

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di berbagai negara. Pariwisata dipahami sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggalnya untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, maupun mempelajari keunikan daya tarik yang dimiliki suatu destinasi dalam jangka waktu tertentu. Menurut Wirawan (2021), menyatakan bahwa pariwisata tidak hanya bisa dipahami sebagai kegiatan perjalanan semata, tetapi merupakan sebuah sistem yang memiliki beragam manfaat. Keberadaannya mampu membuka peluang kerja bagi masyarakat, meningkatkan pendapatan pemerintah daerah, memberikan kepuasan fisik dan psikologis bagi wisatawan, serta mendorong pelestarian dan penghargaan terhadap budaya lokal (Wirawan, 2021).

Seiring dengan perkembangan zaman, pariwisata tidak hanya dipandang sebagai aktivitas rekreasi semata, tetapi juga sebagai sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Sebagai sektor yang berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, dimana ketersediaan berbagai komoditas pendukung kepariwisataan, seperti hotel, restoran, transportasi, hiburan, serta unsur budaya, memiliki peran yang sangat strategis untuk sektor pariwisata (Anggarini dkk., 2021). Perkembangan pariwisata yang semakin pesat dapat mendorong munculnya berbagai jenis dan bentuk wisata sesuai dengan kebutuhan dan minat wisatawan.

Wisata alam tetap menjadi salah satu sektor pariwisata yang paling diminati karena daya tariknya yang kuat. Secara definisi, pariwisata alam pada dasarnya adalah jenis perjalanan yang lebih mengutamakan pengalaman menikmati alam secara langsung, menghargai keindahan lingkungan, serta memahami keunikan ekosistem setempat, apresiasi terhadap lanskap lingkungan, serta keunikan ekosistem setempat dengan tetap mengedepankan asas konservasi lingkungan

(Liliyana dkk., 2025). Wisata berbasis alam dengan mengoptimalkan kekayaan sumber daya fisik seperti kawasan pegunungan, garis pantai, ekosistem hutan, hingga keberagaman flora dan fauna sebagai magnet utama bagi pengunjung. Lebih dari sekadar liburan, keasrian dan karakteristik khas alam tersebut berperan krusial dalam menciptakan pengalaman yang memadukan unsur hiburan dengan muatan edukasi bagi wisatawan (Andesta, 2025).

Saat ini pariwisata alam merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang semakin diminati, termasuk di Kabupaten Bondowoso yang memiliki potensi sumber daya alam berupa pegunungan, perbukitan, air terjun, serta kawasan perkebunan yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata unggulan. Lingkungan alam yang sejuk dan asri menjadi daya tarik utama bagi pengembangan pariwisata berbasis alam dan ekowisata (BPS Kabupaten Bondowoso, 2023). Kabupaten Bondowoso tercatat pada tahun 2024 memiliki jumlah kunjungan wisatawan mencapai 611.361 wisatawan, jumlah tersebut merupakan jumlah kunjungan wisatawan Nusantara dan wisatawan Asing. Terbukti Kabupaten Bondowoso mengalami kenaikan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 10,13% dari tahun 2023 (BPS Kabupaten Bondowoso, 2025). Potensi alam tersebut dimanfaatkan melalui pengembangan Teduh Glamping Sumberwringin sebagai salah satu bentuk akomodasi wisata berbasis alam yang diresmikan pada tahun 2022 dengan menawarkan pengalaman menginap di tengah lingkungan yang teduh, sejuk, dan asri, sehingga mendukung pengembangan pariwisata alam dan ekowisata.

Teduh Glamping Sumberwringin merupakan salah satu destinasi wisata alam berbasis akomodasi yang terletak di Kecamatan Sumberwringin, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Destinasi wisata ini mengusung konsep *glamorous camping* (glamping), yaitu perpaduan antara kegiatan berkemah di alam terbuka. Destinasi ini memiliki tiket yang relatif murah dan terjangkau dibandrol seharga Rp.5000 per orang sudah termasuk (*weekend and weekdays*). Teduh Glamping Sumberwringin berada di kawasan alam yang masih asri dengan suasana sejuk, dikelilingi oleh pepohonan dan lanskap alam khas daerah pegunungan. Kondisi

lingkungan yang tenang dan jauh dari hiruk pikuk perkotaan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang ingin beristirahat, bersantai, serta melepas penat dari aktivitas sehari-hari. Lokasi ini juga mendukung kegiatan wisata alam dan wisata keluarga.

Teduh Glamping Sumberwringin dikelilingi oleh berbagai macam atraksi wisata, antara lain unit glamping, pendopo dengan desain estetik, sumber mata air pegunungan, area bersantai, toilet, kamar mandi, musholla, tempat makan, serta spot foto yang menarik. Selain itu, pihak pengelola juga menyediakan berbagai aktivitas wisata, seperti ATV Adventure, yang dapat dinikmati oleh pengunjung untuk berkeliling kawasan Sumberwringin, baik secara individu maupun berkelompok. Tidak hanya menyediakan fasilitas dan atraksi wisata, Teduh Glamping Sumberwringin juga berfungsi sebagai pos camp Gunung Raung, yang menjadi salah satu akses bagi para pendaki untuk melakukan proses reservasi sebelum melakukan pendakian. Sebagai destinasi yang relatif baru di Kabupaten Bondowoso, Teduh Glamping Sumberwringin memiliki banyak jumlah wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan data kunjungan wisatawan yang di peroleh dari tahun 2022-2025 pihak pengelola mengatakan bahwa terjadi peningkatan jumlah kunjungan dari tahun ke tahun. Destinasi wisata Teduh Glamping Sumberwringin mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Berikut data pengunjung wisata Teduh Glamping pada tahun 2022-2025.



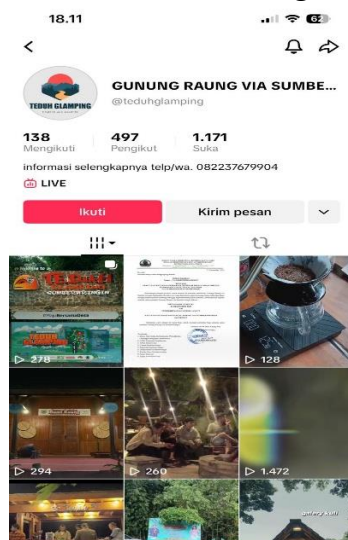
Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisatawan Teduh Glamping Tahun 2022-2025
 Sumber: Anggota Pokdarwis Teduh Glamping Sumberwringin

Berdasarkan tabel di atas, jumlah kunjungan wisatawan Teduh Glamping Sumberwringin mengalami peningkatan yang konsisten dari tahun 2022 hingga 2025. Pada tahun 2022, kunjungan wisatawan Teduh Glamping menyentuh angka 800 wisatawan, yang mengalami peningkatan menjadi 5.000 wisatawan pada tahun 2023, mengalami peningkatan lagi menjadi 15.000 wisatawan pada tahun 2024, dan diperkirakan mencapai 20.000 wisatawan pada tahun 2025 dan rata-rata wisatawan mayoritas berasal dari daerah lokal seperti Bondowoso, Jember, dan Situbondo. Pola minat kunjungan yang cenderung semakin meningkat dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa Destinasi Wisata Teduh Glamping Sumberwringin memiliki daya tarik yang mampu menarik minat kunjungan wisatawan. Meskipun demikian, peningkatan jumlah kunjungan tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan pengelolaan identitas destinasi dan strategi pemasaran yang optimal. Pada kenyataannya, masih banyak wisatawan, terutama dari luar daerah, yang sering salah mengenali identitas Teduh Glamping Sumberwringin dan keliru membedakannya dengan area perkemahan (pos camp).

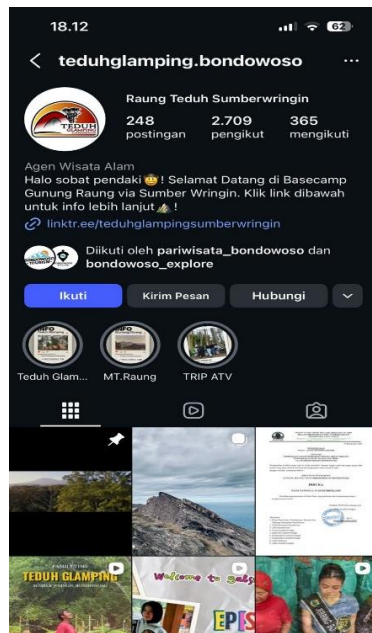
Salah satu kendala yang ditemukan yaitu berupa belum optimalnya pengelolaan promosi destinasi, termasuk dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi kepada wisatawan di mana nama akun *TikTok* yang digunakan berbeda dengan akun *Instagram* resminya. Selain itu, promosi di platform *TikTok* terpantau belum efektif karena konten yang diunggah kurang rutin, tidak mencantumkan tautan situs web resmi, serta memiliki jumlah pengikut yang masih sangat minim. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengelola Teduh Glamping Sumberwringin masih belum optimal, khususnya dalam kegiatan promosi destinasi kepada masyarakat luas. Akibatnya, destinasi ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat, khususnya bagi wisatawan yang berasal dari luar wilayah Bondowoso. Berikut ini merupakan dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan media sosial milik Teduh Glamping Sumberwringin yang digunakan sebagai bukti adanya berbagai permasalahan.



Gambar 1.2 Postingan *TikTok* Gunung Raung Via Sumberwringin
 Sumber: *TikTok Resmi Gunung Raung Via Sumberwringin*



Gambar 1.3 Profil *TikTok* Gunung Raung Via Sumberwringin
 Sumber: *TikTok Resmi Gunung Raung Via Sumberwringin*



Gambar 1.4 Profil *Instagram* Teduh Glamping Sumberwringin
 Sumber: *Instagram Resmi Teduh Glamping Sumberwringin*

Melihat potensi ini, pengembangan wisata Teduh Glamping tidak hanya bertumpu pada keindahan alam, namun juga membutuhkan dukungan dalam hal strategi pemasaran dan kebijakan pemerintah daerah yang mendukung. Potensi yang ada di Teduh Glamping Sumberwringin masih perlu untuk dikembangkan lagi supaya dapat menjadi tujuan tempat wisata utama yang paling diminati di Kabupaten Bondowoso. Oleh karena itu, perlu disusun lagi strategi pengembangan objek wisata yang dipersiapkan dengan matang serta pengelolaan yang baik oleh pihak pengelola objek wisata Teduh Glamping Sumberwringin dengan cara melakukan pemasaran yang lebih optimal.

Pemasaran adalah suatu proses transaksi yang melibatkan antar individu, kelompok dan pelaku bisnis dengan tujuan untuk mencapai keuntungan dan memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai (Kasmi dkk., 2023). Definisi tersebut menegaskan bahwa pemasaran memiliki peran strategis dalam menjembatani para pelaku bisnis untuk mencapai target pasar yang dituju. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan agar organisasi/pelaku bisnis mampu menyesuaikan diri

dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi. Strategi pemasaran sendiri merupakan konsep perencanaan yang terstruktur untuk mencapai tujuan pemasaran dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal.

Strategi pemasaran pariwisata dinilai efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi serta dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung khususnya dalam sektor pariwisata. Strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan karena bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai destinasi kepada wisatawan (Saputra & Pamungkas, 2023). Maka dari itu, strategi sangat penting bagi pertumbuhan suatu organisasi/usaha untuk mencapai tujuannya, baik jangka waktu pendek maupun panjang. Proses analisis strategi didasarkan berdasarkan Tujuan, Kebijakan, dan Program (Sumaryono & Rony, 2024).

Berdasarkan pra observasi di lapangan, menunjukkan bahwa Teduh Glamping Sumberwringin memiliki potensi atraksi dan fasilitas wisata yang beragam, akan tetapi pihak pengelola masih menghadapi sejumlah kendala utama berupa belum optimalnya strategi pemasaran yang diterapkan terutama pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Promosi yang dilakukan belum berjalan secara optimal karena keterbatasan aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengelola, mulai dari segi konsisten konten, jangkauan informasi, maupun pembentukan identitas destinasi yang jelas. Kondisi tersebut menyebabkan visibilitas Teduh Glamping Sumberwringin terkait pada aktivitas promosi masih tergolong rendah, sehingga citra destinasi belum terbentuk secara optimal di kalangan wisatawan. Akibatnya mengenai penyebaran informasi Teduh Glamping Sumberwringin yang belum menjangkau ke masyarakat luas, terutama pada wisatawan luar daerah Kabupaten Bondowoso. Hal ini dapat berdampak pada terbatasnya tingkat pengenalan wisatawan terhadap destinasi Teduh Glamping Sumberwringin dan dapat mempengaruhi rendahnya minat kunjungan wisatawan, maka dari itu diperlukan peningkatan visibilitas melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat yang bertujuan untuk menjangkau wisatawan secara lebih luas khususnya luar daerah Kabupaten Bondowoso.

Dalam kondisi tersebut, pemasaran pariwisata memegang peranan strategis dalam memperkenalkan, mempromosikan, serta membangun citra destinasi wisata agar dikenal luas oleh masyarakat dan calon wisatawan. Berbagai sumber daya pariwisata yang tersedia perlu dikelola dan dilestarikan sesuai dengan kondisi lapangan serta karakteristik dan potensi daerah masing-masing (Adhawiyah dkk., 2025). Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran pariwisata yang tepat menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing destinasi wisata.

Bauran pemasaran 7P menjadi alat analisis yang strategis dalam menyusun dan menerapkan strategi pemasaran secara efektif, khususnya dalam konteks pemasaran destinasi wisata. Unsur-unsur 7P yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, proses pelayanan, dan bukti fisik berperan dalam membentuk penilaian serta keputusan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata (Muchtar dkk., 2024). Atas dasar tersebut, pendekatan 7P digunakan sebagai kerangka analisis strategi pemasaran pada Teduh Glamping Sumberwringin.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini akan berfokus untuk mengkaji strategi pemasaran Teduh Glamping Sumberwringin sebagai destinasi wisata alam di Kabupaten Bondowoso, agar dapat menjadi dasar dalam perumusan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan bauran pemasaran jasa 7P sebagai kerangka analisis untuk memberikan gambaran mengenai upaya pemasaran yang dapat mendukung peningkatan daya tarik, daya saing, serta keberlanjutan pengembangan destinasi wisata.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian :

1. Bagaimana implementasi bauran pemasaran (7P) pada destinasi wisata Teduh Glamping Sumberwringin?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata Teduh Glamping Sumberwringin berdasarkan 7P?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian

1. Menganalisis penerapan bauran pemasaran (7P) pada destinasi wisata Teduh Glamping Sumberwringin.
2. Menganalisis strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata Teduh Glamping Sumberwringin berdasarkan 7P.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan dan pengembangan di bidang pemasaran destinasi pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan promosi menggunakan penerapan strategi bauran pemasaran (7P) dan analisis SWOT dalam pengembangan destinasi wisata. Hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi akademisi dan menambah wawasan dalam strategi pemasaran destinasi wisata.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada pengelola Teduh Glamping Sumberwringin Bondowoso mengenai aspek-aspek strategi pemasaran yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki agar lebih efektif dan optimal, dengan demikian, pengelola dapat merancang program pelatihan dengan tujuan untuk meningkatkan pengelolaan dan promosi destinasi wisata yang menarik dan lebih relevan.