

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Tempat wisata Taman Tebing Breksi dekat dengan wilayah administratif Dusun Groyokan, Desa Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, DIY.

Badan Usaha Milik Desa atau yang disingkat BUMDes yang bergerak dibidang Desa Wisata dan didirikan pada tahun 2015 hingga saat ini. BUMDes Sambimulyo mengelola Objek Wisata Tebing Breksi sebagai aktivitas pelaksana darmawisata adapun daya tarik wisatawan antara lain :

Pemangku Tempat Tebing Breksi melaksanakan pengelolaan dan melakukan eskalasi darmawisata ada ketertarikan wisatawan, dilaksanakan dengan membuat spot-spot baru dengan cara bekerjasama dalam pasifikasi dan penambahan lahan wahanai wisata. Pelaku balkondes Sambirejo memfasilitasi sewa lokasi untuk acara wedding, ulang tahun dan *meeting room*.

Pemangku Kuliner dan lapak- anekai menu makanan dan minuman memiliki nilai jual yang Ekonomis atau terjangkau, Pemangku *state food* memenuhi menggali pelayanan selalu dengan senyum, salam, dan sapa terhadap wisatawan nyaman saat berada di kawasan wisata Taman Tebing Breksi.

Menggali adalah agenda dari beberapa oknum masyarakat wisata Tebing Breksi.

Pada Saat ini tebing masih menggali guna merapikan bentuk tebing. Kegiatan menambang juga dapat dijadikan agenda edukasi bagi pelajar atau mahasiswa

yang berkunjung Taman Bireksi. Wisatawan juga dapat berwawancara atau bertanya jawab langsung dengan wisatawan.

Objek Wisata Taman Tebing Breksi memfasilitasi tempat perkemahan bernama watu tapak. Beberapa pengelola ikut serta menjadi anggota pengurus di watu tapak. Pelaku jeep wisata menyediakan para wisatawan Tebing Bireksi yang ingin melakukan trip wisata di sekitar Taman Wisata Tebing Breksi. Juru Foto menyediakan jasa foto untuk pengunjung yang berada di Taman Tebing Bireksi. tempat foto selfie dimiliki membuat ciri khasnya sendiri bagi wisatawan untuk mengunjungi ke Taman Tebing Bireksi.

Virus covid 19 muncul dicina secara resmi melaporkan kepada WHO organisasi kesehatan dunia pada 31 desember 2019, membuat masyarakat di indonesia dan luar negeri membuat kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). PPKM dilakukan membendung laju kenaikan angka positif virus corona atau covid-19. Awalnya, PPKM diberlakukan di wilayah Jawa dan bali. Kompetitor dalam usaha yang semakin signifikan, sehingga situasi saat ini merupakan sebuah munculnya pandemi covid-19 harus berputar otak mencari kesempatan dan cara untuk para pelaku usaha dengan menjanjikan dan terlebih juga penerapan langka-langkah strategi pemasaran yang menguntungkan untuk dikembangkan, untuk pemulihan bisnisnya.

Dalam UU Nomor 32 tahun 2004 dan PP Nomor 72 tahun 2005 telah disampaikan bahwa cara menambah penghasilan penduduk dan warga sekitar desa, pemerintah setempat membuat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sesuai dengan ketentuan dan keperluan, kebutuhan desa. Memperdalam perencanaan dan pembuatannya, dibuatnya BUMDes didirikan atas kesadaran dari masyarakat. Dengan pedoman-pedoman sikap kerja sama dan memberikan dampak atau saling menguntungkan. Ditingkat bahwasanya sikap kompeten cara mengelola BUMDes seharusnya didasarkan dengan persetujuan masyarakat dari kepentingan konsumsi maupun produksi seharusnya dilakukan secara signifikan. Seperti yang

dituangkan diatas telah diutarakan dibuatnya BUMDes ini bahwasanya dalam meningkatkan sumber penghasilan penduduk dan warga desa, lembaga yang memiliki kewenangan dalam membuat Badan Usaha Milik Desa yaitu pemerintah desa. semacam lembaga pendapatan rakyat sebagai komersial yang utama memilih setiap pemenuhan kebutuhan (Produktif maupun konsumtif) masyarakat jalanya pelayanan distribusi barang dan jasa. Hal ini diwujudkan dalam memenuhi keperluan setiap masyarakat yang tidak memberatkan seperti harga ekonomis, mudah dijangkau masyarakat. Dalam hal ini, : BUMDes sebagai lembaga komersial, tetap memperhatikan efisiensi serta efektivitas sektor riil dan lembaga keuangan. (Hstriyandi& munanda,2018).

Virus covid 19 muncul dicina secara resmi melaporkan kepada WHO organisasi kesehatan dunia pada 31 desember 2019 ,membuat masyarakat di indonesia dan luar negeri membuat kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). PPKM dilakukan membendung laju kenaikan angka positif virus corona atau covid-19. Awalnya, PPKM diberlakukan di wilayah Jawa dan bali. Kompetitor dalam usaha yang semakin signifikan, sehingga situasi saat ini merupakan sebuah munculnya pandemi covid-19 harus berputar otak mencari kesempatan dan cara untuk para pelaku usaha dengan menjanjikan dan terlebih juga penerapan langka-langkah strategi pemasaran yang menguntungkan untuk dikembangkan, untuk pemulihan bisnisnya.

**Tabel 1.2**

**Banyaknya Wisatawan Di Daerah Tujuan Wisata**

Bidang Urusan : Pariwisata

Elemen : Data Kinerja Dinas Pariwisata

Sumber Data : Dinas Pariwisata

Satuan : Orang

Tahun	DIY	Kab. Sleman	Kab. Bantul
2018	25.716.261,00		3.671.833,00
2019	27.365.291,00		3.671.833,00
2020	10.830.143,00	4.250.119,00	1.510.223,00
2021	11.680.444,00	1.728.418,00	1.378.223,00
2022	1.089.612,00	1.728.418,00	735.858,00

Dari Tabel di atas menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan BUMDes Sambimulyo wisata Tebing Bireksi meyakinkan penyusutan substansial. Adanya himbauan pemerintah untuk tidak melakukan kegiatan sebagai semestinya, tentu saja berpengaruh pada sektor BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) atau UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Sehingga cukup menghambat kunjungan wisatawan yang biasanya cukup ramai di tebing bireksi, namun semenjak adanya epidemi ini membatasi kunjungan wisatawan.

Berdasarkan dari hasil Observasi, Rata-rata BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) merasai anjlok menurunnya omset selama adanya masa pandemi Covid-19/ Varian baru Omicron. Hal ini berjumpa karena menyusut beraktivitas sebagai semestinya yang dilakukan di luar rumah.

Penemu berlandaskan observasi lain, tidak semua Bumdes/Umkm tutup bisnisnya. Ada Bumdes dan (Usaha Mikro Kecil Menengah) UKM yang masih bertahan walaupun mengalami penurunan jumlah wisatawan menyebabkan berdampak pada pendapatan.. serta melakukan penyesuaian diri pada potensi yang ada, kelompok UMKM yang bergabungnya mitra dengan tebing bireksi, melakukan untuk bertahan.

Teori *Marketing* menurut kotler dan Amstrong adalah fenomena sosial yang berhubungan dengan manajerial setiap individu manusia golongan menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan, melalui dengan terciptanya produk dengan *value* dengan yang lain. *Visi* dari *marketing* untuk dimengerti sesuai dengan kemauan dan kebutuhan konsumen supaya produk atau layanan



dapat menyesuaikan kepada konsumen sehingga product dan jasa tersebut dapat dijual. Marketing dituntut untuk mengerti masalah yang di jurusannya serta dapat memberikan kontribusi secara *konkrit* dan ditujukan dengan apa yang dilakukan *corporate* dan menyusun strategi yang menghasilkan target dari perusahaan.

Kedudukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di bidang pariwisata berdiri pada tahun 2015 hingga saat ini. Desa wisata Tebing Bireksi memiliki pendapatan selain dari pariwisata yaitu menyediakan tempat atau mitra seperti acara wedding outdoor, talkshow, jip wisata, Tiket masuk Bireksi, Foodcourt.

**Tabel 1.1**  
**Data Bumdes/Desa wisata Yogyakarta**

No	Nama Bumdes	Alamat
1	BUMDes Puri Mataram Sleman	Desa Drono, Tridadi, Sleman, Yogyakarta
2	BUMDes Wisata Bambu	Jl. Dusun Bintaran wetan, Srimulyo, Piyungan, Bantul Yogyakarta
3	BUMDes Ploso Kuning	Jl. PlosoKuning II Nomor 04 Minomartani
4	BUMDes Sarimulyo	Jl. Desa Lengkong, Gn. Sari Sambirejo, Kec.Prambanan, Sleman
5	BUMDes Wisata Pasar Kaki Langit	Jl.Mangunan, Cempluk, Dlingo, Bantul Regency.

Sumber: internal Pemkab Sleman

Penyajian Tabel 1.1 adanya fakta Bumdes Sambimulyo sangat banyak kompetitor bisnis di bisnis memiliki kesamaan. Maka pemilik harus berinovasi, Kreatif adu sehingga bisa bersaing dengan pasar. Agar mampu bersaing dan dikenali luas oleh masyarakat sehingga mampu bersaing dengan kompetitor bisnis sejenisnya. Namun pada kenyataannya BUMDes Sambimulyo dari tahun ketahun mengalami dinamisnya kunjungan wisata di tebing Bireksi, berikut data disajikan in ;

Wisatawan yang datang ke tempat Objek wisata Tebing Bireksi, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Menurun sangat signifikan selama masa pandemi

covid-19 dan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Hal tersebut telah disampaikan Bupati Sleman Kustini Sri Purnomo saat menyambut kunjungan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Sandiaga Uno di Taman Tebing Bireksi, Desa Sambirejo, Sleman, DIY. Kustini mengungkapkan sebelum pandemi Covid-19 mewabah, Taman Tebing Bireksi biasanya menerima jumlah kunjungan harian mencapai 10.000 kunjungan. Saat ini jumlah kunjungan ke Taman Tebing Bireksi bisa mencapai sekitar 500 kunjungan perhari. "Sebelum pandemi, kunjungan wisatawan ke Taman Tebing Bireksi bisa mencapai 5.000 hingga 10.000 perhari. Sumber : Kompas.com

Berlandaskan dengan latar belakang fenomena masalah telah di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **"PENGUATAN STRATEGI PEMASARAN BUMDES SAMBIMULYO" (Studi Bumdes Sambimulyo Wisata Tebing Bireksi)"**

### **1.1. Rumusan Masalah**

Berlandaskan latar belakang fenomena masalah, hingga dipilih rumusan masalah pada penyajian data ini adalah :

1. Bagaimana Solusi BUMDes sambimulyo, Objek Wisata Tebing Bireksi dalam mengatasi pemulihan bisnis di masa pandemi?

### **1.2. Tujuan Penelitian**

Penelitian yang berjudul "Penguatan BUMDes Sambimulyo Masa Pandemi Untuk Pemulihan Bisnis di masa pandemi, bertujuan untuk mengetahui bagaimana Solusi BUMDes Sambimulyo, Objek wisata Tebing Breksi dalam mengatasi pemulihan bisnis di masa pandemi.

### **1.3. Manfaat Penelitian**

Peneliti mengharapkan penelitian ini memperoleh kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan maupun masyarakat secara umum yang sudah dijelaskan dalam segi teoritis, akademis dan praktis, yaitu :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penyajian Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak perkembangan studi di lingkup ilmu komunikasi khususnya dalam konteks Strategi Pemasaran Marketing Mix. Dalam penelitian ini, menggunakan pengembangan teori tentang Strategi pemasaran Marketing Mix 8P dan 8C guna memperkuat data penelitian yang pernah dipertimbangkan dan ditinjau dari penelitian terdahulu.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan, informasi dan pengetahuan terhadap perkembangan studi ilmu komunikasi khususnya Strategi Pemasaran dalam kegiatan berorganisasi di lingkup Kampus Universitas AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.4.3 Manfaat Praktis**

##### **A. Bagi peneliti**

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi banyak wawasan, informasi, pengetahuan dan juga pengalaman bagi peneliti sendiri, khususnya pemahaman dalam Strategi Pemasaran Marketing Mix dengan baik khususnya di masa pandemi. Hal tersebut dibutuhkan dalam mencapai suatu tujuan dan target yang lebih efektif, khususnya dalam penyebaran informasi.

##### **B. Bagi Masyarakat/Organisasi terkait**

Penelitian ini dinantikan dapat memberikan banyak manfaat secara praktis bagi setiap orang dengan momentum kegiatan strategi pemasaran, juga dapat mengetahui dari pemulihan bisnis menggunakan Teori Marketing Mix di Badan

Usaha Milik Desa (BUMDes) Sambimulyo Objek Wisata Tebing Bireksi dalam menghadapi situasi masa pandemi dengan cara memaksimalkan digital dengan melakukan strategi marketing Mix 7P dan 7C.

Dalam hal ini, bukan hanya BUMDes saja yang dapat merasakan manfaat praktis dari penelitian ini, BUMDes lainya baik yang berada di internal BUMDes maupun di eksternal juga dapat terdampak dan menjadikan penelitian ini sebagai pedoman dan referensi penelitian sejenisnya.

### **1.5. Batasan Masalah**

Untuk Menghindarkan meluaskan masalah yang didiskusikan disebabkan pembahasan yang tidak selaras beserta rumusan masalah dengan penyusun yang digunakan sebelumnya penyusun memberikan batasan masalah dilihat dari kaca mata pada lensa gambar BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) yang dipakai 7P dan 7C Marketing Mix