

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak potensi pariwisata. Pesona keindahan alam, keberagaman budaya dan adat istiadat merupakan faktor pendukung seorang wisatawan dalam berkunjung ke suatu daerah wisata. Para wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata bertujuan untuk melepas penat akibat kesibukan dan tugas sehari-hari. Hal ini sesuai dengan tujuan kepariwisataan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi guna kesejahteraan masyarakat. Adapun tujuan dari kepariwisataan yang tertuang dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mensejahterakan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, melestarikan lingkungan, melestarikan sumber daya, memajukan kebudayaan, meningkatkan rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, serta mempererat persahabatan antar bangsa. Adanya usaha jasa pariwisata ini selain dapat meningkatkan pendapatan daerah wisata juga dapat mengatasi pengangguran karena dapat memberdayakan masyarakat sekitar daerah wisata dan juga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung seperti dalam penyediaan akomodasi penginapan, transportasi, jasa makanan dan minuman, pemandu wisata, dll. (Mistriani et al., 2021). Dengan adanya usaha jasa wisata ini dapat mengembangkan potensi sumber daya manusia dan juga dapat dijadikan sebagai pendapatan bagi masyarakat sekitar objek wisata, sehingga memiliki potensi menjadi daya tarik wisata untuk menarik wisatawan berkunjung. Dalam hal ini, desa wisata bisa dikatakan masih menjunjung tinggi tradisi daerah yang ada, sehingga wisatawan yang berkunjung dapat menikmati atraksi, akomodasi, serta fasilitas yang tersedia.

Kepala Bidang Strategi Pemasaran Pariwisata Mancanegara Wilayah Amerika dan Afrika di Direktorat Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara (DP3M) Kementerian Pariwisata, Dadang Djatnika mengatakan bahwa masyarakat dilibatkan secara aktif dalam menyediakan akomodasi

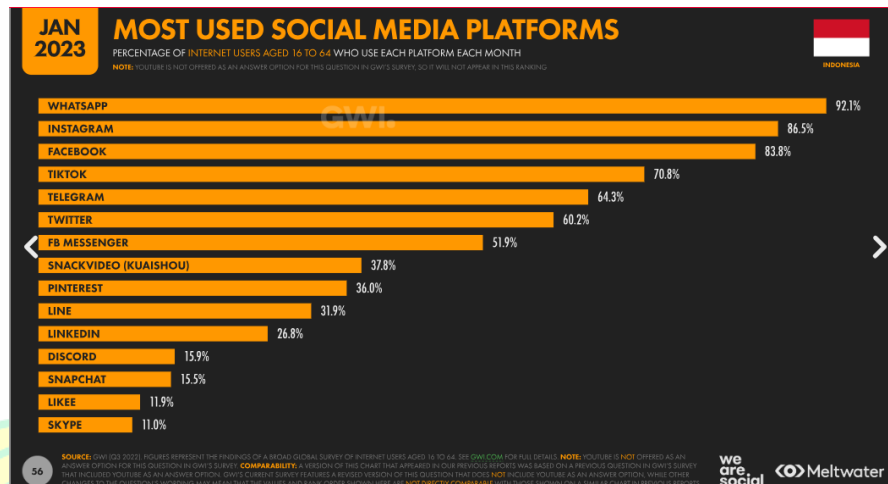
penginapan berupa *homestay* atau *guesthouse*, kebutuhan konsumsi, pemandu wisata, akomodasi transportasi, pertunjukan, hiburan, dan kesenian untuk para wisatawan dalam mengembangkan desa wisata (Sumiati et al., 2022). Salah satu desa wisata yang telah mengembangkan *homestay* yaitu Desa Cisaat. Desa Wisata Cisaat adalah sebuah desa yang berada di selatan Kabupaten Subang yang menjadi penggerak ekonomi masyarakat setempat, dalam desa wisata ini terdapat 10 kampung dengan 6 Rukun Warga serta terdapat 80 *homestay* yang terbagi di 8 RT (Noviyanti et al., 2022). Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 9 Tahun 2014, *homestay* merupakan usaha bidang akomodasi. *Homestay* merupakan sebuah penginapan yang memanfaatkan kamar di rumah masyarakat setempat untuk di sewakan oleh wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. *Homestay* menjadi akomodasi penginapan pilihan wisatawan yang sedang berkunjung ke sebuah desa wisata, karena wisatawan dapat melihat secara langsung kebiasaan masyarakat dan kebudayaan di daerah tersebut, hal ini yang menjadikan wisatawan mendapatkan ilmu baru setelah pulang dari kegiatan wisatanya.

Universitas Negeri Jakarta membuat program pengembangan edukasi wisata yang bertujuan sebagai layanan dan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Cisaat. Dengan jumlah penduduk Desa Wisata Cisaat sebanyak 4.268 Jiwa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang, 2022b). Desa Cisaat ini memiliki potensi wisata yang dikembangkan oleh desa yang melibatkan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Sehingga Desa Wisata Cisaat menjadi salah satu destinasi edukasi wisata. Dalam mengembangkan edukasi wisata, masyarakat diberikan berbagai pelatihan dan pengembangan media edukasi, seperti pelatihan pembuatan website desa wisata (Abidin et al., 2022), pelatihan akuntansi desa untuk meningkatkan akuntabilitas dana desa (Ulupui et al., 2022), pendampingan pembuatan media promosi pariwisata internasional berbasis digital (Bahtiar et al., 2023), pengembangan buku saku *homestay* Asean Standard berbasis CHSE (Trisnawati et al., 2021), dan sampai pada pengembangan buku saku *digital marketing* untuk pemilik *homestay* yang dilakukan oleh peneliti.

Seiring berkembangnya teknologi saat ini menjadikan informasi digital penting digunakan dalam pemasaran *homestay* di desa wisata, hal ini bertujuan

agar pemasaran *homestay* dapat meluas. Meskipun saat ini Desa Wisata Cisaat telah memiliki website, akan tetapi di dalam website tersebut tidak menjelaskan secara detail terkait penginapan di desa tersebut. Hal itu tentu membuat akomodasi penginapan berupa *homestay* di Desa Wisata Cisaat kurang diketahui calon wisatawan yang membuka website tersebut untuk tujuan mencari informasi tentang desa wisata tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya pemasaran *homestay* melalui pemasaran digital. *Digital marketing* merupakan suatu cara yang efektif dalam mempromosikan produk melalui internet, seperti di *youtube*, *Facebook*, *Instagram*, dan sosial media lainnya. Penggunaan media digital saat ini merupakan keharusan, karena calon wisatawan saat ini banyak yang mencari destinasi wisata dan akomodasi penginapan melalui internet yaitu dengan menggunakan media sosial.

Mengingat pengembangan potensi wisata membutuhkan keseriusan yang melibatkan semua aspek kepariwisataan yang salah satunya adalah *digital marketing*, khususnya bagi pemilik atau pengelola *homestay* yang ada di Desa Wisata Cisaat. Pemanfaatan sosial media sebagai strategi *digital marketing* saat ini sudah banyak digunakan oleh pelaku usaha, hal ini dikarenakan penggunaan sosial media mudah digunakan dan dapat mengurangi pengeluaran pelaku usaha dalam hal promosi. Saat ini media sosial banyak digunakan oleh masyarakat dalam mencari informasi, tak terkecuali dalam mencari rekomendasi akomodasi penginapan. Bahkan menurut laporan SiteMinder (2023) bahwa dalam hal menemukan pilihan akomodasi, sebanyak 97% wisatawan Indonesia dipengaruhi oleh sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa sosial media memiliki pengaruh yang besar di bidang pariwisata. Sosial media *Instagram* yang saat ini banyak digunakan oleh pengguna *smartphone* menjadi media yang baik untuk mempromosikan *homestay*. *Instagram* sangat berperan besar dalam mempromosikan akomodasi penginapan dengan jumlah pengikut yang lebih banyak daripada sosial media lainnya (D. Yanti, 2019). Adapun survey pengguna sosial media di Indonesia adalah sebagai berikut.



.Gambar 1.1 Pengguna Sosial Media di Indonesia (We Are Social 2023)

Gambar diatas menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan *platform* media sosial kedua yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia setelah *platform* *Whatsapp*. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* dapat menjadi pilihan media sosial yang tepat dalam mempromosikan *homestay* secara digital. Menurut (Handayani & Adelvia, 2020) *Instagram* tidak hanya digunakan oleh *agent travel* dalam mempromosikan paket *tour*, hotel, dan tiket saja, namun juga membantu menyebarkan informasi tentang wisata, seperti Ranu Manduro (Damaik, 2020) dan Hutan *Pinus* Mangunan (Anggara, 2017) yang dulunya tidak populer, akan tetapi dengan *instagram*, wisata ini dapat menjadi destinasi yang populer. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang dapat membantu pelaku usaha dalam mempromosikan usaha yang mereka miliki.

Adapun kelebihan *Instagram* sebagai media sosial untuk promosi dan pemasaran wisata yakni aksesibilitas, efektifitas, efisiensi, dan jangkauan yang sangat luas tanpa terbatas ruang dan waktu (Wijayanti, 2021). Dengan memanfaatkan *Instagram* sebagai media promosi tentu saja dapat menjadikan pemilik *homestay* dapat dengan mudah mempromosikan *homestay* yang mereka miliki karena dapat memasarkan dengan mudah dan juga tidak memakan biaya yang besar, selain itu jangkauan calon pembeli sangat luas karena tidak terbatas.

Dengan memberdayakan Sumber Daya Manusia sebagai penggerak dan mengembangkan *digital marketing* sebagai pemasaran *homestay* secara digital untuk memajukan Desa Wisata Cisaat, diharapkan dapat meningkatkan kualitas Desa Wisata Cisaat sebagai desa wisata agar dapat meningkatkan kunjungan

wisatawan. *Digital marketing* dapat diaplikasikan kepada masyarakat dengan menggunakan buku saku *digital marketing* sebagai media edukasi pemilik *homestay* dalam mempelajari cara penggunaan sosial media untuk memasarkan *homestay* secara digital. Penggunaan buku saku dilakukan untuk mengedukasi pemilik *homestay* tentang penggunaan media sosial sebagai pemasaran digital *homestay*. Melalui strategi *digital marketing* diharapkan banyak wisatawan yang berkunjung, pemilik *homestay* dapat melakukan penerapan *digital marketing* dengan cara membuat *website* terkait desa wisata, membuat akun sosial media, membuat video profil *homestay* sebagai ajang promosi dan pengambilan gambar yang harus sesuai agar dapat menarik minat masyarakat yang ingin berwisata.

Setelah melakukan observasi di Desa Wisata Cisaat, Kabupaten Subang, Jawa Barat. Peneliti menemukan bahwa pemasaran *homestay* di Desa Wisata Cisaat masih belum menggunakan pemasaran digital, yang dimana pemilik *homestay* masih belum maksimal dalam memasarkan *homestay* yang mereka miliki. Pemasaran *homestay* di Desa Wisata Cisaat masih mengandalkan pada Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) setempat dalam pemasarannya. Kepala Dusun Desa Wisata Cisaat mengatakan bahwa masyarakat desa setempat masih belum fasih dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan *homestay* mereka, maka dari itu belum adanya digitalisasi dalam proses pemasaran *homestay*. Selain itu, wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cisaat masih terhitung sedikit. Menurut penuturan Kang Deden selaku Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Wisata Cisaat, mengatakan bahwa wisatawan yang berkunjung setiap bulannya berkisar 150-250 orang yang rata-rata pengunjung berasal dari instansi pendidikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Cisaat masih belum banyak dikenal oleh calon wisatawan diluar dari instansi pendidikan, angka tersebut juga menunjukkan bahwa pengunjung di desa tersebut masih sedikit.

Maka dari itu peneliti ingin memberikan media edukasi kepada para pemilik *homestay* berupa media edukasi buku saku dalam menggunakan sosial media khususnya *Instagram* sebagai sarana pemasaran digital *homestay*. Dengan adanya buku saku ini, pemilik *homestay* dapat secara mandiri dalam memasarkan *homestay* yang mereka miliki dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini

menunjukkan bahwa saat ini buku saku yang dikembangkan peneliti sangat dibutuhkan media untuk menunjang proses pemberian edukasi terkait *digital marketing*. Saat ini terdapat beberapa media yang dapat digunakan sebagai media edukasi, akan tetapi dari banyaknya media yang dapat digunakan, pada penelitian ini peneliti ingin mengembangkan buku saku sebagai media edukasi. Hal ini dikarenakan buku saku merupakan buku yang memuat materi yang ringkas dan juga berisi gambar-gambar yang dapat mewakili penjelasan, selain itu buku saku juga mudah dibawa kemana pun dan kapan pun sehingga memudahkan pembaca. Buku saku dipilih oleh peneliti dikarenakan saat melakukan observasi ke Desa Wisata Cisaat, masih terdapat beberapa pemilik *homestay* yang penggunaan *handphone* nya masih bersama suami, sehingga hanya memiliki satu *handphone* saja. Hal itu yang membuat peneliti memilih buku saku, karena buku saku dapat digunakan secara bersamaan saat menggunakan *handphone*, sehingga dalam mempraktikkan menggunakan sosial media tidak harus membuka dan menutup aplikasi yang akan membuat sulit pemilik *homestay* dalam penggunaannya.

Kegunaan buku saku *digital marketing* ini adalah untuk dipelajari lebih mendalam oleh pemilik *homestay* agar dapat mempromosikan lebih mendalam terkait *homestay* yang dimiliki oleh masyarakat sekitar. Pemilihan buku saku sebagai media edukasi dikarenakan setelah peneliti melakukan observasi, ditemukan bahwa pemilik *homestay* di desa tersebut, dalam penggunaan *handphone* masih berdua dengan suami, sehingga masih memiliki satu *handphone*. Maka dari itu buku saku akan membantu pemilik *homestay* dalam mempelajari cara penggunaan media sosial dengan melihat tutorial yang ada, karena jika pemilik *homestay* melihat tutorial di internet akan membuat pemilik *homestay* sulit karena harus membuka dan menutup aplikasi. Dengan adanya buku saku *digital marketing* ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait penggunaan sosial media sebagai sarana untuk mempromosikan *homestay*, serta diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang menginap di *homestay* yang ada di Desa Wisata Cisaat.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas dapat diidentifikasi bahwa :

1. Masih rendahnya pengetahuan *digital marketing* pemilik dan pengelola *homestay*
2. Masih rendahnya pemanfaatan *platform* media sosial sebagai sarana promosi *homestay*
3. Masih belum adanya sumber belajar *digital marketing* yang menyebabkan sulitnya pemasaran *homestay* di Desa Wisata Cisaat
4. Belum adanya buku saku terkait *digital marketing* sebagai media edukasi pemilik *homestay* untuk memasarkan *homestay* secara digital
5. Masih sedikitnya wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cisaat

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan, maka peneliti membatasi penelitian ini pada “Pengembangan Buku Saku *Digital Marketing* untuk Pemilik *Homestay*”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan media buku saku yang berjudul *digital marketing homestay* sebagai media pengetahuan bagi pemilik *homestay* di Desa Wisata Cisaat?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan, maka dapat dibuat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengembangkan media buku saku yang berjudul *digital marketing homestay* sebagai media pengetahuan bagi pemilik *homestay* di Desa Wisata Cisaat

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan gambaran tentang penggunaan *digital marketing* untuk pemasaran *homestay* di Desa Wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat.
- b. Sebagai bahan informasi tentang *homestay* yang terdapat di Desa Wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat yang dapat menjadi tujuan wisatawan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana kependidikan di Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, penelitian ini sangat bermanfaat bagi peneliti sebagai pengalaman pengabdian kepada masyarakat dan sebagai sebuah karya ilmiah.

b. Bagi Pemilik *Homestay*

Memberikan bantuan pemikiran dalam memperkenalkan *homestay* dengan pemasaran digital. Selain itu buku yang telah dibuat oleh peneliti dapat dipelajari secara lebih mendalam agar *digital marketing* dapat dimanfaatkan dengan baik dalam mempromosikan *homestay* kepada khalayak umum.

c. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pustaka bagi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Teknik dalam mengembangkan media pembelajaran buku yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat khususnya pemilik *homestay* di desa wisata.