

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Desa Bumiwangi

### 1.1.1 Profil Desa Bumiwangi

Desa Wisata Bumiwangi didirikan pada tahun 2019 dan dikelola secara aktif oleh lembaga Desa Bahterawangi. Bukit Cula adalah wisata andalan di Desa Bumiwangi karena menyimpan sejarah Dipatiukur sebagai seorang dipati atau yang kini dikenal sebagai Bupati dari kerajaan Sumedang Larang. Selain memiliki sejarah yang kuat, Bukit Cula juga menarik karena memiliki pemandangan yang indah dan memungkinkan melihat Bandung Raya dari Selatan.

### 1.1.2 Visi Misi Desa Bumiwangi

Menjadikan Desa wisata Bumiwangi sebagai desa wisata untuk masa kini dan masa depan, yang berbasis kesejahteraan, kearifan lokal, serta berwawasan lingkungan.

### 1.1.3 Logo Perusahaan

Berikut merupakan logo dari Desa Wisata Bumiwangi



**Gambar 1. 1** Logo Desa Wisata Bumiwangi

*Sumber : Ketua Desa Bumiwangi, 2023*

### 1.1.4 Struktur Organisasi Desa Wisata Bumiwangi

#### SUSUNAN PENGELOLA DESA WISATA BUMIWANGI KECAMATAN CIPARAY KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2022



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Desa Wisata Bumiwangi

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2023

### 1.1.5 Produk

Sejauh ini aktivitas wisata yang ada di Desa Bumiwangi masih terbatas, salah satu aktivitas yang sudah ada yaitu menikmati keindahan alam melalui gantole maupun olahraga paralayang dari atas Bukit Cula.

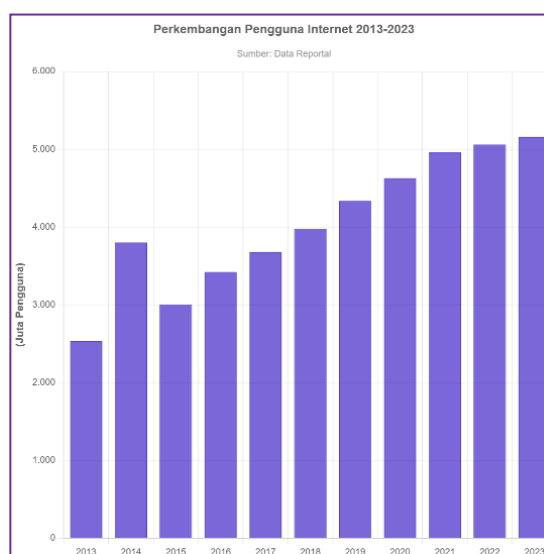
## 1.2 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini terjadi proses sosial dimana semua negara dan bangsa di seluruh dunia terhubung dan bergantung satu sama lain. Globalisasi adalah ketika kebudayaan dan ilmu pengetahuan menyebar ke seluruh dunia dan membuat batas negara menjadi tidak jelas lagi. Oleh karena itu, dampak yang ditimbulkan memengaruhi banyak bidang seperti ekonomi, teknologi, dan ilmu pengetahuan, yang sangat memengaruhi kehidupan manusia (<https://pasla.jambiprov.go.id>, 2023).

Perubahan sosial yang terjadi di seluruh dunia paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan di bidang telekomunikasi dan teknologi. Pesatnya

perkembangan teknologi dan komunikasi maka muncul berbagai jenis media baru, salah satunya adalah munculnya internet. Menurut David D. Clark (2018:5), internet merupakan sarana komunikasi yang diciptakan dengan tujuan menghubungkan komputer secara bersama-sama sehingga memungkinkan pertukaran informasi digital.

Saat ini semua orang menggunakan internet untuk berkomunikasi satu sama lain. Dengan internet, orang di seluruh dunia dapat dengan cepat mendapatkan informasi, dari berbagai negara berbeda maupun dalam negeri (<https://www.baktikominfo.id>, 2023). Meskipun internet telah berkembang selama beberapa dekade, hampir semua masyarakat di seluruh dunia semakin membutuhkannya. Meningkatnya penggunaan teknologi dan internet di dunia setiap tahunnya telah membawa dampak yang besar bagi berbagai aspek kehidupan (<https://disperkimta.bulelengkab.go.id>, 2023).



**Gambar 1. 3** Jumlah Pengguna Internet di Seluruh Dunia (Januari 2013-2023)

*Sumber* : data.goodstats.id 2023

Menurut data dari *we are social* dan *hootsuite* pada Januari 2023, 5,16 miliar orang menggunakan internet, atau 64,4% dari 8,01 miliar orang di seluruh dunia. Dari data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet terus meningkat setiap tahun (<https://databoks.katadata.co.id>, 2023).

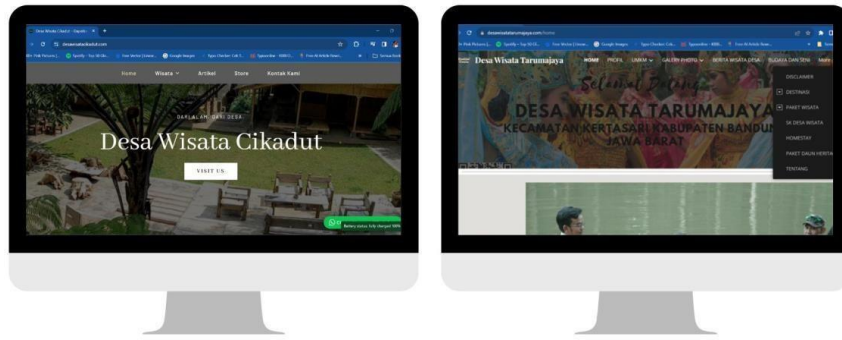
Di Indonesia sendiri penggunaan internet setiap tahunnya semakin meningkat bahkan akses internet di desa-desa saat ini telah mengalami transformasi yang signifikan terutama desa di provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data dari Open Data–Ekosistem Data Jabar 4.353 dari 5.312 desa di Jabar sudah memiliki akses internet pertahun 2021 (<https://jabarprov.go.id>, 2023). Penggunaan teknologi dan internet juga berdampak ke sektor pariwisata karena dapat membuka peluang besar untuk pertumbuhan industri pariwisata. Melalui internet memungkinkan orang untuk terhubung dengan orang-orang dari berbagai belahandunia, dan membuat informasi lebih mudah diakses. Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam bentuk aplikasi yaitu website untuk menjalankan proses promosi pariwisata. Menurut Abdullah et al (2016) website adalah kumpulan halaman yang terdiri dari beberapa halaman yang berisi informasi digital dalam bentuk gambar, teks, musik, dan nimasi lainnya. Halaman-halaman ini dihubungkan ke internet melalui jalur internet. Website dengan jangkauan waktu dan ruang yang tidak terbatas adalah salah satu media promosi terpopuler saat ini. Manfaat penggunaan website adalah mempromosikan produk atau paket pariwisata ke berbagai belahan dunia dengan cepat, mudah, dan efisien selain itu menarik minat lebih banyak orang untuk berkunjung. Karena industri pariwisata saat ini adalah salah satu sektor unggulan penggerak pertumbuhan ekonomi suatu negara, termasuk Indonesia (<https://kemenparekraf.go.id/>, 2023).

Di Indonesia jenis pariwisata yang berkembang semakin beragam salah satunya Desa Wisata. Desa wisata merupakan salah satu pengembangan pariwisata yang berfokus untuk mensejahterakan masyarakat lokal, melestarikan lingkungan dan budayadesa. Desa wisata memiliki berbagai keindahan alam dan budaya lokal yang dapat menarik minat wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk datang berkunjung ke desa tersebut. Menurut Aryani et al (2019) desa wisata dapat diidentifikasi berdasarkan sejumlah kriteria. Ini termasuk komunitas masyarakat, potensi daya tarik wisata, lembaga pengelola, peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana dasar, kemungkinan pengembangan pasar wisatawan, dan sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam pengembangan desa wisata.

Pada tahun 2023 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mencatat peningkatan 36,7% dari 3.419 desa wisata menjadi 4.674 desa wisata. Namun, pengembangan desa wisata menghadapi banyak kendala yang muncul dan menjadi tantangan dalam pengembangannya. Menurut Andi (2021) promosi merupakan salah satu kendala bagi pengembangan desa wisata (Kompas, 2021). Sehingga dalam pengembangannya desawisata memerlukan strategi promosi yang tepat untuk menarik wisatawan dari berbagai wilayah. Salah satu upaya untuk mengembangkan desa wisata dengan menggunakan strategi promosi digital (<https://indonesia.go.id>, 2023).

Desa Bumiwangi merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa wisata ini menawarkan pengalaman wisata yang berbeda dari desa yang lainnya yaitu menikmati keindahan alam melalui *gantole* atau olahraga paralayang dari atas Bukit Cula. Selain itu, Desa wisata ini memiliki banyak potensi untuk berkembang menjadi tempat wisata yang menarik karena keindahan alamnya dan lingkungan yang masih terjaga kelestariannya. Namun, Desa Bumiwangi masih belum banyak dikenal oleh masyarakat umum sebagai destinasi wisata.

Hal ini terjadi karena pengembangan pariwisatanya masih menghadapi kendala yaitu strategi promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional/tradisional sehingga desa bumiwangi sebagai desa wisata belum memiliki promosi aktif yang menunjukkan perbedaan antara desa wisata bumiwangi dengan desa wisata lainnya. Bahkan informasi tentang desa bumiwangi masih sedikit ditemukan di *platform digital*. Salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Bandung yang sudah melakukan promosi digital menggunakan website adalah Desa Wisata Tarumajaya dan Desa Wisata Cikadut.



**Gambar 1. 4** Perbandingan Website Desa Pesaing

*Sumber : Olahan Penulis, 2023*

Desa Tarumajaya memiliki website yang berisikan informasi desa yang lengkap mulai dari destinasi wisata, potret wisata, paket wisata yang tersedia dan lokasi. Selain itu ada Desa Cikadut yang memiliki tampilan website yang lebih menarik dan informatif. Hal ini mempengaruhi daya saing desa wisata Bumiwangi dan keberlangsungannya di tengah persaingan pariwisata yang semakin kuat. Maka dari itu, strategi promosi harus ditingkatkan supaya desa wisata Bumiwangi dapat dikenal luas oleh masyarakat dan menarik kunjungan wisatawan.

Upaya untuk pengembangan Desa Bumiwangi adalah melakukan promosi digital menggunakan website. Penggunaan website sangat berguna untuk promosi agar dapat menyampaikan informasi ke masyarakat luas. Dengan memiliki website resmi, desa Bumiwangi dapat dengan mudah menyampaikan informasi mengenai daya tarik desa, fasilitas yang tersedia, dan melakukan reservasi sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk datang berkunjung.

Salah satu faktor yang menarik perhatian wisatawan untuk datang berkunjung adalah produk wisata dan promosi yang di tawarkan, namun kedua hal tersebut masih terbatas dan belum maksimal dalam pengembangannya. Desa Bumiwangi memiliki banyak potensi, tetapi sangat disayangkan pengembangannya belum maksimal dan media promosi digitalnya juga masih terbatas. Oleh karena itu penulis ingin **“Pembuatan Media Promosi Digital (Website) Guna Meningkatkan Minat Wisatawan Di Desa Wisata Bumiwangi Tahun 2024”** dengan harapan dapat membantu pengembangan Desa Bumiwangi.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang promosi digital untuk meningkatkan promosi Desa Wisata Bumiwangi?
2. Bagaimana penerapan website sebagai sarana promosi digital Desa Wisata Bumiwangi?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menentukan strategi promosi digital yang tepat untuk Desa Wisata Bumiwangi.
2. Mengetahui minat wisatawan Desa Wisata Bumiwangi

### **1.5 Kegunaan Peneliti**

Berdasarkan pemaparan dan tujuan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Akademis  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan khususnya dibidang pemasaran pariwisata serta dapat digunakan sebagai acuan rekan-rekan mahasiswa yang berminat dan melakukan penelitian mengenai desa wisata di masa yang akandatang.
2. Bagi Praktis  
Penelitian ini dapat bermanfaat dan membantu pihak Desa Bumiwangi untuk dapat melakukan promosi menggunakan platform digital dan dapat membantu pengembangan Desa Bumiwangi kedepannya.

### **1.6 Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi dengan beberapa masalah yang akan dibahas. Hal ini

digunakan agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi terarah dan tidak terlalu luas. Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah promosi digital.
2. Objek penelitian ini adalah Desa Wisata Bumiwangi.
3. Periode pelaksanaan penelitian ini mulai dari bulan November 2023 – April 2024.

### **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir**

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas Laporan Proyek Akhir (PA).

#### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir

#### **2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis (bila ada).

#### **3. BAB II METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

#### **4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul



tersendiri.

## 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadiskan yang berkaitan dengan manfaat penelitian.