

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemanfaatan suatu sumber daya ditentukan berdasarkan kegunaan sumber daya tersebut untuk manusia itu sendiri. Oleh sebab itu, semakin bermanfaat suatu sumber daya alam maka akan semakin bernilai sumber daya alam tersebut. Manusia selalu ingin mencapai kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan jasmani maupun kebutuhan batin, hingga kesejahteraan manusia meningkat. Salah satu kebutuhan batin adalah berekreasi atau berwisata. Potensi wisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah objek wisata. Pariwisata juga dapat diartikan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah (Cibuni, 2012).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan. Pengembangan pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang dapat mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar. Pengembangan pariwisata mempunyai kaitan yang erat dengan pemanfaatan sumber daya alam tertentu yang mempunyai potensi wisata (Alim Irhamna, 2018).

Strategi pemasaran khususnya dalam bidang pariwisata sangat perlu untuk dilakukan mengingat banyaknya pesaing yang ada. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu promosi. Dalam kegiatan promosi seperti pemasangan iklan dan promosi penjualan, suatu badan usaha dapat memperbesar daya tarik produknya kepada wisatawan. Dengan adanya strategi promosi maka para wisatawan akan tahu wisata

baru apa yang sedang muncul dan populer. Selain itu, dengan strategi promosi yang benar tempat wisata yang dipromosikan akan berkembang lebih baik dan lebih ramai lagi. Strategi ini membantu para wisatawan untuk mengetahui informasi detail tentang suatu tempat wisata (Joeastanti, 2012).

Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu akan sulit untuk dikembangkan. Dalam Undang-Undang kepariwisataan No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata ciptaan tuhan yang maha esa, yang berwujud keadaan alam, flora, dan fauna dan juga objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, taman rekreasi dan komplek hiburan (Romani, 2006).

Desa Ciledug Wetan berada 1 km dari pasar Ciledug dan 0,5 km dari kantor Kecamatan Ciledug merupakan suatu kebanggaan bagi masyarakat Desa Ciledug Wetan karena masih dekat dengan pusat kota walaupun ada beberapa wilayah dusun yang masih tertinggal karena sarana penghubung maupun jalan yang kurang mendukung akan tetapi di Desa Ciledug Wetan terdapat situs Bale Kabuyutan yang merupakan cagar budaya yang bernilai tinggi dan mempunyai nilai sejarah yang ada hubungannya dengan berdirinya Desa Ciledug Wetan. Kebon Jati terletak di Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon. Kebun Jati ini diresmikan pada 22 Desember 2019 yang dikelola oleh pemilik yang berasal dari Desa Ciledug Wetan sendiri Bapa Erwin yang berusia 44 tahun. Awalnya tempat ini hanya sebuah kebun jati pada umumnya,

namun pemilik kebun jati ini berinisiatif untuk memanfaatkannya menjadikan sebagai objek wisata.

Berdasarkan informasi dan data yang didapatkan, jumlah pengunjung di objek wisata kebon jati yang paling banyak di musim liburan sekolah, hari-hari besar, dan weekend. Berikut ini data jumlah pengunjung objek wisata Kebon Jati dalam setiap tahunnya, yaitu:

Tabel 1.1

Data Kunjungan Wisatawan Kebon Jati Pertahun

Tahun	Jumlah Kunjungan
2020	3.600
2021	5.400
2022	3.100

Sumber Data: Buku Kunjungan Wisatawan

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke objek wisata Kebon Jati mengalami kenaikan tiap tahunnya. Menurut pengelola objek wisata Kebon jati di tahun 2020 kemungkinan bisa saja lebih untuk kunjungan wisatawan. Namun disebabkan tahun 2020 diakibatkan adanya virus covid-19 yang melanda Indonesia yang melemahkan sektor pariwisata termasuk wisata Kebon Jati. Objek Wisata sempat ditutup beberapa bulan karena berlakunya PSBB yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencegah penyebaran virus covid-19 di area wisata.

Ditahun 2022 belum genap setahun tapi jika dilihat dari keseharian di objek wisata Kebon Jati mengalami penurunan kunjungan karena kurangnya promosi yang termasuk strategi penting dalam mengelola objek wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan juga adanya pesaing objek wisata yang lain yang membuat daya tarik minat pengunjung menurun. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan dalam objek wisata agar dapat menarik pengunjung dan strategi promosi agar objek wisata dapat dikenal banyak orang.

Diera sekarang ini dengan kemajuan teknologi informasi maka perkembangan semua bidang dapat berjalan dengan baik dan lancar, diera

sekarang ini juga bidang kepariwisataan dapat dikembangkan dengan cepat dan kekinian. Pengembangan kepariwisataan dibutuhkan teknologi informasi dimana melalui teknologi informasi maka informasi mengenai promosi pariwisata dapat dikenal dengan cepat dan kekinian.

Wisata Kebun Jati yang berlokasi di Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon ini memiliki potensi lebih yang bisa ditingkatkan lagi pengembangannya. Untuk itu peneliti mengambil judul tentang Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisatawan Pada Objek Wisata Kebon Jati di Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon karena objek wisata Kebon Jati merupakan wisata alam pertama yang ada di Desa Ciledug Wetan dengan tarif masuk wisata yang sangat murah hanya dengan Rp.5000 sudah bisa menikmati fasilitas pada objek wisata Kebon Jati.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi sub-sub masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pada objek wisata Kebon Jati di Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon ?
2. Bagaimana dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Kebun Jati di Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui strategi promosi pada objek wisata kebon jati di Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon.
 - b. Untuk mengetahui dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata Kebon Jati di Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Ilmiah

Peneliti ini diharapkan adanya kesesuaian antar teori dengan fakta di lapangan mengenai Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisatawan Pada Objek Wisata Kebon Jati di Desa Ciledug Wetan.

b. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dapat menambahkan khazanah ilmu pengetahuan mengenai Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisatawan Pada Objek Wisata Kebon Jati di Desa Ciledug Wetan.

c. Kegunaan Akademik

Penelitian ini sebagai perwujudan Tri Darma Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, khususnya program Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai sumbangan pemikiran dan mengembangkan kajian di bidang Strategi Pengembangan terhadap Objek Wisata Kebon Jati.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dibuat untuk menjadi pisau analisis terhadap suatu masalah dalam penelitian. bahwa kerangka pemikiran merupakan suatu konsep pemikiran untuk menjelaskan masalah riset berdasarkan fakta-fakta, observasi dan telaah pustaka serta landasan teori.

Menurut Marpaung dalam jurnalnya (Prasetyo, 2013) objek wisata adalah suatu bentuk atau aktivitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk dapat datang ke suatu tempat atau daerah tertentu. Sedangkan daya tarik wisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Selanjutnya Marpaung juga menjelaskan bahwa objek wisata adalah dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya objek wisata di suatu daerah kepariwisataan akan sulit untuk dikembangkan.

Perencanaan pengembangan destinasi secara terpadu, implementasi program secara konsisten, dan monitoring kegiatan secara cermat akan menentukan seberapa kuat daya tarik destinasi bagi pasar wisatawan dan seberapa besar manfaatnya bagi masyarakat sekitar. Bukti empirisi menunjukkan bahwa destinasi pariwisata yang dikelola dengan prinsip-prinsip berkelanjutan sangat efektif memberikan keuntungan jangka panjang, baik secara ekonomi, social maupun ekologi (Wulandari et al., 2021).

Obyek daya tarik wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi lokasi bagi obyek/atraksi wisata tertentu. Obyek/atraksi wisata merupakan modal utama yang menentukan daya tarik suatu daerah/kawasan tujuan wisata. Modal atraksi dapat berupa alamiah (pantai, gunung, danau, dan sebagainya), budaya (seni dan arsitektur tradisional, festival budaya, dan sebagainya), atau pun buatan olah raga, belanja, pameran, dan sebagainya (Heryati, 2019).

Untuk meningkatkan jumlah wisatawan pada objek wisata perlu diperlukan strategi promosi yang tepat untuk menarik minat daya tarik para wisatawan tidak hanya pengembangan objek wisata saja yang diperlukan tetapi promosi juga sangat berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan. Dari strategi yang tepat kita dapat memperlihatkan berbagai daya tarik pada objek wisata.

Unsur promosi dalam objek wisata sangat mempunyai peran penting karena dari strategi promosi itu dapat mempengaruhi calon wisatawan sehingga memiliki rasa ingin tahu dan ingin berkunjung pada objek wisata tersebut. Dengan melalui promosi juga pihak pengelola dapat memperlihatkan pengembangan dan daya tarik yang dimiliki objek wisata untuk diketahui lebih banyak orang dan menarik perhatian masyarakat agar berkeinginan berkunjung ke Objek Wisata Kebon Jati di Desa Ciledug Wetan.



E. Literatur Review

Di dalam penulisan penelitian ini, penulis menggali dan mengambil beberapa informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Dengan berupa jurnal-jurnal serta skripsi guna menjadi tolak ukur dalam melakukan perbandingan kelebihan dan kekurangan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Hal ini juga dilakukan untuk mendapatkan informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk mendapatkan landasan teori ilmiah. Serta terdapat beberapa landasan ilmiah dari beberapa ahli dari masa ke masa. Sehingga permasalahannya dapat dilihat dari perbedaan pada penelitian-penelitian sebelumnya.

NO	NAMA PENELITI	HASIL TEMUAN	KEUNIKAN
1.	(Suwarti & Sri Mulyani, 2021)	hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor utama yang harus diperhatikan yaitu faktor internal dan eksternal . Faktor internal yang difokuskan pada	penelitian yang dilakukan oleh Suwarti dan sri mulyani membahas masalah faktor internal dan eksternal pada kawasan pariwisata sumber jati pohon di kabupaten grobogan. Sedangkan penelitian yang

		<p>kegiatan yang berkaitan dengan elemen-elemen kepariwisataan yang dimiliki oleh kabupaten grobogan. elemen-elemen kepariwisataan antara lain produk, manajemen, kelembagaan, SDM, promosi dan pemasaran serta dampak lingkungan sedangkan faktor eksternal didasarkan oleh tolak ukur yang diturunkan dari misi yang diemban oleh pariwisata. Tapi dari hasil yang diperoleh tidak dijelaskan dampak lingkungan dari pemasaran dan misi yang diemban oleh pariwisata.</p>	<p>dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan kecamatan ciledug kabupaten cirebon.</p>
2.	(kusniawati, 2017)	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Program desa wisata merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat petani dalam rangka meningkatkan pendapatannya pertaniannya. Melalui program wisata yang mendukung. Desa Bumiaji merupakan desa yang memiliki kawasan pertanian dan</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Kusniawati membahas masalah bentuk pemberdayaan masyarakat petani dalam rangka meningkatkan pendapatan pertanian masyarakat melalui program Desa Wisata di Bumiaji. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek</p>

		<p>sekaligus sebagai kawasan wisata berbasis alam yang mendukung. Dengan salah satu unggulannya yaitu wisata petik apel. Program desa wisata yang ada di Desa Bumiaji tidak hanya tergantung pada kondisi pertanian desa saja, tetapi atraksi budaya yang merupakan kondisi lokal masyarakat juga dipandang memiliki nilai lebih dalam rangka promosi budaya untuk menunjang desa wisata.</p>	<p>wisata kebon jati di desa ciledug wetan.</p>
3.	<p>(Dian Minasari Siregar, 2021)</p>	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi daya dukung fisik serta potensi wisata sawah dalam menunjang kegiatan pariwisata adalah pada sumber daya manusia yang berperan penting didalam mengelola desa wisata, sumber daya alam yaitu dalam</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Dian Minasari membahas masalah pemanfaatan sumber daya alam hayati sebagai objek wisata dapat menimbulkan tingkat kesejahteraan masyarakat sekitar.</p> <p>Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung</p>

		<p>pemanfaatan sumber daya alam pada Desa Wisata Pematang Johar adalah bersifat milik umum (open access) dan milik bersama (communal).</p>	<p>wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan.</p>
4.	(Areks et al., 2015)	<p>Hasil dari analisis penelitian ini mengenai bauran promosi objek wisata alam di kabupaten Pangkep menunjukkan bahwa secara simultan advertising, sales promotion, event and experiences, public relations and publicity, direct marketing, interactive marketing, word of mouth marketing, dan personal selling berpengaruh secara nyata terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada objek wisata alam di Kabupaten Pangkep.</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Areks dkk membahas masalah pengaruh penggunaan bauran promosi yang berdampak terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan.</p>
5.	(Sutanto, 2016)	<p>Hasil dari penelitian ini bahwa pengenalan melalui promosi pada obyek wisata, seperti</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Sutanto membahas masalah pentingnya promosi yang digunakan untuk</p>

		<p>publikasi, baik melalui media, televisi, radio dan juga masalah transportasi serta SDM perlu ditingkat kualitas kerjanya. Guna menarik minat wisatawan agar banyak berkunjung pada objek wisata sejarah Kota Semarang terutama obyek wisata Kota lama Semarang maka masih banyak lagi aspek yang perlu diperhatikan dan dikembangkan oleh pihak pengelola diantaranya pengembangan sarana dan prasarana pariwisata terutama sistem komunikasi agar memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi terkait dengan objek yang ada.</p>	<p>menarik minat wisatawan untuk berkunjung dengan mengembangkan sarana dan prasarana.</p> <p>Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan.</p>
6.	(Andhika, 2019)	<p>Promosi wisata melalui youtube untuk meningkatkan daya tarik wisatawan ke Provinsi Kalimantan</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Andhika membahas masalah penggunaan video promosi wisata melalui youtube dengan</p>

		<p>Selatan yang pastinya dalam pembuatan video promosi dapat dirangkum dalam tahapan produksi yang meliputi kegiatan pra produksi, yaitu penentuan konsep dan tema serta pemilihan model sebagai penambah daya tarik dalam video, selanjutnya tahapan produksi dimana dilakukan pengambilan video yang dilakukan di lapangan dan terakhir merupakan kegiatan pasca produksi yaitu penyeleksian, penyuntingan gambar dan pengemasan konten video dengan menampilkan wisata-wisata unggulan yang ada di Provinsi Kalimantan Selatan, dengan serta memperhatikan aspek-aspek utama dengan menampilkan keindahan yang ada</p>	<p>menampilkan wisata-wisata unggulan dan menampilkan keindahan yang ada pada setiap destinasi wisata guna menarik minat viewers.</p> <p>Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebun jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebun jati di desa ciledug wetan.</p>
--	--	---	---

		pada setiap destinasi wisata guna menarik minat viewers.	
7.	(Kartika et al., 2018)	Berdasarkan hasil penelitian dan observasi, atraksi wisata/daya tarik wisata di Taman Budaya Dago Tea House ini cukup beragam dan tidak hanya sebagai tempat wisata, dalam rangka pembinaan dan juga pengembangan seni, Taman Budaya Dago Tea House juga menyelenggarakan beberapa pendidikan dan juga pelatihan seni diantaranya seperti seni musik, seni tari, teater, dan juga karawitan yang selalu dilaksanakan setiap hari dikerja secara bergiliran sesuai jadwal.	Penelitian yang dilakukan oleh Kartika dkk membahas masalah strategi pengembangan daya tarik tidak hanya tempat wisata saja tetapi Budaya Dago Tea House juga menyelenggarakan beberapa pendidikan dan juga pelatihan seni. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan.
8.	(Tapatfeto M. &, 2018)	Berdasarkan hasil penelitian dan observasi, Strategi pengembangan objek wisata pantai oetune dibuat berdasarkan pada	Penelitian yang dilakukan oleh Tapatfeto dkk membahas masalah strategi pengembangan objek wisata Pantai Oetune yang didukung dengan dana dan

		<p>berbagai aspek pengembangan seperti wisatawan, sarana transportasi, daya tarik objek wisata yang dimiliki, sarana dan prasarana penunjang di lingkungan objek wisata, pemanfaatan telekomunikasi sebagai media promosi, serta didukung dengan dana dan SDM yang berkualitas merupakan strategi pengembangan yang dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan kunjungan Objek Wisata Pantai Oetune setiap tahunnya.</p>	<p>SDM yang berkualitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan.</p>
9.	(Rakib, 2017)	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan observasi, Strategi dan program pengembangan Ekonomi Kreatif yang perlu dilakukan di kawasan permukiman tradisional Balla Peu, meliputi: (a) Penataan kawasan permukiman tradisional Balla Peu, (b) Peningkatan</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Rakib membahas masalah pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang meningkatkan kualitas kehidupan sosial budaya masyarakat. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi promosi terhadap</p>

		<p>Kualitas Lingkungan, Peningkatan Kualitas Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat, Peningkatan kualitas produk-produk industry kreatif, (c) Peningkatan promosi wisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mamasa, Kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata (BPW), Penyediaan Tourist Information Center (TIC), dan (d) Peningkatan sumber daya manusia</p>	<p>peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan.</p>
10.	(MUKHSIN, 2017)	<p>Wisata yang berada di Kecamatan Sukaratu memiliki potensi yang sangat luar biasa, potensi tersebut diantaranya adalah keindahan kawah, keindahan alam di sekeliling wisata Gunung Galunggung lahan kosong yang berpotensi, terdapat zona konservasi dan lain-lain. Pengunjung</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Mukhsin membahas masalah strategi pengembangan pariwisata gunung galunggung yang memiliki potensi yang sangat luar biasa seperti keindahan alam, keindahan kawasan yang merupakan kawasan strategis dengan lokasi berada dipusat kota. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu membahas strategi promosi pada objek wisata kebon jati dan dampak dari strategi</p>

		<p>pun akan lebih mudah menuju ke kawasan wisata tersebut karena selain memiliki potensi yang luar biasa, wisata Gunung Galunggung merupakan kawasan yang strategis dengan lokasinya yang berada di pusat kota, sehingga membuat kawasan tersebut memiliki nilai lebih dari para pesaing-pesaingnya.</p>	<p>promosi terhadap peningkatan daya tarik minat berkunjung wisatawan pada objek wisata kebon jati di desa ciledug wetan.</p>
--	--	--	---

F. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu. Penelitian deskriptif ditujukan untuk memaparkan dan menggambarkan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berfikir tertentu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu untuk memberi gambaran secara rinci, sistematis, dan menyeluruh mengenai semua hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sendiri merupakan penelitian yang menggunakan cara berfikir induktif yang berarti mendeskripsikan hal-hal yang bersifat khusus ke hal-hal yang bersifat umum. Menurut Albi dan Johan dalam bukunya yang berjudul “Metodologi Penelitian Kualitatif” mengatakan bahwa Penelitian Kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud

menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Albi Anggito, 2018).

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu objek wisata Kebon Jati yang berada di daerah Desa Ciledug Wetan Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat.

3. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana suatu data diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini ada dua macam yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang diamati, diteliti, dan didapatkan langsung dari subjek yang menggunakan instrument pengambilan data secara langsung kepada sumber yang bersangkutan (Marzuki, 1995). Yang termasuk data primer ini yaitu transkrip hasil wawancara dan hasil temuan-temuan saat proses pelaksanaan penelitian dilakukan.

Dengan melakukan observasi dan Wawancara. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pengelola objek wisata kebon jati, pengunjung objek wisata, dan masyarakat yang ada disekitar Objek Wisata Kebon Jati Desa Ciledug Wetan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh berbagai sumber seperti jurnal, buku dan data lainnya yang dapat dijadikan bahan rujukan dan bahan acuan untuk kepentingan penelitian yang akan dibahas.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menyusun instrument pengumpulan data harus ditangani secara serius agar diperoleh hasil yang sesuai dengan kegunaannya yaitu pengumpulan variabel yang tepat. Pengumpulan data perlu dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga tingkat validitas dan reliabilitasnya agar memperoleh data yang valid dan reliabilitas, maka teknik pengumpulan data melalui:

a. Wawancara

Wawancara yaitu proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan subjek penelitian (Rahardjo, 2010). Wawancara digunakan untuk memperoleh hasil penelitian mengenai strategi promosi yang dilakukan objek wisata dan dampak dari strategi promosi terhadap daya tarik minat berkunjung wisatawan. Peneliti melakukan wawancara kepada pengelola objek wisata kebon jati, 10 pengunjung objek wisata, dan 10 orang masyarakat yang ada disekitar objek wisata Kebon Jati di Desa Ciledug Wetan.

b. Observasi

Merupakan salah satu dasar fundamental dari pengumpulan semua metode dalam penelitian kualitatif, pada pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu (Rahardjo, 2010). Dengan melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian terhadap wisata kebon jati desa ciledug wetan.

c. Dokumentasi

Merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian berupa gambar, foto ataupun laporan kunjungan wisatawan. Dokumentasi ini sangat diperlukan untuk menguatkan mengenai strategi promosi yang dilakukan objek wisata dan

dampak dari strategi promosi terhadap daya tarik minat berkunjung wisatawan melalui wawancara (Sugiyono, 2018).

5. Teknik Analisis Data

Menurut Imam Gunawan (Gunawan, 2013) Analisis data dalam kualitatif merupakan proses yang berkelanjutan yang dilakukan oleh peneliti dengan fokus pada data-data yang telah dikumpulkan. Proses yang berlangsung secara terus menerus ini menuntut peneliti mengorganisasikan data-data yang telah diperoleh sehingga data-data tersebut menjadi jelas, dapat dipahami dan memberikan makna. Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep Miles dan Huberman (1992). Dalam implementasinya, analisis data kualitatif dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah data yang terkumpul harus ditulis dalam bentuk laporan yang terperinci. Data yang diperoleh akan dipilih berdasarkan kesamaan konsep, tema dan kategori tertentu yang akan memberikan deskripsi mengenai hasil pengamatannya (Sratuss, dkk, 2003).

b. Display data (Penyajian Data)

Display data adalah data yang sudah direduksi maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data penelitian ini dapat disajikan dalam bentuk uraian yang di dukung dengan matriks atau grafik.

c. Pengambilan Keputusan atau Verifikasi

Penarikan simpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian (Gunawan, 2013).

6. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini uji keabsahan data menggunakan metode Triangulasi, menurut Norman K. Denki mendefinisikan bahwa triangulasi sebagai kombinasi atau gabungan berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang yang berbeda (Rahardjo, 2010).

Metode Triangulasi semakin lazim untuk dipakai dalam penelitian kualitatif karena mampu mengurangi bias dan meningkatkan kredibilitas penelitian. Tujuan triangulasi ini adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu.

a. Triangulasi sumber data

Dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh, melalui berbagai sumber. Dengan begitu data yang sama atau sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber data yang berbeda. Hal ini dapat dicapai dengan jalan seperti, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang terkait.

b. Triangulasi teknik

Dapat dilakukan dengan melakukan diskusi lebih lanjut pada sumber data yang terkait hingga didapatkan kepastian dan kebenaran datanya.

c. Triangulasi waktu

Dapat dilakukan pengecekan kembali dengan menggunakan teknik yang sama namun dengan waktu yang berbeda (Mekarisce, 2020).

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dan penulisan skripsi ini, maka peneliti menyusun penulisan skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

Bab Kesatu: Pendahuluan yang menggambarkan isi dan bentuk penelitian yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan

permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab Kedua: Pariwisata, Objek Wisata, Pengembangan Objek Wisata Kebon Jati, Strategi Promosi, Daya Tarik dengan menguraikan tentang landasan teori mengenai kepariwisataan, objek wisata, pengembangan objek wisata, strategi promosi, daya tarik.

Bab Ketiga: gambaran umum objek wisata kebon jati dalam bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian meliputi gambaran umum objek wisata kebon jati, pengembangan objek wisata kebon jati, pengelolaan objek wisata kebon jati.

Bab Keempat: Hasil penelitian dan pembahasan bab ini merupakan hasil dan analisis yang meliputi gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

Bab Kelima: Penutup dengan menguraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya sebagai jawaban singkat atas permasalahan yang diteliti. Penulis juga akan menyampaikan saran terhadap hasil penelitian yang telah diuraikan.

