

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pandemi global akibat virus COVID-19 yang menyerang dunia dua tahun lalu memberikan dampak signifikan bagi kehidupan masyarakat dunia. Kejadian besar seperti ini tidak pernah terbayangkan sebelumnya sehingga tidak ada satu negara pun yang memiliki persiapan yang baik dalam menghadapi semua ini. Atas dasar tersebut, kejadian pandemi ini sangat berdampak signifikan bagi keseharian masyarakat di dunia dan mengubah berbagai tatanan aspek sehingga perlunya adaptasi kebiasaan baru. Penyebaran melalui droplet air liur berdampak pada kebijakan yang diambil oleh pemerintah melalui PP No. 21 Tahun 2020 yaitu pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dengan begitu masyarakat di himbau untuk tidak berkerumun dan membatasi segala aktivitas sosial sehari-hari.

Tentunya, akibat kebijakan ini berdampak pada berbagai sektor karena aktivitas sektor yang terhambat oleh kebijakan yang diambil oleh pemerintah, salah satunya sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mengalami dampak signifikan sebagaimana merosotnya jumlah kunjungan wisatawan. Pendapatan bisnis pariwisata sangat ditentukan oleh para kunjungan wisatawan, akibat kebijakan ini berdampak pada beberapa wisata yang berada di provinsi Jawa Barat dengan morfologi terdiri dari, dataran tinggi, perbukitan, dan pegunungan. Salah satunya yaitu Kabupaten Bogor menduduki peringkat ketiga dari seluruh kabupaten metropolitan di Indonesia dalam hal potensi wisata menurut letak geografisnya, sehingga menjadikan Kabupaten Bogor adalah rumah bagi berbagai tempat wisata. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor memiliki kekayaan sumber daya alam seperti yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Kabupaten Bogor memiliki berbagai macam wisata menarik untuk dapat dikunjungi baik wisata alam, budaya, buatan, tematik hingga wisata kuliner hadir disini.

Meskipun Kabupaten Bogor kaya akan wisata, namun dampak pandemi yang sangat signifikan pun bisa berpengaruh pada kemerosotan kunjungan khususnya pada tahun 2020 ketika awal pandemi menyerang halnya terjadi kemerosotan

kunjungan hingga 80%, pertahun 2021. Untuk memulihkan kembali situasi ini diperlukan strategi pemasaran yang matang. Strategi pemasaran menurut Kurtz (2008) adalah sebuah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promotion*, (Putri, 2018). Setelah vaksin mulai ditemukan menunjukkan perbaikan secara perlahan dan pandemi mulai berangsur pulih, berbagai sektor kembali bangkit perlahan karena kondisi seperti ini tidak dapat terus di pertahankan secara jangka panjang tentunya akan merugikan berbagai pihak. Pandemi mulai pulih, beberapa kebijakan mulai dilonggarkan aturannya, dan masyarakat mulai kembali beraktivitas seperti sediakala, maka untuk mengaktifkan kembali industri pariwisata khususnya yang sempat berhenti di era pandemi, dengan begitu upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor ialah menyusun strategi yang tepat sebagai wujud promosi untuk dapat menarik kunjungan wisata.

Meninjau vaksin yang secara masif telah diberikan kepada masyarakat membawa angin segar bahwasanya pada industri pariwisata untuk kembali membuka kunjungan wisatawan, strategi yang hendak dijalankan terlebih dahulu di uji coba guna melihat efektivitas sehingga dapat secara maksimal dikembangkan dan diterapkan. Maka dari itu, upaya untuk membuka dan kembali memperkenalkan potensi wisata yang luar biasa ini, diperlukan aktivitas promosi.

Promosi merupakan bagian dari *marketing* (pemasaran) menurut Kotler dan Keller (2020:27) adalah “Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran, memperoleh, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah konsumen dengan cara menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul”. Promosi juga merupakan bagian penting dari aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, dan menarik konsumen secara langsung terhadap produk yang dihasilkan, dengan harapan dapat meningkatkan angka penjualan.

Dalam pelaksanaan pengembangan sektor pariwisata pasca pandemi, terdapat beberapa kebijakan dalam melaksanakan promosi oleh Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata Kabupaten Bogor yaitu terdapat beberapa aspek diantaranya, tujuan, strategi serta arah kebijakan seperti yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Tabel Strategi Kebijakan

| Tujuan | Strategi | | Arah Kebijakan | |
|---|-----------------|---|-----------------------|--|
| | Tahun 2021-2023 | | | |
| Meningkatnya Daya Saing pariwisata daerah | 1. | Pengembangan destinasi Pariwisata | 1. | Pengembangan daya tarik wisata kawasan strategis pariwisata dan destinasi pariwisata |
| | 2. | Pengembangan Pemasaran Pariwisata | 2. | Pengembangan Promosi dan fasilitasi pemasaran, pemanfaatan sistem informasi dan menjalin kerjasama dan kemitraan |
| | 3. | Pengembangan Ekonomi Kreatif | 3. | Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual |
| | 4. | Pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif | 4. | Peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan pelaku ekonomi kreatif |
| Pelestarian Kebudayaan | 1. | Pengembangan Kebudayaan | 1. | Pengelolaan kebudayaan dan pelestarian kesenian tradisional yang masyarakat pelakunya dalam daerah |

| | | | | |
|--|----|--|----|---|
| | 2. | Pengembangan kesenian tradisional | 2. | Pembinaan kesenian yang masyarakat pelakunya dalam daerah |
| | 3. | Pelestarian dan pengelolaan cagar budaya | 3. | Mengelola benda, situs dan kawasan cagar budaya sebagai kekayaan budaya |

Strategi promosi yang ditempuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor sebagai upaya peningkatan kembali jumlah kunjungan ialah melalui berbagai macam event guna memperkenalkan kembali berbagai destinasi maupun daya tarik wisata yang hadir di wilayah Kabupaten Bogor. Melalui event pariwisata di selenggarakan secara profesional guna meningkatkan daya tarik wisatawan dan mempromosikan berbagai wisata yang ada di Kabupaten Bogor, sehingga dapat meningkatkan kembali kunjungan wisatawan untuk dapat berwisata ke berbagai destinasi yang berada di Kabupaten Bogor.

Beberapa inovasi dalam pengembangan event pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor mengembangkan inovasi dalam pengembangan event pariwisata, seperti menggabungkan seni, budaya, dan teknologi untuk menciptakan pengalaman yang berbeda dan memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan (Saputra & Andriani, 2021). Adapun beberapa event yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor diantaranya Putri Otonomi Indonesia, Putri Otonomi Daerah, *Sales Mission*, Jelajah Kab. Bogor, Mojang Jajaka, Wisata Offroad, Festival Kuliner, *Supporting Event (packraft)*, *Supporting Event (festival domba)* oleh HPDKI (Himpunan Peternak Domba dan Kambing Indonesia), *Supporting Event Puncak Festival* oleh PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dan Lomba Desa Wisata.

Promosi wisata melalui event memiliki urgensi yang penting dalam pengembangan pariwisata. Promosi pariwisata melalui event bisa membantu untuk memperkenalkan destinasi pariwisata, meningkatkan pemahaman wisatawan tentang budaya dan tradisi lokal, serta meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung (Agung Gde Tjokorda & Ardana Komang, 2019). Seperti halnya festival

dalam promosi pariwisata melalui event dapat membantu meningkatkan citra destinasi pariwisata, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan industri pariwisata (Laksono Agung & Eriyatno, 2019). Menurut penelitian event merupakan salah satu strategi yang efektif dalam mengembangkan industri pariwisata. Event dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, memperbaiki citra destinasi, dan menciptakan dampak ekonomi yang positif. Penelitian ini juga dapat menunjukkan bahwa melalui event yang diselenggarakan bisa menumbuhkan kebanggaan dan rasa memiliki masyarakat lokal terhadap destinasi yang mereka kelola (Yildirim & & Firat, 2017). Persepsi tersebut setidaknya berdampak positif pada jumlah kunjungan wisatawan khususnya wisatawan asing, hal ini menunjukkan data peningkatan wisatawan pada tahun 2022 hingga bulan Oktober jumlah kunjungan wisatawan asing telah mencapai 141.734 dan angka ini akan terus meningkat dengan optimis mencapai 8 juta kunjungan wisatawan asing karena terdapat berbagai acara yang telah masuk *Calender Of Event* di pemerintah pusat yang akan di selenggarakan di Kabupaten Bogor.

Meninjau lebih jauh, pengembangan wisata dan kunjungan wisata merupakan hal yang penting yang dapat mendorong perekonomian daerah dan negara, potensi wisata yang sangat luar biasa perlu dimanfaatkan semaksimal mungkin, pandemi COVID-19 sebagai salah satu kendala yang tak terduga membuat industri ini terpaksa harus menghentikan operasionalnya, sehingga berakibat kemerosotan pada kunjungan wisatawan. Pemerintah selaku salah satu *stakeholder* sudah seharusnya turut serta kembali meningkatkan kunjungan wisatawan melalui berbagai promosi sebagai upaya strategi, guna kembali wisatawan untuk berkunjung. Pentingnya kolaborasi antar *stakeholder* dalam pengembangan event pariwisata pasca pandemi, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor bekerja sama dengan berbagai pihak seperti pemerintah daerah, para pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat lokal. Kolaborasi ini dapat meningkatkan implementasi dalam pengembangan event pariwisata (D. A & R. Suryandari, 2020). Analisis penelitian terkait event pariwisata dan dampaknya pada lingkungan serta masyarakat lokal yang diadakan dapat dipastikan bahwa event tersebut tidak merusak lingkungan dan tidak

merugikan masyarakat lokal setidaknya bisa memberikan dampak positif pada pariwisata daerah Kabupaten Bogor (T. Noviana & M. Zaim, 2021).

Sebelumnya telah dilakukan penelitian yang sejalan oleh (Singh & Misra, 2020) didalamnya mengkaji mengenai gambaran umum tentang dampak pandemi COVID-19 pada industri pariwisata dan menyajikan analisis yang mendalam terkait tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri pariwisata selama pandemi COVID-19. Penulis juga membahas langkah-langkah yang dapat diambil oleh pemerintah dan sektor swasta untuk mempromosikan pariwisata pasca pandemi. Riset lain juga dikembangkan oleh (UNWTO, 2020) yang mana memuat kajian mengenai pandemi COVID-19 telah mengubah industri pariwisata dan memberikan kesempatan untuk mengevaluasi kembali manajemen destinasi, disisi lain laporan ini mengusulkan beberapa strategi untuk mempromosikan pariwisata pasca pandemi COVID-19 dengan fokus pada pengembangan destinasi yang berkelanjutan. Sejalan dengan aktivitas promosi yang merupakan bagian dari strategi, yaitu penelitian oleh (Carrelina Zhafir Almansuri & Muhammad Iqbal Katik Rajoendah, 2022) bahwasanya strategi promosi event yang dijalankan dinilai cukup efektif dan efisien untuk menarik minat konsumen potensial dalam melakukan kunjungan wisata. Berkaitan dengan penelitian tersebut masih terdapat *gap research* yang perlu dikembangkan ulang untuk menganalisis peranan Dinas Kebudayaan dan Pawisata dalam pengembangan promosi wisata melalui event khususnya untuk meningkatkan minat kunjungan pasca pandemi.

Melalui penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait event yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor dalam menangani pengembangan pariwisata pasca pandemi melalui event dan meningkatkan kunjungan wisata ke wilayah Kabupaten Bogor. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka perlu dilaksanakannya suatu penelitian mengenai **“Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pengembangan Promosi Pariwisata Pasca Pandemi Melalui Event Di Kabupaten Bogor”** .

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis praktik sosial yang dilakukan dalam pengembangan pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor melalui event yang diselenggarakan, dalam rangka mencapai maksud tersebut maka berikut ini adalah rincian rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti antara lain:

1. Bagaimana kondisi industri pariwisata pada daerah Kabupaten Bogor pasca pandemi?
2. Bagaimana strategi untuk meningkatkan industri pariwisata pada daerah Kabupaten Bogor pasca pandemi?
3. Bagaimana bentuk implementasi promosi event dalam upaya pemulihan pariwisata daerah Kabupaten Bogor pasca pandemi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah:

1. Mengetahui kondisi industri pariwisata pada daerah Kabupaten Bogor pasca pandemi
2. Mengetahui strategi untuk meningkatkan industri pariwisata pada daerah Kabupaten Bogor pasca pandemi
3. Mengetahui bentuk implementasi promosi event dalam upaya pemulihan pariwisata daerah Kabupaten Bogor pasca pandemi

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian yang dilakukan dapat turut serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan untuk dapat diterapkan dalam proses pemasaran pariwisata khususnya pada keadaan tak terduga, halnya pada saat pandemi COVID-19. Selain daripada itu, penelitian ini juga menjadi bagian dari pengembangan teori strategi secara terpadu yang sesuai dengan kebijakan keilmuan.

2. Manfaat Empirik

Secara empirik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan percontohan khususnya dalam proses pemasaran pariwisata pasca pandemi COVID-19, agar lebih meningkatkan kembali kunjungan dan pengelolaan kembali sektor destinasi yang terdampak melalui event yang diselenggarakan oleh Kabupaten Bogor. Dengan begitu penelitian ini juga, dapat dijadikan acuan untuk bisa dikembangkan lebih lanjut pada penelitian-penelitian selanjutnya sehingga dapat diterapkan dalam bidang pemasaran dan pariwisata.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Penelitian ini akan menggabungkan antara teori praktik sosial dengan manajemen event promosi pariwisata terkait pengelolaan pariwisata pasca pandemi. Dalam penelitian ini, akan dilihat bagaimana dinamika manajemen event mempromosikan pariwisata dalam pandangan praktik sosial yang dilakukan pasca pandemi COVID-19 melalui elemen kondisi, strategi, dan implementasi. Studi ini akan mengacu pada event-event yang telah diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor dalam mengembangkan promosi pariwisata pasca pandemi. Untuk memudahkan pemahaman isi dari skripsi ini, maka akan dibagi menjadi lima bab yang meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian dan struktur organisasi skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori pendukung dan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode dan desain penelitian, tempat dan partisipan penelitian, proses pengumpulan data, etika penelitian dan analisis data.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang temuan penelitian berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan temuan penelitian.

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan penelitian terhadap hasil analisis temuan penelitian.