

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang saat ini tengah berfokus pada upaya percepatan pembangunan di berbagai sektor, mulai dari ekonomi hingga pertanian. Sektor pertanian memiliki peran yang sangat vital, terutama didalam menyerap tenaga kerja serta menyediakan sumber pendapatan bagi banyak rumah tangga, khususnya yang berada di pedesaan. (Andy Surya, 2013) Sebagai negara agraris dengan iklim tropis yang subur, Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah, dengan beragam komoditas pertanian yang mencakup sub-sektor tanaman pangan, perkebunan, hortikultura, serta peternakan. Keberagaman jenis hasil pertanian ini menjadi salah satu kekuatan utama Indonesia di sektor agraris (Pambudi et al., 2018).

Salah satu inovasi menarik didalam sektor pariwisata adalah agrowisata, yang merupakan gabungan antara sektor pertanian dan pariwisata. Agrowisata semakin digemari oleh masyarakat sebagai alternatif destinasi wisata baru, terutama karena konsep yang diusungnya, yakni kembali ke alam (*back to nature*). (Endah Tisnawati, 2019) Konsep ini yang membuat agrowisata menjadi semakin populer, sehingga banyak daerah mulai menjadikan sektor pertanian mereka sebagai bagian dari daya tarik wisata. Kegiatan agrowisata ini dapat berfungsi sebagai upaya untuk mengembangkan objek wisata yang tidak hanya menyuguhkan pemandangan alam kawasan pertanian, tetapi juga menawarkan pengalaman unik terkait budaya serta juga kehidupan petani setempat. Menurut Papatungan et al. (2017), agrowisata adalah rangkaian aktivitas wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian, mulai dari proses produksi hingga memperoleh produk pertanian didalam berbagai sistem serta juga skala. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pemahaman, serta pengalaman rekreasi di bidang pertanian. Berdasarkan penjelasan tersebut,

agrowisata dapat dipahami sebagai penggabungan sektor pertanian dan pariwisata yang bertujuan untuk menjadikan suatu tempat sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW).

Dilansir dari CNN Indonesia, Kota Batu, yang terletak di Indonesia, telah lama dikenal sebagai salah satu destinasi wisata yang menawarkan berbagai jenis atraksi, baik wisata alam maupun buatan. Keindahan panorama alamnya yang memukau, ditambah dengan udara yang sejuk, menjadikannya sebagai daya tarik utama bagi wisatawan dari berbagai penjuru, baik lokal maupun internasional. (Sistia Elly Pertiwi, 2024) Keunikan ini tidak hanya berhasil menarik banyak pengunjung, tetapi juga memicu peningkatan signifikan didalam jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Berdasarkan data dari BPS (2023), jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Batu pada tahun 2021 tercatat sebanyak 2,5 juta jiwa. Namun, angka ini melonjak hampir 300% pada tahun 2022, mencapai 7,4 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Kota Batu memiliki potensi besar dan akan terus berkembang pesat, memberikan peluang yang sangat prospektif bagi kemajuan kota ini. Pariwisata menjadi sektor utama yang dapat mendorong perekonomian lokal serta mempengaruhi sektor-sektor lain, termasuk pertanian (Suprojo & Siswanto, 2017).

Untuk itu, penting bagi pemerintah dan masyarakat setempat untuk melakukan upaya konservasi dan pengembangan sektor agrowisata secara berkelanjutan. Beberapa desa di Kota Batu, seperti Desa Beji, Desa Sumberejo, dan Desa Sidomulyo, telah dikenal sebagai desa agrowisata dengan fokus utama pada budidaya tanaman hias (BPS Kota Batu, 2023). Di Desa Sidomulyo misalnya, agrowisata menjadi pusat penghasil tanaman hias yang tidak hanya menarik minat wisatawan, tetapi juga memperkuat perekonomian lokal. Pengembangan agrowisata di Desa Sidomulyo dapat berperan penting didalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, mengingat sektor ini dapat mendorong pariwisata berbasis masyarakat yang lebih inklusif. Makarim & Baiquni (2016) menjelaskan bahwa agrowisata tidak hanya

berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal, tetapi juga mempererat hubungan antara masyarakat dan lingkungan sekitar mereka. Seiring dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, menurut BPS Kota Batu tahun 2023, permintaan terhadap produk-produk agrowisata yang dihasilkan oleh masyarakat setempat pun semakin meningkat. Dalam menghadapi hal ini, pemerintah Kota Batu kini mulai menyadari potensi besar yang dimiliki oleh sektor agrowisata dan mulai melakukan berbagai langkah pengembangan untuk memperkuat sektor ini sebagai bagian dari strategi pariwisata yang lebih berkelanjutan serta memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah.

Pemerintah Kota Batu kini tengah mengkaji dan merumuskan peraturan-peraturan yang diperlukan untuk membangun kota wisata yang menarik dan terorganisir dengan baik. (Pugar Dwi Istanto, 2018) Salah satu langkah yang diambil tercermin dalam Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 1 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata. Peraturan ini menekankan pentingnya pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan melalui pembinaan, pengawasan, serta pengendalian yang ketat. Tujuannya adalah untuk memastikan pemerataan kesempatan berusaha bagi pelaku usaha pariwisata, sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Dengan adanya keseriusan dari pemerintah Kota Batu, diharapkan dapat terbentuk sebuah kawasan wisata yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta kualitas hidup mereka. Seiring dengan perkembangan dan perubahan status Kota Batu menjadi sebuah kota administratif, perubahan tersebut memberikan dampak signifikan terhadap wajah Kota Batu, baik dari segi fisik maupun sosial.

Kondisi cuaca yang mendukung untuk menanam berbagai jenis tanaman menjadi salah satu daya tarik utama Kota Batu, baik dari segi wisata maupun lingkungan hidup. Dengan potensi alam yang mendalam, pengembangan agrowisata tidak hanya memberi dampak positif pada ekonomi lokal, tetapi juga membuka peluang untuk memperkenalkan nilai-nilai pelestarian alam serta keberlanjutan

lingkungan. Selain agrowisata, pengembangan wisata budaya lokal juga mulai mendapatkan perhatian. Namun, meskipun potensi ini besar, ada tantangan yang dihadapi, seperti penurunan penjualan tanaman hias yang signifikan didalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batu mencatat bahwa penjualan tanaman anggrek mengalami penurunan yang signifikan. Produksi tanaman anggrek (tangkai) yang tercatat sebanyak 1.673.296 unit pada tahun 2020 turun menjadi hanya 744.090 unit pada tahun 2021. Penurunan ini tidak hanya terjadi pada anggrek, tetapi juga terjadi pada jenis tanaman lain seperti *Anthurium* bunga (tangkai) serta juga *Anthurium* daun (pohon). Penurunan ini berdampak langsung pada tingkat penjualan dan pada akhirnya menurunkan penghasilan petani lokal yang bergantung pada sektor ini.

Menurut (Pugar Dwi Istanto, 2018) Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun potensi agrowisata di Kota Batu sangat besar, tantangan didalam sektor pertanian, terutama yang berkaitan dengan penjualan tanaman hias, perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah dan masyarakat. Dengan perencanaan yang matang serta pengelolaan yang baik, Kota Batu dapat terus mengembangkan potensi wisata alam maupun agrowisata secara berkelanjutan, sekaligus memperkuat perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. BPS Kota Batu (2023) juga mencatat adanya penurunan penjualan tanaman hias di beberapa wilayah, termasuk Junrejo, Bumiaji, serta juga Desa Sidomulyo. Penurunan ini cukup signifikan serta juga berdampak pada sektor pertanian lokal, khususnya tanaman hias. Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan penurunan ini adalah strategi penjualan yang kurang tepat dari para petani. Berdasarkan hasil survei, (Ririn Wahyuning, 2020) banyak petani yang mengaku kesulitan didalam memasarkan produk mereka, terutama karena mereka belum mengetahui strategi pemasaran yang efektif. Di era modern ini, konsumen cenderung menginginkan produk yang mudah didapatkan secara instan, namun tetap dengan kualitas yang baik. Sayangnya, para petani masih kesulitan menemukan cara yang tepat untuk menarik perhatian konsumen dan membuat produk

mereka lebih dikenal oleh pasar.

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melihat penerapan *Word of Mouth* dalam upaya meningkatkan penjualan produk tanaman hias di Kota Batu. Dengan memperhatikan pentingnya komunikasi yang efektif antara pelanggan serta calon konsumen, serta potensi besar yang dimiliki oleh sektor agrowisata tanaman hias di Desa Sidomulyo, peneliti memutuskan untuk mengkaji penerapan strategi ini lebih lanjut.

Penelitian ini dituangkan didalam judul penelitian “PENERAPAN *WORD OF MOUTH* DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN AGROWISATA TANAMAN HIAS (Studi Kasus pada petani tanaman hias di Desa Sidomulyo Kota Batu Jawa Timur)”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana *Word of Mouth* dapat diimplementasikan didalam konteks pemasaran produk tanaman hias, serta bagaimana strategi ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan volume penjualan. Dengan pendekatan studi kasus di Desa Sidomulyo, yang dikenal sebagai pusat penghasil tanaman hias di Kota Batu, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi petani dan pelaku agrowisata lainnya dalam mengoptimalkan potensi pasar mereka melalui komunikasi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis pada pengalaman positif konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah didalam penelitian ini adalah: Bagaimana proses penerapan *Word of Mouth* dalam komunikasi pemasaran tanaman hias oleh petani tanaman hias di Desa Sidomulyo, Kota Batu?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *Word of Mouth* dalam komunikasi

pemasaran tanaman hias yang dilakukan oleh petani tanaman hias di Desa Sidomulyo, Kota Batu.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi didalam bidang ilmu pengetahuan, khususnya didalam kajian komunikasi pemasaran. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan masukan yang berguna bagi pengembangan studi kasus mengenai strategi pemasaran berbasis komunikasi yang melibatkan pelanggan sebagai agen promosi, khususnya di sektor agrowisata.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan data serta informasi terbaru yang bermanfaat, tidak hanya bagi khalayak umum tetapi juga bagi pemerintah daerah setempat didalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan sektor agrowisata di Kota Batu. Selain itu, penelitian ini akan mengungkapkan permasalahan yang dihadapi oleh petani tanaman hias di Desa Sidomulyo, serta memberikan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan didalam pemasaran produk mereka, dengan menggunakan *Word of Mouth* yang lebih efektif.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini akan memfokuskan pada penerapan komunikasi pemasaran melalui *Word of Mouth* yang dilakukan oleh petani tanaman hias di Desa Sidomulyo. Objek utama yang akan dianalisis adalah cara petani tanaman hias memanfaatkan aspek *Word of Mouth* yang terdiri dari *Talkers, Tools, Topics, Taking Part* dan *Tracking* dalam mempromosikan produk agrowisata tanaman hias.