

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) di ambil dari 2 (dua) buah gunung api aktif yaitu Gunung Semeru dan Gunung Bromo. Nama Tengger mencerminkan nama tempat dan budaya masyarakat. TNBTS merupakan kawasan konservasi yang mempunyai daya tarik tinggi sebagai objek wisata. TNBTS memiliki potensi objek wisata yang selama ini menjadi daya tarik tinggi sebagai objek wisata. TNBTS memiliki potensi objek wisata yang dikelompokkan menjadi wisata alam dan wisata budaya. Objek wisata yang selama ini menjadi daya tarik utama di kawasan TNBTS adalah fenomena alam yang unik di Gunung Bromo dengan lautan pasir dan bukit tinggi yang mengelilinginya (Sarmin,2014).

Masyarakat Tengger sebagian besar bermata pencaharian bertani sehingga di daerah ini banyak menghasilkan hasil pertanian seperti : Kentang, Kubis, Jagung, Wortel dll. Selain bertani masyarakat Tengger juga menggantungkan keindahan Gunung Bromo mereka bermata pencaharian di wisata. Tetapi meskipun masyarakat Tengger ini banyak bermata pencaharian di wisata masyarakat masih bergantung pada mata pencaharian yang utama yaitu petani. Dan tanaman kentang dan jagung yang sering di tanam karena kentang dan jagung ini pengganti nasi dan sampai sekarang masyarakat Tengger masih melestarikan makanan tersebut. .

Tengger sendiri berada di Jawa Timur, tepatnya berada di Kabupaten Malang, Pasuruan, Probolinggo, dan Lumajang. Desa Ngadiwono salah satu bagian Kabupaten Pasuruan, di mana Desa Ngadiwono berada di bawah kaki kawasan Gunung Bromo yang berhawa sejuk dan dingin. Desa Ngadiwono salah satu desa yang masih melestarikan makanan pokok.

Pada penelitian ini, nantinya akan berfokus pada makanan tradisional yang di pasarkan hanya di daerah itu sendiri yaitu lokal area. Para pelaku usaha yang menjual makanan ini masih eksis hingga sekarang. Hal ini di karenakan makanan ini menjadi salah satu makanan pokok yang ada di Tengger sehingga menjadi

suatu kebutuhan yang paling penting. Para pelaku usaha ini menjual makanannya melalui Toko ataupun UMKM Ibu Swarni yang masih menunggu pembeli untuk mengunjunginya. Pembeli dari makanan ini sendiri tidak lain adalah masyarakat tengger sendiri, dan masih belum di kenal secara luas. Makanan tradisional ini masyarakat tengger menyebutnya Nasi Aron. Nasi aron ini merupakan makanan pengganti beras yang terbuat dari bahan baku jagung. Dengan proses di haluskan sehingga menyerupai tepung, lalu di masak layaknya beras.

Nasi aron yang hanya di perjual belikan di Tengger, dengan penerapan strategi pemasaran marketing mix di harapkan nantinya Nasi aron ini dapat dikenal secara luas dan bukan hanya menunggu pembeli untuk mengunjunginya tetapi dengan menarik perhatian pembeli dari segi product, price, place, dan promotion yang nantinya akan di kembangkan oleh penulis sehingga dapat bermanfaat bagi para pelaku usaha yang menjual makanan tradisional tersebut. Selain menguntungkan dari segi ekonomi, ketertarikan pembeli dari pengunjung wisata tengger ini nantinya akan menjadikan Nasi aron ini di kenal oleh banyak orang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana cara menerapkan strategi pemasaran *marketing mix* pada *nasi aron* khas Tengger agar menjadi daya tarik wisata?

## **1.3 Tujuan**

- a. Menerapkan strategi pemasaran *marketing mix* pada *nasi aron*.

## **1.4 Manfaat**

- a. Agar dapat memperkenalkan *nasi aron* tidak hanya ditengger saja.
- b. Dengan menerapkan strategi *marketing mix* pada *nasi aron* diharapkan agar bisa meningkatkan perekonomian pengusaha *nasi aron* di tengger.