

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Indonesia mempunyai banyak sektor pariwisata yang menarik perhatian wisatawan lokal maupun mancanegara. Banyak daerah di Indonesia yang menawarkan paket wisata untuk menarik pengunjung ke daerah. Salah satu yang menjadi wisata ikonik Indonesia adalah pulau Bali. Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata dunia yang sudah dikenal oleh banyak orang. Keindahan panorama yang dimiliki Bali telah menyihir wisatawan, sehingga peningkatan kunjungan wisata terus meningkat dari tahun ketahun. Sektor pariwisata menjadi salah satu potensi yang sampai saat ini terus dirancang sebagai sumber pendapatan daerah karena menjadi daya dukung dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka kemiskinan yang ada di daerah.

Pulau Bali merupakan salah satu pulau kecil di perairan Indonesia yang diperkirakan memberikan dampak yang sangat besar bagi dunia pariwisata di Indonesia. Yang membedakan Bali dari daerah lain di Indonesia adalah keindahan alam, budaya, dan ragam masakan yang ada di Bali. Jenis Bali yang beraneka ragam dan tempat wisata yang lengkap juga dikenal dunia, mulai dari pantai, kawasan persawahan, kawasan hutan dan danau, kawasan wisata buatan seperti Gunung Merapi, air terjun dan desa wisata. Setiap objek wisata tidak bisa menjadi faktor penarik utama bila tidak ditunjang oleh komponen pariwisata (*attraction*

,*accessibilities, amenities, accommodation, activities, ancillary*) (Asmoro, 2020). Pariwisata dibangun oleh beberapa komponen yang saling terkait antara satu komponen dengan komponen lainnya. Komponen-komponen tersebut mempengaruhi perkembangan suatu destinasi wisata. Semakin baik kualitas komponen tersebut maka semakin baik pula kualitas suatu destinasi wisata. Kesenian pun tak luput dari pandangan para wisatawan yang berkunjung. Bali dan pariwisata tidak bisa dipisahkan. (Kemenparekraf/Baparekraf RI,2021)

Industri pariwisata memberikan peluang munculnya berbagai sektor formal dalam hal membuka lapangan kerja bagi mereka yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk memasuki sektor formal seperti hotel, restoran dan sektor kebutuhan lainnya. keterampilan untuk menjadi profesional. (Statistik, 2017). Perkembangan pariwisata di Indonesia belakangan ini memasuki tatanan baru dengan munculnya model pariwisata berbasis desa wisata. Desa Wisata muncul karena adanya keinginan untuk melaksanakan pembangunan masyarakat yang berkelanjutan. Dengan adanya desa wisata diharapkan akan tercipta pembangunan pariwisata yang berkelanjutan tanpa merusak nilai-nilai budaya masyarakat setempat.

Sebagai ikon pariwisata Indonesia, Bali telah menjadi salah satu daerah tujuan wisata dunia yang sangat populer. Pariwisata bahkan menjadi komoditas yang mampu menggantikan sumber daya tambang dan minyak sebagai penggerak roda perekonomian di pulau dewata. Kabupaten Badung merupakan salah satu dari delapan Kabupaten di Bali dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) tertinggi yang didapat dari sektor pariwisata (dispar.badungkab)

Selama ini Kabupaten Badung dikenal dengan kawasan wisata Kuta serta

Nusa Dua yang telah tersohor sebagai destinasi wisata unggulan yang menikmati pesatnya pembangunan pariwisata. Kondisi berbeda terlihat di Badung bagian Utara yang menyimpan potensi keindahan alam serta kehidupan perdesaan yang masih tradisional. Jika di lihat dari tingkat kesejahteraan masyarakatnya, dapat dikatakan daya beli masyarakat Badung Selatan yang mayoritas bergerak di sektor pariwisata jauh lebih baik dibandingkan dengan masyarakat Badung Utara yang hidup dengan memanfaatkan tanah pertanian dan perkebunan yang dimiliki. Melihat ketimpangan kesejahteraan yang terjadi, dipandang perlu menerapkan model pariwisata berkelanjutan yang dapat memberikan manfaat positif pariwisata secara lebih merata. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengangkat potensi desa-desa yang menjadi unggulan di wilayah Badung Utara. Tujuan pariwisata berkelanjutan dapat dicapai dengan menyeimbangkan nilai-nilai sosial, lingkungan dan ekonomi. Ada keinginan untuk melindungi dan menonjolkan alam serta membangun keistimewaan untuk mengembangkan dan memasarkan destinasi pariwisata secara tepat. (dispar.badungkab)

Praktek pengembangan desa wisata di Indonesia telah melahirkan banyak desa wisata di berbagai daerah berdasarkan potensi desanya masing-masing, (Arthana, 2020) hasil penelitian ini menyebutkan bahwa setidaknya sampai tahun 2016 terdapat 576 desa wisata sungai, 165 desa wisata irigasi, 374 desa wisata danau. Jumlah desa wisata akan terus bertambah sesuai dengan kebijakan pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh masing-masing pemerintah daerah.

Tabel 1.1

Jumlah kunjungan wisatawan nusantara di Kabupaten Badung pada tahun 2018-
2020

Bulan	Kunjungan Wisatawan (Jiwa)		
	2020	2019	2018
Januari	11107	11107	34205
Februari	11226	7212	22168
Maret	9860	7895	27626
April	5543	9132	19537
Mei	6178	9773	33440
Juni	5170	8182	44662
Juli	4932	9451	38455
Agustus	5970	8630	42539
September	5337	8709	41019
Oktober	5568	9865	39930
November	5455	10012	50763
Desember	5991	12728	35742
Total/tahun	82337	112696	430086
	13%	18%	69%

(sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) di Kabupaten Badung)

Pada tabel di atas terdapat data kunjungan wisatawan ke kawasan wisata di Kabupaten Badung yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun akibat dampak pandemi COVID-19. Tabel di atas merupakan data resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Badung. Wisata alternatif berbasis pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat lokal, salah satunya adalah desa wisata, dimana proses pengembangan pariwisata dilakukan berdasarkan penggalian potensi sumber daya yang ada di desa bersama dengan pemberdayaan masyarakat lokal. Atas dasar itu, pemerintah Indonesia mulai mengintensifkan pengembangan desa wisata sejak satu dekade terakhir untuk merespon kegiatan wisata alternatif.

Adanya upaya pengembangan desa wisata juga dilatarbelakangi oleh keinginan pemerintah untuk memberdayakan desa wisata.

Desa wisata adalah suatu komunitas atau masyarakat yang terdiri dari penduduk suatu wilayah terbatas yang dapat berinteraksi langsung satu sama lain di bawah suatu pengelolaan dan memiliki kepedulian dan kesadaran untuk berperan bersama dengan menyesuaikan kemampuan individu yang berbeda. Desa wisata dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian kita dalam menyikapi potensi wisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah masing-masing desa (Asmoro, 2020).

Berdasarkan hasil observasi bersama ketua pengelola (Nyoman Gde Betha) Desa Wisata Taman Gerih merupakan sebuah objek wisata yang masih sangat baru, yang dimana dalam ketarangan di dapat desa wisata taman gerih belum termasuk dalam sebuah “SK Desa Wisata” akan tetapi sudah termasuk dalam sebuah “Destinasi/Objek Wisata” dengan sebuah nama “Desa Wisata Taman Gerih” dalam proses berjalannya pengembangan objek wisata ini dibantu oleh seluruh masyarakat sekitar dalam penjagaan desa wisata, promosi desa wisata, atau pun kerjasama yang dilakukan oleh pegelola desa wisata bersama masyarakat sekitar, beliau (Nyoman Gde Betha) menyebutkan dari dibukanya objek wsiata baru ini salah satu faktor kurangnya kunjungan wisatawan di desa wisata ini adalah masih adanya pandemic covid-19, tetapi dijelaskan bahwa kepada wisatawan yang berkunjung tidak perlu khawatir pada saat melakukan kunjungan wisata di balik protokol kesehatan yang telah di terapkan begitu juga

desa wisata ini begitu luas, wisatawan satu dengan wisatawan yang lainnya akan memiliki jarak, karena wisatawan akan diarahkan oleh pemandu wisata yang ada di lokasi desa wisata, dengan begitu wisatawan bisa melakukan kunjungan wisata dengan rasa aman dan nyaman. Diharapkan dengan begitu banyak wisatawan yang berminat untuk berkunjung ke desa wisata taman gerih.



Gambar 1.1 : Desa wisata taman gerih (tampak depan desa wisata taman gerih)

Selain itu, tujuan didirikannya desa wisata ini adalah untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai aktor penting dalam pembangunan sektor pariwisata serta mampu bersinergi dan bermitra dengan stakeholders terkait dalam peningkatan kualitas pembangunan pariwisata. di daerah untuk membangun dan menumbuhkan sikap positif dukungan dari masyarakat desa sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai Sapta Pesona untuk tumbuh. Fungsi desa wisata adalah sebagai wadah langsung bagi masyarakat untuk mengetahui potensi tempat tersebut sebagai tempat wisata.

Desa wisata merupakan aset pariwisata berbasis potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa. Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang menawarkan suasana menyeluruh yang menggambarkan keaslian desa, baik dari segi sosial ekonomi, budaya, maupun

berbagai potensi desa yang unik yang telah dikembangkan menjadi komponen wisata, misalnya keindahan alamnya. pesona alam desa, kuliner khas desa, oleh-oleh. (Andriyani, 2017).

Desa wisata merupakan bagian dari pembangunan pariwisata berkelanjutan dan merupakan salah satu program Pemerintah Republik Indonesia yang diharapkan dapat mempercepat kebangkitan pariwisata dan memicu pertumbuhan ekonomi. Komponen pertama adalah melihat potensi wisata yang ada. Disini aparat desa harus memiliki database yang jelas mengenai lahan, lokasi, luas dan bagaimana ekosistemnya dapat membantu perkembangan destinasi wisata nantinya. Komponen selanjutnya adalah melihat minat dan kesiapan masyarakat terhadap pengembangan destinasi wisata lokal. Desa wisata akan sangat berkembang jika dikelola oleh desa itu sendiri, maka perlu adanya suatu organisasi yang secara khusus mengurus desa wisata tersebut diperlukan agar berkelanjutan dan melibatkan pihak-pihak yang menentukan arah desa wisata tersebut. Komponen terakhir adalah konsep desa wisata yang harus unik. Dengan konsep atau ide desa wisata yang berbeda akan menjadi nilai jual yang menonjol diantara destinasi wisata di daerah lain. Desa wisata adalah kegiatan melakukan wisata yang identik, meliputi berbagai kegiatan yang menarik, memikat dan mendorong wisatawan sebagai konsumen untuk menggunakan produk desa wisata atau berwisata ke desa wisata yang dianggap sebagai bentuk industri pariwisata. Atau disebut pemasaran desa wisata. Komponen produk wisata itu sendiri terdiri dari angkutan wisata, atraksi wisata dan akomodasi wisata. (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021).

Desa wisata taman gerih merupakan sebuah desa yang berada di kabupaten badung, desa wisata ini baru terbentuk pada tanggal 24 juli 2021 desa wisata ini merupakan sebuah ikon di desa taman gerih, desa wisata ini bertujuan untuk menambah obyek wisata yang ada di wilayah badung dengan luas 3,650m dan 2,500m, dengan bertemakan “Tri Hita Karana” tema tersebut termasuk dalam konsep desa wisata ini yang memiliki arti wisata dengan alam, wisata dengan sesama dan wisata terhadap tuhan (religi). Desa Wisata Taman Gerih di kelola oleh kepala desa setempat (Bendesa Gerih) desa wisata ini juga mengajak para UMKM setempat untuk bergabung di dalamnya karena tujuan lain dari didirikannya desa wisata ini adalah untuk memajukan perekonomian warga setempat.

Desa wisata ini menyuguhkan beberapa daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan untuk berkunjung diantaranya terdapat kegiatan wisata yang bisa di coba oleh wisatawan yaitu : 1. Wisata sampan ,2. Wisata perkebunan ,3. Bersepeda ,4. Jogging. Terdapat juga kuliner yang bisa dinikmati oleh para wisatawan yang berkunjung dengan menuju restaurant yang telah di sediakan. Obyek wisata ini bisa dijadikan tempat berlibur juga untuk anak-anak untuk lebih mengenal tetang alam sekitar begitu juga tempat ini salah satu obyek wisata baru yang ada di kabupaten badung yang harus di kunjungi.



Gambar 1.2 : wisata sampan

Desa wisata taman gerih ini juga bisa digunakan sebagai tempat-tempat event tertentu yang sering di *booking* oleh *event organaizer* untuk mengadakan acara seperti *Wedding party*, *Birth day party* dan Reuni. Adapun tariff tiket masuk untuk mengunjungi obyek wisata taman gerih ini yaitu, Tiket anak-anak dikenakan biaya sebesar Rp.5,000,- sedangkan Tiket dewasa dikenakan biaya sebesar Rp.10,000,- setiap tiketnya. Dengan begitu para wisatawan sudah bisa menikmati obyek wisata taman gerih dengan dipandu oleh staff atau karyawan pengelola obyek wisata dengan menawarkan kegiatan-kegiatan wisata yang ada.

Saat ini, trend promosi wisata sudah mengarah ke online. Sebagian besar wisatawan yang berkunjung mengetahui potensi objek wisata berdasarkan informasi dari Internet. *Website* merupakan teknologi yang sangat berpengaruh apakah wisatawan berkunjung atau tidak ke lokasi wisata (Harjoseputro, 2018). Wisatawan akan memutuskan akan berkunjung atau tidak kesuatu tempat berdasarkan keberadaan informasi dan review objek wisata oleh orang lain. Informasi yang lengkap mengenai objek wisata akan menambah ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Untuk itu perlu disediakan media informasi wisata yang mudah diakses dan mudah ditemukan di mesin pencari "*goggle*" oleh calon wisatawan.



Gambar 1.3 : Desa Wisata Taman Gerih (Panggung Terbuka)

Beberapa penelitian terkait pengembangan sistem informasi objek wisata diantaranya adalah (Harjoseputro, 2018). menyebutkan dalam promosi objek wisata dengan mudah bisa menggunakan aplikasi maupun dengan media online atau *website*. Selain itu, penggalan potensi objek wisata juga bisa dilakukan melalui aplikasi mobile dengan peran serta masyarakat yang turut serta melakukan promosi objek wisata tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibuat, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah seperti berikut :

1. Objek wisata di desa taman gerih yang belum banyak di ketahui pada daftar kunjungan objek wisata.
2. Pengelolaan yang kurang efektif dalam mempromosikan objek wisata desa wisata taman gerih.
3. Dalam pengembangan desa wisata kurang nya informasi terakit megenai desa wisata taman gerih.
4. Dalam pegelolaan promosi kurang nya kerja sama antara info *media social* dalam mempromosikan desa wisata taman gerih.

1.3.Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibuat, karena penulis terfokus kedalam strategi pengembangan objek wisata desa wisata taman gerih kabupaten badung. Adapun batasan yang penulis ajukan sebagai berikut :

1. Merencanakan strategi promosi dalam pengenalan objek wisata baru yaitu desa wisata taman gerih agar lebih dikenal dan banyak nya kunjungan wisatwan serta menyediakan media informasi lengkap mengenai desa wisata taman gerih melalui *website*.

1.4.Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi Desa Wisata Taman Gerih melalui *website*?

1.5.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi Desa Wisata Taman Gerih dalam upaya mempromosikan sebuah desa wisata melalui *website*.

1.6.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti

Melatih berfikir dengan disiplin ilmu di bangku perkuliahan serta menambah ilmu pengehtahuan tentang pariwisata.

- b. Bagi pembaca dan Akademik

Menambah ilmu mengenai Pariwisata tentang strategi pengembangan wisata di suatu obyek wisata dalam pengembangan skala bertahap terhadap obyek wisata tersebut dan untuk referensi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat sebagai langkah awal dalam promosi obyek wisata di desa dan aspek-aspek yang dapat menunjang dalam proses pengembangan sebagai desa wisata yang wajib dikunjungi.

a. Bagi Masyarakat Desa gerih

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan motivasi oleh masyarakat Desa Gerih untuk membantu mempromosikan objek wisata yang ada di desa gerih yaitu sebuah desa wisata.

b. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini, peneliti dapat menambah pengalaman bermakna mengelola suatu pariwisata dari hal terkecil, yaitu promosi objek wisata yang memiliki tujuan mempromosikan objek wisata baru yaitu desa wisata taman gerih. .



