

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan potensi alam, budaya, dan adat istiadat, hal ini membuat Indonesia mengembangkan dalam sektor pariwisata yang memperhatikan berbagai aspek seperti lingkungan, ekonomi, sosial, budaya, dan kepuasan pada wisatawan. Banyak keunggulan yang terdapat diberbagai wilayah di Indonesia yang masih banyak orang belum tau keberadaannya. pariwisata kini telah menjadi bagian penting dalam pembangunan nasional, bahkan menjadi program prioritas bersama kawasan industri dan kawasan khususnya ekonomi, energi, dan pangan. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan oleh semua pihak baik pemerintah maupun masyarakat perlu dilakukan, guna mengoptimalkan potensi wisata dari masing-masing daerah untuk menarik minat berkunjung wisatawan domestik maupun wisatawan asing(Devica, 2021)

Sesuai dengan adanya peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 4 Tahun 2022 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata, pengertian dari Desa Wisata sendiri adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas, yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya, sehingga memiliki daya tarik atau ciri khas seperti halnya keunikan, keindahan, dan nilai, yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Gubernur Provinsi Jawa Timur, 2022). Setiap desa

berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan. Keindahan dan keunikan alam akan menjadi wisata alam. Jika desa tersebut memiliki tradisi dan budaya yang unik maka dapat menjadi tujuan wisata budaya. Dengan kondisi demikian, melalui pemanfaatan potensi alam, kebudayaan suatu daerah dapat diselaraskan secara optimal melalui kegiatan pariwisata.

Kegiatan wisata ini sangat dinantikan dan memberikan dampak bagi masyarakat sekitar dengan meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus menjaga potensi lokal tetap terjaga. (Andrianti & Lailam, 2019). Desa wisata bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, meningkatkan kualitas sumber daya lokal dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat lokal dalam konservasi sumber daya hayati dan lingkungan hidup di pedesaan maupun di pedesaan yang terorganisir .

Kawasan dan kawasan perlindungan air untuk memperkuat kawasan sekitar pemukiman desa. Dalam mencapai tujuan dan pembangunan wisata didalam suatu daerah tidaklah lepas dari yang dijelaskan Bab dua pasal lima, penyelenggara dilaksanakan oleh lembaga pengelola desa wisata seperti Badan Usaha Milik Desa (Bumdes), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan kelompok masyarakat lainnya. Pokdarwis menjadi salah satu bagian dalam masyarakat yang memiliki peran dan kontribusi penting dalam peningkatan kearifan lokal didaerahnya. Keberadaan pokdarwis tersebut perlu didukung dan dibina sehingga dapat berperan lebih efektif dalam turut menggerakkan partisipasi masyarakat untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif dan berkembangnya kegiatan pariwisata di

sekitar destinasi pariwisata (Ni Nyoman Devi Widyastutii et al., 2022). Banyak hal yang harus dilakukan pokdarwis untuk mengenalkan keunggulan atau potensi yang terpendam daerah tersebut. Salah satunya yaitu melakukan *Branding* terkait potensi- potensi yang ada di daerah tersebut.

Dengan adanya pokdarwis dalam konteks pengembangan destinasi wisata berperan sebagai “unsur penggerak”. Untuk mendorong pengembangan potensi pariwisata, komunikasi pariwisata merupakan faktor terpenting dalam mencapai tujuan pariwisata. Destinasi wisata merupakan suatu produk atau merek yang dapat menjadi identitas suatu perusahaan sebagai nilai jual kepada konsumen. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki strategi dan upaya komunikasi yang sistematis dan terencana dalam menyampaikan informasi tentang produk Anda. Penggunaan proses branding untuk menciptakan reputasi, citra, dan kesan yang baik memungkinkan konsumen mengetahui dan mengenali produk sebagai identitas perusahaan.

Merek selalu dikaitkan dengan konsep citra. Hal ini juga memungkinkan diferensiasi dan positioning produk dari produk lain di benak konsumen. Semua bisnis dan organisasi perlu menyadari hal ini, karena gambar dapat memengaruhi persepsi konsumen dan memutuskan apakah akan membeli produk atau layanan mereka. Citra dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek yang kuat, sehingga memegang peranan penting dalam menentukan apakah suatu perusahaan bergerak maju dalam mencapai tujuannya. ‘Yohanes Hanoë_Strategi *Branding* Brawijaya Edupark Dalam Membangun Citra Wisata Edukasi’, 2019.

Alasan penulis memilih melakukan penelitian *Branding* wisata edukasi kelor di Kelurahan Pulorejo Kota Mojokerto ialah Desa Pulorejo memiliki beberapa potensi dan kearifan lokal yang dapat mendukung jalannya ekonomi di desa tersebut seperti dengan adanya UMKM dengan produk teh kelor, kue kering kelor, brownies kelor, mi ayam kelor, pentol kelor, dan masih banyak lagi olahan dan produk yang terbuat dari potensi Desa Pulorejo (Hermansyah, 2022). Di Desa Pulorejo, mengadakan kegiatan promosi, agar potensi yang ada dikenal oleh banyak orang. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, berbagai strategi dan inisiatif dilakukan, termasuk pemasaran produk melalui pariwisata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lapangan di Desa Wisata Edukasi Kelor sebagai bagian dari branding. Penelitian ini mengkaji sistem strategi branding yang diterapkan di Desa Pulorejo. Penulis tertarik untuk meneliti wisata edukasi kelor yang berlokasi di Kelurahan Pulorejo Kecamatan Prajurit Kulon karena kebun kelor menjadi indikator penilaian dan berhasil meraih Juara I Lomba Festival Kelompok Sadar Wisata Kota Mojokerto. Hal ini didukung dengan adanya paket eduwisata yang dapat disewa oleh calon wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan aspek yang dijelaskan pada latar belakang, maka penulis merumuskan rumusan masalah “ Bagaimana Strategi *Branding* yang dilakukan dalam mengembangkan dan memperkenalkan wisata edukasi daun kelor kepada masyarakat lokal dan regional ? ”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun untuk tujuan penelitian yang hendak penulis capai adalah untuk mengetahui strategi *Branding* yang dilakukan untuk mengembangkan lebih luas eduwisata di Desa Pulowetan Kelurahan Pulorejo Kota Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat penulis setelah melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Bagi Pengurus Kebun Kelor

Untuk meningkatkan perkembangan Kebun Kelor, disarankan agar tim pengelola (Pokdarwis dan KWT) fokus pada peningkatan infrastruktur dan fasilitas, meningkatkan keterlibatan komunitas, terutama di kalangan pemuda, dan mencari tambahan dana atau kemitraan untuk mendukung upaya ini. Hal ini akan membantu menciptakan pengalaman eduwisata yang lebih menarik dan berkelanjutan

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi kepada teman-teman yang memiliki minat untuk meneliti lebih dalam tentang potensi alam pada suatu daerah.