

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata telah berevolusi dari model, bentuk, jenis kegiatan dan motivasi perjalanan. Dalam Undang-undang nomor 10 tahun 2009 pada Pasal 1 Ayat 3 menjelaskan bahwa pariwisata merupakan sebuah kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Pariwisata sendiri mempunyai beberapa potensi wisata khususnya di Indonesia. Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki kekayaan alam yang melimpah. Baik kekayaan laut beserta isinya maupun kesuburan tanah dan pegunungannya. Pariwisata memiliki perpaduan sifat Fana (*Intangible*) sesuatu yang tidak berbentuk dan tidak dapat dibawa hanya untuk ditunjukkan kepada wisatawan seperti keramah tamahan dan sifat berwujud (*Tangible*) sarana dan prasarana yang digunakan untuk memberikan kenyamanan yang ditawarkan kepada wisatawan (Ruastini 2019). Pulau Bali memiliki kombinasi yang tepat yang ditawarkan kepada wisatawan, Bali memiliki keunggulan dalam objek wisata alamnya pegunungan yang hijau, persawahan yang berbentuk terasering yang unik, pantai, danau, terumbu karang dan berbagai tempat wisata religi yang tersedia yang menambahkan keindahan pulau Bali. Bali yang memiliki kawasan untuk dijadikan tempat relaksasi seperti yoga dan dengan kebudayaan yang terdapat di setiap daerah Pulau Bali. Kabupaten Buleleng, yang terletak di Bali, Menawarkan beragam destinasi wisata yang berpotensi tinggi dalam pariwisata, dengan kekayaan alam berbagai objek wisata mulai dari danau, air terjun dan perkebunan.

Destinasi wisata melalui adanya desa wisata dapat berkembang dengan tujuan untuk pengembangan sektor ekonomi yang dilihat dari efek yang signifikan perekonomian yang bertumbuh dengan baik terciptanya lapangan kerja tingkat desa yang menggunakan ratusan tenaga kerja (Sandiasa, 2019). Desa wisata merupakan wujud keterpaduan daya tarik wisata, akomodasi, dan fasilitas pendukungnya yang tersebar merata sesuai konsep pariwisata berkelanjutan. Tujuan pengembangan Desa Wisata adalah memberikan dampak terhadap perekonomian, antara lain meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja yang berkelanjutan. (Wulandari & Rintasari, 2018).

Kabupaten Buleleng terdapat desa wisata yang tersebar pada masing - masing kecamatan. Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Buleleng, NO.430/405/HK/2017, Tentang Desa Wisata di Kabupaten Buleleng. Desa yang tergolong kedalam Desa Wisata yakni, Desa Wisata Sembiran, Desa Wisata Les, Desa Wisata Julah, Desa Wisata Pacung, Desa Wisata Bengkala, Desa Wisata Bebetin, Desa Wisata Sekumpul, Desa Wisata Sudaji, Desa Wisata Lemukih, Desa Wisata Menyali, Desa Wisata Sangsit, Desa Wisata Jagaraga, Desa Wisata Sawan, Desa Wisata Kalibubuk, Desa Wisata Paket Agung, Desa Wisata Gitgit, Desa Wisata Sambangan, Desa Wisata Ambengan, Desa Wisata Pancasari, Desa Wisata Wanagiri, Desa Wisata Pemuteran, Desa Wisata Pemuteran, Desa Wisata Sumber Kima, Desa Wisata Pengulon, Desa Wisata Kaliasem, Desa Wisata Gobleg, Desa Wisata Banjar, Desa Wisata Sidatapa, Desa Wisata Cempaga, Desa Wisata Pedawa, Desa Wisata Banyuseri dan Desa Wisata Munduk. Desa Wisata Munduk merupakan salah satu yang ditetapkan sebagai desa wisata. Desa Wisata Munduk dengan batas wilayah sebelah utara berbatasan dengan Desa Gobleg, sebelah timur

berbatasan dengan Hutan pemerintah, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Gesing, sebelah barat berbatasan dengan Desa Kayuputih (Desa Munduk, 2024). Dengan ditetapkan sebagai Desa Wisata, dilihat dari data kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Munduk dalam kurun waktu 5 tahun terakhir disajikan pada tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Munduk sebagai berikut.

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Munduk

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan		Total
		Domestik	M mancanegara	
1	2019	42.135	20.807	62.942
2	2020	4.378	4.050	8.428
3	2021	170	11	181
4	2022	11.929	16.197	28.126
5	2023	14.293	31.207	45.500

(Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Buleleng, 2023)

Berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan pada 5 tahun terakhir, Desa Wisata Munduk dapat lebih gencar dalam mempromosikan objek wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan data kunjungan wisatawan dalam kurun 5 tahun terakhir di Desa Wisata Munduk, dari tahun 2019 dengan total jumlah kunjungan 62.942 wisatawan dan tahun 2023 dengan total jumlah kunjungan 45.500 wisatawan. Dari data diatas terdapat penurunan jumlah kunjungan wisatawan perbandingan antara tahun 2019 dengan tahun 2023 pada Desa Wisata Munduk. Dilihat dari data jumlah kunjungan di Desa Wisata Munduk masih bisa untuk ditingkatkan melihat potensi objek wisata yang dimiliki.

Dengan lokasi Desa yang strategis Desa Wisata Munduk memiliki potensi alam yang melimpah mulai dari Air Terjun, Danau, perkebunan cengkeh dan kopi. Objek wisata yang terkenal yaitu wisata Air Terjun *Red Coral* dan Danau Tamblingan. Desa Wisata Munduk terdapat berbagai akomodasi penunjang pariwisata yang tersedia dilengkapi dengan tempat untuk swafoto yang

dikombinasikan dengan keindahan alam. Selain itu Desa Wisata Munduk memiliki wisata Religi dengan tradisi yang ada yaitu tradisi Nyakan Diwang yang dilaksanakan pada Ngembak Geni setelah perayaan hari raya Nyepi. Disaat Ngembak Geni Masyarakat melakukan tradisi memasak diluar pekarangan disamping depan pintu masuk rumah dan tradisi Megangsingan. Desa Wisata Munduk terdapat *cottage, home stay, villa*, restoran dengan pemandangan alam. Untuk menunjang perjalanan wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Munduk.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola *Edy home stay* Bapak Ketut Edi Astana pada 17 Juli 2023 menuturkan media promosi wisata yang dimiliki Desa Wisata Munduk melalui *Facebook*, promosi yang dilakukan oleh pengelola akomodasi perhotelan dengan cara menawarkan langsung kepada wisatawan dengan merekomendasikan objek wisata Desa Wisata Munduk. Bapak Sawika selaku POKDARWIS Desa Wisata Munduk beliau menuturkan untuk saat ini Desa Wisata Munduk saat ini belum terdapat media promosi yang khusus seperti akun media sosial untuk mempromosikan daya tarik Desa Wisata Munduk. Beliau menambahkan untuk promosi melibatkan langsung dari masyarakat yang memiliki akomodasi, komunitas angkutan wisata dan komunitas *guide* lokal. Promosi melalui *online booking, travel agent*, dan tamu yang langsung memperkenalkan ke kerabat dan teman-temannya terkait Desa Wisata Munduk.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti Desa Wisata Munduk kurang memaksimalkan media promosi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dapat dilihat dari aktivitas promosi *dishare* melalui akun pribadi yang dimiliki para pengelola seperti Facebook, Instagram dan mempromosikan langsung kepada wisatawan. Sehingga diperlukan strategi promosi yang tepat untuk

memaksimalkan promosi Desa Wisata Munduk agar dapat meningkatkan kunjungan.

Media sosial memberikan peluang besar untuk mempromosikan destinasi wisata. Tingginya penggunaan *smartphone* di berbagai kalangan mempengaruhi tingginya penggunaan jejaring media sosial, di Indonesia berdasarkan Susesas Kor, BPS yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik bahwa individu yang menguasai atau memiliki telepon genggam pada tahun 2023 mencapai 67,29 persen berdasarkan data provinsi seluruh di Indonesia. Berdasarkan hasil pendataan Susesas tahun 2022 bahwa 66,48 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet, diakses melalui <https://www.bps.go.id>. Kemajuan teknologi yang sangat pesat dengan jangkauan yang luas menjadikan upaya untuk memperkenalkan suatu objek wisata melalui media sosial. Media sosial merupakan kegiatan pemasaran menggunakan media dengan upaya untuk membangun dan mengembangkan serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara calon konsumen. Media sosial dapat memperkenalkan brand atau merek produk secara mendetail dengan berbagai konten visual yang menarik, cerita pengalaman wisatawan, dan penilaian positif dari wisatawan. Media sosial dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung, wisatawan akan mencari inspirasi dengan melihat foto dan video perjalanan, informasi destinasi, dan ulasan destinasi wisata melalui media sosial (Yanti et al., 2024). Meningkatkan kunjungan wisatawan pengelola perlu melakukan strategi promosi yang tepat. Strategi promosi yang diterapkan meliputi kegiatan untuk membujuk, merangsang konsumen sebagai kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dari pemasaran. Kegiatan ini dirancang agar konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan melalui memilih sasaran pesan yang

disampaikan dan media yang digunakan (Faillah et al., 2021). Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menggunakan media sosial sebagai strategi promosi.

Melalui strategi promosi menggunakan media sosial yang digunakan memberikan kemudahan untuk mengakses berbagai informasi, foto dan video. Keuntungan media sosial sebagai strategi promosi memberikan dampak yang sangat tinggi dalam menambah minat kunjungan wisatawan. Strategi promosi menggunakan media sosial mempunyai pengaruh yang besar terhadap proses periklanan dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung (Akasse & Ramansyah, 2023). Efektivitas yang dilihat dari tingginya pengguna mendasari pemilihan media sosial menjadi media promosi, masyarakat memilih menggunakan media sosial untuk promosi dengan pertimbangan tingginya jumlah pengguna akan memudahkan penyebaran informasi (Zannah et al., 2023). Informasi yang disampaikan dapat memberikan image positif melalui Facebook, WhatsApp, Youtube dan Instragram (Fanaqi et al., 2022). Strategi promosi menggunakan media sosial dapat dioptimalkan melalui *promotion mix* yakni *advertising, personal selling, direct marketing, sales promotion* dan *public relation*. Dalam *promotion mix* menciptakan perpaduan khusus dari *advertising, personal selling, direct marketing, sales promotion* dan *public relation* melalui media sosial (Uluwiyah, 2022).

Promosi pariwisata memerlukan sinergi antara pemerintah, manajemen, dan masyarakat untuk memastikan pesan promosi menjangkau masyarakat luas. Meningkatnya kunjungan wisatawan terciptanya melalui strategi Promosi yang dilakukan di Desa Wisata Munduk. Melalui media sosial akan membantu promosi wisata kepada calon wisatawan dengan jangkauan yang luas dan terjadinya

interaksi dua arah akan memaksimalkan proses penyebaran informasi. Berdasarkan uraian diatas maka, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Identifikasi Strategi Promosi Desa Wisata Munduk menggunakan Media sosial”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Terdapat daya tarik wisata di Desa Wisata Munduk namun kurang optimal dalam mempromosikannya.
- 1.2.2. Promosi yang sudah diterapkan oleh pengelola Desa Wisata Munduk kurang optimal dalam penerapan media sosial.
- 1.2.3. Kurangnya kesadaran untuk memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai strategi promosi.

1.3 Batasan Masalah

Agar Agar penelitian ini dapat terpenuhi dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka terdapat batasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu mendeskripsikan strategi promosi di Desa Wisata Munduk menggunakan media sosial.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti dapat merumuskan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi Desa Wisata Munduk menggunakan media sosial?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi Desa Wisata Munduk menggunakan media sosial.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan strategi promosi dalam pengembangan ilmu pariwisata.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi referensi terhadap penelitian selanjutnya.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi peneliti

Adapun manfaat bagi peneliti yaitu dapat meningkatkan kemampuan dalam menyelesaikan permasalahan yang terdapat di lingkungan industri pariwisata.

2. Manfaat bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi inovasi bagi masyarakat tentang strategi promosi untuk mempromosikan daya tarik wisata di Desa Wisata Munduk yang dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan.