

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia merupakan industri yang penting. Hal ini disebabkan oleh karena fenomena pariwisata yang sudah ada sejak masyarakat bermigrasi dari suatu tempat ke tempat lain, dan perkembangannya seiring dengan aspek sosial budaya masyarakat itu sendiri. Dengan bangkitnya peradaban, kebutuhan manusia akan perjalanan untuk bepergian meningkat dan kebutuhan yang dipenuhi semakin bertambah.

Letak Indonesia yang strategis dan didukung keindahan alamnya menjadi aktor yang mempengaruhi perkembangan pariwisata. Keindahan alam tersebut berpotensi untuk dipasarkan karena menjadi sebuah tujuan wisata yang menarik wisatawan domestik maupun internasional. Dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan, pengembangan pariwisata merupakan salah satu alternatif yang dapat dilakukan, karena keberlanjutannya tidak ditujukan pada peningkatan pemanfaatan sumber daya alamnya, tetapi pada peningkatan kreativitas masyarakat terhadap keindahan alam Indonesia. Dengan keberagaman budaya, maka pariwisata dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan sehingga pengembangan pariwisata berpotensi mendongkrak perekonomian Indonesia (Ali and Soedarto, 2022).

Pengembangan pariwisata sebagai salah satu andalan perekonomian nasional dan operasional bertumpu pada potensi alam, budaya dan kehidupan masyarakat di lokasi pengembangan pariwisata. Permintaan wisatawan terhadap berbagai produk wisata yang berkaitan dengan alam dan kehidupan serta budidaya semakin meningkat. Oleh karena itu, diharapkan terjadi hubungan timbal balik antara alam, budaya, dan kehidupan setempat. Jaminan ini tidak hanya dikatakan sebagai *sustainable* dari aspek lingkungan saja, namun juga secara sosial, ekonomi, dan budaya (Winarno et al., 2011).

Pengembangan pariwisata di Indonesia mencakup agrowisata yang merupakan suatu bentuk kegiatan pariwisata dengan memanfaatkan objek agribisnis sebagai pariwisata dan dengan tujuan memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, serta hubungan bisnis di bidang pertanian termasuk tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan. Agrowisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai daya tarik wisata, baik berupa bentang alam kawasan pertanian baik itu keunikan, keragaman produksi pertanian dan kegiatan teknologi budaya Masyarakat (Subowo, 2002).

Salah satu daerah yang kaya akan alam adalah Kabupaten Toba Samosir. Toba Samosir merupakan salah satu kabupaten dengan panorama alam dan kawasan wisata yang indah. Kabupaten Toba Samosir memiliki kawasan agrowisata yaitu Taman Eden 100 yang dipasarkan ke Sumatera Utara dan luar daerah. Taman Eden 100 terletak di Desa Sionggang Utara, Kecamatan Lumban Julu, Kabupaten Toba. Taman Eden 100 tergolong agrowisata ruang terbuka di kawasan beriklim dingin dan ketinggian 1.100 hingga 1.500m dpl. Agrowisata Taman eden 100 lebih fokus pada perlindungan lingkungan alam, yang tentu saja mempengaruhi cara perusahaan untuk mengelola agrowisatanya. Agrowisata merupakan suatu konsep wisata yang memanfaatkan pertanian dalam arti seluas-luasnya, meliputi perkebunan, peternakan, perikanan, dan lain-lain sebagai sumber daya wisata.

Destinasi agrowisata sebagai peluang dalam meningkatkan pendapatan petani, melestarikan sumber daya lahan, dan juga dapat memelihara teknologi lokal yang sesuai dengan kondisi alam setempat (Makarim & Baiquni, 2016). Komoditas agro yang menjadi daya tarik umumnya merupakan komoditas unggulan daerah tersebut. Komoditi unggulan Taman Eden 100 yaitu andaliman (*Zanthoxylum acanthopodium*) atau dikenal dengan nama lokal intir-intir. Luas lahan yang digunakan untuk budidaya andaliman sekitar \pm 4 ha yang hasil panennya dijual kepada pengunjung yang datang sebagai bentuk buah tangan. Andaliman adalah salah satu jenis rempah yang umum digunakan untuk makanan khas batak, Sumatera Utara dengan bercirikan seperti rumpun jeruk yang mengandung vitamin C dan E alami yang berfungsi sebagai antioksidan alami dan anti mikroba. Andaliman tersebut dikelola sebagai produk yang memiliki nilai harga yang tinggi seperti andaliman bubuk, andaliman kering, dan sik-arsik. Produk tersebut dijual ke pengunjung Taman Eden 100 dan ada juga dijual secara online sebagai bentuk oleh-oleh dari kaldera Toba.

Banyaknya objek wisata menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk singgah. Salah satu atraksi utama dari Taman Eden 100 yaitu wisata Alam berbau dengan suasana sejuk, agro yang ada masih beralaskan organik dan jauh dari permukiman. Taman Eden 100 juga memiliki beberapa atraksi alam yang dapat dinikmati oleh pengunjung seperti Budidaya Andaliman, pesona air terjun, Coffee Shop dan juga tempat *Homestay* di tengah hutan dan ada beberapa atraksi seperti melakukan camping ground.

Meskipun demikian, Taman Eden 100 perlu membangun strategi untuk dapat bersaing di era pembangunan, perkembangan dan kemajuan pariwisata, mengingat saat ini terdapat wisata lain yang berkembang di sekitarnya seperti wisata Bukit Gibeon, Kaldera Toba, wisata Pasir Putih Porsea yang menawarkan paket wisata menarik untuk pengunjung. Strategi pemasaran agrowisata di Taman Eden 100 adalah suatu tindakan yang strategis dilakukan melalui sebuah perencanaan dengan cara menganalisis kondisi lingkungan internal dan juga eksternal yang bertujuan untuk kemajuan agrowisata.

Agar dapat bertahan menghadapi persaingan pariwisata, ada beberapa pertimbangan Taman Eden 100 harus selalu melakukan pengembangan aset agrowisata yang berkelanjutan. Bauran pemasaran pariwisata adalah sistem dan pengaturan yang ditetapkan sebagai bentuk kebijakan di tingkat lokal, regional, nasional, dan internasional bagi badan usaha swasta dan milik pemerintah yang bergerak di sektor pariwisata untuk menjamin kepuasan wisatawan. Untuk menjangkau pengunjung dengan keuntungan yang wajar, pengembangan dan pemasaran pariwisata melibatkan beberapa elemen bauran pemasaran pariwisata seperti atraksi, aksesibilitas, fasilitas, aksesoris, distribusi, promosi, dan harga, dan masing-masing elemen tersebut saling mempengaruhi (Becker dan Cleary, 2015).

Salah satunya kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor pendukung yang diberikan oleh pihak destinasi sebagai harapan kepuasan pengunjung dalam menikmati obyek wisatanya. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu sebuah respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan dirasakan (Dewanto Bimantoro, 2018).

Hal ini dapat diamati dari tabel data jumlah pengunjung wisatawan di Agrowisata Taman Eden 100 tahun 2019-2021.

Tabel 1.1 Gambar jumlah pengunjung Taman Eden 100

Bulan	Tahun (Pengunjung)		
	2019	2020	2021
Januari	1.884	637	217
Februari	957	152	144
Maret	887	110	57
April	587	374	35
Mei	144	117	15
Juni	988	102	0
Juli	364	364	0
Agustus	458	355	0
September	307	427	57
Oktober	244	271	115
November	507	425	206
Desember	113	388	32
Total Pengunjung	7.440	3.722	1.167

Sumber: Data dari Perusahaan Agrowisata Taman Eden 100

Data dalam tabel 1.1 tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Taman Eden 100 yang selama beberapa tahun terakhir ini mengalami penurunan yang pada akhirnya dapat menyebabkan atau mempengaruhi pendapatannya. Berdasarkan informasi dari pemilik Taman Eden 100 Marandus Sirait, dijelaskan bahwa sejak dibukanya agrowisata ini pada tahun 1999, penurunan kunjungan wisatawan disebabkan efek dari pandemi covid-19. Wabah Covid-19 ini, menjadikan status wisata pertanian sangat memprihatinkan. Menurut Marandus Sirait, penurunan kunjungan wisatawan berdampak pada pengelolaan wisata pertanian di Taman Eden 100 secara umum, menyebabkan sebagian produksi pertanian dan pengembangan wisata di Taman Eden 100 terhambat. Beberapa faktor yang dianggap sebagai keinginan berkunjung kembali dan calon wisatawan untuk mengunjungi agrowisata karena manajemen kurang memperhatikan aspek keselamatan, fasilitas dan kebersihan yang masih kurang, pengelolaan yang kurang tertata dalam objek wisata dan inovasi yang kurang, dapat dipengaruhi oleh wisatawan merasa tidak puas.

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, diperlukan sebuah konsep strategi pengembangan agrowisata yang dapat mempengaruhi daya tarik wisata. Untuk itu, dilakukan kegiatan penelitian untuk mengukur dan menganalisis "Strategi Pemasaran Agrowisata Taman Eden 100" yang selama ini telah diterapkan oleh pengelola. Dengan mengukur berbagai parameter manajemen kelola termasuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung, diharapkan pengelola agrowisata dapat mengetahui sejauh mana strategi pemasaran agrowisata yang ditawarkan akan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata dan pendapatannya ke depan.

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan di sektor pariwisata semakin ketat. Daya saing dan pengembangan suatu tujuan wisata tidak bisa dilepaskan dari jumlah wisatawan yang berkunjung. Dalam kesuksesan usaha agrowisata dapat dinilai dari jumlah dan kepuasan pengunjungnya. Sama halnya dengan Agrowisata Taman Eden 100, yang bergantung pada pengunjung sebagai salah satu penyumbang pendapatan dalam keberlangsungan pengelolaan agrowisatanya. Penurunan jumlah pengunjung di Taman Eden bukan hanya sekedar penurunan angka, tetapi juga mencerminkan adanya masalah menjaga citra destinasi. Hal ini mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung dapat terjadi apabila pengelola wisata menggunakan strategi yang tepat dalam memasarkan tempatnya. Ada beberapa faktor yang membuat wisatawan merasa puas diantaranya keselamatan dan keamanan, kebersihan, aksesibilitas, objek wisata, atraksi wisata, keaslian, dan keramahan. Transparansi dalam agrowisata dan keterbukaan informasi dalam pengelolaan agrowisata akan mendorong dan membangung kepercayaan antara pengunjung dan masyarakat sekitar yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil diantaranya:

1. Bagaimana segmentasi Agrowisata Taman Eden 100?
2. Bagaimana preferensi konsumen atas produk, harga, tempat dan promosi di Taman Eden 100?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui segmentasi bauran pemasaran Agrowisata Taman Eden 100.
2. Mengetahui bauran pemasaran Agrowisata Taman Eden 100.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang pengelolaan agrowisata beserta permasalahan yang dihadapinya.
2. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk menyusun strategi pemasaran usaha agrowisata secara umum dan untuk Agrowisata Taman Eden 100 secara khusus.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi pemilik agrowisata yang lebih sesuai di masa depan.
4. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah dalam menentukan kebijakan pengembangan agrowisata daerah dengan permasalahan serupa, seperti yang dihadapi pengelola agrowisata Taman Eden 100.