

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara kepulauan, yang berpotensi untuk membangun industri pariwisata menjadi lebih berkembang sangat pesat, perkembangan industri pariwisata tidak hanya berdampak pada devisa saja, tetapi telah mampu mengembangkan lebih luas untuk kesempatan bagi siapapun yang berusaha serta menciptakan suatu lapangan pekerjaan yang baru bagi seluruh masyarakat, khususnya yang tidak memiliki pekerjaan dan memperkecil potensi dari pengangguran (Rahma & Handayani, 2013).

Industri pariwisata merupakan sebuah industri yang multidimensional dan saling berkaitan dengan industri lain yang menjadi industri pendukung pariwisata. Masyarakat awam biasanya hanya mengenal komponen atau industri pendukung pariwisata tersebut, seperti industri perhotelan, transportasi, hiburan, restoran dan industri lain yang berhubungan langsung maupun tidak langsung, sehingga masing-masing industri sering tidak bertindak sama sebagai suatu kelompok terintegrasi dan saling mendukung. Seperti definisi pariwisata sendiri yaitu suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang bepergian (Hadinoto, 1996).

Di negara-negara berkembang seperti Indonesia telah memiliki modal negara dalam pengembangan pariwisata sehingga dapat dijadikan untuk meningkatkan perekonomian negara Indonesia karena Indonesia telah memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan. Untuk mewujudkan target tersebut maka sudah seharusnya dilakukan upaya pengoptimalan seluruh produk pariwisata yaitu terutama pengembangan daya tarik wisata. Pengembangan destinasi tujuan wisata harus diimbangi dengan suatu upaya pemasaran yang lebih terstruktur. Potensi yang ada ditambah dengan adanya strategi pemasaran yang bisa diyakini oleh masyarakat yang mendorong jumlah kunjungan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan,

menyediakan sarana dan prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan, guna melayani wisatawan. Kegiatan dan pengembangan pariwisata mencakup segi-segi kehidupan dalam masyarakat, mulai dari kegiatan angkutan, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, cinderamata, pelayanan, dan lain-lain (Yoeti, 2002).

Pariwisata meliputi sektor swasta dan sektor pemerintah, dimana pada dasarnya swasta mengurus sarana sedangkan pemerintah prasarana. Sektor swasta, dalam hal ini masyarakat umum, individu, organisasi, maupun komunitas yang memiliki usaha yang mendukung industri pariwisata. Melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pemerintah mengharapkan agar daerah-daerah baik tingkat kabupaten maupun provinsi untuk mengangkat dan mendayagunakan potensi yang ada di wilayahnya untuk dijadikan sumber pendapatan asli daerah (PAD) termasuk dalam sektor pariwisata. Desa sebagai daerah otonom yang diberi kesempatan mengelola potensi daerahnya sendiri memiliki peluang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Berdasarkan UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, desa diberikan kewenangan untuk mengatur dan mengurus sesuai dengan kebutuhan dan prioritas desa. Berlakunya otonomi daerah merupakan peluang agar aparatur pemerintah desa dapat melakukan kreasi dalam pengelolaan administrasi pemerintahan hingga pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa. Otonomi daerah sebagai wujud dari dianutnya asas desentralisasi diharapkan dapat membangun dan memajukan desa sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang ditujukan bagi pelaksanaan roda pemerintahan daerahnya sesuai dengan aspirasi masyarakat (Annisa, dkk. 2019)

Kabupaten Gresik merupakan salah satu daerah di Indonesia yang berada di Jawa Timur yang memiliki potensi dalam bidang pariwisata yang dapat dikembangkan secara luas. Kabupaten Gresik terkenal dengan sebutan kota industri dan kota wisata religi di Jawa Timur. Terdapat 30 lebih objek wisata yang ada di Kabupaten Gresik dengan tiga kategori yaitu wisata alam, wisata buatan dan wisata religi. Pada rentang tahun 2-3 tahun ini di kabupaten Gresik sudah mulai bermunculan Daya Tarik Wisata desa yang cukup viral pada lingkup nasional, Salah satunya Wisata Alam Gosari atau yang lebih dikenal dengan sebutan (WAGOS). Wisata alam gosari merupakan salah satu wisata yang terletak di desa gosari kecamatan ujung pangkah kabupaten Gresik, wisata alam ini diresmikan

sejak tahun 2016 yang di dirikan oleh para pemuda karangtaruna desa gosari. Wisata Alam Gosari atau yang lebih dikenal dengan sebutan (WAGOS) berada di Desa Gosari, Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik, wisata tersebut merupakan salah satu wisata desa berbasis komunitas yang berada di Kabupaten Gresik, dengan penerapan wisata desa berbasis komunitas ini juga dibantu oleh instansi terkait yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gresik (Falah, 2022).

Menurut Nasikun (2000) *Community Based Tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis komunitas yang merupakan kelanjutan dari konsep ekowisata dimana komunitas masyarakat atau warga setempat sebagai produsen pariwisata menjalankan peranan penting dan menjadi pelaku utama dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi dan memberi manfaat terhadap kehidupan dan lingkungan mereka. Dalam mencapai tujuan pemberdayaan masyarakat, berbagai upaya dapat dilakukan melalui berbagai macam strategi. Salah satunya adalah pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang secara konseptual memiliki ciri-ciri serta karakter yang unik. Pariwisata berbasis komunitas memiliki konsep dalam properti dan ciri-ciri unik dan karakter yang lebih unik di organisasi dalam skala yang kecil, jenis pariwisata ini pada dasarnya merupakan wisata alam yang secara ekologis aman, dan tidak banyak menimbulkan dampak negatif seperti yang dihasilkan oleh jenis pariwisata konvensional. Pariwisata berbasis komunitas memiliki peluang lebih besar untuk dapat mengembangkan obyek-obyek dan atraksi-atraksi wisata berskala kecil dan oleh karena itu dapat dikelola oleh komunitas-komunitas dan pengusaha-pengusaha lokal. Pariwisata berbasis komunitas berkaitan sangat erat dan sebagai konsekuensi dari keduanya lebih dari pariwisata konvensional, dimana komunitas lokal melibatkan diri dalam menikmati keuntungan perkembangan pariwisata, dan oleh karena itu lebih memberdayakan masyarakat. (Nasikun, 2000).

Dari data yang didapatkan dari Bapak Hamim selaku salah satu pengelola WAGOS yang juga merupakan pegawai pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gresik, kondisi yang ada pada WAGOS disaat sebelum adanya penerapan wisata berbasis komunitas dapat dibilang kurang maksimal. Hal tersebut dapat dilihat dari lambatnya perkembangan WAGOS dalam bidang pemasaran,

dimana para pengelola WAGOS pada saat itu masih belum paham betul mengenai strategi-strategi yang bagus digunakan untuk memasarkan pariwisata. Pada saat itu WAGOS terkesan kurang terawat infrastrukturnya, tidak adanya jadwal pemeliharaan yang teratur, kurangnya kesadaran pengelola dan pegawai yang ada di WAGOS mengenai pemeliharaan infrastruktur. Pilihan spot serta wahana yang masih sedikit, pemilihan tata letak wisata yang kurang tepat sehingga menjadi monoton. Sehingga berakibat kepada sedikitnya pengunjung yang datang ke WAGOS, dan juga informasi mengenai pariwisata yang kurang meluas, dimana pengelola WAGOS hanya mengandalkan bantuan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gresik sebagai pendukung untuk menyebarkan informasi mengenai WAGOS ini.

CBT yang ada di WAGOS mulai berkembang sejak tahun 2017 dan diresmikan pada tahun 2018 oleh kepala desa yang menjabat kala itu, ditandai dengan pembentukan POKDARWIS atau kelompok sadar wisata yang di dalamnya juga terdapat struktur pengelola WAGOS. Saat ini setelah adanya penerapan wisata berbasis komunitas pada WAGOS, keadaan WAGOS berubah menjadi lebih berkembang, pengelola sudah paham mengenai konsep pemasaran pariwisata yang cocok diterapkan di WAGOS. Kondisi infrastruktur yang lebih terawat karena sudah adanya jadwal pemeliharaan yang teratur yang dilaksanakan oleh pegawai. Tata letak wisata yang lebih fleksibel sehingga tidak monoton, dapat dirubah sesuai dengan tren yang sedang populer di kalangan masyarakat, sehingga dapat menjadikan bertambah ramai pengunjung yang datang. Banyak dari wisatawan yang betah berada di WAGOS, selain karena suasananya yang segar juga karena hal lain yang ada di WAGOS seperti adanya kolam renang untuk anak-anak, rumah makan dengan tema pedesaan, banyak gazebo-gazebo yang dapat digunakan untuk tempat istirahat bagi para pengunjung. Dan yang terpenting adalah semakin meluasnya informasi mengenai pariwisata WAGOS ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Hamim selaku salah satu pengelola dari Wisata Alam Gosari.

Dari pemaparan latar belakang di atas, dapat dipahami bahwa penelitian ini akan berisi tentang bagaimana *Branding, Advertising, Selling* sebelum dan sesudah adanya konsep wisata berbasis komunitas pada Wisata Alam Gosari. Oleh karena

itu judul penelitian yang dipilih adalah “Analisis *Branding, Advertising, Selling* Sebelum Dan Sesudah Penerapan Konsep Wisata Berbasis Komunitas Pada Wisata Alam Gosari (WAGOS)” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang disampaikan sebelumnya, maka dirumuskan pokok permasalahan yaitu bagaimana *Branding, Advertising, Selling* sebelum dan sesudah adanya konsep wisata berbasis komunitas pada Wisata Alam Gosari (WAGOS)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendapatkan gambaran dan temuan mengenai *Branding, Advertising, Selling* sebelum dan sesudah adanya konsep wisata berbasis komunitas pada Wisata Alam Gosari (WAGOS).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian di atas, fokus penelitian ini mengarah pada studi eksplorasi mengenai *Branding, Advertising, dan Selling* yang digunakan oleh komunitas yang mengelola Wisata Alam Gosari dalam mencapai peningkatan pemasarannya. Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

#### **1. Manfaat secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi, diskusi, dan referensi bagi mahasiswa yang sedang menempuh mata kuliah dengan konsentrasi pemasaran. Dan juga diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai contoh penerapan materi baik secara teori maupun praktik serta diharapkan dapat menambah bahan kajian bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dengan tema yang sama.

#### **2. Manfaat secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan pihak pengelola wisata sebagai bahan referensi, pertimbangan, dan masukan untuk meningkatkan pemasaran Wisata Alam Gosari.