosial seperti dipakai tempat minum-minuman keras para pemuda, pembegalan terhadap warga yang lewat, bahkan tempat mesum pada saat malam hari, selain itu dimasa pendemi saat ini desa wisata ini masih bisa bertahan hingga ssat ini dan bisa berlangsung melalui promosi program pasar minggu, hal ini menjadi keunikan tersendiri mengingat banyak wisata yang gulung tikar akibat Pembatasan sosial oleh pemerintah daerah setempat. Pentingnya penelitian ini bisa menjadikan wawasan baru bagi peneliti dan pembaca, terlebih bisa dipakai sebagai acuan pertimbangan kebijakan selanjutnya jika diperlukan oleh pihak manapun yang berkepentingan.

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh T. Prasetyo Hadi Atmoko , Dosen Akademi Pariwisata Yogyakarta dengan judul STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA BRAJAN KABUPATEN SLEMAN yang membahas Strategi pengembangan potensi-potensi desa

wisata Brajan, peneliti tersebut menggali Adanya potensi yang bisa dijadikan khas dari desa wisata Brajan yang dijadikan icon berbeda dengan lainnya, TFA sendiri menjadikan hutan Jati dengan nuansa alami yang dipadukan dengan model kekininan sebagai ciri khas dari Desa Wisata tersebut.

Pemberlakuan physical distancing dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) juga mengubah pola pemasaran saat ini . Untuk itu perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan pangsa pasar dalam masa pandemi covid 19 ini. Di TFA sendiri selama masa pandemi covid 19 masih tetap dibuka dengan memberlakukan prosedur kesehatan serta pelayanan yang baik seperti wajib memakai masker, mencuci tangan sebelum masuk, penyemprotan disinfektan, mengecek suhu badan yang dilakukan oleh petugas. Kualitas pelayanan secara keseluruhan mengenai kesan terhadap pelanggan yang mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan (Zhang et al. 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut .

1. Bagaimana upaya mempertahankan pangsa pasar melalui promosi dan program pasar minggu pada desa wisata TFA selama pandemi covid-19 di Desa Ngawun Kecamatan Parengan Kabupaten Tuban ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana upaya mempertahankan pangsa pasar melalui promosi dan program pasar minggu pada desa wisata TFA selama pandemi covid-19 di Desa Ngawun Kecamatan Parengan Kabupaten Tuban

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis :

- a. Bagi Peneliti : Sebagai media pembelajaran dalam mengembangkan wawasan dan pengetahuan tentang desa wisata.
- b. Bagi Universitas Trunojoyo Madura : sebagai bahan referensi dan pengetahuan pembaca di program study manajemen khususnya pemasaran.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya : dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya apabila ingin melakukan penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengelola destinasi wisata : Penelitian ini agar dapat dimanfaatkan dan dipergunakan sebagai referensi dasar untuk mengambil suatu langkah kebijakan yang berhubungan dengan mempertahankan pangsa pasar selama masa pandemi covid 19 di desa wisata TFA.
- b. Bagi pemerintah : Sebagai bahan pertimbangan kebijakan jika relevan.