BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian

1. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung berkedudukan di Jalan Soekarno Hatta No. 1 Kompleks GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan Peraturan Bupati No. 60 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung mempunyai tugas pokok untuk menyelenggarakan sebagian tugas pemerintah di bidang kebudayaan dan pariwisata. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung:

a. **Visi**

Terwujudnya Kabupaten Tulungagung sebagai kota wisata berbudaya dan kreatif.

b. **Misi**

Untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan, dalam memberikan pelayanan publik di bidang kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif mempunyai misi:

1) Membina, melestarikan, dan menggali nilai tradisi dan kesenian daerah.

2) **Memelihara, melestarikan, dan mengamankan benda cagar budaya.**
3) **Meningkatkan pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata yang layak jual**
4) **Meningkatkan produk jasa berbasis kreatif dengan semangat kontemporer.**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai unsur pelaksana otonomi daerah sesuai Peraturan Bupati Nomor 60 Tahun 2016 mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah di bidang kebudayaan dan pariwista dan tugas pembantuan yang diberikan kepada kabupaten. Dalam menyelenggarakan tugasnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi:

a. Perumusan kebijakan bidang kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif.
b. Pelaksanaan kebijakan bidang kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif
c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan bidang kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif.
d. Pelaksanaan administrasi dinas
e. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Susunan Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung:

a. Kepala Dinas
b. Sekretariat, membawahi:
    1) Sub Bagian Perencanaan
    2) Sub Bagian Keuangan
    3) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
c. Bidang Nilai Budaya dan Kesenian, membawahi:
    1) Seksi Penghayat Kepercayaan dan Tradisi
    2) Seksi Pembinaan Kesenian
    3) Seksi Usaha Hiburan dan Kelembagaan
d. Bidang Sejarah dan Purbakala, membawahi:
    1) Seksi Registrasi Cagar Budaya, Museum dan Purbakala
    2) Seksi Pelestarian Cagar Budaya, Museum dan Purbakala
    3) Seksi Sejarah
e. Bidang Pemasaran Pariwisata, membawahi:
    1) Seksi Promosi
    2) Seksi Pelayanan dan Informasi
    3) Seksi Kerjasama
f. Bidang Pengembangan Pariwisata, membawahi:
    1) Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata
    2) Seksi Industri dan Jasa
    3) Seksi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kepariwisataan
g. Bidang Ekonomi Kreatif, membawahi:
    1) Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek
    2) Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Seni Budaya
    3) Seksi Fasilitasi Ekonomi Kreatif
h. Unit Pelaksana Teknis Dinas
i. Kelompok Jabatan Fungsional

2. Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Kabupaten Tulungagung mempunyai banyak sekali objek-objek wisata yang tersebar di berbagai sudut wilayah. Dari sinilah dapat dijadikan alasan mengapa Kabupaten Tulungagung menarik untuk dikunjungi dengan wisatanya yang sangat beragam, mulai dari wisata religi dan sejarah, wisata seni budaya, wisata pantai, wisata pegunungan, wisata industri kerajinan dan kuliner, sampai wisata buatan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung melakukan kegiatan promosi pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Menurut Pak Nurcholik, selaku Kepala Seksi Promosi pada Bidang Pemasaran Pariwisata mengatakan bahwa:

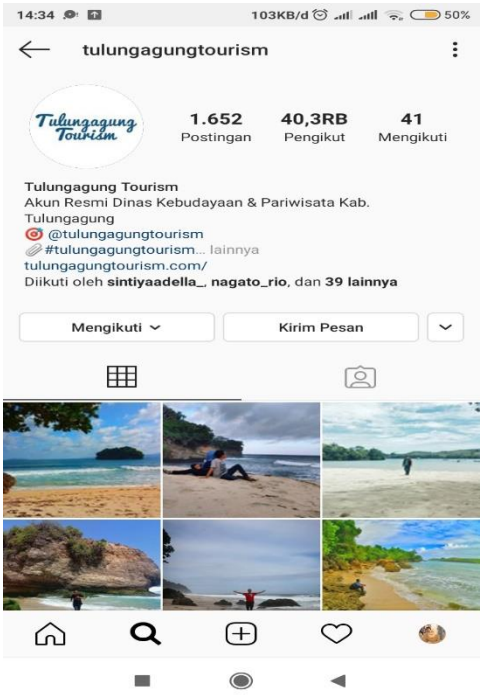
> "Kami menggunakan banyak media dalam mempromosikan destinasi wisata, seperti media cetak, media elektronik dan media sosial.. *Malah* yang lebih maksimal itu lewat temen-temen media sosial, seperti di instagram @tulungagungtourism, @kacamata_tulungagung, @tulungagung_sparkling. Dulu instagram @tulungagungtourism memang sempat berhenti di tahun 2019 tapi sekarang sudah *maintenance* lagi, yang sudah dikelola sama admin yaitu Pak Indra."[1]

Menurut hasil observasi peneliti, dengan melalui media sosial memang menjadi media yang dapat menarik wisatawan karena pada era modern ini masyarakat yang memiliki gadget canggih ataupun melalui akun instagram dapat mengakses dengan mudah dan murah. Pengikut instagram

[1] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

@tulungagungtourism mencapai angka 40.000 lebih, menandakan bahwa para *viewr* konten wisata memang banyak. Dengan memanfaatkan media sosial ini menjadi salah satu strategi promosi yang bisa meningkatkan kunjungan wisatawan yang cukup besar, apalagi foto-foto destinasi wisata diambil dengan pemandangan yang indah sehingga membuat wisatawan penasaran untuk mengunjungi wisata tersebut.

Gambar 4.1 Akun instagram @tulungagungtourism



Bu Ida selaku Kepala Seksi Kerjasama pada Bidang Pemasaran Pariwisata juga memaparkan bahwa:

> "Disbudpar melalui Bidang Pemasaran Pariwisata ini dalam mempromosikan obyek wisatanya adalah dengan menggunakan melalui media cetak, media elektronik dan promosi serta promosi

dan pameran wisata bersama, diharapkan melalui media-media dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung."[2]

Strategi promosi pariwisata memang sudah berjalan semestinya, hal ini diungkapkan oleh Pak Nurcholik selaku selaku Kepala Seksi Promosi pada Bidang Pemasaran Pariwisata:

> "Semua strategi memang sudah berjalan. Memang yang lebih pengaruh yang dari itu tadi, lewat medsos. Untuk media elektronik juga tetap, yaitu kerja sama dengan JTV. Media cetak juga ada kerjasama dengan Radar Tulungagung"[3]

Hal di atas menunjukkan bahwa bentuk-bentuk promosi yang melalui media periklanan banyak sekali macam-macamnya yaitu diantaranya:

a. Media cetak melalui kerjasama dengan Radar Tulungagung. dan pembuatan brosur, leaflet, baliho, peta wisata dan lain-lain.
b. Media elektronik yaitu media televisi JTV Kediri dengan program Pesona Wisata Tulungagung.
c. Media sosial dengan websitenya "Tulungagung Tourism" atau tulungagungtourism.co.id yang memuat informasi seputar destinasi wisata di Kabupaten Tulungagung, kemudian instagramnya @tulungagungtourism. Kerjasama juga dengan @kacamata_tulungagung dan @tulunagagungsparkling.

---

[2] Hasil wawancara dengan bu Ida Gusti Ayu Pertiwi selaku kepala kerjasama pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 17 Februari 2020 pukul 13.37 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[3] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

d. Pameran Pariwisata

Tak hanya itu di tahun 2018 dan 2019 ada event yang dilaksanakan oleh Bidang Pemasaran Pariwisata, Pak Nurcholik menambahkan:

> "Selain itu juga kemarin itu tahun 2019 juga kita mendatangkan pelaku usaha wisata dalam event Tulungagung Travel Mart, jadi pelaku kita datangkan, kita ajak ke destinasi-destinasi wisata, kita kenalkan, dan harapan ke depan itu mereka dapat membawa tamu-tamunya ke Tulungagung. Pengusaha tour trvel ini berasal dari Jawa Timur, Yogyakarta, Jawa Tengah. Dan event-event seperti ini diupayakan dapat dilaksanakan minimal satu tahun sekali, tetapi tetap disesuaikan dengan kekuatan anggaran yang ada."[4]

Terbukti promosi yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Pariwisata tidak hanya di Provinsi Jawa Timur saja tapi juga di luar Provinsi Jawa Timur. Event yang diikuti ini tidak hanya satu kali dalam setahun, ada yang dua kali bahkan ada juga yang sampai lima kali. Hal ini dilakukan untuk mengenalkan lebih jauh Kabupaten Tulungagung di luar daerah terutama untuk mempromosikan destinasi wisata yang menjadikan nilai tambah dalam meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan. Pak Nurcholik kemudian menjelaskan:

> "Pameran pariwisata kita mengikuti dua event yaitu bulan April dan Oktober di Yogyakarta, biasanya rutin diadakan tiap tahun. Pameran ini diselenggarakan melalui pihak koordinator pameran pariwisata. Jadi sifatnya mereka mengajukan proposal penawaran ke dinas kita apakah dinas kita untuk berpartipasi dalam event itu."[5]
>
> "Di target kinerja 2019 itu ada gelar atraksi, yaaa itu promosi juga kan. Melalui gelar atraksi di destinasi wisata. Itu di tahun

[4] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[5] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

kemarin targetnya 5 kali. Kalau pameran tadi targetnya 2 kali. Kita menampilkan kesenian, pagelaran kesenian baik yang tradisional maupun modern. Dan tempatnya di beberapa destinasi wisata yang ada di Kabupaten Tulungagung. Dalam hal ini pengusaha pariwisata juga bisa mempromosikan hasil kerajinan dari destinasi wisata, industri kuliner yang dapat meningkatkan kreativitas dan ekonomi masyarakat setempat."[6]

Hampir sama dengan Pak Nurcholik, Bu Ida juga menambahkan terkait dengan kerjasama dengan berbagai pihak dapat berjalan jika dapat menjalin hubungan baik :

"Jadwal pameran dan promosi wisata baik di Tulungagung maupun di luar Tulungagung sudah terjadwal. Selain itu dibutuhkan juga hubungan yang baik antara Disbudpar dengan pokdarwis, Asita, PHRI, maupun pihak swasta bisa mendukung kegiatan promosi di Kabupaten Tulungagung."[7]

Berikut ini adalah jadwal kegiatan atau event yang diikuti Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung

Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan Bidang Pemasaran Pariwisata tahun 2017-2019

No.	Tanggal Pelaksanaan	Event/Kegiatan	Lokasi/Tempat
1.	26 Desember 2017	Gelar Atraksi Wisata	Kawasan Taman Aloon-Aloon Kabupaten Tulungagung
2.	27 Desember 2017	Gelar Atraksi Wisata	Kawasan Jogging Track Kali Ngrowo
3.	10 Februari 2018 – 11 Februari 2018	Gelar Atraksi Wisata	GOR Lembupeteng Tulungagung
4.	26- 29 Juli 2018	Pameran Pariwisata	Jogja Expo Center, Yogyakarta
5.	27 Juli 2018	Gelar Atraksi Pariwisata	Kawasan Pesanggrahan Argowilis

[6] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[7] Hasil wawancara dengan bu Ida Gusti Ayu Pertiwi selaku kepala kerjasama pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 17 Februari 2020 pukul 13.37 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

6.	27 – 29 Juli 2018	"Peningkatkan Promosi Destinasi Pariwisata di Kabupaten Tulungagung"	Destinasi Wisata Kabupaten Tulungagung Peserta : Ketua dan Pengurus, Perwakilan Bursa Wisata Jatim (BWI)
7.	7 November 2018	Gelar Atraksi Wisata	Kawasan Wisata Pager Gunung, Pagerwojo
8.	8 November 2018	Gelar Atraksi Wisata	Kawasan Wisata Kuliner GOR Lembupeteng Tulungagung
9.	9 Maret 2019	Gelar Atraksi Wisata	Komplek Kanjengan Kelurahan Kepatihan Tulungagung
10.	14 Maret 2019	Gelar Atraksi Wisata	GOR Lembupeteng Tulungagung
11.	24 Maret 2019	Gelar Atraksi Wisata	Kawasan Wisata Pantai Dlodo
12.	25 – 28 April 2019	Pameran Pariwisata	Yogyakarta
13.	11 – 13 September 2019	Pameran Pariwisata "Gelar Pesona Tulungagung"	GOR Lembupeteng Tulungagung Peserta : Pelaku usaha wisata, travel. PHRI, komunitas *foodcourt*, dan UKM.
14.	22 – 24 Oktober 2019	Fasilitasi "Tulungagung Travel Mart" (TTM)	Destinasi Pariwisata di Kabupaten Tulunggung Peserta : Pengurus & anggota Insan Pariwisata Indonesia (IPI) dari DPD Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Jawa Timur, Travel Agent Yogyakarta (Jawa Tengah & Jawa Timur), pelaku usaha pariwisata.
15.	31 Okt – 3 Nov 2019	Pameran Pariwisata	Yogyakarta
16.	16 November 2019	Gelar Atraksi Pariwisata	Lapangan Desa Samar
17.	17 November 2019	Gelar Atraksi Pariwisata	Jogging Track Kawasan Pinka

Sumber : Data Bidang Pemasaran Pariwisata, 2017-2019

Promosi pariwisata berbasis ekonomi kreatif memang sangat diperhitungkan dan dapat mempengaruhi wisatawan. Bermacam-macam subsektor ekonomi kreatif yang ada dapat menunjang sarana promosi pariwisata. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sunaryo selaku Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung:

> "Subsektor ekonomi kreatif ada 16, untuk di Tulungagung sendiri terdapat 6 subsektor yang terkenal yaitu diantaranya seni pertunjukan, kerajinan (*craft*), seni rupa, kuliner, fotografi, fashion.

> "Yaaa, memang dengan adanya subsektor ekonomi kreatif ini dapat menjadi promosi sekaligus meningkatkan daya tarik wisatawan, saling menunjang saling berkesinambungan, apalagi sekarang ini wisatawan yang melakukan perjalanan wisata pasti pengen oleh-olehnya, kulinernya, dan produk-produk ekraf lainnya."[8]

Pariwisata erat kaitannya dengan ekonomi kreatif, keduanya saling berkesinambungan karena tanpa adanya ekonomi kreatif mungkin pariwisata akan lesu. Para wisatawan yang berkunjung akan mencari produk atau ciri khas tempat wisata untuk dijadikan oleh-oleh bagi kerabat di rumah. Pengembangan industri kreatif di sekitar destinasi wisata perlu ditingkatkan untuk mendukung sarana promosi. Apabila promosi pariwisata berjalan sesuai strategi yang telah direncanakan, ekonomi kreatif juga lancar maka secara otomatis dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah wisatawan yang signifikan.

Bagi pelaku ekonomi kreatif juga merasa terbantu dengan diikutsertakannya mereka ke acara atau event dinas seperti pameran-pameran dan gelar atraksi wisata. Selain itu dengan kegiatan *study* tiru dan pelatihan mampu menumbuhkan semangat mereka untuk terus berkarya. Pak Kus Sugiantoro salah satu pelaku kreatif jenis kriya di Kabupaten Tulungagung mengatakan bahwa:

> "Kalo selama ini untuk masalah produksi dan promosi sendiri untuk kita sangat membantu sekali, apalagi dari dinas sering mengikuti event-event. Kemudian kita diajak, otomatis kan dengan kita mengikuti event produk kita bisa dikenal oleh orang luar daerah,

[8] Hasil wawancara dengan bapak Sunaryo selaku kepala bidang ekonomi kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Maret 2020 pukul 10.53 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

yaitu manfaatnya. Yaa semakin kita sering diajak pameran ke luar kota maka semakin banyak orang yang mengetahui produk kita."[9]

Bapak Surjani Aji salah pelaku kreatif kriya dan seni pertunjukan juga menambahkan :

> "Dinas sangat membantu sekali misalnya dalam mengikuti acara-acara yang diselenggarakan oleh dinas, misalnya kita mengikuti perayaan HUT Kabupaten Tulungagung, dengan acara tersebut kesenian saya jadi lebih dikenal orang banyak, sehingga banyak yang menyewa di acara hajatan, khitanan, pitonan."[10]

Menurut hasil observasi peneliti, Pak Kus Sugiantoro, pelaku Kreatif dari Desa Gilang, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung yang sudah memulai usahanya mulai tahun 2004. Kriya yang dihasilkan dari beberapa limbah yaitu:

1) Limbah sandal jepit : miniatur/ robot

Gambar 4.2 Miniatur robot dari limbah sandal jepit

[9] Hasil wawancara dengan bapak Kus Sugiantoro, pelaku kreatif Kabupaten Tulungagung pada tanggal 18 Maret 2020 pukul 15.30 di Eks Pabrik Kunir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

[10] Hasil wawancara dengan bapak Surjani Aji, pelaku kreatif Kabupaten Tulungagung pada tanggal 21 Maret 2020 pukul 15.30 di Eks Pabrik Kunir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

2) Limbah pelepah pisang : tas, tali, dan lukisan

Gambar 4.3 Tas dan lukisan dari limbah pelepah pisang

3) Limbah botol plastik : lampu dinding, tutup botolnya untuk fashion

Gambar 4.4 lampu dinding dan miniatur ikan dari limbah botol plastik

4) Limbah pasir pantai : buat souvenir, undangan

Gambar 4.5 Sovenir dari limbah pasir pantai

Selain itu peneliti juga melakukan penelitian dengan pelaku kreatif kriya dari bahan dasar bambu yang dianyam menjadi jaran kepang yang dapat digunakan sebagai perlengkapan seni pertunjukan jaranan. Penelitian ini dilakukan di rumah Bapak Surjani Aji yaitu pelaku ekonomi kreatif yang sudah membuat kriya tersebut dari tahun 1955. Beliau berasal dari Desa Sendang, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung. Kriya yang dibuat tersebut untuk digunakan sendiri sebagai perlengkapan seni pertunjukan dan dijual jika ada yang memesannya.

Gambar 4.6 Proses pembuatan jaran kepang dari bambu

Selain kegiatan di bidang pemasaran pariwisata, bidang ekonomi kreatif juga mempunyai agenda kegiatan seperti pada tahun 2018 yaitu *study* tiru di Kulonprogo Yogyakarta seperti yang dikatakan oleh Bapak Sunaryo:

> "Dengan adanya event-event tahunan yang diselenggarakan dinas bisa menjadi upaya dalam mengembangkan potensi mereka, mengikutkan mereka ke pameran, kemudian tahun 2018 kemarin kita ada acara *study* tiru ke Yogyakarta. Gelar pesona tahun 2019 kemarin para pelaku wisata dari masing-masing destinasi juga membuka stand untuk mempromosikan produk wisata dan ekrafnya".[11]

Hal serupa dipaparkan oleh Pak Kus Sugiantoro yang pada saat itu mengikuti kegiatan study tiru:

> "Pameran ke Bali, ke Jakarta, kemudian di tahun 2018 kemarin saya ikut study tiru di Kulonprogo Yogyakarta ketemu sama Pak Tukimin pengrajin serat alam. Beliau sampai saat ini juga masih kontak dengan saya, mungkin dia pesen desain untuk produk barunya. Jadi saya juga menerima untuk desain saja, karena kalau masalah bahan di beliau sudah sangat melimpah. Secara gak langsung kita promosi dan akhirnya laku"[12]

Kegiatan *study* tiru di Kulonprogo, Yogyakarta diselenggarakan selama dua hari dengan mengunjungi tiga lokasi pelaku kreatif di wilayah Kulonprogo. Lokasi pertama yaitu di Jogjavanesia Craft yaitu kerajinan dari serat pohon, yang kedua yaitu di NaylaCraft merupakan pembuatan *handycraft* rajut yang menghasilkan produk tas, sepatu, dompet, dan lain

---

[11] Hasil wawancara dengan bapak Sunaryo selaku kepala bidang ekonomi kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Maret 2020 pukul 10.53 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[12] Hasil wawancara dengan bapak Kus Sugiantoro, pelaku kreatif Kabupaten Tulungagung pada tanggal 18 Maret 2020 pukul 15.30 di Eks Pabrik Kunir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

sebagainya. Lokasi yang terakhir yaitu PT Indo Seagrass kerajinan dari serat alam yang pemasarannya sudah mencapai pasar ekspor. Peneliti pada saat itu juga ikut dalam kegiatan tersebut, sehingga peneliti dapat mengetahui informasi dan mendapatkan pengalaman secara riil.

Gambar 4.7 Kegiatan Study Tiru di Kulonprogo Yogyakarta

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Kegiatan promosi pariwisata tidak terlepas dari adanya dukungan dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan pariwisata. Dukungan dari pemerintah dalam ketersediaan dana sangat membantu rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu, terjalinnya hubungan baik antara pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dengan pihak pokdarwis serta pemerintah desa bisa mendukung terlaksananya tujuan promosi pariwisata dalam meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan di destinasi wisata Kabupaten Tulungagung. Bapak Nurcholik mengatakan :

> "Faktor pendukungnya yang utama ya dana anggaran yang tersedia dengan event event yang kita laksanakan. Sebenarnya tiap tahun itu ada, tapi tidak semua usulan dari kita itu terealisasi. Itu sesuai dengan ketersediaan anggaran yang ada di pemerintah. Jadi ketika ada rencana, diusulkan dulu ke pemda, kalo sudah di verifikasi lha nanti itu turunnya *gak mesti*. Kita mengupayakan, tetapi realisasinya tergantung dari APBD Kabupaten Tuluangagung gitu aja."[13]

Hampir sama dengan Pak Nurcholik, Bu Ida selaku kepala seksi kerjasama juga menambahkan:

> "Berkembang tidaknya sektor pariwisata bukan saja bertumpu pada potensi wisata alam maupun budaya saja tetapi pertumbuhan sektor pariwisata juga sangat dipengaruhi oleh faktor SDM, promosi atau pemasaran, regulasi pemerintah dan infrastruktur utama. Promosi merupakan suatu motor utama pendongkrak pariwisata dan Disbudpar belum dapat memaksimalkan secara besar-besaran dikarenakan minimnya anggaran yang diperoleh sehingga dalam kegiatan atau event tidak bisa secara berlangsung secara meriah. Besaran anggaran promosi masih rendah sehingga belum mampu memberikan kontribusi maksimal terhadap pertumbuhan pariwisata di Tulungagung.[14]

Bapak Sunaryo selaku Kepala Bidang Ekonomi Kreatif juga mempunyai pendapat yang sama terkait faktor pendukung pengembangan ekonomi kreatif masyarakat. Beliau mengatakan bahwa:

> "Kalau bicara faktor pendukung mungkin terkait dengan dana yang cukup untuk melakukan kegiatan di bidang ekraf. Dalam hal ini bidang ekraf hanya memfasilitasi untuk mempromosikan produk dari pelaku kreatif melalui kegiatan-kegiatan dari dinas, selain itu. Didukung juga oleh para pelaku kreatif sendiri yang ingin meningkatkan sumber daya manusia masyarakat sekitarnya"[15]

---

[13] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Februari 2020 pukul 14.53 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[14] Hasil wawancara dengan bu Ida Gusti Ayu Pertiwi selaku kepala kerjasama pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 17 Februari 2020 pukul 13.37 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[15] Hasil wawancara dengan bapak Sunaryo selaku kepala bidang ekonomi kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Maret 2020 pukul 10.53 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung juga menemui beberapa kendala yang ada di lapangan maupun administrasi. Menurut Pak Nurcholik selaku kepala seksi promosi:

> "Kendalanya yang jelas itu dari tempat wisatanya sendiri, misalnya akses jalan menuju ke lokasi destinasi wisata itu masih banyak yang rusak atau belum maksimal. Terutama di daerah selatan ya, terus kemudian di daerah kecamatan Sendang itu masih kurang lebar, akhirnya bis-bis besar itu kan gak bisa masuk, dan langsung ke lokasi nya jan juga sulit."[16]

Gambar 4.8 Akses jalan yang rusak menuju tempat wisata

Dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung juga menemui beberapa kendala yang ada di lapangan maupun administrasi. Menurut ibu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi pelayanan dan informasi mengatakan bahwa kondisi kunjungan wisatawan akhir-akhir ini :

> "Iyaa sedikit lesu, dengan adanya virus corona itu ya bukan hanya di Tulunagagung saja. Pengaruh besar itu, wisatawan di Bali juga menurun padahal di Bali biasanya banyak wisatawan asing. Di Tulungagung itu kan banyak pantai yang bagus, untuk wisatawan

[16] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

lokal banyak mengunjungi wisata pantai, yang lagi *booming* ya pantai Gemah cocok untuk wisata keluarga. Tapi tidak menutup kemungkinan juga ke pantai Sine, Kedung Tumpang bagi anak-anak muda biasanya suka *adventure*. Tapi yang paling menonjol yaa tetep pantai Gemah. Karena aksesnya mudah dijangkau, untuk keluarga ya menampung. Gemah itu di sekitarnya ada pantai Bayem dan pantai Klatak."[17]

Wisata pantai merupakan wisata yang menjadi primadona para wisatawan lokal maupun mancanegara, begitupun juga di Tulungagung. Dengan banyaknya pantai-pantai yang ada di Tulungagung diharapkan dapat menjadi daya tarik tersendiri dengan keunikan-keunikan di sekitar wisata tersebut.

Kemudian bu Endang juga menambahkan :

"Terus kemudian di bagian barat itu ada Cowindo dan Origreen cocok untuk wisata keluarga juga. Lhaaa untuk yang Cowindo dan Origreen itu kan di daerah pucuk gunung, di kecamatan Sendang. Aksesnya agak susah, jalannya sempit. Jadi kesana itu mungkin kendaraan pribadi-pribadi, untuk yang partai besar seperti bis masih kesulitan."[18]

Menurut hasil observasi peneliti saat mengunjungi salah satu wisata di Kecamatan Sendang, aksesnya memang agak susah karena jalan yang masih sempit. Jika menggunakan kendaraan pribadi memang masih bisa, tetapi untuk kendaraan partai besar seperti bis masih belum bisa.

[17] Hasil wawancara dengan bu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi informasi dan pelayanan pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Februari 2020 pukul 14.35 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[18] Hasil wawancara dengan bu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi informasi dan pelayanan pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Februari 2020 pukul 14.35 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Padahal tujuan wisata ini banyak diminati wisatawan karena daerah destinasi yang sejuk, nyaman, hijau.

Gambar 4.9 Akses jalan menuju wisata Jurang Senggani yang sempit

Kemudian dilanjutkan oleh pak Nurcholik, beliau mengatakan bahwa:

> "Kesadaran dari masyarakat sekitar destinasi wisatanya sendiri yang kurang peka. Kurang peka disini maksudnya, dia tidak bisa menangkap peluang apa yang bisa mendukung adanya destinasi wisata. Contoh ya oleh-oleh, terus mungkin kerajinan buah tangannya itu. Padahal dua aspek tersebut termasuk industri kreatif yang bisa meningkatkan pendapatan masyarakat juga.[19]

Kendala promosi tidak hanya itu saja, karena selain dari pihak pemerintah pihak dari masyarakat destinasi pariwisata juga harus berperan aktif mempromosikan wisatanya tersebut.

> "Selain itu juga SDM pengelola dan pokdarwisnya juga. Contohnya ketika ada tamu atau pengunjung, mereka itu tidak

[19] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

berusaha untuk berinteraksi dengan tamu itu. Jadi tamu itu hanya dibiarkan masuk. Setelah masuk ya sudah selesai, tidak ada interaksi untuk menjelaskan bagaimana informasi tempat wisata tersebut."[20]

Pelaku ekonomi kreatif juga berupaya membantu dengan mengikutsertakan masyarakat sekitar sehingga dapat sedikit mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Pak Kus Sugiantoro mengatakan bahwa:

> "Mulai tahun 2004 saya mengawali usaha saya ini, saya aslinya malang. Kesini ikut istri, menurut saya kalo disini tingkat penganggurannya lebih tinggi daripada di Malang. Jadi, saya pengen memberdayakan warga sekitar terutama ibu-ibu PKK di desa saya untuk meningkatkan kreativitas di kerajinan tangan dengan mengelola limbah-limbah. Saya ingin beda membuat produk-produknya, saya gamau kalo hanya mengikuti *trend* saja".[21]

Beda dengan Pak Kus Sugiantoro, Pak Surjani Aji yang merupakan pelaku kreatif kriya dan seni pertunjukan memaparkan:

> "Saya sudah lama dari tahun 1955, saya ingin melestarikan budaya yang ada kepada anak-anak muda yang mau, ya karena ini peninggalan kuno semoga dari hal ini bisa memberikan pengetahuan kepada anak-anak didik saya. Saya juga melatih reog dan jaranan, yang saya latih anak-anak sekolah dari SD, SMP dan SMA. Tapi terutama untuk reog kendang itu mudah."

Kendala yang dialami oleh pelaku ekonomi kreatif adalah faktor *mood* untuk mengerjakan sebuah karya. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadi masalah yang besar karena mereka bisa mengatasinya. Kendala dari seni pertunjukan adalah masalah dana dan ketertarikan masyarakat terhadap kesenian yang dinilai kuno. Apalagi anak-anak muda jaman sekarang banyak yang kurang memiliki ketertarikan terhadap budaya

---

[20] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[21] Hasil wawancara dengan bapak Kus Sugiantoro, pelaku kreatif Kabupaten Tulungagung pada tanggal 18 Maret 2020 pukul 15.30 di Eks Pabrik Kunir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

kesenian. Namun, beliau sendiri tidak putus asa walaupun usianya cukup terbilang lanjut tetapi semangatnya tidak pernah luntur. Di wilayah kecamatan Sendang sendiri memang wilayah yang kental akan kesenian dan budaya, sehingga sedikit demi sedikit anak-anak didik bapak Surjani Aji juga banyak dari yang masih berusia sekolah. Beliau memakai trik tersendiri dalam melatih sehingga membuat anak didiknya tertarik dan mahir untuk menari.

Sebenarnya di Kabupaten Tulungagung sudah ada perkumpulan pemandu wisata. Sudah dibina dan diberi sertifikat juga oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, akan tetapi kenyataan di lapangan memang belum maksimal. Menurut informasi dari Pak Nurcholik, ketika adanya kegiatan TTM (Tulungagung Travel Mart) dinas sudah melakukan kegiatan promosi semaksimal mungkin, tetapi memang belum diimbangi oleh SDM pengelolanya itu sendiri yang kurang peka untuk berinteraksi mempromosikan wisatanya ke para pengusaha travel tersebut.

Suksesnya penerapan strategi promosi pariwisata berbasis ekonomi kreatif dapat didukung oleh faktor-faktor berikut, yaitu:

a. Dana anggaran yang tersedia
b. Terjalinnya hubungan yang harmonis bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan pariwisata.
c. Adanya inovasi-inovasi baru dan kreativitas masyarakat sekitar destinasi wisata.

Namun tidak semua strategi dapat berjalan sebagaimana mestinya, ternyata masih ada faktor-faktor penghambat yang dibutuhkan tindakan untuk mengatasi hal tersebut. Adapun faktor-faktor penghambat tersebut antara lain:

a. Akses lokasi pariwisata yang kurang memadai
b. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengembangkan destinasi pariwisata.
c. Kurangnya interaksi SDM pengelola pariwisata dan pokdarwis dengan para pengunjung.
d. Tingkat kebersihan sarana dan prasarana destinasi wisata

Dari dinas sendiri sebenarnya sudah mengupayakan secara maksimal untuk mempromosikan pariwisata, namun kurangnya kesadaran masyarakat yang masih menjadi problem. Seharusnya masyarakat sekitar destinasi wisata mampu mengembangkan wisatanya secara maksimal. Ketika sudah difasilitasi oleh dinas, masyarakat terutama pihak pengelola pariwisata harus bisa memanfaatkan fasilitas itu dengan sebaik-baiknya. Misalnya dari dinas ada bantuan dalam pengadaan kamar mandi atau toilet, ternyata setelah beberapa lama dari pihak pengelola wisata tidak bisa menjaga kebersihan toilet dengan baik, hal tersebut juga berpengaruh dengan wisatawan yang akan berkunjung.

Masyarakat harus meningkatkan kreativitasnya dengan menggali potensi-potensi apa yang ada di sekitar destinasi wisata. Sisi kreativitas masyarakat juga menjadi dukungan bagi berbagai upaya pemerintah.

Dengan menciptakan produk kreatif sebagai ciri khas destinasi wisata bisa menjadi alternatif yang bagus untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Apalagi saat ini akses informasi sangat mudah dijangkau oleh setiap orang. Mempromosikan wisata melalui media sosial dengan mengunggulkan produk kreatif wisata seperti kerajinan, oleh-oleh, kuliner maupun *fashion* dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang ke destinasi wisata karena kecenderungan masyarakat saat ini yang lebih banyak mengakses internet.

Untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi tersebut, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung telah ke destinasi pariwisata. Tujuan dilakukannya pembinaan tersebut adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengolah destinasi pariwisata dengan memunculkan potensi-potensi kreatif yang ada di daerah tersebut, guna untuk meningkatkan daya tarik pengunjung. Hal ini dipaparkan oleh pak Nurcholik:

> "Upayanya ya adanya pembinaan dari Dinas sendiri, dengan surat keputusan terkait dengan pendirian pokdarwis, berarti sudah legal. Terus juga pembinaan dari desa juga, diusahakan masuk ke Bumdes. kemudian ada program penggalakan dari pemerintah provinsi juga terkait pembentukan desa wisata. Itu kan semua lini kan juga masuk dari desa. Jadi harus menjaga hubungan baik dan komunikasi antara desa, BPD, BUMDes dan pokdarwis."[22]

Sosialiasi dan bimbingan teknis kepada para pelaku pariwisata terutama pokdarwis diharapkan membangkitkan kesadaran masyarakat

[22] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

supaya lebih meningkatkan daya saingnya untuk membuat destinasi wisata semenarik mungkin. Pak Nurcholik menambahkan:

> "Bimtek dan sosialisasi. Yang sering ya bimtek itu ya sasarannya kepada pelaku usaha wisata. Misalnya di bidang ekonomi kreatif bagi pelaku industri kecil ada bimtek sablon, packing hasil produksinya. Kalo di bidang pemasaran sendiri, seperti bu Endang ya itu pelaporan kunjungan wisatawan kan tiap bulan kan ada. Kalo saya ya sosialisasi tentang strategi promosinya."[23]

Tidak hanya pembinaan dan sosialisasi, tanpa adanya kesadaran masyarakat kegiatan promosi pariwisata juga tidak berjalan sesuai tujuan yang diinginkan. Dari masyarakat sendiri seharusnya berinisiatif untuk membangun destinasi pariwisata dengan semaksimal mungkin, pak Nurcholik mengatakan:

> "Selain itu masyarakat juga harus berupaya bagaimana caranya agar tamu-tamu itu betah berada di wisata tersebut. Terus nantinya ada kerajinannya disitu yang bisa dipromosikan. Jadi kita memunculkan potensi-potensi yang ada disitu. Pokoknya untuk menarik perhatian pengunjung lah, sehingga si pengunjung bahkan bisa nginep, yaaa hal ini kan juga bermanfaat jika ada pendirian homestay."[24]

Banyaknya destinasi wisata di Kabupaten Tulungagung ternyata terdapat wisata baru yang masih dikelola oleh masyarakat setempat. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung mengunjungi wisata yang masih baru tadi, kemudian melakukan monitoring dan pembinaan. Hal ini dijelaskan oleh bu Endang :

> "Pasti dikunjungi, monitoring. Kerjasama dengan BUMDes, bagaimana ke depan masyarakat desa sana terkait dengan adanya

[23] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[24] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 10 Februari 2020 pukul 14.29 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

destinasi wisata itu. Antusiasnya bagaimana, kreativitasnya bagaimana untuk merintis dan memelihara. Kalau misalkan masyarakatnya sadar bahwa pariwisata itu akan mendongkrak perekonomian, Insyaallah ya bisa kreativitas digalakkan. Tapi semua itu tidak terlepas anggaran, selain kreativitas dari penduduk setempat juga adanya dukungan dari pemerintah juga sangat penting. Dukungannya seperti apa ya terkait dengan fasilitas, aksesnya. Pariwisata itu kalau aksesnya mudah yaa pasti pengunjungnya banyak."[25]

Hampir sama dengan bu Endang, pak Nurcholik juga mengatakan:

"Tetap kalo dari Disbudpar yang memberi pembinaan, pengarahan ya itu sifatnya intern. Ya nanti ada kepala desa, BPD, BUMDes dan karangtaruna, harus membicarakan bersaman masalah itu akhirnya menjadi satu kesatuan. Ya seharusnya dari pihak desanya harus merangkul semuanya. Bukan dibiarkan mandiri."[26]

Dengan adanya kerjasama antara pihak dinas dengan masyarakat setempat tersebut diharapkan dapat :

a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat
b. Menciptakan lapangan kerja di lokasi obyek wisata
c. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar obyek wisata
d. Mendorong meningkatnya investasi di bidang pariwisata
e. Menarik penanam modal untuk melakukan penanaman modal di Kabupaten Tulunagagung.

[25] Hasil wawancara dengan bu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi informasi dan pelayanan pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Februari 2020 pukul 14.35 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

[26] Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Februari 2020 pukul 14.53 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa dinas melakukan upaya-upaya untuk mengatasi hambatan promosi tersebut, antara lain dengan cara:

a. Pembinaan dari pihak dinas.

   Jika ada wisata baru yang masih dikelola masyarakat, pihak dinas melakukan kunjungan, memonitoring, dan melakukan pembinaan kepada masyarakat sekitar wisata. Pembinaan dari dinas sendiri seperti menerbitkan surat keputusan pendirian Pokdarwis, Pokdarwis (kelompok sadar wisata).

b. Bimbingan Teknis

   Melakukan bimbingan teknis kepada pelaku wisata, misalnya saja melakukan pelatihan peningkatan SDM kepariwisataan bagi semua pelaku usaha pariwisata, baik soal manajemen, strategi pemasaran dan promosi pariwisata, pemandu wisata maupun *public speaking*. Untuk meningkatkan kreativitas masyarakat dengan melakukan pelatihan packing hasil produksi, sablon, kerajinan-kerajinan tangan (*handycraft*)

c. Sosialisasi

   Lebih mengarah untuk menjaga hubungan yang baik, antara pihak dinas, masyarakat sekitar destinasi wisata, pokdarwis, BUMDes, dan pemerintah desa.

4. Strategi Promosi berbasis Ekonomi Kreatif dalam Tinjauan Perspektif Islam

Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung terus mengadakan kerjasama merangkul semua pihak yang bersangkutan langsung maupun yang tidak langsung kepada peningkatan jumlah kunjungan wisata. Sementara itu, dengan menyelenggarakan event gelar atraksi pariwisata dan mengikuti event pameran pariwisata mampu meningkatkan daya tarik wisatawan. Apalagi dengan melalui media sosial instagram dapat membantu mengenalkan destinasi wisata lebih luas jangkauannya hingga ke luar daerah Kabupaten Tulungagung. Data jumlah kunjungan wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung yang terbaru yang dulunya hanya 25 destinasi wisata yang melaporkan hasil kunjungan wisatawannya sekarang di akhir tahun 2019 sudah mencapai 43 destinasi wisata. Bu Endang selaku kepala seksi informasi dan pelayanan mengemukakan:

> "Untuk kunjungan wisatawan setiap tahun Insyaallah naik, terkadang ya pasang surut sih ada yang naik ada yang turun. Naiknya tidak begitu mencolok. Di data itu yang tahun 2017 banyak wisatawan mancanegara yang datang ke Pantai Ngalur dan Sanggar, disana ada event disana sebanyak 560 asing. Semenjak itu ya sekarang tidak ada lagi yang rombongan kayak gitu. Tapi aksesnya ya begitu, jalannya ekstrim bisanya ngojek motor. Sebenarnya sudah ada perbaikan, sekarang sudah di cor. Cuma ya itu belum untuk dilewati kendaraan roda 4."[27]

[27] Hasil wawancara dengan bu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi informasi dan pelayanan pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 11 Februari 2020 pukul 14.35 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Adapun data jumlah destinasi dan jumlah wisatawan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jumlah Destinasi Wisata dan Kunjungan Wisatawan Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah Destinasi Wisata	Jumlah Wisatawan
2017	25	539.620
2018	41	1.250.771
2019	43	1.503.225

Sumber: Data Pengunjung Kasi Pelayanan Dan Informasi Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung 2017-2019

Dengan data tersebut dapat diketahui bahwa ada peningkatan pada setiap tahunnya meskipun tidak begitu mencolok. Hasil yang positif terus didapatkan Dinas Kebudayaaan dan Pariwisata Tulungagung berkat kerja keras seluruh pegawai yang ada dengan dibantu kerjasama dengan pihak-pihak swasta yang turut membantu mencapai tujuan promosi yaitu meningkatnya daya tarik dan kunjungan wisatawan pada destinasi wisata yang ada di Kabupaten Tulungagung..

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung sudah memberikan beberapa program dan sosialiasi agar masyarakat sekitar khususnya masyarakat desa sekitar destinasi wisata dapat ikut andil dalam mempromosikan pariwisata seperti melaksanakan pelatihan-pelatihan, diskusi-diskusi atau rapat yang mengikut sertakan masyarakat sekitar dan pemerintah desa, sosialisasi mengenai promosi pariwisata untuk para pokdarwis, menyediakan izin untuk masyarakat yang ingin membuka usaha di destinasi wisata.

Berbagai cara dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan destinasi pariwisata hal tersebut tidak lain adalah agar wisata tersebut dapat diminati banyak wisatawan dan meningkatkan daya tarik wisatawan. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadikan pihak dinas melakukan strategi promosi pariwisata dengan menghalalkan segala cara. Pihak dinas tetap berpedoman pada etika bisnis dan ajaran Islam terutama kejujuran. Dengan terus melakukan peningkatan kualitas wisata, kreativitas pelaku-pelaku usaha ekonomi kreatif, strategi promosi dan membuka wisata baru akan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisata yang ada di Tulungagung.

Melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung, pariwisata dijadikan sebagai sebuah usaha peningkatan ekonomi masyarakat atau sebagai salah satu penyumbang bagi pendapatan asli daerah diperbolehkan oleh Islam selama tidak melanggar batas halal-haram, maka semua komponen mulai dari pihak pemerintah hingga lapisan masyarakat harus memahami etika berwisata yang antara lain misalnya, dalam mengelola objek pariwisata tidak dibenarkan menjalankan bisnis objek wisata yang terdapat unsur judi (maisir), riba, dan gharar dan bisnis yang dilarang lainnya. Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung menyediakan fasilitas publik yang memadai sehingga kenyamanan wisatawan terjamin sedemikian rupa. Dengan demikian wisatawan tidak merasa takut dan khawatir meninggalkan kewajiban

seperti sholat atau merasa takut terpaksa melanggar larangan seperti makanan yang tidak jelas haram-halalnya.

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif yang Dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung mengenai strategi promosi berbasis ekonomi kreatif dan terjun langsung ke lapangan pada pelaku kreatif di Tulungagung, peneliti menemukan strategi promosi pariwisata berdasarkan data penelitian dan hasil pengamatanya.

Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung adalah sebagai berikut:

a. Melalui Media Periklanan

1) Menggunakan media cetak koran yaitu Radar Tulungagung, serta dengan brosur, pamflet, leaflet, pemasangan baliho dan lain sebagainya. Kegiatan promosi ini dilakukan sepanjang bulan Januari sampai Desember setiap tahunnya disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran yang ada.

2) Menggunakan media elektronik, dengan melalui media televisi yaitu JTV Kediri melalui program “Pesona Wisata Tulungagung” diharapkan destinasi wisata dapat dikenal oleh daerah-daerah di

sekitar Kabupaten Tulungagung. Website “Tulungagung Tourism” yang dulunya sempat vakum sekarang aktif kembali, kemudian adanya media sosial instagramnya juga ada dan dikelola admin khusus. Website yang dapat diakses untuk mengetahui informasi mengenai destinasi wisata Tulungagung yaitu www.tulungagungtourism.com, melalui aplikasi Android/IOS Tulungagung Tourism, dan instagram @tulungagungtourism. Media sosial merupakan promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan, terbukti setelah website dan instagram kembali aktif jumlah wisatawan naik dari tahun ke tahun.

3) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung mempunyai jadwal kegiatan rutin dalam promosi pariwisata. Setiap tahun minimal 1 kali untuk pameran pariwisata dan untuk gelar atraksi pariwisata minimal 2 kali, walaupun sudah merencanakan banyak event diselenggarakan namun harus disesuaikan dengan anggaran dari pemerintah. Pameran pariwisata yang diikuti tidak hanya lingkup Provinsi Jawa Timur tapi juga di luar Provinsi Jawa Timur, pada tahun 2018 itu bahkan diadakan di Yogyakarta sebanyak 2 kali. Dalam hal itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung tidak serta-merta mengikuti pameran tersebut tanpa adanya proposal pengajuan dari koordinator event

tersebut. Jadi tetap disesuaikan dengan prosedur dan anggaran yang disediakan oleh pemerintah.

Promosi melalui event-event pariwisata seperti pameran pariwisata dan gelar atraksi pariwisata akan rutin dilaksanakan setiap tahunnya, karena dalam setiap event tersebut memiliki target untuk mendatangkan pengunjung dalam jumlah besar.

b. Kriya (Handycraft)

Peneliti mengambil sampel pada Pak Kus Sugiantoro, pelaku Kreatif dari Desa Gilang, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung yang sudah memulai usahanya mulai tahun 2004. Kriya yang dihasilkan dari beberapa limbah yaitu:

5) Limbah sandal jepit : miniatur/ robot
6) Limbah pelepah pisang : tas, tali, dan lukisan
7) Limbah botol plastik : lampu dinding, tutup botolnya untuk fashion
8) Limbah pasir : buat souvenir, undangan

Selain itu peneliti juga melakukan penelitian untuk kriya dari bahan dasar bambu yang dianyam menjadi jaran kepang yang dapat digunakan sebagai perlengkapan seni pertunjukan jaranan. Penelitian ini dilakukan di rumah Bapak Surjani Aji yaitu pelaku ekonomi kreatif yang sudah membuat kriya tersebut dari tahun 1955. Beliau berasal dari Desa Sendang, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

Kriya yang dibuat tersebut untuk digunakan sendiri sebagai perlengkapan seni pertunjukan dan dijual jika ada yang memesannya.

Strategi promosi berbasis ekonomi kreatif melalui subsektor kerajinan memiliki peranan dalam mendatangkan pelanggan dan penikmat industri kreatif ke Kabupaten Tulungagung yang sekaligus dapat menikmati wisata yang ada.

c. Seni Pertunjukan

Seni pertunjukan yang dibina oleh Bapak Surjani Aji yaitu :

1) Jaranan Jawa
2) Jaranan Pegon
3) Jaranan Sentherewe
4) Reog Kendang

Kesenian ini tampil di acara atau kegiatan yang diadakan di tempat-tempat wisata di Kecamatan Sendang khususnya, perayaan HUT RI, dan juga dalam event-event yang diselenggarakan oleh dinas.

Strategi promosi berbasis ekonomi kreatif melalui subsektor seni pertunjukan juga memiliki peranan penting karena dapat mendatangkan penikmat seni ke Kabupaten Tulungagung yang sekaligus dapat menikmati wisata yang ada.

Dari ketiga subsektor ekonomi kreatif tersebut diharapkan dapat menunjang promosi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Tulungagung, dan terbukti dengan data yang diperoleh dari

bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung, kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun meningkat.

2. **Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan**

Dari adanya strategi promosi pariwisata tersebut terdapat faktor pendukung dan kendala yang dialami oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung. Faktor-faktor pendukung tersebut antara lain:

a. Dana anggaran yang tersedia
b. Terjalinnya hubungan yang harmonis bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan pariwisata.
c. Adanya inovasi-inovasi baru dan ekonomi kreatif masyarakat sekitar destinasi wisata.

Namun tidak semua strategi dapat berjalan sebagaimana mestinya, ternyata masih ada faktor-faktor penghambat yang dibutuhkan tindakan untuk mengatasi hal tersebut. Adapun faktor-faktor penghambat tersebut antara lain:

a. Akses lokasi pariwisata yang kurang memadai
b. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengembangkan ekonomi kreatif destinasi pariwisata.
c. Kurangnya interaksi SDM pengelola pariwisata dan pokdarwis dengan para pengunjung.

d. Tingkat kebersihan sarana dan prasarana destinasi wisata

Dari hal tersebut, masalah lain yang timbul yaitu kurangnya dalam membangun sinergitas dengan semua steak holder seperti: eksekutif, legislatif, pelaku usaha wisata, pokdarwis, dll. Disamping itu, diperlukan juga adanya pelatihan peningkatan SDM kepariwisataan bagi semua pelaku usaha pariwisata, baik soal manajemen, strategi pemasaran dan promosi pariwisata, pemandu wisata maupun *public speaking*.

Selain itu, masih kurangnya partisipasi dan kesadaran dari masyarakat dalam kegiatan optimalisasi pengelolaan destinasi wisata dengan melibatkan suatu komunitas dan masyarakat lokal setempat. Jika masyarakat di sekitar destinasi wisata tersebut memiliki kepedulian yang tinggi terhadap perkembangan wisata, maka dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan. Bertambahnya kunjungan wisatawan akan meningkatkan potensi ekonomi daerah tersebut sehingga dapat dikenal oleh banyak orang. Masyarakat seharusnya perlu melakukan peningkatan inovasi dan kreativitas dalam membangun dunia pariwisata yang berbeda dengan daerah lain. SDM pengelola wisata harusnya juga aktif dan kreatif untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisatanya, karena masalah yang biasanya muncul di lapangan yaitu hubungan interaksi antara pengelola wisata dengan wisatawan yang masih minim.

3. Strategi Promosi berbasis Ekonomi Kreatif dalam Tinjauan Perspektif Islam

Dari berbagai masalah yang timbul dalam mengoptimalkan dan meningkatkan promosi destinasi di Kabupaten Tulungagung, maka diperlukan peran aktif di dunia media sosial karena di jaman sekarang media informasi yang paling cepat dan viral melalui unggahan/upload informasi di media sosial baik melalui akun instagram, facebook ataupun akun yang lainnya. Untuk itu walaupun dibagikan dalam media sosial, para pelaku wisatawan harus menghindari hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat islam dan harus diseleksi terlebih dahulu. Contoh sederhananya yaitu tidak boleh saling menjatuhkan destinasi wisata satu dengan lainnya, usaha kerajinan satu dengan lainnya.

Berbagai cara dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan destinasi pariwisata hal tersebut tidak lain adalah agar wisata tersebut dapat diminati banyak wisatawan dan meningkatkan daya tarik wisatawan. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadikan pihak dinas melakukan strategi promosi pariwisata dengan menghalalkan segala cara. Pihak dinas tetap berpedoman pada etika bisnis dan ajaran Islam terutama kejujuran. Dalam melakukan promosi pihak dinas tidaklah melebih-lebihkan dari apa yang dimiliki destinasi wisata tersebut menjelek-jelekan produk yang dimiliki para pesaingnya, jadi disesuaikan dengan kenyataan yang ada.

Dari pihak masyarakat sendiri juga melakukan kerjasama dan menjaga hubungan baik terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dari pariwisata. Dalam islam dalam melakukan transaksi atau kegiatan ekonomi haruslah disesuaikan dengan prinsip persaudaraan. Dengan prinsip persudaraan ini dapat menata interaksi sosial dan tumbuhnya keharmonisan kepentingan para pihak untuk kemanfaatan secara umum. Terbukti jika dari pihak masyarakat, pokdarwis, BUMDes dan pemerintah desa mempunyai komunikasi yang baik dan saling mendukung maka pariwisata akan unggul. Prinsip persaudaraan dalam islam menjunjung tinggi nilai kebersamaan dalam memperoleh manfaat sehingga seseorang tidak boleh mendapat kerugian di atas kerugian orang lain.