

BAB I

PENDAHULUAN

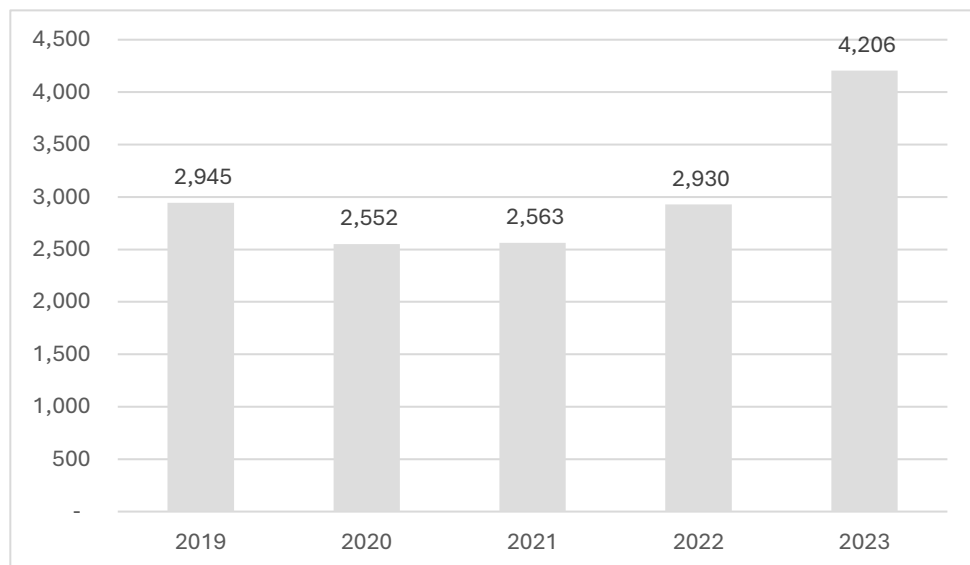
1.1. Latar Belakang

Pariwisata memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di berbagai negara di seluruh dunia, dan telah menjadi salah satu sektor terbesar dan tercepat berkembang di dunia saat ini. Pariwisata internasional berada di kondisi pemulihan hampir 90% dari tingkat pra-pandemi pada akhir tahun ini. Menurut data terbaru dari Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), diperkirakan 975 juta wisatawan melakukan perjalanan internasional antara Januari dan September 2023, meningkat 38% pada bulan yang sama tahun 2022. Selain itu, peningkatan investasi, pendapatan devisa, dan pembangunan infrastruktur semuanya dipengaruhi oleh sektor pariwisata. Sebuah destinasi wisata yang dikelola dengan baik dan profesional merupakan hal penting yang harus disediakan bagi setiap tempat wisata. Sektor pariwisata juga saling berkaitan bagi sektor pendukung lainnya seperti sektor perdagangan, jasa, transportasi dan industry (Aling et al., 2023).

Pariwisata di Indonesia terbagi menjadi beberapa jenis yaitu: Wisata pertanian dimana pengunjung akan diajak untuk melakukan aktivitas pertanian, mulai dari pembibitan, penyiapan lahan, perawatan, hingga panen. Biasanya jenis wisata ini dipilih untuk tujuan pembelajaran. Wisata budaya dimana Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan adat dan budaya. Oleh karenanya banyak wisata budaya yang ada. Di tempat wisata budaya, biasanya pengunjung akan diajak melihat secara langsung bagaimana kegiatan masyarakat di wilayah tertentu dan mempelajari adat, kesenian dan budayanya. Wisata Bahari biasanya, pecinta wisata menyebutnya dengan wisata maritim atau wisata tirta. Wisata bahari berkaitan erat dengan kegiatan yang dilakukan di perairan baik berupa pantai, danau, teluk, ataupun laut. Wisata Ziarah tentu sudah tidak asing dengan wisata ziarah. Masyarakat Indonesia sering melakukan wisata ziarah dengan mengunjungi

tempat-tempat tokoh berpengaruh baik dari segi agama atau negara (Kiswanto & Susanto, 2021).

Kegiatan wisata merupakan salah satu pendorong ekonomi. Didukung dengan geliat investasi baru dan pengembangan infrastruktur, mendorong pemerintah dan pelaku industri untuk berinovasi dan memperkenalkan berbagai destinasi baru yang menarik. Akibatnya, dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam jumlah objek wisata komersial. Jumlah objek daya tarik wisata (ODTW) komersial pada tahun 2023 sebanyak 3.889 usaha dari 4.206 total usaha (92,46 persen). Analisis karakteristik/ profil usaha daya tarik wisata akan mengacu pada jumlah sebesar 3.889 usaha. Dibandingkan tahun 2022, jumlah ini tumbuh melesat sebesar 32,73 persen. Jumlah objek daya tarik wisata komersial di tahun 2023 ini melebihi jumlah usaha sebelumnya.



Sumber : Web-api.bps.go.id, diakses tahun 2024.

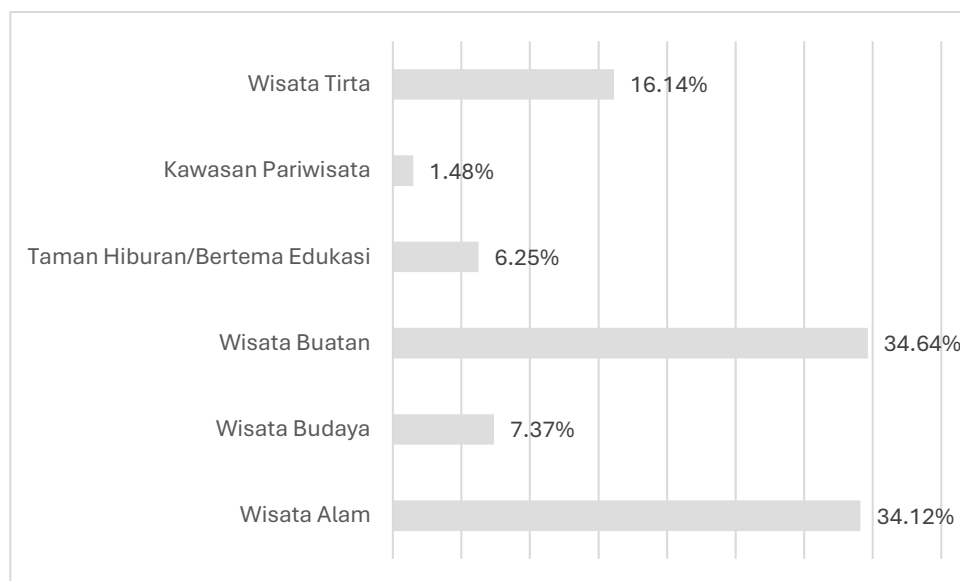
Gambar 1.1 Perkembangan Objek Daya Tarik Wisata Komersial di Indonesia.

Berdasarkan Gambar 1.1 perkembangan objek daya tarik wisata di Indonesia tahun 2019-2024 menunjukkan peningkatan, dimana jumlah perkembangan wisata tertinggi pada tahun 2024 sebanyak 4.206 objek

wisata naik sebanyak 12,76% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 2023 sebanyak 2.930 objek wisata.

Pengembangan pariwisata harus dibarengi dengan inovasi objek wisata yang mengikuti perubahan selera pengunjung. Berbagai objek wisata, mulai dari wisata alam hingga wisata budaya dan buatan, bermunculan di berbagai daerah. Hal ini memberikan beragam pilihan jenis wisata yang bisa dinikmati oleh pengunjung.

Semua jenis usaha objek daya tarik wisata komersial di Indonesia mengalami pertumbuhan yang positif di tahun 2023. Dalam publikasi ini, usaha objek daya tarik wisata komersial terbagi menjadi 6 kelompok, yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, daya tarik wisata buatan, wisata tirta, taman hiburan/bertema edukasi, dan kawasan pariwisata (Maulana & Bagus, 2019).



Sumber : Web-api.bps.go.id, diakses tahun 2024.

Gambar 1.2 Persentase Objek Wisata Menurut Jenis Wisata Tahun 2023.

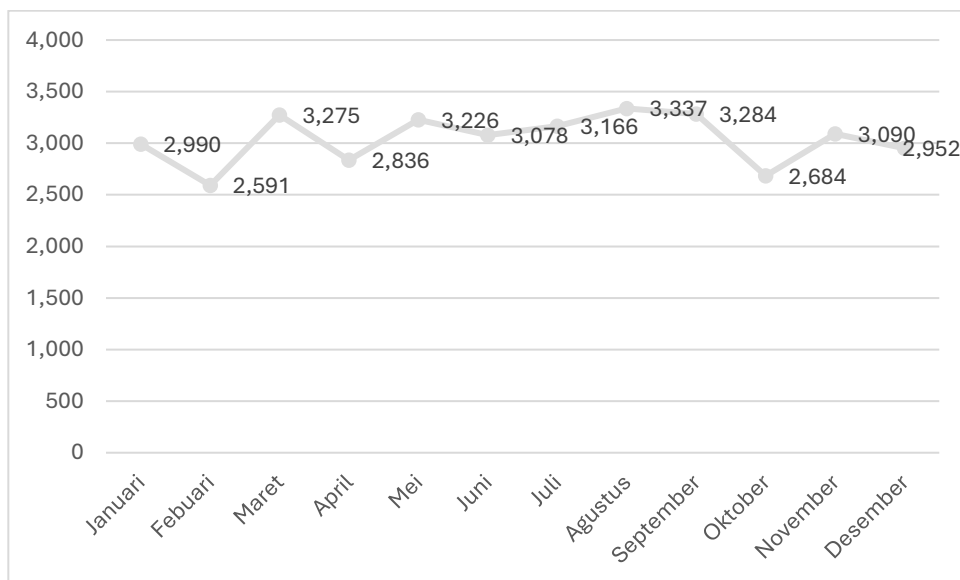
Berdasarkan Gambar 1.2 persentase objek wisata menurut jenis wisata menunjukkan jumlah objek daya tarik wisata komersial didominasi oleh daya tarik wisata buatan sebanyak 1.457 usaha (34,64 persen), diikuti oleh daya tarik wisata alam sebanyak 1.435 usaha (34,12 persen) dan wisata tirta

sebanyak 679 usaha (16,14 persen), sedangkan proporsi wisata budaya, taman hiburan/bertema edukasi, dan kawasan pariwisata masing-masing sebesar 7,37 persen, 6,25 persen, dan 1,48 persen.

Pariwisata adalah salah satu sektor industri yang berdampak pada perkembangan lingkungan, sosial dan ekonomi (Sasmita et al., 2022). Pariwisata merupakan salah satu industri model baru yang mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dengan cepat, dapat dilihat dari berkembangnya kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Setioko, 2019). Provinsi Lampung merupakan salah satu wilayah yang memiliki beragam objek wisata, misalnya pantai, alam dan budaya yang bisa dikembangkan sebagai objek wisata. Potensi tersebut antara lain alam yang indah dan hawa sejuk dikelilingi oleh kehijauan bukit dan gunung yang banyak ditumbuhi aneka ragam bunga dan pohon. Aneka ragam budayanya pula unik dan menarik, demikian pula adat istiadatnya. Dengan kondisi ini maka Lampung bisa dijadikan mata rantai tujuan wisata dan pemandangan alam yang masing-masing memperlihatkan keindahan serta keunikan tersendiri yang menjadikan pengunjung tertarik untuk datang.

Seiring berkembang pesatnya pariwisata kini banyak destinasi wisata baru yang bermunculan bahkan terdapat beberapa destinasi wisata dengan konsep eduwisata. Wisata edukasi (eduwisata) merupakan konsep yang menerapkan pendidikan nonformal tentang suatu pengetahuan kepada wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata (Putri, 2023). Di tempat tersebut pengunjung atau wisatawan dapat melakukan kegiatan wisata dan belajar dengan menyenangkan. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya (Primadewi et al., 2020).

Lembah Suhita *Bee Farm* merupakan salah satu wisata baru di Provinsi Lampung khususnya di Bandar Lampung yang telah berdiri sejak pertengahan Agustus tahun 2014, tepatnya berlokasi di Jalan Batin Mangku Negara, Batu Putuk, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung. Objek wisata ini lebih dikenal oleh masyarakat dengan wisata edukasi lebah. Lembah Suhita *Bee Farm* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang usaha budidaya lebah madu, dengan jenis lebah bersengat dan lebah tanpa sengat serta mengedukasi masyarakat tentang madu yang sesuai, yaitu madu yang berasal dari lebah, menghisap nektar alam, bebas dari campuran dan manipulasi. Berikut merupakan data pengunjung Lembah Suhita *Bee Farm* di kota Bandar Lampung :



Sumber : Madu Suhita, 2023

Gambar 1.3 Data Pengunjung Eduwisata Suhita *Bee Farm* Tahun 2023

Berdasarkan Gambar 1.3 data pengunjung Lembah Suhita *Bee Farm* selama kurun waktu 1 (satu) tahun dengan total pengunjung sebanyak 36,509 orang. Jumlah pengunjung tertinggi di bulan Agustus yaitu sebanyak 3,337 orang dan jumlah pengunjung terendah yaitu di bulan Februari 2,591 orang, terdapat perbedaan kunjungan yang cukup jauh di

bulan September – Oktober 2023. Hal ini menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam mengunjungi Lembah Suhita *Bee Farm* masih kurang. Hal tersebut dipicu oleh banyaknya objek wisata di daerah tersebut. Tidak sedikit para wisatawan yang berpikir bahwa kegiatan eduwisata dan kebudayaan-kebudayaan sudah ketinggalan zaman.

Padahal pihak Lembah Suhita *Bee Farm* sudah melakukan banyak usaha dalam hal pemasaran seperti : Suhita Bee Farm menawarkan berbagai layanan yang berfokus pada edukasi dan pengalaman langsung terkait budidaya lebah madu. Beberapa layanan yang tersedia meliputi: Wisata Edukasi dimana pengunjung, termasuk pelajar dan mahasiswa, dapat mengikuti tur edukatif untuk mempelajari berbagai jenis lebah, perilaku lebah, proses produksi madu, serta vegetasi yang mendukung ekosistem lebah. Selama tur, peserta diajak berkeliling peternakan, mengamati aktivitas lebah, dan mencicipi madu langsung dari sarangnya. *Workshop Ecoprinting* selain edukasi tentang lebah, Suhita Bee Farm menawarkan *workshop ecoprinting*, yaitu teknik mencetak dan mewarnai kain menggunakan bahan alami seperti daun dan bunga. Hasil karya dari *workshop* ini, seperti tas atau dompet, dapat dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Penjualan Produk Madu dimana Suhita Bee Farm memproduksi dan menjual berbagai jenis madu berkualitas yang dihasilkan dari peternakan mereka. Produk madu ini tersedia untuk dibeli oleh pengunjung yang datang ke lokasi peternakan.

Hasil pengalaman pengunjung mengikuti edukasi di Lembah Suhita *Bee Farm* yaitu pengunjung diajak berkeliling melihat langsung bagaimana lebah menghasilkan madu. Mereka bisa mengamati sarang lebah, proses pemanenan madu, dan bagaimana lebah berperan dalam ekosistem. Beberapa paket edukasi memungkinkan pengunjung mencoba memanen madu sendiri, yang membuat mereka lebih memahami kualitas dan keaslian produk. Setelah edukasi, pengunjung diberikan kesempatan untuk

mencicipi berbagai jenis madu yang tersedia. Dengan merasakan sendiri, mereka bisa memahami perbedaan rasa dan manfaat setiap jenis madu. Hal ini lah yang membuat pengunjung tertarik membeli produk madu yang dijual Lembah Suhita *Bee Farm*.

Harga tiket masuk Lembah Suhita *Bee Farm* adalah Rp.30.000/orang. Hal ini dikarenakan biaya tiket masuk Lembah Suhita *Bee Farm* sudah tergolong murah dan terjangkau sesuai dengan pendapatan masyarakat. Selain itu, Lembah Suhita *Bee Farm* juga memberikan berbagai program insidental maupun paket-paket diskon yang menguntungkan pengunjung. Paket diskon tersebut dapat berupa diskon biaya maupun diskon waktu berkunjung. Adanya paket diskon yang menguntungkan tersebut dapat membuat pengunjung merasa senang.

Selain itu Lembah Suhita *Bee Farm* juga menawarkan paket edukasi dengan harga yang bervariasi yaitu : Paket A Edukasi dengan harga Rp.50.000 mencakup edukasi tentang lebah madu dan mencicipi madu secara langsung dari sarangnya, serta belajar cara memanen madu yang baik dan benar. Paket B Edukasi dan *Ecoprint* dengan harga Rp.80.000 mencakup edukasi lebah, mencicipi madu dari sarangnya, dan belajar membuat *Ecoprint* secara langsung. Lembah Suhita *Bee Farm* juga menawarkan paket *camping ground* dengan harga Rp.40.000 hingga Rp.80.000.

Lembah Suhita *Bee Farm* memiliki fasilitas yang sangat lengkap. Suhita *Bee Farm* terletak di Jalan Batin Mangku Negara, Batu Putuk, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung. Lokasinya berjarak sekitar 9 kilometer dari pusat Kota Bandar Lampung, dengan estimasi waktu tempuh sekitar 30 menit menggunakan kendaraan bermotor. Lokasi atau akses jalan yang strategis dan mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi serta berada di tempat ini juga tidak terlalu jauh dari pusat kota Bandar Lampung, dan menjadi suatu daya tarik tersendiri sebagai tempat untuk wisata. Distribusi

tempat Lembah. Sehingga memberikan kemudahan bagi wisatawan yang ingin berkunjung.

Promosi yang dilakukan pihak *Suhita Bee Farm* menggunakan media sosial Instagram @madu_suhita, @lembah_suhita, Whatsapp, dan Tik tok sebagai media iklan. Selain itu harga tiket masuk yang dibayarkan mendapatkan *free honey stick*. Selain itu *Suhita Bee Farm* melakukan beberapa promosi yaitu : Partisipasi dalam Program Bangga Buatan Indonesia (BBI) dimana *Suhita Bee Farm* terpilih sebagai salah satu dari 30 UMKM yang lolos kurasi dalam kegiatan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia. Melalui partisipasi ini, mereka berharap dapat memperluas pasar baik di tingkat nasional maupun internasional. Penyelenggaraan Wisata Edukasi pihak *Suhita Bee Farm* menawarkan paket wisata edukasi yang menarik bagi masyarakat umum, pelajar, dan mahasiswa. Dalam program ini, pengunjung diajak untuk lebih mengenal lebah madu tanpa sengat, memahami jenis-jenisnya, perilaku, vegetasi, serta produk turunan madu hingga aspek bisnisnya. Paket wisata edukasi ini tersedia dengan harga mulai dari Rp20.000.

Kemitraan dengan Peternak Lokal dimana *Suhita Bee Farm* menjalin kerja sama dengan peternak lebah di berbagai daerah seperti Way Kanan, Tanggamus, dan Pesisir Barat. Melalui kemitraan ini, mereka telah memiliki sekitar 500 koloni lebah yang tersebar di empat daerah, yang membantu meningkatkan produksi dan distribusi madu mereka. Edukasi Publik tentang Madu Asli pihak *Suhita Bee Farm* aktif mengedukasi masyarakat mengenai keaslian madu dan membongkar mitos-mitos yang beredar. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka dan membedakan dari produk madu lain di pasaran. Kolaborasi dengan Platform Lingkungan pihak *Suhita Bee Farm* bekerja sama dengan Lindungi Hutan, *Suhita Bee Farm* menginisiasi kampanye alam "Kami Bersama Hutan" yang berfokus pada penanaman

pohon dan pelestarian lingkungan. Inisiatif ini tidak hanya mendukung kelestarian alam tetapi juga meningkatkan citra positif perusahaan di mata konsumen yang peduli lingkungan.

Strategi yang sudah dilakukan oleh manajemen Lembah Suhita *Bee Farm* belum berdampak cukup baik terhadap kunjungan wisatawan. Sehingga Lembah Suhita *Bee Farm* perlu meningkatkan kedudukan yang telah dimiliki saat ini untuk terus bertahan menghadapi persaingan yang semakin berat di masa depan. Agar keunggulan dan kemampuan bersaing Lembah Suhita *Bee Farm* dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan, maka perlu untuk dilakukannya perencanaan strategis secara matang.

Perencanaan strategik biasanya dimulai dengan analisis SWOT yang merupakan alat bantu untuk melakukan perencanaan strategis yang matang (Ariza Eka, 2015:137). Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang dilakukan terhadap faktor lingkungan internal perusahaan dan faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Faktor internal berupa *strength* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), sedangkan faktor eksternalnya adalah *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Faktor-faktor ini perlu dianalisis untuk mengetahui posisi perusahaan dalam lingkungan bisnis dan memperkirakan kemungkinan yang akan terjadi di masa akan datang.

Lembah Suhita *Bee Farm* perlu dengan cermat melakukan analisis pemasaran strategik dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif agar bisa terus bertahan dan memenangkan persaingan dengan *Bee Farm* lainnya. Analisis SWOT dilakukan agar dapat memberikan gambaran kepada pihak manajemen Lembah Suhita *Bee Farm* mengenai identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki secara terorganisir untuk memudahkan pemasaran dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal guna memperoleh keunggulan kompetitif sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Diharapkan dengan keunggulan kompetitif yang berhasil dicapai Lembah Suhita *Bee Farm* sehingga dapat merebut peluang pasar dan dapat menarik minat wisatawan untuk mempercayakan mendapatkan edukasi madu di Lembah Suhita *Bee Farm*. Berdasarkan pemaparan pada latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI LEMBAH SUHITA BEE FARM DI BANDAR LAMPUNG”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yaitu : bagaimanakah cara untuk meningkatkan keunggulan kompetitif wisata edukasi Suhita *Bee Farm* melalui perencanaan strategi pemasaran dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang dimiliki?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Perumusan masalah diatas, maka ruang lingkup dalam penelitian sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak manajemen, staff, dan pengunjung yang memiliki kepentingan terhadap penelitian ini.

2. Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah faktor internal dan eksternal serta perencanaan strategik guna meningkatkan keunggulan kompetitif Lembah Suhita *Bee Farm*.

3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lembah Suhita *Bee Farm* di jalan Batin Mangku Negara, Batu Putu, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung.

4. Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 sampai dengan selesai.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah yang diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah : Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keunggulan kompetitif wisata edukasi Lembah Suhita *Bee Farm*.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap agar hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Akademik dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat digunakan sebagai sumber inspirasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan informasi, masukan dan bahan evaluasi bagi Lembah Suhita *Bee Farm* dalam upaya menentukan strategi dalam meningkatkan jumlah pengunjung untuk kemajuan usaha dalam jangka panjang.

3. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat ujian akhir guna mencapai gelar sarjana ekonomi. Sebagai penambah wawasan dalam upaya mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat selama proses pembelajaran akademik ataupun selama proses penelitian lapangan.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan terinci mengenai tiap-tiap bab dalam penelitian ini, akan diuraikan secara singkat sistematikanya yang terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan kedalam perumusan masalah. ruang lingkup dari penelitian. tujuan penelitian. manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang di teliti berdasarkan kerangka pikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, operasional variable, teknik analisis data. uji persyaratan instrument, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN