

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lampung merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah menarik dengan daerah wisata lainnya. Lokasi Lampung yang strategis telah membuat wilayah yang potensial. Lampung dikelilingi oleh Samudera Hindia di bagian Barat dan Selat Sunda di bagian Timur. Provinsi Lampung memiliki banyak wisata bahari selain itu Lampung juga memiliki desa wisata yang berbasis budaya yang terdiri dari berbagai kabupaten dan kota yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan potensi pariwisatanya serta meningkatkan pendapat daerah. Sektor pariwisata sangat penting dalam kemajuan pembangunan nasional maupun regional, khususnya dibidang ekonomi. Lampung memiliki banyak destinasi wisata dan merupakan salah satu daerah yang sering dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Salah satu daerah yang sering dikunjungi wisatawan adalah Kabupaten Pesisir Barat.

Kabupaten Pesisir Barat merupakan kabupaten termuda di provinsi Lampung yang memiliki banyak potensi wisata dengan kekhasan di setiap destinasi nya. Potensi wisata yang ada di kabupaten pesisir barat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu wisata bahari berbasiskan kelautan/air, wisata religi berbasiskan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sang pencipta, ekowisata berbasiskan kegiatan yang berhubungan dengan alam, agrowisata yang berbasis pada pertanian, dan wisata budaya berbasiskan pada kebudayaan masyarakat setempat.

Kecamatan Karya penggawa memiliki Wisata Budaya yaitu Kain Tapis yang ada di Desa Wisata Way Sindi. Kain tapis yang biasanya di gunakan oleh para gadis dan wanita suku Lampung ini merupakan kerajinan tradisional dan kain khas Lampung yang memiliki ragam hias pada setiap motif nya, ragam hias pada kain tapis yang di buat dengan cara menenun dengan mrnggunakan benang emas atau perak. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak pengelola, kain tapis belum banyak di kenal sehingga penjualan produk kain tapis belum banyak. Berikut data penjualan yang dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 1. Penjualan produk Kain Tapis bulan Oktober-Desember 2021

No	Bulan	Sarung	Selendang	Kaligrafi	Cendera mata (kalung, bros, kipas, dan gantungan kunci)
1	Oktober	2	2	1	22 (8, 6, 3, 5)
2	November	2	1	0	12 (5, 3, 1, 3)
3	Desember	1	0	0	12 (4, 4, 2, 2)
Total		5	3	1	46

Sumber: Hasil wawancara, 2022

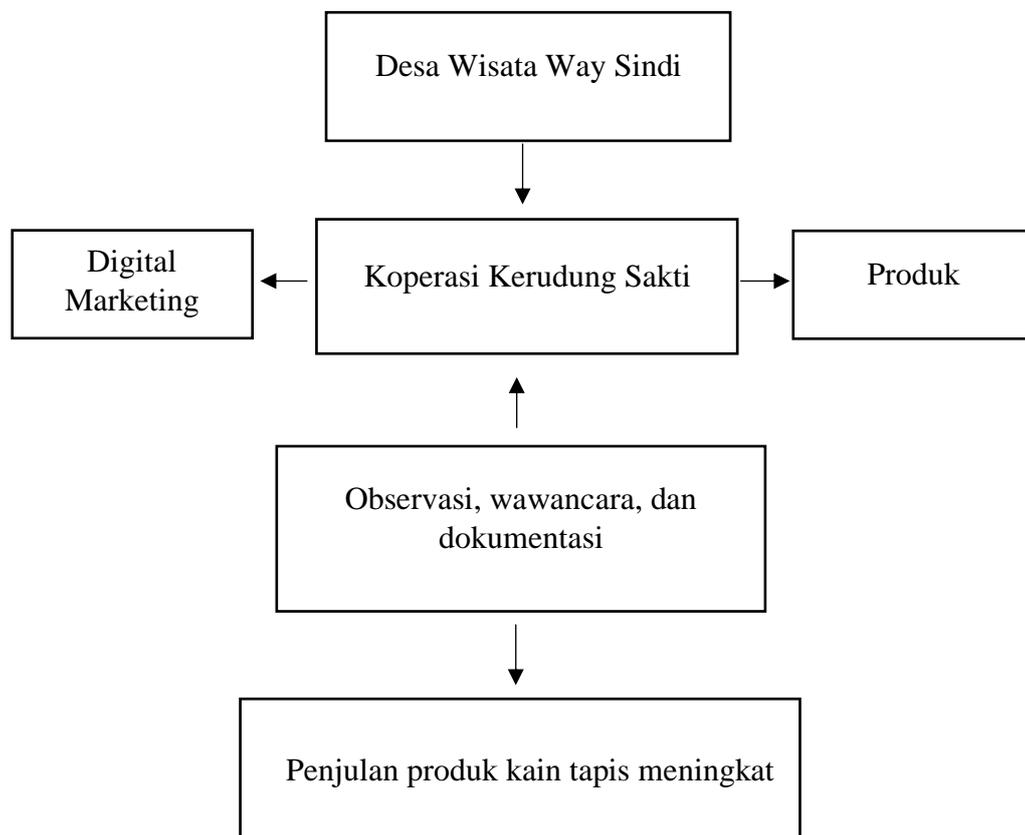
Dari tabel diatas dapat dilihat penjualan produk kain tapis pada bulan Oktober-Desember memang masih sedikit penjualan kain dan mengalami penurunan di setiap bulan nya. Menurut pengelola Kain Tapis bahwa sampai saat ini kain tapis yang ada di Desa Wisata Way Sindi belum banyak dikenal masyarakat, sehingga mengakibatkan kunjung pada desa wisata tersebut masih sangat sedikit, Hal itu juga berpengaruh pada tingkat penjualan produk pariwisata kain tapis yang di produksi oleh penduduk setempat. Oleh karena itu di perlukan teknik digital marketing sebagai sarana promosi yang lebih optimal yang diharapkan bisa menjual produk lebih luas lagi sehingga mampu memberikan dampak penambahan jumlah pengunjung. Maka dari itu tugas akhir ini akan mendeskripsikan keberadaan kain tapis dari Desa Wisata Way Sindi dan penerapan *digital marketing* yang telah dilakukan dengan harapan dapat menambah pemasaran kain tapis serta memberi masukan kepada pihak pengelola terkait pemasaran kedepanya.

1.2 Tujuan

- 1) Mendeskripsikan produk hasil kerajinan kain tapis dari Desa Wisata Way Sindi.
- 2) Mendeskripsikan penerapan *digital marketing* kain tapis dari Desa Wisata Way Sindi.

1.3 Kerangka Pemikiran

Kabupaten Pesisir Barat tidak hanya memiliki wisata bahari, melainkan juga memiliki wisata budaya yaitu kain tapis yang terletak di Pekon Way Sindi. Kerajinan tapis menjadi salah satu kerajinan yang memiliki potensi yang dapat dikelola menjadi berbagai produk cendera mata. Kerajinan tapis dikelola oleh Koperasi Kerudung Sakti yang menghasilkan produk kain tapis dan dipasarkan melalui *digital marketing*. Penulisan tugas akhir ini, melakukan observasi, wawancara, dokumentasi kepada Koperasi Kerudung Sakti. Hal ini dilakukan agar kain tapis dari Desa Wisata dapat dikenal secara luas sehingga mampu meningkatkan produk penjualan produk kain tapis.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

1.4 Kontribusi

- Bagi Penulis: Laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memperluas wawasan serta pengalaman sebagai salah satu penerapan ilmu yang didapat selama perkuliahan.
- Bagi Pengelola Kain Tapis: Laporan tugas akhir dapat digunakan sebagai bahan masukan agar produk kain tapis dari Desa Wisata Way Sindi bisa dikenal secara luas sehingga mampu meningkatkan kunjungan dan meningkatkan pendapatan untuk kesejahteraan masyarakat.
- Bagi Politeknik Negeri Lampung: Laporan tugas akhir ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi bacaan untuk kebutuhan akademisi dalam bidang ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pariwisata

Prof. Huzieker dan Prof. K. Krapf menyatakan bahwa “Tourism is the totally of the relationship and phenomena arising from the travel and stay of strangers (Ortsfremde), provide the stay does not imply the establishment of a permanent resident”

Pariwisata merupakan keseluruhan dari gejala-gejala yang di timbulkan oleh suatu perjalanan dan menetapnya orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara dimana hal tersebut tidak bersifat permanen dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang dilakukannya.

Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 adalah seluruh kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan

Yoeti (2008) mendefinisikan pariwisata juga dapat dikatakan sebagai katalisator dalam pembangunan karena dampak yang diberikannya terhadap kehidupan perekonomian di Negara yang dikunjungi wisatawan. Sektor pariwisata sampai hingga saat ini masih diharapkan sebagai penghasil devisa yang handal untuk membangun perekonomian Negara. Hal itu dipungkiri dengan kedatangan wisatawan mancanegara (*foreign tourists*) pada daerah tujuan wisata telah memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi penduduk atau masyarakat setempat dimana pariwisata itu telah di kembangkan.

2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Pendit (1994) terdapat beberapa jenis pariwisata yang dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu yang terbagi dalam 7 jenis meliputi:

1) Wisata Budaya

Wisata budaya merupakan perjalanan yang dilakukan atas keinginan guna memperluas pandangan hidup seseorang dengan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri serta mempelajari kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka

2) Wisata Bahari

Wisata bahari adalah wisata yang biasanya di kaitkan dengan kegiatan wisata alam yang berupa rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah atau wilayah pesisir.

3) Wisata Cagar Alam

Wisata cagar alam merupakan kegiatan yang banyak di lakukan oleh banyak penggemar dan pecinta alam. Wisata jenis ini biasanya di selenggarakan oleh agen atau biro perjalanan dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung dan wisata yang kelestariannya di lindung oelh Undang-Undang

4) Wisata Pertanian (Agrowisata)

Wisata pertanian yaitu perpaduan antara pariwisata dan pertanian ataupun perkebunan yang di satukan menjadi tempat wisata yang menarik bagi wisatawan. Wisatawan yang berkunjung dapat melakukan tinjauan untuk melakukan studi maupun hanya melihat-lihat sambil menikmati keanekaragaman pertanian dan perkebunan.

5) Wisata Konvensi

Wiasat konvensi merupakan wisata dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan berbagai ruangan-ruangan sidang bagi peserta suatu konvensi, musyawarah, atau pertemuan lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional.

6) Wisata Buru

Wisata buru adalah wisata dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah di tetapkan oleh pemerintah. Wisata jenis ini biasanya di lakukan di negara-negara yang memiliki hutan sebagai tempat berburu.

7) Wisata Ziarah

Wisata ziarah adalah perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara. Wisata ini biasanya berkaitan dengan kegiatan keagamaan, adat istiadat, berkunjung ke tempat-tempat suci untuk berdoa, dan kepercayaan kelompok dalam masyarakat.

2.3 Kain Tapis

Lestari, dkk (1999) dalam Isbandiyah and Supriyanto (2019) kain tapis ialah sejenis kain sarung yang di gunakan oleh masyarakat Lampung terutama oleh gadis dan wanita suku Lampung. Kain tapis di buat dengan menenun dan fungsi dari kain tapis sendiri adalah sebagai tanda yang mengandung makna pada setiap lambang yang menjadi hias dalam setiap motif nya.

Sujadi (2022) dalam Isbandiyah and Supriyanto (2019) kain tapis merupakan kerajinan tradisional masyarakat dalam menyesuaikan antara kehidupan mereka dengan lingkungan dan Sang Pencipta. Ragam hias kain tapis di buat dengancara menenun menggunakan benang emas dan perak. Kain tapis yang saat ini banyak di minati oleh masyarakat Lampung yang perkembangan setiap ragam hias nya menghasilkan desain yang menarik dan motif bentuk yang sudah bervariasi

2.4 Jenis Tapis Lampung Menurut Pemakaiannya

Lampung terkenal dengan kain yang khas yaitu kain tapis. Tidak hanya sebagai pakaian adat saja tapi kain tapis juga digunakan sebagai cendera mata. Berikut ini adalah jenis tapis menurut jenis pemakaiannya. Sagita (2019)

1) Tapis Jung Sarat

Kain tapis yang digunakan oleh pengantin wanita pada upacara perkawinan adat. Dapat juga dipakai oleh kelompok isteri kerabat yang lebih tua yang menghadiri upacara mengambil gelar, pengantin serta muli cangget (gadis penari) pada upacara adat.

2) Tapis Raja Tungga

Kain tapis yang digunakan oleh isteri kerabat paling tua (tuho penyimbang) pada upacara perkawinan adat, pengambilan gelar pangeran dan sutan. Di daerah Abung Lampung Utara dipakai oleh gadis-gadis dalam menghadiri upacara adat.

3) Tapis Raja Medal

Kain tapis yang digunakan oleh kelompok isteri kerabat paling tua (tuho penyimbang) pada upacara adat seperti : mengawinkan anak, pengambilan gelar pangeran dan sutan. Di daerah Abung Lampung Utara tapis ini digunakan oleh pengantin wanita pada upacara perkawinan adat.

4) Tapis Laut Andak

Kain tapis yang digunakan oleh muli cangget (gadis penari) pada acara adat cangget. Dipakai juga oleh Anak Benulung (isteri adik) sebagai pengiring pada upacara pengambilan gelar sutan serta dipakai juga oleh menantu perempuan pada acara pengambilan gelar sutan.

5) Tapis Balak

Kain tapis yang digunakan oleh kelompok adik perempuan dan kelompok isteri anak seorang yang sedang mengambil gelar pangeran pada upacara pengambilan gelar atau pada upacara mengawinkan anak. Tapis ini Tapis dapat juga dipakai oleh muli cangget (gadis penari) pada upacara adat.

6) Tapis Silung

Kain tapis yang dipakai oleh kelompok orang tua yang tergolong kerabat dekat pada upacara adat seperti mengawinkan anak, pengambilan gelar, khitanan dan lain-lain. Dapat juga dipakai pada saat pengarakan pengantin.

7) Tapis Laut Linau

Kain tapis yang dipakai oleh kerabat isteri yang tergolong kerabat jauh dalam menghadiri upacara adat. Dipakai juga oleh para gadis pengiring pengantin pada upacara turun mandi pengantin dan mengambil gelar pangeran serta dikenakan pula oleh gadis penari (muli cangget).

8) Tapis Pucuk Rebung

Tapis ini dipakai oleh kelompok ibu-ibu/para isteri untuk menghadiri upacara adat. Di daerah Menggala tapis ini disebut juga tapis balak, dipakai oleh wanita pada saat menghadiri upacara adat.

9) Cucuk Andak

Tapis ini dipakai oleh kelompok isteri keluarga penyimbang (kepala adat/suku) yang sudah bergelar sutan dalam menghadiri upacara perkawinan, pengambilan gelar adat. Di daerah Lampung Utara tapis ini dipakai oleh pengantin wanita dalam upacara perkawinan adat. Di daerah Abung Lampung Utara tapis ini dipakai oleh ibu-ibu pengiring pengantin pada upacara adat perkawinan.

10) Tapis Limar Sekebar

Tapis ini dipakai oleh kelompok isteri dalam menghadiri pesta adat serta dipakai juga oleh gadis pengiring pengantin dalam upacara adat.

11) Tapis Cucuk Pinggir

Tapis ini dipakai oleh kelompok isteri dalam menghadiri pesta adat dan dipakai juga oleh gadis pengiring pengantin pada upacara perkawinan adat.

12) Tapis Tuho

Kain tapis ini dipakai oleh seorang isteri yang suaminya sedang mengambil gelar sutan. Kain tapis juga oleh kelompok orang tua (mepahao) yang sedang mengambil gelar sutan serta dipakai pula oleh isteri sutan dalam menghadiri upacara pengambilan gelar kerabatnya yang dekat.

13) Tapis Agheng/Areng

Tapis ini dipakai oleh kelompok isteri yang sudah mendapat gelar sutan (suaminya) pada upacara pengarakan naik pepadun/pengambilan gelar dan dipakai pula oleh pengantin sebagai pakaian sehari-hari.

14) Tapis Inuh

Kain tapis ini umumnya dipakai pada saat menghadiri upacara-upacara adat. Tapis ini berasal dari daerah Krui, Lampung Barat.

15) Tapis Dewosano

Kain tapis di daerah Menggala dan Kota Bumi, kain tapis ini dipakai oleh pengantin wanita pada saat menghadiri upacara adat.

16) Tapis Kaca

Tapis ini dipakai oleh wanita-wanita dalam menghadiri upacara adat. Bisa juga dipakai oleh wanita pengiring pengantin pada upacara adat. Tapis ini di daerah Pardasuka Lampung Selatan dipakai oleh laki-laki pada saat upacara adat.

17) Tapis Bintang

Kain tapis Bintang ini dipakai oleh pengantin wanita pada saat upacara adat. Tapis Bidak Cukkil. Model kain Tapis ini dipakai oleh laki-laki pada saat menghadiri upacara-upacara adat.

18) Tapis Bintang Perak

Tapis ini dapat dipakai pada upacara-upacara adat dan berasal dari daerah Menggala, Lampung Utara.

2.5 *Digital Marketing*

Urban (2004) mendefinisikan *digital marketing* merupakan penggunaan internet dan teknologi informasi untuk memperluas serta meningkatkan fungsi dari marketing tradisional. Definisi ini berfokus pada seluruh kegiatan marketing tradisional. Hal ini juga dapat dinyatakan bahwa pendapat seperti *interactive marketing*, *one-to-one marketing* dan *e-marketing* erat kaitanya dengan “*digital marketing*”.

Menurut Heidrick & Struggless (2009) *digital marketing* merupakan perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh. Para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari pemasaran tradisional seperti TV, radio, dan media cetak ke arah media teknologi baru yang lebih interaktif.

2.6 *Jenis-Jenis Digital Marketing*

Memulai *digital marketing* memang bukanlah sesuatu yang sulit, namun juga tidak mudah. Oleh karena itu, selain mengetahui cara-cara ataupun langkah untuk memulai *digital marketing*, sepertinya anda juga perlu mengenal berbagai jenisnya. Adapun beberapa jenis digital marketing menurut Kurniawan (2019) dalam Sutiksno (2020) yaitu sebagai berikut:

1) *Website*

Website merupakan salah satu jenis digital marketing yang umumnya sering di gunakan oleh pebisnis untuk memperkenalkan produk dan jasa. Melalui *website*, pebisnis dapat memasarkan produk dan jasa secara luas sehingga konsumen pun dapat mencari dan melihat *review* tentang berbagai macam produk dan jasa yang akan dibeli ataupun digunakan. Sekarang ini realitanya banyak masyarakat yang lebih suka dan percaya membaca testimoni produk atau jasa melalui jaringan internet, khususnya *website*.

2) *Social Media Marketing*

Social media marketing kini banyak diminati oleh sebagian masyarakat karena melalui media sosial masyarakat dapat menambah relasi dan menjalin komunikasi. Tidak hanya itu saja, terlihat berbagai macam media sosial bisa dioptimalkan untuk digital marketing *seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp* dan yang lainnya kini bisa menjadi media untuk memperkenalkan produk dan jasa. Melalui berbagai *platform* sosial media para pebisnis dapat menjalin kedekatan dengan para konsumennya.

3) *Search Engine Marketing*

Search engine marketing adalah digital marketing yang akan mendukung website yang dimiliki akan tampil di halaman teratas dimesin pencarian. Oleh karena itu untuk mengupayakan *website* bisa muncul di halaman pertama google dapat menggunakan 2 kategori berikut ini.

- *Search Engine Marketing* pada dasarnya cara kerja SEM adalah dengan cara meningkatkan *visibility* dengan menggunakan periklanan dan optimasi dengan timbal balik berupa biaya/uang. Beberapa di antaranya di gunakan untuk SEM adalah *google adwords, pay per click/PPC* hingga *Bing Ads*.
- *Search Engine Optimization*, berbeda dengan SEM yang berbayar, SEO ini adalah upaya menaikkan website di halaman pertrama google dengan strategi atau peletakan kata kunci di artikel. SEO biasanya memiliki 2 komponen yaitu: *on page optimization* dan *off page optimization*.

Antara SEM dan SEO sebenarnya memang saling melengkapi, namun bagi anda yang ingin menaikkan situs website baru, akan lebih baik menggunakan SEM. Sedangkan bagi anda yang ingin mempertahankan kredibilitas situs, akan lebih baik menggunakan SEO.

4) *Email Marketing*

Email marketing memiliki tujuan untuk mempertahankan konsumen yang sudah di miliki. Namun tidak menutup kemungkinan bisa menarik pelanggan baru melalui email marketing. Biasanya menggunakan cara seperti mengirimkan promo-promo terbaru yang diberikan perusahaan melalui

email. Berikutnya beberapa *tools* yang bisa dimanfaatkan untuk *email marketing* yaitu *mailchimp*, *constant contact*, *hubspot* dan beberapa lainnya.

5) *Video Marketing*

Video marketing pada umumnya menggunakan bantuan platform untuk mengait konsumen. Melalui *video marketing*, bisa menayangkan konsep yang menarik melalui tampilan video dan gambar. Sekarang ini *video marketing* telah di lengkapi dengan SEO sehingga bisa menentukan target atau sasaran yang tepat dengan membuat konten yang menarik dan judul yang unik sehingga banyak di cari oleh pengguna internet.

6) Iklan Secara *Online*

Iklan secara *online* adalah jenis *digital marketing* yang menguntungkan menggunakan iklan secara *online* yang di lakukan oleh pebisnis agar bisa memasang target konsumen yang akan melihat iklan yang di tayangkan secara *online*. *Digital marketing* ini hampir sama seperti periklanan dengan memanfaatkan jaringan internet dan membutuhkan biaya alias berbayar. Pemasangan iklan secara online bisa melalui berbagai media seperti PPC, youtube ataupun yang lainnya. Namun, untuk memanfaatkan media periklanan secara *online* perlu mempersiapkan dana promosi terlebih dahulu.