

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia memiliki sektor ekonomi penting di bidang pariwisata dengan kekayaan alam dan budaya sebagai komponennya. Keindahan wisata alam dan buatan mulai dari situs sejarah, laut, danau, pegunungan dan lainnya yang mengelilingi Indonesia. Setiap daerah di Indonesia menyuguhkan pesona wisata tersendiri mulai dari Sabang hingga Merauke yang menarik para wisatawan untuk lokal maupun mancanegara. Pariwisata dimulai sejak peradaban manusia ditandai dengan adanya pergerakan penduduk yang melaksanakan ziarah dan hijrah keagamaan. *World Trade Organization (WTO)* melihat bahwa peluang pariwisata semakin cerah dengan perhitungan pertumbuhan ekonomi mencapai 10,3 persen pada 2030. Pengelolaan yang baik dan benar, pariwisata turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar selain itu dapat menambah pendapatan ekonomi suatu daerah.<sup>1</sup>

Pemerintah berusaha menggerakkan setiap daerah untuk mengelola wisata dengan baik agar dapat menarik dan menampung wisatawan. Pengembangan obyek wisata juga membutuhkan kerjasama dari pihak pemerintah dan masyarakat umum. Pengembangan di sektor pariwisata bukan hanya menekankan pada aspek fisik, namun pemerintah dan masyarakat harus

---

<sup>1</sup>Fahmi Muhammad, "Pesona Kearifan Lokal sebagai Wahana Peningkatan Produktifitas Ekonomi Masyarakat", *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* Vol. 1 No. 2, (2017)

menyadari bahwa dalam pembangunan pariwisata tidak melupakan aspek sosial maupun aspek budaya tanpa harus merugikan semua pihak. Kesimpulan dari komentar para ahli bahwa pemberian bidang pariwisata yang secara relevan pada penambahan ekonomi suatu daerah ataupun negara terlihat dalam wujud perluasan peluang kerja, menambah pendapatan (devisa) dan keseimbangan pembangunan.<sup>2</sup>

Pariwisata tidak hanya menjual keindahan dan kekayaan alam tapi juga menjual citra. Semaksimal mungkin pihak pengelola wisata memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada para konsumen wisatanya. Berbagai cara dilakukan dalam mengembangkan dan meningkatkan daya tarik wisata. Hal tersebut tidak lepas dari motif didirikannya sebuah usaha yaitu laba. Strategi yang tepat serta pemasaran yang berhasil akan membuat sebuah lokasi pariwisata tidak akan pernah sepi dari para wisatawan.

Strategi pemasaran adalah serangkaian analisis guna mendapat keuntungan dengan cara menciptakan tata nilai melalui hubungan baik yang dibuat oleh perusahaan dengan konsumen. Pemasaran dalam pariwisata penting guna menambah kesetaraan antara keuntungan perusahaan, kepuasan wisatawan, kelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Strategi bauran pemasaran 7P yaitu product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan proses yang dikemukakan oleh Cooper dkk merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan pariwisata.

---

<sup>2</sup>Janianton Damanik, *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 4.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan penelitian kali ini, dapat memberikan informasi bahwa penggunaan strategi pemasaran yang tepat merupakan hal penting untuk diterapkan dalam suatu perusahaan atau usaha guna meningkatkan suatu penghasilan. Strategi pemasaran dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah pengunjung oleh pengelola wisata. Semakin banyaknya pariwisata serupa yang berkembang, persaingan pun semakin meningkat. Hal itu terjadi karena masyarakat sebagai pengunjung mempunyai banyak pilihan destinasi untuk memenuhi keinginan mereka. Adanya persaingan pemasaran yang semakin ketat, maka pengelola dituntut untuk tidak sekedar mengembangkan objek wisata tetapi juga harus memiliki skill dalam pemasaran dan strategi yang tepat agar bisa menaikkan pendapatan dalam jangka panjang.

Di Kecamatan Ngronggot ada 13 Desa dan memiliki 11 wisata yang memiliki keunikan masing-masing. Adapun beberapa wisata yang ada di Kecamatan Ngronggot antara lain:

**Tabel 1.1**  
**Data Wisata Kecamatan Ngronggot**  
**Tahun 2021**

No	Nama Desa	Nama Wisata	Jenis Wisata	Ulasan
1.	Banjarsari	Wisata Kebun Bibit	Spot Foto dan Toko Bibit Tanaman	0
2.	Betet	Wisata Tani Betet	Wisata Air, Spot Foto dan Permainan Anak	641
3.	Cengkok	Wisata Taman Cengkok Asri	Spot Foto, Kolam Renang, dan Permainan Anak	441

4.	Dadapan	Kebun Jambu Cristal Ragil Karya	Spot Foto, Toko Bibit dan Buah Jambu Cristal	8
5.	Juwet	Agro Garden	Cafe dan Plant Shop	8
6.	Kalianyar	-	-	-
7.	Kaloran	Industri Batu Bata dan Genteng	Home Industri Batu Bata dan Genteng	0
8.	Kelutan	-	-	-
9.	Klurahan	Mutiara Garden	Spot Foto	0
10.	Mojokendil	Randu Tree	Spot Foto	0
11.	Ngronggot	Kolam Renang Sendang Jaya Tirta	Kolam Renang dan Permainan Anak	319
12.	Tanjungkalang	Kolam Renang Dian Tirta	Kolam Renang	91
13.	Trayang	Kebun Jambu Air	Spot Foto, Toko Bibit dan Buah Jambu Air	33

Sumber: Data diolah peneliti<sup>3</sup>

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa wisata di Kecamatan Ngronggot sudah banyak diketahui masyarakat dalam maupun luar daerah terlihat dari pemberian ulasan. Ulasan merupakan komentar para pengunjung melalui aplikasi google maps. Wisata yang menyediakan spot foto, toko bibit dan buah tersebut awal berdirinya dari UKM masyarakat yang akhirnya berkembang menjadi pameran. Pameran tersebut berkembang menjadi wisata bagi masyarakat.

<sup>3</sup>Data diolah peneliti melalui <https://maps.app.goo.gl/SBaXvh15i8zRUBVNA> Diakses dari Google Maps pada 10 Februari 2022

Seluruh wisata di Kecamatan Ngronggot, sesuai data di atas dapat dilihat ada 3 wisata dengan jumlah rating terbanyak yang lebih dari angka 300 sampai 600. Ketiga wisata tersebut adalah Wisata Tani Betet di Desa Betet, Wisata Taman Cengkok Asri di desa Cengkok, dan Kolam Renang Sendang Jaya Tirta di Desa Ngronggot.

**Tabel 1.2**  
**Data Perbandingan Wisata Di Kecamatan Ngronggot**  
**Tahun 2021**

No	Nama Desa	Nama Wisata	Jenis Wahana	Ulasan	Tahun Berdiri	Rata - Rata Pengunjung
1.	Betet	Wisata Tani Betet	Wisata Air, Spot Foto, dan Permainan Anak, Budidaya Hidropodik	641	Januari 2019	3750 perminggu
2.	Cengkok	Wisata Taman Cengkok Asri	Kolam Renang, Spot Foto, dan Permainan Anak	441	Juli 2019	2630 perminggu
3.	Ngronggot	Kolam Renang Sendang Jaya Tirta	Kolam Renang dan Permainan Anak	319	2007	1096 perminggu

Sumber: Data diolah peneliti<sup>4</sup>

Berdasarkan tabel 1.2 dapat di lihat antara ketiga data wisata tersebut ada perbedaan dari ketiganya mulai dari jenis wahana, tahun berdiri, dan letak lokasi wisata. Wisata Taman Cengkok dan Kolam Renang Sendang Jaya Tirta

<sup>4</sup>Heri setiawan (Ketua Pengelola Wisata Tani Betet), Hadi Suyanto (Ketua Pengelola Wisata Taman Cengkok), Sabar Muanas (Pengelola Kolam Renang Sendang Jaya Tirta), wawancara dan observasi oleh penulis, 30 Januari 2022.

berada di jalan raya, sedangkan Wisata Tani Betet berada di area persawahan 500 meter dari jalan desa. Data ulasan di dapat dari komentar di google maps. Untuk data tahun berdiri maupun jumlah pengunjung penulis dapat dari observasi dan wawancara langsung kepada pengelola wisata. Datanya berupa hasil rekapitulasi tiket masuk dari pengunjung. Persamaan antara ketiga wisata tersebut yaitu pada promosinya ketiganya melakukan promosi dari mulut ke mulut atau secara langsung kepada masyarakat dan sedikit melalui sosial media. Alasan peneliti memilih objek wisata tani betet ini karena keunikan produk yang ada di wisata tani betet yaitu wisata air dengan tema pedesaan.

Wisata Tani Betet merupakan salah satu pariwisata desa yang pembangunannya dilakukan dengan tujuan dapat menguatkan dan menambah perekonomian masyarakat. Awal mula didirikannya Wisata Tani Betet menerima aliran dana dari BUMDes Desa Betet senilai Rp. 30.000.000,00 yang diberikan langsung kepada kelompok pengelola. Sebagai bentuk komitmen, Pemerintah Desa Betet memfasilitasi sawah bengkok seluas 5.000 meter persegi yang berada di pinggir sungai untuk pusat wisata tani. Pengelola wisata tani ini terdiri dari beberapa warga yang membentuk Pokdarwis atau Kelompok Sadar Wisata yang dinamai Pokdarwis Regul. Kata Regul diambil dari nama binatang regul atau berang-berang yang memiliki filosofis rasa setia kawan dan saling membantu. Anggota pokdarwis ini 34 orang yang merupakan masyarakat asli desa betet. Berjalannya waktu

membuat Wisata Tani Betet semakin berkembang pesat dan banyak diketahui oleh masyarakat baik dari wilayah lokal atau dari luar Kecamatan Ngronggot.

Wisata Tani Betet beberapa kali mengalami penutupan sementara pada masa pandemi untuk mencegah pertambahan pengunjung dan penularan Covid-19. Beberapa kali ditutupnya Wisata Tani Betet mengakibatkan dampak menurunnya jumlah pengunjung pariwisata meskipun objek wisata sudah dibuka kembali, hal tersebut menjadi tantangan tersendiri untuk pengelola Wisata Tani Betet dalam mengembalikan eksistensinya dalam dunia pariwisata. Salah satu cara yang dapat dilakukan pengelola Wisata Tani Betet untuk mengatasi masalah tersebut yaitu dengan mengembangkan kembali kawasan objek wisata untuk menarik minat pengunjung. Setelah penerapan PPKM Level 1, Wisata Tani Betet mulai beroperasi normal kembali. Jumlah pengunjung yang selalu meningkat setiap bulannya membuat Wisata Tani Betet lebih dikenal masyarakat luas.

Menurut Bapak Heri Setiawan yang menjadi ketua pengelola Wisata Tani Betet pada saat observasi awal mengatakan bahwa wisata tani ini untuk memberdayakan masyarakat dan memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang menganggur. Selain itu sistem upah dibagi rata sesuai dengan pendapatan wisata yang tidak pasti tersebut membuat ketua pengelola tidak ingin menekan masyarakat, jadi sesuai dengan kesadarannya saja. Pada saat observasi pengelola juga mengatakan bahwa wisata tani betet ini belum menerapkan strategi pemasaran yang signifikan. Hanya melalui media sosial yang tidak selalu update setiap hari. Tetapi banyak pengunjung yang

mengetahui wisata tani betet ini dari tetangga, kerabat, dan status whatsapp temannya.<sup>5</sup>

Wisata Tani Betet mendapatkan pemasukan pendapatan dari karcis parkir dan karcis permainan air maupun permainan anak. Pendapatan Wisata Tani Betet digunakan untuk pengelolaan dan pengembangan, selain itu digunakan untuk pengupahan pengelola yang dibagi rata setiap harinya. Pendapatan dari wisata tani betet ini selain untuk upah pengelola dan pengembangan objek wisata juga digunakan untuk pendapatan asli desa sebesar lima persen.

Keberadaan Wisata Tani Betet ini membuat perekonomian masyarakat Desa Betet mengalami peningkatan awalnya masyarakat Desa Betet hanya mengandalkan sektor pertanian saja. Adanya wisata tani ini masyarakat sekitar wisata tani betet yang tergabung dalam pengelola maupun pedagang menjadi memiliki tambahan pendapatan dari sektor perdagangan. Pada awal berdirinya Wisata Tani Betet hanya 16 lapak dagang tetapi seiring dengan berjalannya waktu saat ini sudah ada 32 lapak dagang dengan jumlah pedagang 52 orang. Pedagang tersebut semuanya masyarakat asli Desa Betet yang kebanyakan istri dari pengelola wisata tani betet. Sebelum adanya wisata tani betet ini para istri hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga dan membantu sedikit pekerjaan suami. Setiap minggu pedagang membayar Rp.30.000,00 untuk listrik dan kebersihan. Produk yang dijual di area wisata tani betet yaitu makanan khas nganjuk serta produk unggulan dari Desa Betet.

---

<sup>5</sup>Heri Setiawan, Ketua Pengelola Wisata Tani Desa Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk, wawancara dan observasi oleh Penulis, 16 Oktober 2021.



Pada saat observasi awal peneliti juga melakukan wawancara secara tidak terstruktur kepada beberapa pedagang yang ada di area wisata tani betet dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Data Rata-rata Jumlah Pendapatan Masyarakat**  
**Tahun 2018**

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	Rp. 800.000,00
2	Februari	Rp. 750.000,00
3	Maret	Rp. 810.000,00
4	April	Rp. 900.000,00
5	Mei	Rp. 600.000,00
6	Juni	Rp. 850.000,00
7	Juli	Rp. 750.000,00
8	Agustus	Rp. 800.000,00
9	September	Rp. 900.000,00
10	Oktober	Rp. 830.000,00
11	November	Rp. 680.000,00
12	Desember	Rp. 750.000,00

Sumber: Data Diolah Peneliti<sup>6</sup>

Berdasarkan tabel 1.3 terlihat pendapatan masyarakat sebelum menjadi pedagang di area wisata tani betet. Pendapatan tersebut dari hasil buruh tani maupun dari pekerjaan serabutan. Adanya wisata tani betet ini diharapkan dapat menambah pendapatan masyarakat yang tergabung dalam kegiatan pariwisata tersebut.

---

<sup>6</sup> Pedagang dan Pekerja Area Wisata Tani Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Observasi Dan Wawancara Oleh Penulis. 12 Juli 2022

**Tabel 1.4**  
**Data Rata-rata Jumlah Pendapatan Masyarakat**  
**Tahun 2021**

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	Rp. 4.500.000,00
2	Februari	Rp. 4.200.000,00
3	Maret	Rp. 5.550.000,00
4	April	Rp. 3.750.000,00
5	Mei	Rp. 6.400.000,00
6	Juni	Rp. 8.100.000,00
7	Juli	Rp. 4.750.000,00
8	Agustus	Rp. 2.500.000,00
9	September	Rp. 10.200.000,00
10	Oktober	Rp. 11.400.000,00
11	November	Rp. 7.000.000,00
12	Desember	Rp. 14.200.000,00

Sumber : Data diolah peneliti<sup>7</sup>

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat bahwa pendapatan pedagang di area wisata tani betet saat ini sudah begitu berbeda dengan sebelum adanya kegiatan wisata. Pendapatan tersebut sudah mencukupi untuk kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan dapur maupun kebutuhan lainnya. Pendapatan yang tidak menentu setiap bulan terjadi karena penerapan PPKM yang dianjurkan oleh pemerintah. Tetapi setelah kebijakan new normal mulai Bulan September pendapatan sudah mulai stabil kembali.

---

<sup>7</sup> Pedagang dan Pekerja Area Wisata Tani Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Observasi Dan Wawancara Oleh Penulis. 11 Mei 2021

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengkaji lebih tentang segala permasalahan yang ada di Wisata Tani Betet dengan judul **“Strategi Pemasaran Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Wisata Tani Betet (WTB) Desa Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk)”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Wisata Tani Betet (WTB) Desa Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Wisata Tani Betet (WTB) Desa Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Menganalisis Strategi Pemasaran Wisata Tani Betet (WTB) Desa Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk Menganalisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Wisata Tani Betet (WTB) Desa Betet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik untuk peneliti sendiri maupun bagi masyarakat secara luas. Untuk lebih jelasnya, akan dijabarkan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Kegunaan Teoritis

- a. Secara teoritis keilmuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi, informasi, serta pengetahuan mengenai strategi pemasaran pariwisata.
- b. Untuk menjadi bahan kontribusi dalam khazanah ilmu pengetahuan, sehingga dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya.

##### 2. Kegunaan Praktis

- a. Secara praktis keilmuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberi wawasan bagi masyarakat mengenai pentingnya strategi pemasaran.
- b. Menambah kekayaan pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi bagi seluruh masyarakat.

## E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti guna mencari perbandingan dan selanjutnya sebagai inspirasi baru untuk penelitian, selain itu kajian terdahulu membantu peneliti memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagian ini peneliti mencantumkan 5 hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Koirun Nissa mahasiswi IAIN Kediri, dipublikasikan pada tahun 2020 dengan judul skripsi "*Peran Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)*". Pada penelitian ini pendekatan yang diterapkan yaitu pendekatan kualitatif, sedangkan jenis penelitian yang diterapkan yaitu studi kasus. Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah dokumentasi, wawancara, dan observasi. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung yang datang ke wisata Bukit Dhoho Indah setiap bulannya mengalami jumlah penurunan. Dapat dilihat dari data kunjungan tahun 2018-2019. Strategi yang dibuat oleh pengelola bagian marketing kurang berhasil untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Tidak ada kesan yang menarik setelah berkunjung, sehingga menyebabkan wisatawan tidak berkunjung lagi. Strategi tempat yang digunakan tidak seperti ajaran dalam agama islam karena menimbulkan keburukan. Strategi promosi maupun strategi produk

sebenarnya sudah sesuai dengan aturan islam, tetapi pihak wisata kurang memperlihatkan keunggulan wisata dan pedagang menaikkan harga di waktu hari libur.<sup>8</sup> Persamaan dari penelitian milik Koirun Nissa adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menganalisis strategi pemasaran pengelola objek wisata sedangkan untuk perbedaannya terletak pada objek dan waktu penelitian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Tety Eka Oktaviani Mahasiswi IAIN Ponorogo, dipublikasikan pada tahun 2020 dengan judul Skripsi “*Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan*”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian Tety Eka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran wisata telaga sarangan menggunakan marketing mix 7P. Mulai dari produk, tempat, pengelolaan, dan proses memang sudah dilakukan sesuai dengan teori. Tetapi untuk harga masih perlu adanya pembenahan karena relatif mahal jika untuk masyarakat menengah kebawah.<sup>9</sup> Persamaan dari penelitian milik Tety Eka Oktaviyani adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menganalisis strategi pemasaran objek wisata sedangkan untuk perbedaannya terletak pada objek dan waktu penelitian.

---

<sup>8</sup>Koirun Nissa, “Peran Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)” (Skripsi, IAIN Kediri 2020)

<sup>9</sup>Tety Eka Oktaviyani, “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan” (Skripsi IAIN Ponorogo, 2020)

3. Penelitian yang dilakukan oleh Bayu Aji Mahasiswa IAIN Tulungagung, dipublikasikan pada tahun 2021 dengan judul “*Penerapan Strategi Pengembangan Ekowisata berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Desa Mronjo Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar*”. Dalam Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengembangan ekowisata berfokus pada fasilitas sarana dan prasarana seperti gasebo yang sebelumnya belum tertata rapi dan belum terlalu banyak. Lalu membuat struktur organisasi pada pengelola supaya lebih mudah melaksanakan tugasnya. Selain itu, mengevaluasi semua sarana yang dimiliki agar bisa lebih inovatif dalam menarik pengunjung.<sup>10</sup> Persamaan dari penelitian milik bayu aji adalah sama – sama menggunakan metode kualitatif sedangkan untuk perbedaannya terletak pada teori, objek dan waktu penelitian.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Tati Toharotun Nupus Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, dipublikasikan pada tahun 2019 dengan judul “*Analisis Pengembangan Desa Wisata Melalui Kearifan Lokal Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan)*”. Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif. Dengan menggunakan pengumpulan data kuesioner, wawancara, observasi, dokumentasi, dan menganalisis data wisata. Hasil

---

<sup>10</sup>Bayu Aji, “Penerapan Strategi Pengembangan Ekowisata berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Desa Mronjo Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar” (Skripsi IAIN Tulungagung, 2021)

dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Desa Wisata Kunjir dikembangkan dengan cara mengembangkan nilai kearifan lokal tanpa mengubah nilai sosial dan lingkungan alamnya. Hal tersebut dikarenakan desa kunjir memiliki potensi khas yang sangat unik dan adanya perbaikan maupun modifikasi tanpa keluar dari ajaran agama islam<sup>11</sup> Persamaan dari penelitian milik Tati Toharotun Nopus adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan meningkatkan pendapatan masyarakat sedangkan untuk perbedaannya penelitian milik Tati Toharotun Nopus mengembangkan desa wisata sedangkan milik peneliti strategi pariwisata.

5. Jurnal Destinasi Pariwisata Oleh I Gusti Ayu Putu Seri Mahendrayani dan Ida Bagus Suryawan, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, dengan judul “Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali” dipublikasikan pada tahun 2018. Dari penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan ke daya tarik wisata Sangeh adalah membuat brand daya tarik wisata sangeh sebagai alat untuk menarik wisatawan dengan kondisi alam yang baik, memprioritaskan keindahan dan kebersihan keadaan alam, melakukan promosi lewat internet dan kertas untuk memberikan ketertarikan pengunjung ke wisata Sangeh dan

---

<sup>11</sup>Tati Toharotun Nopus, Analisis Pengembangan Desa Wisata Melalui Kearifan Lokal Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan), (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)



supaya lebih terkenal oleh wisatawan, serta membangun gambaran daya tarik pariwisata Sangeh.<sup>12</sup> Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu sama sama meneliti tentang strategi pemasaran pariwisata sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi dan waktu penelitian.

---

<sup>12</sup>I Gusti Ayu Putu Seri Mahendrayani dan Ida Bagus Suryawan, “Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali”, *Jurnal Penelitian*, Universitas Udayana (2018)