BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan budaya dan alam yang melimpah, menjadikannya sebagai salah satu destinasi wisata unggulan dunia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata budaya adalah Kabupaten Kuningan. Kabupaten ini tidak hanya dianugerahi keindahan alam yang memikat, tetapi juga memiliki warisan budaya lokal yang kaya, salah satunya adalah kesenian tradisional Saptonan. Tradisi ini merupakan bagian dari perayaan Hari Jadi Kabupaten Kuningan yang sarat akan nilai-nilai sejarah, *heroisme*, dan kebersamaan (Riswanto, 2024). Meskipun memiliki potensi budaya yang tinggi, Saptonan belum mendapatkan perhatian dan pengakuan yang cukup di tingkat nasional maupun internasional. Hal ini tercermin dari penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada saat acara berlangsung, sebagaimana terjadi pada perayaan Saptonan bulan September 2024 (Dinas Pariwisata Kabupaten Kuningan, 2024). Kurangnya strategi pemasaran yang terarah dan berkelanjutan menjadi salah satu penyebab utama lemahnya daya tarik wisata budaya ini. Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi saat ini, strategi pemasaran pariwisata mengalami pergeseran yang signifikan. Promosi tidak lagi terbatas pada media konvensional, melainkan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web pariwisata, hingga pemanfaatan teknologi berbasis data dan tren perilaku wisatawan (Lian, 2023; Merabti & Laouadi, 2025). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemasaran yang lebih modern, adaptif, dan kolaboratif guna meningkatkan visibilitas serta daya saing Saptonan sebagai atraksi budaya. Pemerintah daerah melalui Disporapar Kabupaten Kuningan telah melakukan berbagai upaya dalam mempromosikan Saptonan, seperti mengintegrasikannya ke dalam kalender *event* wisata tahunan dan melibatkan komunitas lokal dalam pelaksanaan acara (Junaedi et al., 2022).

Veni Anggraeni, 2025
STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA BUDAYA SAPTONAN DI KABUPATEN KUNINGAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Meskipun Pemerintah Kabupaten Kuningan melalui Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) telah menjadikan Saptonan sebagai bagian dari event tahunan Hari Jadi Kabupaten Kuningan, namun dari segi strategi promosi, pelaksanaannya dinilai masih kurang optimal. Hal ini terlihat dari minimnya publikasi digital yang dilakukan secara konsisten. Akun media sosial resmi pemerintah daerah, seperti Instagram @kuninganbeu dan @humasjabar, hanya menampilkan unggahan menjelang acara, tanpa adanya kampanye promosi berkelanjutan atau kerja sama dengan platform digital pariwisata nasional, selain itu, belum adanya website atau laman resmi khusus yang menginformasikan jadwal, sejarah, dan atraksi Saptonan, membuat informasi tentang acara ini sulit diakses oleh calon wisatawan dari luar daerah. Menurut data wawancara dengan Kabid Destinasi Disporapar Kuningan alokasi anggaran untuk promosi Saptonan masih sangat terbatas. Disporapar lebih mengutamakan anggaran operasional pelaksanaan acara, dibandingkan promosi atau pemasaran digital. Padahal, promosi yang efektif merupakan kunci dalam membentuk awareness serta mendorong minat wisatawan (Pinontoan et al., 2024). Minimnya pemanfaatan teknologi digital juga mengindikasikan kurangnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang pemasaran pariwisata digital. Temuan ini selaras dengan pendapat Lian (2023) yang menegaskan bahwa efektivitas promosi wisata sangat bergantung pada strategi komunikasi digital yang tepat sasaran, relevan, dan berkelanjutan. Tanpa kehadiran promosi yang terencana dan konsisten, potensi budaya seperti Saptonan akan sulit untuk menjangkau pasar wisatawan yang lebih luas, baik domestik maupun internasional.

Gambar 1.1 Promosi kebudayaan saptonan

Sumber: Instagram Kuningan Beu & Instagram Humas Jabar

(Diakses pada tanggal 20 Maret 2025)

Kabupaten Kuningan memiliki prospek untuk pengembangan destinasi pariwisata. Perda Kabupaten Kuningan Nomor 2 Tahun 2013 tentang penyelenggaraan kepariwisataan memperjelas hal ini. Selama ini, desa hanya dianggap sebagai *hinterland* untuk daerah perkotaan. Oleh karena itu, sebagai bagian dari pengembangan wilayah terpadu, pemerintah daerah Kabupaten Kuningan ingin mengembangkan desa dengan unsur wisata. Di Kabupaten Kuningan, pengembangan desa dengan unsur wisata telah melalui proses dan pemilihan yang melibatkan banyak pihak yang berkontribusi. Pada akhirnya, Kabupaten Kuningan memiliki peluang untuk membangun desa wisata di berbagai kecamatan atau desa (Junaedi et al., 2022). Sedangkan menurut (Aulia2020) menyatakan bahwa keindahan alam dan peninggalan budaya masa lalu Kabupaten Kuningan sangat membantu pertumbuhan pariwisata. Tradisi dan budaya telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat agraris di Kabupaten Kuningan. Selain itu, potensi tanah yang subur, udara yang dingin, lokasi geografis dan topografis, dan lingkungan hidup sangat membantu dalam pengembangan potensi Kabupaten Kuningan. Singkatnya, Kabupaten Kuningan memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan karena sumber daya alam dan budayanya yang kaya, serta dukungan pemerintah dalam pengembangan infrastruktur dan peraturan. Penelitian ini hadir untuk menjawab tantangan tersebut dengan mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan dalam mempromosikan wisata budaya Saptonan, serta mengevaluasi sejauh mana efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan rekomendasi konkret dalam

pengembangan strategi promosi berbasis potensi lokal dan pemanfaatan teknologi digital, sehingga Saptonan dapat berkembang menjadi ikon pariwisata budaya yang berdaya saing tinggi (Salman et al., 2024).

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, di mana "pari" berarti banyak, berputar-putar, dan "wisata" berarti perjalanan atau bepergian. Menurut para ahli, *turisme* adalah industri yang memberikan pelayanan perjalanan kepada individu dengan nilai ekonomi dan berusaha memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada mereka yang mengharapkan pengalaman tersebut (Setya, 2020). Selain itu, pariwisata didefinisikan sebagai kepergian orang-orang ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-hari mereka, serta berbagai kegiatan yang mereka lakukan selama berada di sana. Menurut Pebriana (2021), ini termasuk kunjungan sehari-hari, darmawisata, atau ekskursi. Dalam pengembangan desa wisata di tahun 2020, Pemda Kabupaten Kuningan melalui dinas teknisnya, Disporapar, mengajukan pembiayaan pengembangan dan pembangunan ke Pemprov Jabar dan pusat. Ini bertentangan dengan penelitian (Junaedi et al., 2022). Selain itu, peningkatan ekonomi kreatif, promosi, dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) adalah cara yang sering digunakan untuk membina. Selanjutnya, dinas teknisnya, Disporapar, berkonsentrasi pada UKM (usaha kecil menengah) yang belum tersentuh. BPD dan POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) memberikan ulasan positif tentang program yang dilaksanakan pemerintah daerah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah berharap untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pencapaian program desa wisata berikutnya. Ini karena pariwisata bukan hanya bisnis perjalanan, tetapi juga sektor penting yang dapat meningkatkan ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat. Pemerintah berusaha untuk menumbuhkan peluang bisnis baru dan memperkuat ikatan budaya lokal. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pariwisata memiliki dimensi yang luas, yang mencakup aspek etimologis, pengembangan pemerintah, dan dampak sosial ekonomi yang signifikan bagi masyarakat. Keberagaman budaya dianggap

memiliki potensi untuk meningkatkan atraksi wisata sebuah daerah tujuan wisata. Keunikan dan keanekaragaman budaya lokal menjadikan pariwisata dihargai bukan hanya sebagai perjalanan rekreasi, tetapi juga sebagai cara untuk mempelajari dan berbagi ragam khas budaya lokal (Rahmatin, 2023). Selain itu, menurut Indrawati et al. (2023), warisan budaya membentuk identitas lokal, sehingga kita dapat menghargai kebebasan yang diberikan oleh budaya (Rahmatin, 2023). Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan memperkuat identitas budaya nusantara, sinergi antara budaya dan sektor pariwisata sangat penting. Para wisatawan yang tertarik pada budaya lokal memiliki kesempatan untuk terlibat secara aktif dalam pengalaman budaya dan bukan hanya menonton. Interaksi ini meningkatkan pemahaman wisatawan tentang keberagaman budaya Indonesia dan membantu masyarakat lokal dengan meningkatkan ekonomi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kebudayaan memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Pariwisata dapat membantu pertumbuhan ekonomi dengan melestarikan dan mempromosikan keberagaman budaya.

Strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang luas. Ini mencakup banyak hal, seperti strategi menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan, dll. Perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan mereka dalam persaingan. Ini akan sangat membantu mereka mengidentifikasi diri dan memanfaatkan setiap peluang untuk menghindari atau menguranginya. Strategi Pemasaran Mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau karena dasar persaingan masih ada (Tampi et al., 2023) dan menurut Salman et al. (2024), strategi pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai rangkaian tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah proses yang kompleks dan multifaset yang mencakup selain penjualan produk, analisis pasar, pengembangan produk, penetapan harga, dan pelayanan pelanggan. Strategi yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang kekuatan dan kelemahan

perusahaan serta kebutuhan pasar agar dapat mencapai tujuan penjualan yang optimal.

Menurut penelitian yang dilakukan (Novena et al., 2019), pemasaran adalah upaya untuk meningkatkan permintaan pasar dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan dengan memaksimalkan kondisi lingkungan internal dan eksternal organisasi. Akhirnya, penelitian ini menjelaskan keberadaan kesenian muturuk di Kabupaten Kepulauan Mentawai dan bagaimana makna dan fungsinya berubah seiring berjalannya waktu. Sebagai strategi pemasaran, strategi ini dapat memperkenalkan potensi daerah lainnya yang dapat mempengaruhi pertumbuhan pariwisata budaya di masa depan dan mendukung program pelestarian kebudayaan, Dengan kata lain pertumbuhan pariwisata budaya didukung oleh peranan dari strategi pemasaran yang digunakan, dan melalui penelitian ini diulas pentingnya kesenian sebagai aset yang dapat dimanfaatkan sebagai andalan dari pemasaran pariwisata budaya di suatu daerah. Selain itu, penelitian (Bintang et al., 2019) menemukan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial, media cetak, dan *gethok tular* adalah tiga jenis strategi pemasaran yang berbeda. Sementara penelitian ini sedang berlangsung, prospek wisata budaya yang ada sangat menarik. Strategi pengelolaan telah dilaksanakan dengan baik. Tidak ada upaya pemasaran yang dilakukan dengan baik. Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang berhasil mendeskripsikan keberadaan kesenian mutruk di Kabupaten Kepulauan Mentawai adalah strategi *marketing mix*/bauran pemasaran. Studi kedua menemukan bahwa ada dua jenis strategi pemasaran: pemasaran melalui media cetak dan pemasaran melalui media sosial. Brosur, katalog, dan majalah Lonely Planet adalah contoh strategi media cetak. Strategi pemasaran melalui media sosial menggunakan beberapa teknik, seperti pengoptimalan mesin telusur dan penggunaan jejaring sosial. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan informasi penting tentang cara pemasaran wisata budaya dapat dilakukan dengan cara yang berbeda.

Meskipun temuan sebelumnya telah menerangkan berbagai pendekatan dalam strategi pemasaran (Junaedi et al., 2022), namun terdapat perbedaan mendasar dengan penelitian saat ini. Yaitu, Penelitian "Strategi Pemasaran dalam Mempromosikan Wisata Budaya Saptonan di Kabupaten Kuningan" berfokus pada strategi pemasaran spesifik untuk salah satu tradisi budaya di Kabupaten Kuningan, yaitu Saptonan. Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang berjudul "Strategi Pemasaran Pariwisata Budaya Mentawai Melalui Produk Kesenian Muturuk" oleh (Novena et al., 2019) yang lebih menekankan pada produk kesenian dari budaya Mentawai. Selain itu, Penelitian sebelumnya oleh (Bintang et al., 2019) mengenai "Strategi Pemasaran Kampung Wisata Baluwarti" di Surakarta mungkin memiliki pendekatan yang lebih umum terhadap pemasaran kampung wisata.

Penelitian tentang Saptonan dapat mengisi kekosongan dengan menawarkan pendekatan yang lebih terfokus pada perayaan budaya lokal dan bagaimana hal tersebut dapat dipasarkan untuk menarik wisatawan. Oleh karena itu, Penelitian ini dapat menawarkan inovasi dalam strategi pemasaran dengan memanfaatkan elemen-elemen unik dari tradisi Saptonan, seperti atraksi panahan tradisional dan pertunjukan seni, untuk menarik perhatian wisatawan. Hal ini berbeda dari pendekatan yang mungkin lebih umum atau generik dalam penelitian sebelumnya. Dengan fokus pada bagaimana Disporapar Kabupaten Kuningan mempromosikan Saptonan, dalam proses Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kabupaten Kuningan untuk mempromosikan wisata budaya saptonan, pada saat ini Tradisi Saptonan merupakan warisan dari kerajaan kajene di kuningan dan memiliki nilai-nilai budaya yang kaya seperti heroisme dan kebersamaan. Disporapar telah menggunakan tradisi saptonan sebagai magnet penarik wisatawan pada peringatan hari jadi Kabupaten Kuningan. Oleh karena itu, perlu peningkatan promosi melalui media sosial dan platform pariwisata nasional atau internasional untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke acara saptonan. Dengan demikian,

Disporapar harus terus mengoptimalkan promosi tradisi saptonan untuk meningkatkan daya tarik pariwisata di Kabupaten Kuningan.

Gambar 1.2 Grafik Kunjungan Kab. Kuningan 2024

Sumber: Olah data peneliti 2025

Penelitian ini dapat menyoroti peran serta masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata, memberikan wawasan baru tentang kolaborasi antara pemerintah daerah dan komunitas dalam pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata. Sehingga pada penelitian ini peneliti membuat judul **Strategi Pemasaran dalam Mempromosikan Wisata Budaya Saptonan di Kabupaten Kuningan** Untuk mengisi kekosongan pada penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dirumuskan masalah penelitian dalam kajian ini tentang strategi pemasaran dalam mempromosikan wisata budaya Saptonan di Kabupaten Kuningan adalah:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan kesenian saptonan di Kabupaten Kuningan?
2. Bagaimana konsep pengembangan dalam pelestarian wisata budaya Saptonan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan kesenian saptonan di Kabupaten Kuningan.
2. Untuk mengetahui konsep pengembangan dalam pelestarian wisata budaya saptonan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat baik serta teoretis dan praktis:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Manfaat penelitian ini secara teoretis berkaitan dengan kontribusinya terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang budaya, seni, antropologi, dan kajian masyarakat. Berikut ini beberapa manfaat teoretis yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1) Kontribusi terhadap pengembangan ilmu budaya dan seni tradisional, penelitian ini dapat membantu pengetahuan kesenian tradisional khususnya terkait dengan ritual, simbolisme, dan nilai-nilai kearifan lokal yang ada di dalam kesenian saptonan.
2) Pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan manusia dengan alam dan spiritualitas, penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang konsep-konsep budaya yang berhubungan dengan alam semesta, kekuatan alam, atau entitas spiritual yang diwakili melalui seni.
3) Pengembangan teori estetika dan seni ritual, penelitian ini dapat membantu mengembakan teori estetika yang lebih luas, yang mencakup seni yang bersifat sakral dan memiliki fungsi sosial atau spiritual dalam kehidupan Masyarakat.
4) Menyumbang pada kajian tentang dinamika perubahan budaya dan modernisasi, penelitian ini dapat memberikan pemahaman teoretis tentang bagaimana kesenian tradisional khususnya saptonan beradaptasi dengan perubahan zaman, seperti pengaruh globalisasi, modernisasi, dan perkembangan teknologi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis berfokus pada aplikasi langsung dari hasil penelitian untuk kepentingan masyarakat, pelestarian budaya, serta pengembangan sektor ekonomi, sosial, dan pendidikan. Berikut adalah manfaat praktis dari penelitian kesenian saptonan:

1) Oleh masyarakat setempat dan digunakan untuk pengelolaan yang lebih banyak pelestarian dan penguatan identitas budaya lokal, Penelitian ini dapat digunakan untuk menyusun program pelestarian seni di sekolah-sekolah atau komunitas, serta mengembangkan metode pengajaran yang dapat menarik perhatian generasi muda untuk lebih mengenal dan mengapresiasi kesenian saptonan.
2) Peningkatan kualitas pendidikan dan pembelajaran budaya, penelitian ini dapat dikembangkan menjadi modul pembelajaran, atau bahan ajar yang mengintegrasikan kesenian saptonan sebagai bagian dari pendidikan seni dan budaya di sekolah khususnya di Kabupaten Kuningan.
3) Pemeliharaan tradisi dan penguatan sosial komunitas, penelitian ini dapat memberikan dasar bagi pengorganisasian acara budaya yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat, seperti *festival* saptonan yang diadakan setiap bulan september di Kabupaten Kuningan. Ini berfungsi sebagai ajang untuk mempererat persatuan dan kebersamaan dalam komunitas, sekaligus menjaga agar tradisi tersebut tetap relevan dan dihargai.
4) Pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan, penelitian ini dapat menghasilkan rekomendasi untuk mengembangkan kesenian saptonan sebagai bagian dari *culture tourism* dan ekowisata atau wisata berbasis masyarakat, dimana keuntungan yang diperoleh dari wisatawan dapat langsung dinikmati.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi menjadi 5 bab utama sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab 1 yaitu pendahuluan, berisi beberapa sub-bab seperti latar belakang, permasalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II: Kajian Pustaka

Pada bab ini dijelaskan berupa teori-teori dari setiap variabel yang terdapat pada penelitian ini berdasarkan buku, jurnal dan penelitian terdahulu. Lalu terdapat juga sub-bab lain seperti Kerangka berpikir.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan beberapa sub-bab mulai dari desain penelitian, partisipan, teknik, jenis dan analisis data penelitian.

BAB IV: Hasil & Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan hasil dari penelitian berupa hasil penelitian, hasil pembahasan dari hasil penelitian itu sendiri.

BAB V: Kesimpulan & Saran

Bab yang berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian serta saran untuk penelitian itu sendiri.