

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia memiliki SDA yang melimpah baik di darat maupun di laut. Setiap daerah di Indonesia memiliki keunggulan dan ciri khas pengelolaannya. Untuk menggapai tujuannya, seperti pengembangan desa wisata kali ini, pengembangannya memerlukan perencanaan yang tepat. Pengelolaan destinasi wisata yang kurang menarik dapat menyebabkan berkurangnya jumlah pengunjung yang pada akhirnya akan menurunkan pendapatan objek wisata tersebut.<sup>1</sup> Sebab itu, untuk menggapai tujuan komersial tempat wisata diperlukan strategi yang tepat saat membangun destinasi tersebut. Namun, pertumbuhan objek wisata di Indonesia belum diawasi dengan baik untuk implementasinya.

Pariwisata merupakan sektor usaha yang mencakup semua bidang dan objek wisata yang menjadi ciri khas suatu destinasi wisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.<sup>2</sup> Taman bermain dan pemandangan alam lainnya sebagai suatu daya tarik wisata yang ditawarkan oleh pengelola pariwisata.

---

<sup>1</sup> Zulkiflii Sjamsir, *Pembangunan Pertanian dalam Pusaran Kearifan Lokal* (Makassar: CV Sah Media, 2017), 117.

<sup>2</sup> Republik Indonesia, Undang- Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Filosofi manajemen yang mengutamakan pelestarian sumber daya alam yang dimiliki, kepentingan masyarakat, dan kebahagiaan pengunjung terlibat dalam kegiatan wisata yang diinginkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat tetap harus menjadi landasan pengelolaan suatu objek wisata. Pengelolaan suatu objek wisata memerlukan pengelolaan yang baik. Untuk mempersiapkan masa depan dan menggapai tujuan serta hasil yang sebaik-baiknya, maka diperlukan pengelolaan yang efektif oleh lembaga sosial, lembaga pemerintah, dan lembaga koperasi, baik yang diawasi secara individu maupun kelompok. Selain memberikan pemandangan yang indah bagi konsumen, destinasi wisata ini dikembangkan untuk menjadi tempat inovasi pengelolaan produk dan edukasi.

Salah satu elemen penting yang harus dikembangkan bersama sebagai sektor unggulan yaitu industri pariwisata. Koordinasi upaya pelestarian lingkungan, budaya, dan sejarah budaya melalui strategi pariwisata berkelanjutan diperlukan untuk membantu percepatan pertumbuhan nasional. Selain itu, peningkatan jumlah wisatawan juga harus didukung oleh potensi alam yang dimilikinya (Pemerintah Kabupaten Nganjuk). Strategi pembangunan Kabupaten Nganjuk diarahkan untuk mendiversifikasi jenis wisata yang ada, memanfaatkan teknologi, dan menjaga kelestarian lingkungan. Lingkungan Kabupaten Nganjuk memiliki potensi untuk mendukung pariwisata berkelanjutan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, penyelenggaraan

pariwisata bertujuan untuk mendorong pembangunan daerah, menyediakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian negara sehingga mendapat julukan "paspor pembangunan".<sup>3</sup>

Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk memiliki 14 desa yang berdaya tarik wisata, 12 di antaranya memiliki ciri khas tersendiri. Berikut ini adalah beberapa daya tarik wisata di Kecamatan Ngronggot.

**Tabel 1.1**

**Data Wisata Kecamatan Ngronggot  
Kabupaten Nganjuk Tahun 2024**

No	Nama Desa	Nama Wisata	Jenis Wisata
1	Banjarsari	Wisata Kebun Bibit	Toko Bibit Tanaman dan Spot Foto
2	Betet	Wisata Tani Betet	Spot Foto, Wisata Air dan Permainan Anak-Anak
3	Cengkok	Wisata Taman Cengkok	Spot Foto, Spot angsa, Perfotolive, Spot Bambu, Kolam Renang, dan Permainan Anak-Anak
4	Dadapan	Kebun Jambu Cristal Ragil Karya	Spot Foto, Toko Bibit, dan Buah Jambu Cristal
5	Jekek	Wisata Ono Kabe	Spot Foto, Kolam Renang, Permainan Anak-Anak, dan Tanaman Buah dan Sayuran
6	Juwet	Argo Garden	Plant Shop dan Cafe
7	Kalianyar	-	-
8	Kaloran	Industri Batu Bata dan Genting	Industri Batu Bata dan Genting
9	Kelutan	-	-
10	Kelurahan	Mutiara Garden	Spot Foto
11	Mojokendi 1	Randu Tree	Spot Foto

<sup>3</sup> Mustofa Ali, Ayun Maduwinarti, Ni Made Ida Pratiwi, *Strategi Pengembangan Pariwisata Cengkok Nganjuk*, Kediri : Jurnal Sosialita Vol 2 No (2023).

12	Ngronggot	Kolam Renang Sendang Jaya Tirta	Kolam Renang dan Permainan Anak-anak
13	Tanjungkalang	Kolam Renang Dian Tirta	Kolam Renang
14	Trayang	Kebun Jambu Air	Spot Foto, Toko buah dan Jambu Air

Sumber: Google Maps Kecamatan Ngronggot (25 Januari 2024)<sup>4</sup>

Berlandaskan hasil studi yang dilaksanakan mempergunakan Google Maps dengan mempergunakan data di atas, banyak pelaku usaha pariwisata yang hadir di Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Sebab itu, untuk dapat bersaing dengan pelaku usaha pariwisata lainnya diperlukan perencanaan pengembangan yang tepat untuk menarik minat wisatawan dan mengembangkan industri pariwisata. Perencanaan pemasaran atau promosi yang efektif merupakan kunci utama dalam membangun suatu usaha dan diinginkan dapat menarik banyak perhatian wisatawan.<sup>5</sup>

Perusahaan-perusahaan akan bersaing lebih ketat untuk mendapatkan klien atau pengunjung ketika terdapat lebih banyak perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata yang identik. Peneliti memutuskan untuk berkonsentrasi pada rencana pertumbuhan Wisata Taman Cengkok agar dapat meningkatkan kapasitas pemasarannya dan menarik lebih banyak pengunjung. Meskipun terdapat persaingan, Wisata Taman Cengkok mempergunakan sejumlah taktik kompetitif untuk menarik klien baru melalui penggunaan teknik pemasaran atau promosi

<sup>4</sup> Data diolah peneliti, <https://maps.app.goo.gl/y7THENgYeZeDXGKq6>, diakses dari Google Maps (25 Januari 2024).

<sup>5</sup>Ali Hasan, *Marketing dari Mulut ke Mulut: Word of Mouth Marketing*. (Jakarta: MedPress, 2010), 90.

termasuk pemasaran influencer, SEM (*Search Engine Marketing*), branding (membuat wahana dan tempat menarik sebagai objek wisata), dan pemasaran konten. Selain itu, Wisata Taman Cengkok sering memasang iklan promosi di situs media sosial terkenal seperti Facebook, Instagram, Whatshap, dan lainnya.

Peneliti mengumpulkan objek wisata yang berlokasi di Kecamatan Ngronggot dan sebagai suatu destinasi wisata di Kabupaten Nganjuk Jawa Timur termasuk Wisata Taman Cengkok. Sebagai destinasi wisata taman yang sudah dikenal luas, Wisata Taman Cengkok terkenal dengan sajian edukasinya yang menonjolkan hasil pengembangan dan pengelolaannya. Wisata taman ini menawarkan taman bunga yang indah dan taman yang hijau yang dapat memberikan pengalaman menyegarkan bagi pengunjungnya. Jika dijadikan destinasi wisata keluarga, wisata taman di Kecamatan Ngronggot Nganjuk ini menawarkan penataan dan desain wisata yang bagus dan nyaman. Karena wisata taman ini masih tergolong baru masih ada beberapa tempat yang sedang dibangun dan belum banyak pepohonan sehingga cuaca cukup panas di siang hari. Sebab itu, disarankan bagi para pengunjung untuk berkunjung di wisata ini di sore hari. Berlokasi di RT 02 RW 11, Dusun Cengkok, Desa Cengkok, Kecamatan Ngronggot, wisata ini berdiri sejak tahun 2019. Dengan bantuan warga sekitar, Bumdes mendirikan Wisata Taman Cengkok sebagai perantara bagi Pemerintah Desa Cengkok. Pekarangan persawahan

yang luas ditumbuhi bunga-bunga indah dan tanaman hijau memberikan suasana yang tenteram dan asri.<sup>6</sup>

Wisata Taman Cengkok pada hakikatnya didirikan sebagai tempat wisata sesuai dengan tujuan awalnya dan juga dapat menjadi sumber lapangan pekerjaan bagi warga sekitar. Hal ini karena pada awalnya tempat ini diciptakan untuk masyarakat Cengkok sendiri dan didatangkan oleh masyarakat. Di lokasi Desa Cengkok, Wisata Taman Cengkok dibangun agar para pengunjung dapat memanfaatkan prasarana dan amenities yang tersediakan, seperti aneka bunga yang ada di taman tersebut seperti bunga matahari, bunga lavender, bunga kertas, bunga mawar, bunga sepatu, dan lain sebagainya. Serta lokasi foto yang keren untuk berswafoto, seperti kolam, spot bambu, spot angsa, dan perfortilove, dan lain sebagainya. Wisata ini juga menawarkan hewan peliharaan yang dapat berfungsi sebagai alat pengajaran bagi anak-anak. Hewan-hewan yang dapat diakses cukup unik termasuk elang, landak, monyet, dan banyak lagi. Wisata Taman Cengkok berupaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan mengadakan acara pengelolaan taman setiap enam bulan. Acara-acara ini termasuk memasang tempat foto dan tempat duduk agar pengunjung tidak bosan dan menarik lebih banyak orang. Karena banyaknya pengunjung pasti akan menciptakan penjualan yang baik bagi para pedagang yang menjual barang dagangan mereka di taman yang

---

<sup>6</sup> Mimbar, Ketua Pengelola Wisata Taman Cengkok Asri, Kec. Ngronggot, Kab. Nganjuk, Jawa Timur, wawancara dan observasi oleh penulis di Cengkok, 4 Agustus 2022.

memungkinkan mereka untuk meningkatkan pendapatan mereka.<sup>7</sup> Terdapat 35 kios di Wisata Taman Cengkok dan sebagian besar pedagangnya adalah warga sekitar. Salah satu manfaat Wisata Taman Cengkok adalah turut menurunkan angka pengangguran di Desa Cengkok. Wisata ini mempekerjakan sekitar 30 orang, meliputi tiga petugas loket tiket, satu petugas kolam renang, dua petugas keamanan atau penjaga malam, enam petugas kebersihan, 15 karyawan proyek pembangunan, dan dua petugas parkir. Mereka semua mendapatkan gaji bulanan dengan variasi berlandaskan kegiatan mereka, selain staf proyek.

Berlandaskan hasil tabel 1.1 dari hasil observasi awal yang telah dilaksanakan, peneliti mengumpulkan informasi spesifik tambahan dengan membandingkan tiga destinasi wisata di Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Berlandaskan kedekatan Google Maps dan kemiripan taktik pengembangan yang diterapkan. Destinasi wisata yang dipilih adalah Wisata Taman Cengkok, Wisata Tani Betet, dan Wisata Ono Kabe. Dikaji dengan mempergunakan komponen bauran pemasaran 7P dalam hal pemasaran dan promosi sehingga diperoleh data observasi awal sebagai berikut:

---

<sup>7</sup> Mimbar, Ketua Pengelola Wisata Taman Cengkok , Kec. Ngronggot, Kab. Nganjuk, Jawa Timur, wawancara dan observasi oleh penulis di Cengkok, 4 Agustus 2022.

**Tabel 1.2**  
**Data Perbandingan Wisata Di Kecamatan**  
**Tahun 2024**

<b>Keterangan</b>	<b>Wisata Taman Cengkok</b>	<b>Wisata Tani Betet</b>	<b>Wisata Ono Kabe</b>
Harga Tiket	Rp 5000 / Per orang	Rp 5000/ Per Orang	Rp 7000/ Per Orang
Produk	Spot Foto Taman Bunga, Spot Foto Angsa, Perfololive, Spot Bambu, Kolam Renang, Permainan Anak, Kebun Binatang mini. Dan spot foto yang ( <i>instagenic</i> )	Wisata Air, Spot Foto, Permainan Anak, Budidaya Hidroponik.	Permainan Anak, Kolam Renang, Spot Kebun Buah dan Sayur-sayuran.
Promosi	<i>Brandig</i> (melengkapi wahana-wahana, fasilitas tempat wisata dan lokasi yang menarik sebagai tempat wisata), bekerja sama dengan agen travel, memberikan diskon hingga 30% untuk rombongan lebih dari 20 orang, SEM ( <i>Search engine Marketing</i> ), promosi melalui Influencer, dan juga pembuatan Content	Dari mulut kemulut, melalui agen travel, dan pembuatan content promosi di sosial media.	Bekerjasama dengan agen travel, memberikan diskon 20% setiap weekend, dan membuat content promosi di sosial media seperti instagram dan facebook.

	<i>Marketing</i>		
Lokasi	Cengkok, Kec. Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64395	Jalan Wisata Tani No.1, Barik, Betet, Kec. Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64395	Jalan, Kuniran, Jekek, Baron, Nganjuk Regency, East Java 64394
Proses (Jam operasional)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jam operasional pukul 08.00-17.00 WIB</li> <li>b. Buka setiap hari</li> <li>c. Pelayanan dengan mengutamakan kenyamanan dan kebutuhan Wisatawan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jam operasional pukul 08.00-17.00 WIB</li> <li>b. Buka setiap hari</li> <li>c. Pelayanan sesuai dengan SOP pegawai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jam operasional pukul 07.00-16.00 WIB</li> <li>b. Buka setiap hari</li> <li>c. Pelayanan sesuai dengan SOP Pegawai</li> </ul>
SDM (Sumber Daya Manusia)	10 karyawan	8 karyawan	9 karyawan
Bukti fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Luasnya tempat parkir</li> <li>b. Kamar mandi</li> <li>c. Tempat wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tempat parkir cukup</li> <li>b. Kamar mandi</li> <li>c. Tempat wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tempat parkir cukup</li> <li>b. Toilet</li> <li>c. Tempat wisata</li> </ul>
Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Area parkir kendaraan</li> <li>b. Pusat informasi dan loket destinasi</li> <li>c. Taman bunga</li> <li>d. Mini zoo</li> <li>e. Toilet</li> <li>f. Mushola</li> <li>g. Spot foto</li> <li>h. Taman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Area parkir kendaraan</li> <li>b. Pusat informasi dan loket destinasi</li> <li>c. Toilet</li> <li>d. Mushola</li> <li>e. Outlet Jajan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Area parkir kendaraan</li> <li>b. Pusat informasi dan loket destinasi</li> <li>c. Toilet</li> <li>d. Mushola</li> <li>e. Warung</li> <li>f. Taman bermain anak</li> </ul>

	bermain playground i. Gazebo dan tempat duduk j. Rumah Makan dan lain-lain.		
Jumlah pengunjung per bulan	350 Pengunjung	196 Pengunjung	263 Pengunjung

Sumber: Hasil Wawancara yang diolah kembali oleh peneliti<sup>8</sup>

Perbedaan dan persamaan ketiga objek wisata tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 di atas. Berlandaskan informasi yang dihimpun, dapat dikatakan bahwa Wisata Taman Cengkok memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan para pesaingnya. Di antaranya, Wisata Taman Cengkok mulai memahami dan menerapkan branding, mengembangkan content marketing, mempergunakan influencer marketing, terus melakukan pembenahan di semua tempat objek wisata, melengkapi wahana yang ditawarkan, dan SEM (*Search Engine Marketing*). Rombongan yang beranggotakan lebih dari 20 orang juga kerap mendapatkan diskon dari Wisata Taman Cengkok.

Untuk mendongkrak jumlah wisatawan dan pengunjung, Wisata Taman Cengkok kemudian giat memasarkan diri melalui berbagai media. Wisata Taman Cengkok turut adil dalam mempromosikan destinasi wisatanya. Berikutnya dari segi kunjungan, bukti fisik, sumber daya manusia, dan harga tiket objek wisata lain kalah bersaing dengan Wisata

<sup>8</sup> Mimbar (Ketua Pengelola Wisata Taman Cengkok Asri), Heri Setiawan (Ketua Pengelola Wisata Tani Betet), Fahri (Pengelola Wisata Ono Kabe), wawancara dan observasi oleh Penulis, 18 Juni 2023.

Taman Cengkok . Namun dari segi tata letak foto dan editing gambar serta video, Wisata Taman Cengkok kerap kali memiliki keterbatasan dalam hal pemasaran dan promosi destinasi wisatanya. Selain itu, Wisata Taman Cengkok juga menekan biaya-biaya yang berkaitan dengan iklan, foto-foto dan video yang diunggah di media sosial terkesan ketinggalan zaman dan tidak menarik karena editing video yang kurang menarik dan kerap kali mempergunakan perangkat lunak seadanya dan gratis.

Wisata Taman Cengkok menjadi spot berlibur dan belajar karena wisata ini tidak hanya menyuguhkan potensi alamnya saja namun juga di kemas dengan aktivitas pendidikan. Wisata Taman Cengkok diolah seperti halnya eduwisata. Mbak Dewi wisatawan asal Baron mengungkapkan ketertarikannya mengunjungi Wisata Taman Cengkok karena tempatnya sejuk, banyak permainan anak-anak serta disediakan tempat bermain dan belajar. Sehingga nyaman digunakan berlibur bersama keluarga pada akhir pekan.

Pada umumnya pariwisata yang berhasil adalah pariwisata yang menerapkan konsep pengembangan yang berorientasi kepada pengunjung, karena penerapan ini dapat menguasai pasar pariwisata dalam jangka panjang. Komponen pariwisata dapat dikatakan sebagai alat pengembangan yang dapat dikendalikan oleh pengelola pariwisata untuk memperoleh hasil yang memuaskan serta dapat memikat minat pengunjung. Di dalam komponen strategi pengembangan pariwisata ada

atraksi daya tarik (attraction), mudah dicapai (acces), tersedianya berbagai fasilitas (amenities) dan organisasi kepariwisataan (ancillary service).<sup>9</sup>

Atraksi daya tarik yang ditawarkan di Wisata Taman Cengkok berupa jasa rekreasi, hiburan dan pendidikan, untuk akses menuju lokasi Wisata Taman Cengkok terdapat petunjuk arah menuju lokasi, baik dari arah selatan maupun dari arah barat Wisata Tani Betet. Selanjutnya untuk ancillary service berupa program pemasaran dan promosi yang dilakukan pengelola Wisata Taman Cengkok adalah secara offline dan online yang tidak begitu update. Pengembangan pariwisata akan menciptakan nilai tambah dalam segala aspek pariwisata, dimulai dari fasilitas pariwisata serta objek daya tarik wisata, pengembangan fasilitas pariwisata untuk menciptakan kepuasan pengunjung dalam menikmati waktu berliburnya. Pengembangan fasilitas pariwisata juga dapat menjadi penguatan daya saing untuk mendorong dalam mempertahankan eksistensi pariwisata. Berikut adalah pengembangan fasilitas Wisata Taman Cengkok :

---

<sup>9</sup> I Made Suniastha Amerta, Pengembangan Pariwisata Alternatif, Nur Faizah (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), Hlm 4.

**Tabel 1.3****Pengembangan Fasilitas Wisata Taman Cengkok**

No	Tahun	Fasilitas
1.	2020	Pembangunan toilet, gazebo dan pembangunan taman bermain anak beserta fasilitas permainannya
2.	2021	Pembangunan musholla, pembangunan taman, perluasan area parkir, penambahan objek wisata
3.	2022	Penambahan lapak pedagang, pembangunan gapura masuk area wisata,
4.	2023	Penambahan fasilitas dan objek wisata permainan anak berupa sepur-sepuran.
5	2024	Penambahan spot foto

Sumber : Wisata Taman Cengkok 2024

Menurut Paturisi pengembangan pariwisata merupakan meningkatkan keadaan objek wisata hingga bernilai lebih dan mampu memikat minat wisatawan untuk berkunjung dengan tidak menghilangkan ciri khas dari pariwisata. Pengembangan pariwisata dilakukan untuk pencapaian tujuan jangka panjang dengan menekankan pada pengembangan jumlah pangsa pasar.<sup>10</sup>

Pengembangan Wisata Taman Cengkok diterapkan dengan menganalisis dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi manajemen fungsional terkait pada keuangan, operasional, sumber daya manusia dan pemasaran. Sedangkan faktor eksternal berhubungan dengan interaksi pada pihak terkait di luar

<sup>10</sup> Amerta, Pengembangan Pariwisata, Hlm 14.

pengelola destinasi atau dapat terbentuknya peluang (opportunity) dan tantangan (Threat). Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) dapat menjadi alat analisis yang berguna dalam dunia industri yang berkaitan dengan kepariwisataan. Analisis SWOT dapat dimanfaatkan untuk menemukan dan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang tengah dihadapi Wisata Taman Cengkok. Sehingga selanjutnya dapat diketahui faktor internal dan faktor eksternal mengenai bagaimana pengaruhnya terhadap strategi yang telah diterapkan pada Wisata Taman Cengkok.<sup>11</sup>

Berlandaskan pembahasan diatas perbandingan ketiga data objek wisata di atas juga menunjukkan adanya perbedaan, yaitu terkait lokasi objek wisata, tahun berdirinya, dan jenis wahana yang ditawarkan. Wisata Tani Betet ada pada wilayah persawahan di antara desa-desa, sedangkan Wisata Taman Cengkok dan Wisata Ono Kabe ada pada tepi jalan raya. Berlandaskan data statistik di atas Wisata Taman Cengkok, Wisata Tani Betet, dan Wisata Ono Kabe memiliki kesamaan, yakni sama-sama mempergunakan media sosial dan iklan langsung dari masyarakat yang biasa disebut dengan word of mouth marketing.

---

<sup>11</sup> Yani Subaktilah, Nita Kuswardani dan Sih Yuwanti, "Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu", Jurnal Agroteknologi 12, no. 02 (2018): Hlm 108.

**Tabel 1.4**  
**Data Pengunjung Wisata Taman Cengkok**  
**Tahun 2020-2024**

No	Tahun	Jumlah Karyawan	Rata-Rata Jumlah Pengunjung Perbulan	Total Pendapatan Per Tahun
1.	2020	4	1650	Rp 115.050.000
2.	2021	5	1765	Rp 125.732.000
3.	2022	6	1885	Rp 155.969.000
4.	2023	6	1965	Rp 200.780.000
5.	2024	10	2250	Rp 250.550.000

Sumber : Data pendapatan dan hasil wawancara pemilik Wisata Taman Cengkok

Tabel 1.4 di atas menunjukkan jumlah pengunjung dan pendapatan tahunan yang dihasilkan oleh Wisata Taman Cengkok. Berlandaskan fakta yang dihimpun, dapat dikatakan bahwa pendapatan Wisata Taman Cengkok bervariasi. Karena penurunan wisatawan dan pengunjung, Wisata Taman Cengkok sempat mengalami penurunan pendapatan pada awal pandemi. Namun, seiring berjalannya waktu jumlah pendapatan tersebut dapat dikatakan konstan dan bahkan bertambah. Hal inilah yang membuat para ilmuwan terpacu untuk mempelajari lebih jauh tentang hal ini.

Menurut Kothler dan Armstrong, strategi pemasaran yang juga dikenal sebagai promosi bisnis adalah metode untuk menghasilkan pendapatan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Upaya untuk mendorong lebih banyak akademisi untuk menggunakan ide ini dalam

pekerjaan mereka berada di balik penciptaan perusahaan pariwisata ini. Strategi pemasaran menjabarkan tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan target pasar dan bagaimana mereka menginginkan berbagai upaya pemasaran untuk memengaruhi permintaan terhadap suatu produk atau berbagai produk.<sup>12</sup>

Berlandaskan data tersebut, maka peneliti tertarik untuk menyelidiki lebih jauh mengenai objek Wisata Taman Cengkok karena memiliki keunikan produk berupa wahana permainan dan tanaman hias yang asri, luas, dan bertemakan pedesaan yang banyak diminati pengunjung pada saat hari libur serta memiliki harga tiket masuk yang terjangkau bagi warga sekitar.

Dari permasalahan tersebut, akhirnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Wisata Taman Cengkok Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Pada Wisata Taman Cengkok Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk) ”.

#### **A. Rumusan Masalah**

Berikut ini adalah rumusan masalah berlandaskan konteks di atas:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Wisata Taman Cengkok di Desa Cengkok Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Wisata Taman Cengkok dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Taman Cengkok Desa Cengkok Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk?

---

<sup>12</sup>Arif Zunaidi, Vickesia Trisnasari, Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah Ib Ditinjau Dari Marketing Mix 4p. *Muamalatuna*, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 23 - 43, dec. 2021. ISSN 2685-774X. <http://dx.doi.org/10.37035/mua.v13i2.5525>.

## **B. Tujuan Penelitian**

Berlandaskan konteks tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan Strategi Perkembangan Wisata Taman Cengkok di Desa Cengkok Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk menjelaskan Tingkat Pertumbuhan Pengunjung Wisata Taman Cengkok Desa Cengkok Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk sebagai dampak dari Strategi Pengembangan Wisata.

## **C. Telaah Pustaka**

1. "Analisis Pengelolaan Wisata Bukit Teletubbies di Desa Sumberasri, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar dalam Perspektif Manajemen Syariah".<sup>13</sup> Tesisnya membahas tentang bagaimana pemilik lahan mengelola wisata di Bukit Teletubbies melalui skema bagi hasil. Hesti Nur Ardhianto, "Analisis Pengelolaan Wisata Bukit Teletubbies di Desa Sumberasri, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2018). Proses manajemen yang meliputi pengorganisasian, perencanaan, pemberian motivasi, dan pengendalian diterapkan dalam manajemen, yang mana penelitian Hesti Nur Ardhianto ini dapat diperbandingkan. Sedangkan pengelolaan wisata bukit Teletubbies berbeda.
2. Tesis "Analisis Pengembangan Potensi Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dari Perspektif Manajemen

---

<sup>13</sup> Hesti Nur Ardhianto . "Analisis Pengelolaan Wisata Bukit Teletubbies Di Desa Sumberasri Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar". Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2018.

Syariah".<sup>14</sup> Studi ini mengkaji para pelaku usaha pariwisata yang berupaya memanfaatkan potensi destinasi wisata dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya alam. Pengembangan dilaksanakan dengan terlebih dahulu menciptakan setiap produk yang dijual, kemudian menaikkan infrastruktur dan amenities di destinasi wisata. Pengembangan yang dilaksanakan terkait infrastruktur dan amenities, yaitu penempatan fasilitas yang sudah ada dan pembangunan taman bermain untuk anak-anak, menjadi titik pembandingan studi ini. Sudut pandang manajemen syariah menjadi titik perbedaannya.

3. Skripsi berjudul "Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Muslim Desa Jambu, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri" pada tahun 2019.<sup>15</sup> Sektor ekonomi masyarakat sudah mulai berkembang dibandingkan sebelumnya, dan tahapan strategi yang berhasil mendorong ekonomi masyarakat dengan memperkenalkan produk-produk inovasi warga sekitar dengan menaikkan keterampilan menjadi hal yang menjadikan studi ini memiliki kesamaan. Langkah tersebut dilaksanakan untuk pengembangan desa wisata yang diawasi oleh tim pengelola melalui pemberdayaan masyarakat. Sebagai hasil

---

<sup>14</sup> Eva Dewi Fitriani, "Analisis Pengembangan Potensi Wisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Manajemen Syariah", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2022).

<sup>15</sup> Aprillia Isnaini Nur Khasiati, "Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Muslim Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2019).

pengelolaan tersebut, muncul pula pekerjaan-pekerjaan baru seperti tukang parkir, pemandu wisata, dan pedagang kaki lima. Pemilihan lokasi item penelitian memberikan perbedaan pada penelitian yang dilaksanakan.

4. Tesis tahun 2019 berjudul "Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Desa Medowo, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri, Perspektif Ekonomi Islam".<sup>16</sup> Studi ini membahas pendekatan pengembangan pariwisata pemberdayaan masyarakat yang dipakai di Desa Medowo, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri, yang dilaksanakan sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Menggali potensi alam desa yang menjanjikan dan mengidentifikasi nilai-nilai budaya yang masih ada untuk dikembangkan dan dilestarikan merupakan metode yang dipakai di studi ini. Sebab itu, manfaat pemberdayaan masyarakat berperspektif ekonomi Islam antara lain yaitu mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesadaran akan perlunya perlindungan lingkungan, khususnya sumber daya alam yang dimiliki, dan mendorong lebih banyak diskusi dan kesepakatan ketika membuat perjanjian bisnis. Subjek pemberdayaan masyarakat dan sudut pandang yang dipakai merupakan tempat pembedaan yang sebenarnya.
5. Skripsi berjudul, "Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Agrowisata Mulyono Belimbing dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat

---

<sup>16</sup> Muhammad Sholikin, "Strategi Pengembangan Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Desa Medowo Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2019).

Desa Moyoketen, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung”.<sup>17</sup> Pengembangan berbagai kawasan wisata, seperti pengembangan daya tarik wisata, fasilitas yang dimiliki, transportasi yang disediakan, dan promosi, serta penerapan strategi kemitraan yang menjalankan fungsi manajemen mencakup mengorganisasikan, merencanakan, mengarahkan, mengontrol, merupakan sebagian strategi mengembangkan agrowisata belimbing yang telah dijalankan oleh pengelola wisata. Pengelolaan dan pertumbuhan agrowisata tersebut kemudian berdampak pada terciptanya lapangan pekerjaan baru bagi penduduk setempat dan penurunan angka pengangguran karena berkurangnya jumlah tenaga kerja yang menjadikan sebagian masyarakat sebagai petani belimbing. Selain itu, juga menciptakan peluang usaha bagi pedagang kaki lima. Studi ini dan penelitian penulis yang sedang berlangsung dapat dibandingkan karena keduanya membahas topik manajemen dan pembangunan dengan tujuan menaikkan ekonomi lokal. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian.

6. Skripsi judulnya “Analisis Pengembangan Pariwisata Gunung Kelud dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri” pada tahun 2021.<sup>18</sup> Studi ini menyelidiki evolusi

---

<sup>17</sup> Melis Safitri, “Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Agrowisata Belimbing Mulyono Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung”, (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2021).

<sup>18</sup> Ilham Hanuri, “Analisis Pengembangan Pariwisata Gunung Kelud Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, 2021).

sistem dari periode ke periode yang diterapkan dalam pariwisata Gunung Kelud, termasuk peningkatan infrastruktur seperti perbaikan jalan, pembelian minibus wisata, pembangunan fasilitas wisata, dan inisiatif kolaborasi dengan pemerintah daerah dan warga sekitar untuk mempromosikan ekonomi bersama. Menemukan ide dan konsep untuk diciptakan, melakukan penilaian risiko, dan menerapkan manajemen dan pengendalian yaitu langkah-langkah dalam proses pengembangan. Penelitian penulis dan studi ini sebanding karena keduanya membahas pertumbuhan dan manajemen pariwisata. Lokasi item studi dan sudut pandang yang dipakai yaitu tempat perbedaan berada.