

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perjalanan yang dilakukan seseorang dari sebuah destinasi ke destinasi lain yang tujuannya tidak untuk mencari penghasilan di tempat yang didatangi, melainkan hanya ingin melakukan perjalanan dengan tujuan tamasya dan hiburan, untuk memenuhi berbagai keinginan (Suwena & Widyatmaja, 2010). Perekonomian dunia saat ini didorong oleh sektor pariwisata yang menjadi pendorong utama. Pariwisata adalah salah satu sektor potensi ekonomi kerakyatan memerlukan dukungan dari pemerintah dan masyarakat. Perkembangan yang pesat dirasa mengalami kemajuan yang pesat. Indonesia saat ini menduduki peringkat kesembilan di dunia versi *World Travel and Tourism Council* (WTTC). Di Indonesia salah satu aspek unggulan perekonomian nasional adalah bidang pariwisata, pariwisata dapat menjadi penghasil mata uang terbesar bahkan sekarang menjadi mata uang terbesar keempat di Indonesia setelah minyak sawit, minyak dan gas alam pertambangan (Yulianto & Hari Putri, 2021).

Pemerintah menciptakan desa wisata sesuai dengan tujuan pengembangan pariwisata, dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan sosial, mengentaskan kemiskinan dan pengangguran, melindungi lingkungan dan sumber daya alam, serta memajukan kebudayaan. Dalam rangka mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi desa, pembentukan desa wisata juga merupakan sarana percepatan pembangunan desa

terpadu. Oleh karena itu, setiap daerah harus menyadari potensi yang ada di sana dan berupaya mewujudkannya agar dapat menghasilkan produksi, manfaat, dan nilai tambah yang tinggi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat (CNN Indonesia, 2023). Perubahan lapangan kerja pada masyarakat lokal merupakan salah satu dampak perkembangan pariwisata terhadap kehidupan perekonomian tempat tujuan wisata, karena dengan hadirnya kegiatan pariwisata di kawasan tersebut menimbulkan beberapa pilihan usaha. Wisatawan masa kini mulai menyukai destinasi wisata yang menawarkan interaksi masyarakat dan tampilan keindahan alam. Oleh karena itu, jenis wisata minat khusus alternatif yang disebut “Desa Wisata” mulai bermunculan (Nurhajati, 2018).

Desa wisata merupakan bagian penting dari pengembangan industri pariwisata yang mampu memberikan pelayanan dan fasilitas bagi wisatawan untuk menikmati pemberdayaan masyarakat. Desa wisata adalah bentuk pariwisata dengan objek dan pemandangan kehidupan desa dengan kekhasan masyarakat pedesaan, panorama alam dan budaya sehingga dapat dijadikan sebagai komoditas bagi wisatawan pecinta alam pedesaan. Kehidupan desa merupakan *unique selling point* dari desa wisata sebagai obyek wisata itu sendiri. Salah satu cara untuk memanfaatkan atraksi, penginapan, dan fasilitas pariwisata pada masyarakat yang masih mempertahankan adat istiadatnya adalah melalui desa wisata. Oleh karena itu, fokus utama sebuah desa wisata adalah adat istiadat aslinya yang masih melekat dalam kehidupan sehari-hari sehingga tidak mungkin memisahkan masyarakat wisata dari tradisi. Konsekuensinya, partisipasi aktif masyarakat menentukan apakah operasional desa wisata akan terus berlanjut (Yulianto & Hari Putri, 2021).

Pengembangan desa wisata di Provinsi Bali saat ini terus mengalami peningkatan. Di Pulau Bali, terdapat 179 desa wisata yang tersebar di 9 kabupaten dan kota sebelum pandemi Covid-19. Meskipun demikian, banyak desa wisata yang telah berkembang hingga saat ini terdapat 238 desa wisata (CNN Indonesia, 2023). Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Kepala Bidang Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng, Bapak Agus Widya Suputra, S.E., M.Ap. di ruang kerjanya pada 6 Februari 2023 saat ini terdapat 75 desa wisata yang tersebar di 9 kecamatan di Kabupaten Buleleng. Salah satunya adalah Desa Sudaji yang sudah ditetapkan menjadi desa wisata berdasarkan Surat Keputusan Bupati Buleleng, No: 430/239/HK/2022 tgl 11 Maret 2022, Tentang Desa Wisata di Kab.Buleleng.

Desa Sudaji merupakan destinasi wisata populer yang terletak di Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Luas wilayah Desa Sudaji adalah 1.834,55 hektar, dimana 945 ha digunakan untuk pemukiman, 453 ha untuk sawah, 76 ha untuk perkebunan, 20 ha untuk kuburan, 328,55 ha untuk pekarangan, 10 ha untuk perkantoran, dan 20 ha untuk pekarangan. infrastruktur publik lainnya. Desa Kaja Kangin, Ceblong, Kaja Kauh, Desa, Kubu Kili, Singkung, Rarangan, Mayungan, Bantas, dan Dukuh adalah sepuluh banjar terkenal yang membentuk Desa Sudaji. Desa Sudaji di Kecamatan Sawan memiliki banyak potensi pariwisata, dan dengan pembangunan berkelanjutan, desa ini mungkin akan tumbuh menjadi destinasi utama. Trekking mengelilingi Desa Wisata Sudaji, salah satu atraksi wisata yang diciptakan oleh desa tersebut, memungkinkan pengunjung untuk merasakan lingkungan alam yang masih sangat asri dan udara pagi yang segar. Wisatawan juga dapat melakukan wisata spiritual mengunjungi *balian* yang ada di Desa Sudaji, wisatawan dapat melakukan kegiatan melukat serta meramal masa

depan dan masa lalu. Agrowisata durian dan rambutan di Desa Sudaji juga menjadi salah satu unggulan di Desa Wisata Sudaji (Desa Sudaji, 2023).

Selain kegiatan pertanian, berbagai kegiatan lainnya dapat digabungkan untuk menciptakan desa wisata yang menarik bagi pengunjung diantaranya aktivitas religius masyarakat seperti tradisi Ngusaba Bukakak yang hanya dilaksanakan di Desa Wisata Sudaji, tradisi mengarak babi guling keliling desa ini sangat menarik karena dalam pelaksanaannya dilaksanakan oleh banyak orang dengan rasa riang gembira, tradisi bukakak ini berlangsung pada saat puncak musim wisata yang berlangsung pada bulan Juni hingga Juli. Dengan momentum tersebut, Desa Wisata Sudaji mempunyai potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata pedesaan yang menawarkan atraksi budaya sebagai salah satu daya tarik utamanya. Hal ini dapat memberikan pengalaman menarik dan unik bagi pengunjung desa ini jika dikemas sebagai paket wisata berbasis komunitas dengan gagasan kehidupan asli Bali. Kemudian, atraksi pendukung pariwisata seperti *spot* berfoto, *hiking*, bersepeda, seluncuran air, dan lain sebagainya dapat dibangun untuk memberikan pilihan terhadap permintaan wisatawan yang berkunjung dengan minat yang beragam (Desa Sudaji, 2023).

Desa Sudaji ditetapkan menjadi Desa Wisata tahun 2022, hal ini mendorong Desa Wisata Sudaji untuk lebih gencar melakukan promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat luas dan menarik wisatawan untuk merasakan ciri khas Desa Wisata Sudaji, tentu diperlukan ide promosi yang matang. Keberhasilan desa wisata dalam menjual produk yang berhubungan dengan wisata dan menarik lebih banyak pengunjung sangat bergantung pada promosi. Upaya promosi yang dilakukan bertujuan untuk

mengkomunikasikan atau mempromosikan pariwisata guna memberikan informasi yang akurat dan komprehensif tentang suatu destinasi. Informasi apa pun yang tersedia mengenai pariwisata harus mampu menggambarkan situasi secara akurat dan menggugah rasa ingin tahu masyarakat hingga membuat mereka ingin berwisata (Noviyanti, 2018). Kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sudaji dalam kurun waktu 5 tahun terakhir disajikan pada Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Sudaji berikut.

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Sudaji

No	Tahun	Jumlah Wisatawan		Total
		Domestik	Mancanegara	
1	2018	2.073	3.118	5.191
2	2019	1.470	2.484	3.954
3	2020	718	214	932
4	2021	319	211	530
5	2022	1.785	634	2.419

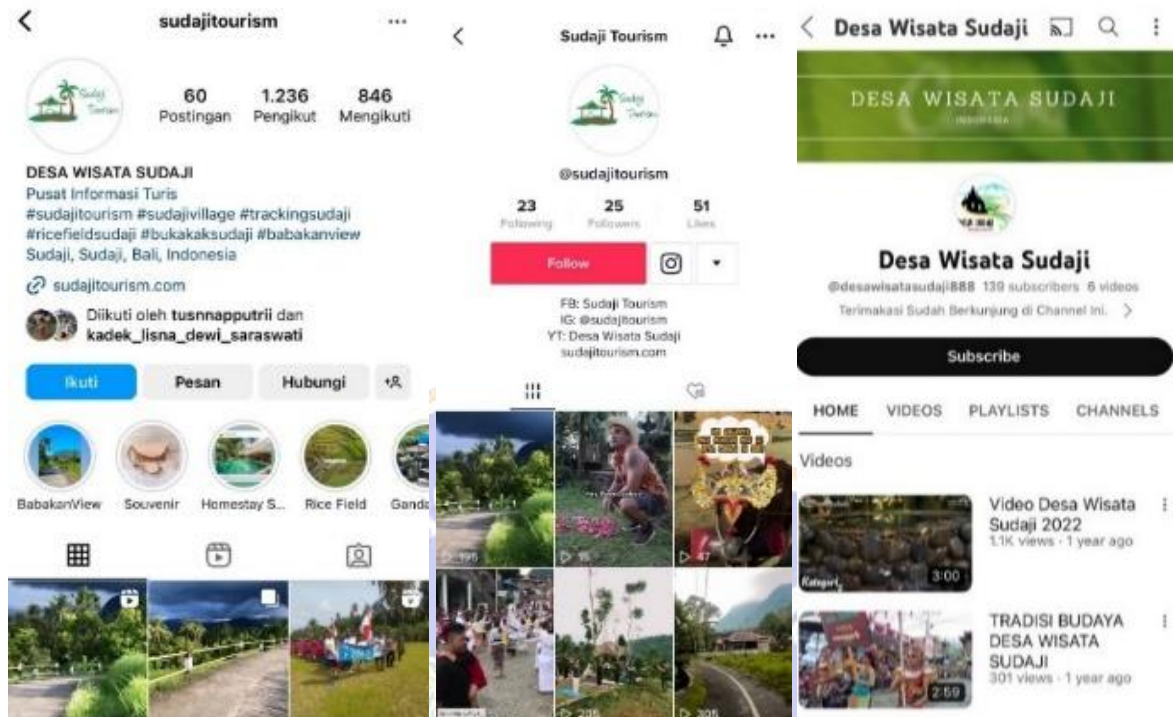
(Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Buleleng, 2023)

Diresmikan pada tanggal 11 Maret 2022 sebagai desa wisata berdasarkan Surat Keputusan Bupati Buleleng, No: 430/239/HK/2022, Desa Wisata Sudaji harus lebih gencar untuk melakukan promosi sehingga eksistensi Desa Wisata Sudaji dapat terjaga keberlanjutannya. Dari data diatas terlihat bahwa kunjungan

wisatawan di Desa Wisata Sudaji masih bisa terus dilakukan peningkatan. Bila dilihat perbandingannya dengan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng pada tahun 2022 kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng mencapai 700.000 kunjungan menurut Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng. Perbandingan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Buleleng tahun 2022 tentunya masih terpaut jauh dengan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Sudaji tahun 2022 yang hanya berjumlah 2.419 kunjungan. Hal ini menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Sudaji tidak mencapai 1% dari kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng. Jika dibandingkan kembali dengan salah satu desa wisata dengan kategori maju di Kabupaten Buleleng yakni Desa Baktiseraga, jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Baktiseraga mencapai 22.415 kunjungan pada tahun 2022 menurut catatan pengelola Desa Wisata Baktiseraga. Melihat data tersebut tentu terdapat kesenjangan yang cukup terpaut jauh antara tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Baktiseraga dengan Desa Wisata Sudaji.

Melihat potensi Desa Wisata Sudaji yang begitu besar mulai dari agrowisata durian dan rambutan hingga *the riil Balinese life*, harusnya tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sudaji ini masih bisa terus dilakukan peningkatan. Berdasarkan hasil wawancara bersama Ketua Desa Wisata Sudaji, Bapak Gede Suharsana yang berlokasi di Desa Sudaji pada tanggal 9 Februari 2023 beliau menuturkan beberapa *guest house* yang terletak di Desa Wisata Sudaji belum menerima tamu sama sekali pasca Covid-19. Saat ini Desa Wisata Sudaji hanya dianggap sebagai tempat singgah. Meskipun terdapat berbagai macam aktivitas dan

atraksi masyarakat di Desa Sudaji, namun masih belum banyak minat wisatawan yang ingin tinggal lebih lama.



Gambar 1.1 *Screenshoot* Akun Media Sosial Desa Wisata Sudaji Via Instagram, Tiktok dan Youtube

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ketua Desa Wisata Sudaji beliau menuturkan bahwa saat ini pengelola sudah berusaha melakukan beberapa promosi melalui platform digital berupa Instagram, Tiktok dan Youtube. Namun kegiatan promosi yang dilakukan melalui platform ini dirasa kurang memberikan efek pada peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Sudaji. Bila dilihat dari sosial media Instagram Desa Wisata Sudaji @sudajitourism saat ini hanya memiliki pengikut sejumlah 1236 pengikut, dengan rata-rata *likes* 40 *likes* per unggahan. Pada akun sosial media Tiktok milik Desa Wisata Sudaji @sudajitourism saat ini baru memiliki 26 pengikut dengan rata-rata *viewers* 130 orang di setiap

postingannya. Pada akun Youtube Desa Wisata Sudaji saat ini memiliki 139 *subscribers* dengan rata-rata 625 *viewers*. Saat ini Desa Wisata Sudaji belum memiliki *website* khusus sebagai media promosi desa wisata. *Website* yang dimiliki saat ini masih tergabung dalam *website* umum Desa Sudaji sehingga informasi terkait pariwisata di Desa Wisata Sudaji masih belum terfokus dikarenakan masih tergabung dengan informasi desa yang tidak berkaitan dengan pariwisata.

Meningkatkan kualitas kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sudaji tentunya menjadi hal yang penting untuk pengembangan desa wisata yang berkelanjutan (Junaid et al., 2022). Kunjungan wisatawan yang berkualitas juga secara langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar daerah wisata (Schubert et al., 2011). Untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke tujuan wisata, pengelola perlu melakukan strategi promosi untuk memperkenalkan produk pariwisata yang ditawarkan (Trianita & Larasati, 2021). Strategi promosi adalah upaya untuk menarik perhatian terhadap suatu barang atau jasa dengan menerapkan tindakan tertentu yang dilakukan bisnis. Tujuan dari strategi promosi adalah untuk menyebarkan pesan kepada masyarakat umum, dengan fokus pada target audiens yaitu konsumen yang menjadi pembeli produk tersebut. Selain memainkan peran penting bagi pemasar, tanpa promosi, pelanggan tidak akan menyadari bahwa produk tersebut ada (Khairina, 2022).

Strategi promosi memiliki pengaruh dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Dalam melakukan promosi tentunya akan terjalin komunikasi dengan wisatawan, sehingga kegiatan promosi ini diharapkan mampu memberikan wisatawan informasi hingga mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata (Azzahra & Noviyanti, 2022). Menurut Awaluddin penggunaan strategi

promosi meningkatkan jumlah wisatawan (Awaluddin & S, 2021). Promosi yang efektif dan berkelanjutan sangat penting untuk setiap objek wisata atau lokasi. Tujuan pemasaran pariwisata adalah untuk meyakinkan, dan meningkatkan kesediaan konsumen untuk mengeluarkan uang dan melakukan perjalanan ke suatu tujuan. Para pengelola jasa pariwisata dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat sebagai sarana untuk mempromosikan penawaran unggulan mereka. Platform digital dapat dimanfaatkan dalam mengkomunikasikan pemasaran jasa wisata (Martoyo Anang, 2022). Strategi promosi berbasis platform digital marketing dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk. Beberapa bentuk strategi promosi berbasis platform digital yakni *website*, *social media marketing*, *online advertising*, dan *video marketing* (Ayesha et al., 2022).

We Are Social dan Hootsuite melaporkan bahwa pada Januari 2023, terdapat 5,16 miliar pengguna internet di seluruh dunia. Angka ini mewakili 64,4% populasi dunia atau 8,01 miliar individu. Oleh karena itu, pengelola usaha jasa pariwisata harus inovatif dan kreatif di era digital saat ini dengan tetap menerapkan strategi promosi dengan memanfaatkan platform digital. Generasi milenial dan generasi Z saat ini sudah sangat terbiasa dengan platform digital, sehingga mengubah perilaku dan gaya hidup mereka. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu memanfaatkan platform digital dalam strategi promosi guna mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Platform digital dapat meningkatkan jumlah dan kualitas informasi yang terjangkau bagi calon wisatawan yang mungkin mempertimbangkan untuk melakukan perjalanan wisata (Andreas Dian Eko, 2022). Hanan dan Putit dalam (Magfira Ladupu & Falimu, 2022) menyatakan promosi destinasi wisata sangat terbantu dengan platform digital. Dengan kata lain, platform

digital memiliki kekuatan untuk mengubah cara wisatawan mencari informasi perjalanan dan memilih destinasi mereka.

Desa Wisata Sudaji saat ini masih mengalami berbagai kendala dalam melakukan promosi salah satunya adalah tidak adanya kesadaran dari masyarakat dalam ikut serta dalam melakukan promosi Desa Wisata Sudaji. Selain itu juga kurangnya koordinasi dan komunikasi antar aparat Desa Sudaji dengan pengelola Desa Wisata Sudaji kurang baik sehingga sulit untuk merancang strategi promosi yang tepat. Strategi promosi yang tepat tentunya sangat diperlukan oleh Desa Wisata Sudaji guna meningkatkan kualitas kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sudaji.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka, peneliti mengkaji masalah dengan judul “Strategi Promosi Desa Wisata Sudaji Berbasis Digital Platform”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, masalah dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut.

1. Rendahnya kepedulian masyarakat terhadap strategi promosi Desa Wisata Sudaji.
2. Kurangnya koordinasi dan komunikasi aparat Desa Sudaji terkait strategi promosi Desa Wisata Sudaji.
3. Strategi promosi berbasis platform digital yang diterapkan oleh pengelola Desa Wisata Sudaji belum menyasar *audience* yang tepat.
4. Kurangnya pendampingan pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng terhadap strategi promosi Desa Wisata Sudaji.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari uraian yang sudah dipaparkan pada latar belakang dan identifikasi masalah peneliti memiliki keterbatasan kemampuan dan berpikir secara menyeluruh oleh sebab itu peneliti mencoba memfokuskan penelitian pada pendeskripsian strategi promosi di Desa Wisata Sudaji berbasis platform digital.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi Desa Wisata Sudaji berbasis platform digital ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi Desa Wisata Sudaji berbasis platform digital.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun penjabarannya, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian dalam pengembangan ilmu pariwisata dan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam pembelajaran yang berkaitan dengan strategi promosi desa wisata berbasis platform digital.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Desa Sudaji

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam melakukan strategi promosi desa wisata bagi Desa Sudaji dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan berbasis platform digital.

b) Bagi Masyarakat Desa Sudaji

Hasil penelitian ini dapat dijadikan panduan oleh masyarakat Desa Sudaji dalam rangka meningkatkan kualitas strategi promosi berbasis platform digital, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sudaji.

c) Bagi Peneliti

1. Dapat meningkatkan pengalaman dalam bidang strategi promosi Desa Wisata Sudaji berbasis platform digital.
2. Dapat menjadi duta dalam promosi Desa Wisata Sudaji, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng, Bali.

