

## Strategy Wisata Cowindo *Refreshing And Education* Dalam Perspektif *Promotion Mix* Dan *Community Based Tourism* Di Desa Sendang Tulungagung

Nanda Permata Setia, Eka Akafi, Ahsin Daroini

Magister Manajemen Universitas Islam Kadiri

email: [npermata43@gmail.com](mailto:npermata43@gmail.com)

### *Abstract*

Marketing strategy is a marketing plan to support the company's operational activities so that the company's goals are achieved. The promotion strategy is also implemented by Wisata Cowindo Refreshing and Education in carrying out its operational activities. The strategy applied is the promotion mix cowindo tourism is tourism that implements community based tourism. The purpose of this research are 1) a researcher want to know about how the general description of Cowindo Tourism is Refreshing and Education 2) a researcher want to know about how the promotion mix strategy is applied to Cowindo Tourism Refreshing and Education based on Community Based Tourism 3) a researcher want to know about how the promotion mix strategy is for the development of Cowindo Tourism Refreshing and Education based on Community Based Tourism. This research is qualitative and it's use a case study. The research data was get from observation, interview and documentation. The analysis of this research data used a hermeneutics. Checking the validity of the data uses two triangulations, technical triangulation and source triangulation. The location of the Cowindo Refreshing and Education Tour is in Pelem Hamlet, Sendang Village, Sendang District, Tulungagung Regency, East Java Province. It is about 40 minutes from the center of Tulungagung City. Cowindo Tourism applies a promotion mix strategy according to the theory of Philip Kotler & Gary Armstrong. According to Philip Kotler & Gary Armstrong (2004: 600-601) namely advertising, sales promotion, public relations and direct marketing. Community empowerment (local community) at the Cowindo Refreshing and Education Tourism site to become a tourist destination (destination) through tourism business activities is one of the development models that is currently getting a lot of attention from various groups and will become an important agenda in tourism development in the future.

**Keywords** : *Startegy of promotion mix, community based tourism, Cowindo Refreshing and Educa ion Tourism.*

### Latar Belakang Teoritis

Pariwisata merupakan sebuah komoditas ekonomi baru yang mulai dikembangkan. Sektor pariwisata mempunyai peran yang sangat besar dalam pembangunan nasional karena dapat meningkatkan pendapatan sekaligus devisa negara. Selain itu, pariwisata juga merupakan industri gaya baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara cepat dalam hal peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, dan taraf hidup masyarakat.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang luas dan dilewati oleh garis khatulistiwa yang membuat Indonesia memiliki banyak keanekaragaman flora dan fauna yang dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah merupakan salah satu potensi untuk Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata. Sehingga tidak mengherankan jika

peringkat indeks daya saing pariwisata Indonesia dan perjalanan atau *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)* yang dirilis resmi oleh *World Economic Forum (WEF)* pada 24 Mei 2022 menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat 12 dari posisi 44 menjadi peringkat 32 besar dunia di tengah pandemik COVID-19. Di kawasan Asia Pasifik, indeks daya saing pariwisata Indonesia berhasil masuk deretan 10 besar menempati peringkat ke-8 (Sindonews, 31 Mei 2022).

Saat ini, muncul sebuah fenomena pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat. Dimana fenomena tersebut merupakan kritik atas pengelolaan pariwisata yang dipandang kurang mampu memberdayakan masyarakat (Purmada & Hakim, 2016). Salah satu konsep yang menjelaskan bahwa masyarakat memiliki peran dalam pembangunan pariwisata adalah *Community Based Tourism (CBT)*.

Secara konseptual prinsip dasar kepariwisatawan berbasis masyarakat adalah menempatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisatawan, sehingga kemanfaatan kepariwisatawan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat.

Salah satu desa yang mempunyai potensi wisata yang menarik banyak pengunjung adalah Desa Sendang, Kecamatan Sedang, Kabupaten Tulungagung. Desa Sendang merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Jalur Lingkar Wilis (JLW) yang sedang dikembangkan oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur untuk menghubungkan 6 kabupeten yaitu Nganjuk, Ponorogo,

Madiun, Trenggalek, Kediri dan Tulungagung yang bertujuan untuk pengembangan dalam sektor pariwisata. Desa Sendang sebagian besar wilayahnya adalah pegunungan yang terkenal sebagai salah satu desa penghasil susu sapi perah di wilayah Kabupaten Tulungagung. Banyak destinasi wisata menarik yang ada di wilayah tersebut yang didominasi dengan suasana alam yang sejuk dan asri. Salah satu wisata terbaru yang saat ini sedang *booming* adalah Wisata Cowindo *Refreshing and Education*.

Wisata Cowindo *Refreshing and Education* awal berdirinya pada tanggal 17 Juni 2018 merupakan sebuah peternakan sapi perah yang kemudian dirubah menjadi konsep wahana wisata berbasis edukasi yang menjadikan sapi perah sebagai ikonnya. Inisiatif dari pemilik yang juga seorang kepala desa di Desa Sendang yaitu Bapak Suwanto menjadikan pengunjung yang berwisata di Wisata Cowindo tidak hanya menikmati indahnya lokasi wisata namun juga menambah wawasan mereka seputar sapi perah dan produk pendukung seperti pengolahan pakan sapi (jenis pakan, manajemen pakan), produksi susu sapi (pemerahan, penyimpanan, produk paska panen) biogas dari limbah sapi dan juga pupuk dari hasil akhir limbah sapi. *Tagline refreshing and education* disematkan karena manajemen ingin memberikan nilai lebih kepada wisatawan selain berwisata juga menambah ilmu baru yang mungkin jarang didapatkan terutama di daerah perkotaan.

Wisata Cowindo ini dikembangkan sejalan dengan program pemerintah daerah Kabupaten Tulungagung dalam upaya

mengembangkan potensi wisata serta dengan dibukanya Jalur Wisata Lingkar Wilis. Disisi lain pengembangan wisata Cowindo *Refreshing and Education* ini dalam rangka menopang dan mendukung tumbuh dan berkembangnya desa wisata serta penggalian potensi wisata di Desa Sendang guna pemberdayaan masyarakat serta dalam upaya menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Peran serta Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sendang sebagai motivator masyarakat guna menciptakan iklim yang kondusif untuk mempersiapkan masyarakat sebagai tuan rumah kawasan desa wisata.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2018:213) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah di mana peneliti sendiri adalah instrumennya, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode studi kasus. Menurut Stake dalam Creswell (2014:20), studi kasus adalah salah satu strategi penelitian kualitatif yang mengutamakan peneliti sebagai penyelidik yang bertugas untuk menyelidiki tentang program, peristiwa, aktivitas, dan proses dari individu maupun kelompok secara teliti serta pengumpulan data dibatasi oleh aktivitas dan waktu yang telah ditentukan.

Sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data sebanyak mungkin dan mendalam selama kegiatan penelitian di lapangan, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama hingga kehadiran peneliti dilapangan mutlak diperlukan (Moleong, 2014:168). Kehadiran peneliti di lapangan dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman (1992:51) suatu yang mutlak, karena peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian sekaligus pengumpul data.

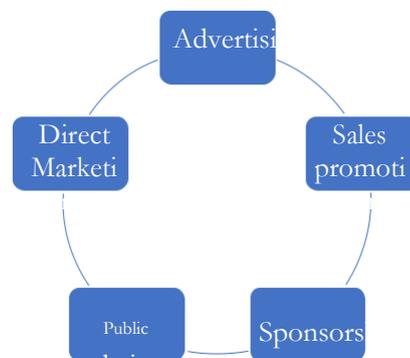
Lokasi penelitian dilakukan di salah satu Wisata Cowindo *Refreshing and Education* berlokasi di Dusun Pelem Desa Sendang Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Berjarak sekitar 40 menit dari pusat Kota Tulungagung. Lokasi Cowindo *Refreshing and Education* secara geografis berada di sekitar lereng Gunung Wilis dengan ketinggian 46 Mdpl.

Sumber data yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Prosedur yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis *hermeneutics* karena peneliti ingin mengetahui setiap makna dari data yang diperoleh dengan cara menjabarkan hasil pengumpulan data menjadi penjelasan yang kompleks dengan tidak terlepas dari topik utama yang dibahas yaitu tentang manajemen modal kerja di Wisata Cowindo *Refreshing and Education*.

### C. Hasil dan Pembahasan

Pariwisata merupakan sebuah komoditas ekonomi baru yang mulai dikembangkan. Sektor pariwisata memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional karena dapat meningkatkan devisa negara. Selain itu, pariwisata merupakan industri gaya baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, dan taraf hidup di dalam negara penerima wisatawan. Saat ini, muncul sebuah fenomena pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat. Dimana fenomena tersebut merupakan kritik atas pengelolaan pariwisata yang dipandang kurang mampu memberdayakan masyarakat (Purmada & Hakim, 2016). Salah satu konsep yang menjelaskan peranan masyarakat dalam pembangunan pariwisata adalah *Community Based Tourism* (CBT). Salah satu wisata terbaru yang saat ini sedang *booming* adalah Wisata Cowindo *Refreshing and Education*. Wisata Cowindo *Refreshing and Education* awal berdirinya pada tanggal 17 Juni 2018 merupakan sebuah peternakan sapi perah yang kemudian dirubah menjadi konsep wahana wisata berbasis edukasi yang

menjadikan sapi perah sebagai ikonnya. Inisiatif dari pemilik yang juga seorang kepala desa di Desa Sendang yaitu Bapak Suwanto menjadikan pengunjung yang berwisata di Wisata Cowindo tidak hanya menikmati indahny lokasi wisata namun juga menambah wawasan mereka seputar sapi perah dan produk pendukung seperti pengolahan pakan sapi (jenis pakan, manajemen pakan), produksi susu sapi (pemerahan, penyimpanan, produk paska panen) biogas dari limbah sapi dan juga pupuk dari hasil akhir limbah sapi. Wisata Cowindo menerapkan strategi promotion mix sesuai dengan teori Philip Kotler & Gary Armstrong. Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2004: 600-601) yaitu periklanan, promosi penjualan, sponsor, hubungan masyarakat, pemasaran langsung.



Gambar 1 Promotion Mix

Pemberdayaan masyarakat (komunitas setempat) yang berada di lokasi Wisata Cowindo *Refreshing and Education* menjadi tujuan (destinasi) wisata melalui kegiatan usaha kepariwisataan merupakan salah satu model pembangunan yang sedang mendapatkan banyak perhatian dari berbagai kalangan dan akan menjadi agenda penting dalam pembangunan kepariwisataan di masa datang. Adimihardja (1999) dalam Sunaryo (2013: 215) mendefinisikan pemberdayaan masyarakat sebagai suatu proses yang tidak saja hanya mengembangkan potensi ekonomi masyarakat yang sedang tidak berdaya. Akan tetapi, juga harus berupaya dapat meningkatkan harkat dan martabat, rasa percaya diri dan harga dirinya, dan terpeliharanya tatanan nilai budaya setempat. Pemberdayaan masyarakat dimaknai sebagai suatu upaya untuk menguatkan power (daya) atau empowering dari golongan masyarakat yang powerless (tidak berdaya), biasanya

mereka yang tergolong ke dalam masyarakat yang marjinal.

### Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar mengetahui tentang strategi *promotion mix* yang terjadi di lokasi penelitian yaitu Wisata Cowindo *Refreshing and Education*. Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi maka, peneliti dapat memaparkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan gambar peta lokasi di bawah ini, dapat dikatakan bahwa lokasi Wisata Cowindo *Refreshing and Education* di Dusun Pelem, Desa Sendang, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur. Berjarak sekitar 40 menit dari pusat Kota Tulungagung. Secara geografis berada di sekitar lereng Gunung Wilis dengan ketinggian 46 Mdpl. Udara sejuk khas pegunungan sangat dominan di daerah ini sehingga produk susu sapi perah menjadi salah satu unggulan karena sapi perah dapat tumbuh dan berkembang maksimal dengan kondisi alam yang mendukung. Desa Sendang yang berada di daerah pegunungan menjadikan lokasi ini sangat nyaman untuk berwisata.
2. Wisata Cowindo menerapkan strategi *promotion mix* sesuai dengan teori Philip Kotler & Gary Armstrong. Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2004: 600-601) yaitu eriklanan, promosi penjualan, sponsorship, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.
  - a. Periklanan  
Melakukan promosi melalui iklan merupakan sarana yang efektif guna untuk membagikan atau Memberikan informasi kepada wisatawan yang belum pernah atau sudah pernah berkunjung ke wisata Cowindo mengenai profil atau hal yang menarik yang menjadi daya tarik wisata.
  - b. Promosi penjualan  
Pemberian kupon dan pemberian potongan harga tiket merupakan strategi promosi penjualan yang diterapkan oleh wisata Cowindo

untuk menarik pengunjung atau wisatawan

- c. Sponsorship  
Wisata Cowindo *refreshing and education* belum mengambil strategi *promotion mix* melalui sponsorship. Dikarenakan belum adanya kesempatan untuk melakukan kerjasama sponsorship.
- d. Hubungan masyarakat  
Dalam strategi *public relation* yang dilakukan wisata Cowindo yaitu setiap bulan ramadhan datang, wisata Cowindo selalu memberikan santunan
- e. Pemasaran langsung  
Wisata cowindo melakukan pemasaran dengan langsung terjun ke lapangan untuk menemui calon pengunjung.  
Pemberdayaan masyarakat (komunitas setempat) yang berada dilokasi wisata Cowindo *Refreshing and education* menjadi tujuan (destinasi) wisata melalui kegiatan usaha kepariwisataan merupakan salah satu model pembangunan yang sedang mendapatkan banyak perhatian dan berbagai kalangan dan akan menjadi agenda penting dalam pembangunan kepariwisataan.

### Referensi

- Anstrand, Melker, 2006, *Community-Based Tourism and Socio-Culture Aspects Relating to Tourism a Case Study of a Swedish Student Excursion to Babati (Tanzania)*. Laporan, Tidak diterbitkan.
- Chandra, Gregorius., 2002, *Strategi dan Program Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Cravens, David W. (1996). *Pemasaran Strategis*. Jakarta : Erlangga.
- Creswell, J., W. 2014. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dr. Purwanto, M.Pd (2008), *Evaluasi Hasil Belajar : Komponen dan Model- Model Evaluasi Pendidikan*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

- Handoko, T., H. 2011. *Manajemen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hasibuan, H., M., S., P. 2011. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan, H. 2016. Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Parivisata*, (online), 3(2): 105-117, (<file:///D:/2019/SKRIPSI/JURNAL/hery%20hermawan.pdf>), diakses 1 Desember 2022.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta
- Moleong, L, J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nanda Permata Setia, Eka Askafi, Ahsin Daroini, *Strategi Promotion Mix, Wisata Cowindo Refreshing and Education, Community Based Tourism*
- Notoatmodjo Soekidjo. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta; 2010.
- Purmada, D & Hakim, L. 2016. Pengelolaan Desa Wisata dalam Perspektif *Community Based Tourism* (Studi Kasus pada Desa Wisata Gubugklakah, Kecamatan Poncokusomo, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, (online), 32(2) 15-22, (<file:///D:/2019/SEMPRO/JURNAL/4.%20KUTIPAN%20PURMADA%20HAKIM.pdf>), diakses 20 Desember 2022.
- Robbins, S., P, & Coulter, M. 2012. *Management: Global Edition*. Eleventh Edition. England: Pearson.
- Suansri, Potjana. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST
- Sugiyono, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. CV
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta