

Jurnal Yusrizal

by Yusrizal Aditya

Submission date: 29-May-2023 05:02PM (UTC+0700)

Submission ID: 2104477120

File name: yusrizal.docx (124.25K)

Word count: 2613

Character count: 17009

Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Yusrizal Aditya Riswanda¹⁾, Nur Maghfirah Aesthetika^{*2}

ABSTRACT.

This study aims to identify marketing communication strategies in promoting the Tegal Klopo outdoor camping tourism area in Mojokerto Regency. The researcher uses this type of research. In this case, he uses qualitative research with qualitative methods. The researcher uses Philip Kotler and Lane Keller's Marketing Communication theory as a support in completing the final stage of how to promote the Tegal Klopo Tourism area. Data collection techniques used in this study were observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that (1) Factors that cause a decrease in the number of tourist visits to the Dolanan Tegal Klopo Outdoor Camping Tourism object (2) Efforts to increase the number of tourist visits to the Dolanan Tegal Klopo Outdoor Camping Tourism object.

Keywords – Marketing Communication Strategy, Tourism, Communication

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan kawasan wisata outdoor camping tegal klopo yang berada di Kabupaten Mojokerto. Peneliti menggunakan jenis penelitian Dalam hal ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode kualitatif, Peneliti menggunakan teori Komunikasi Pemasaran Philip Kotler dan Lane Keller sebagai penunjang dalam penyelesaian tahap akhir bagaimana mempromosikan kawasan wisata Wisata Tegal Klopo. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke obyek Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo (2) Upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, Komunikasi

I. Pendahuluan

Di Indonesia, pariwisata menjadi andalan penghasil devisa negara terbesar ketiga, menunjukkan bahwa pariwisata memberikan dampak yang signifikan di Indonesia. Pengembangan destinasi wisata tidak hanya menjadi sumber devisa, tetapi juga meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat sekitar destinasi tersebut. Upaya dari pemerintah kota Mojokerto dalam mengembangkan Ekonomi pariwisata wajar, pariwisata mempunyai peluang yang sangat memungkinkan dalam pembangunan ekonomi nasional. Seperti yang dinyatakan [1]. pariwisata dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan negara bagian Asia Tenggara serta negara dibagian Asia lainnya pada umumnya. Industri pariwisata dapat menimbulkan peluang bisnis, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan tingkat pendapatan dan mendorong distribusi pendapatan yang adil di antara penduduk, serta meningkatkan penerimaan pajak pemerintah. Bidang pariwisata dapat merangsang berbagai sektor produktif dan secara langsung berkontribusi pada kemajuan pelabuhan, pembangunan dan perbaikan jalan, lalu lintas serta mendorong pelaksanaan program perawatan kebersihan dan kesehatan, proyek fasilitas budaya, perlindungan lingkungan, dll, yang dapat memberikan manfaat dan kesenangan baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan mancanegara [2]. Di Indonesia pada umumnya dan di Provinsi Jawa Timur khususnya di Kabupaten Mojokerto berkembangnya pariwisata yang sangat cepat telah membuat adanya banyak perubahan di bidang pariwisata dan destinasi wisata. Mulai saat ini wisatawan tidak hanya bisa menikmati keasrian alam dan segala layanan wisatanya. Saat ini banyak wisatawan yang ingin menikmati kebebasan berwisata sekaligus bersosialisasi langsung dengan keadaan lingkungan dan masyarakat setempat.

Mojokerto merupakan salah satu daerah di provinsi Jawa Timur yang memiliki beberapa destinasi wisata yang lumayan banyak di daerah Pacet.

Pacet adalah sebuah kecamatan di Mojokerto yang berbatasan langsung dengan Trawas di timur, Kutorejo di utara, Gondang di barat, dan Bumiaji Kota Batu di selatan. Kawasan Pacet terletak dibagian kaki dan bagian lereng gunung dengan ketinggian rata-rata 600 meter di atas permukaan laut.

Dari tahun ketahun perkembangan wisata di Indonesia banyak mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dari perubahan tersebut lahir konsep desa wisata yang ditandai dengan munculnya desa wisata di berbagai provinsi di Indonesia [3]. Desa wisata didefinisikan secara berbeda. Salah satu konsep desa wisata yang dikemukakan oleh [3] adalah lingkungan dengan karakteristik alam dan budaya yang memenuhi kebutuhan wisatawan, di mana Anda dapat menikmati keunikan desa dan segala daya tariknya, mengenal, hidup dan belajar.

Kejadian yang sama juga terjadi di Provinsi Jawa Timur yang terletak di Kabupaten Mojokerto. Salah satu kota terbesar di dekat ibu kota provinsi Jawa Timur yaitu Surabaya yang dikunjungi oleh beberapa masyarakat lokal, namun tidak cukup wisatawan untuk mengunjungi salah satu tujuan wisata yang dibahas dalam penelitian ini, dan juga cukup sulit bagi industri Pariwisata untuk dikembangkan, namun nyatanya Kota Mojokerto memiliki beberapa destinasi wisata yang menarik. salah satu objek wisata yang ada di Mojokerto adalah objek Wisata Outdoor Camping Tegal Klopo Dolanan merupakan salah satu tempat wisata di kota Mojokerto Jawa Timur. Objek Wisata Outdoor Camping Dolanan Tegal Klopo terletak di kawasan Hutan Pacet, Mojokerto. wisata camping outdoor Tegal Klopo mengalami perubahan yang signifikan, kunjungannya tidak sebanyak kawasan wisata lain di kawasan Mojokerto, sehingga tidak mengherankan jika pengunjung juga tidak mengalami peningkatan. Minimnya kejadian buruk atau publikasi, pihak pengelola sehingga masyarakat di luar Mojokerto dan sekitarnya kurang begitu tertarik dengan Wisata Outdoor Camping Tegal Klopo di Dolanan.

Camping Klopo

Menurut menjelaskan pemasaran digunakan



Gambar 1. Lokasi Ground Wisata Tegal

² (Keller, 2009) bahwa “Komunikasi adalah sarana yang perusahaan untuk

menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung, tentang produk atau merek yang dijual perusahaan. Diharapkan pengembangan potensi destinasi wisata Outdoor Camping Tegal Klopo Dolanan dapat mampu menambah peningkatan pasar, sehingga dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan peningkatan potensi yang ada saat ini dan harapan kedepannya kegiatan ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung destinasi wisata tersebut. Wisata camping outdoor Dolanan Tegal Klopo.

Gambar 2. Program Desa Berdaya wisata Tegal Klopo oleh

Bupati Mojokerto

Strategi komunikasi pemasaran pariwisata adalah teknik yang dimulai dengan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pemantauan penggunaan bauran komunikasi pemasaran. Menurut [4] menyatakan

“Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa sebenarnya “pemasaran adalah suatu kegiatan dimana individu atau kelompok menawarkan barang atau jasa yang ditujukan untuk kepuasan konsumen, agar mereka loyal dan menjadi konsumen tetap melalui kegiatan yang berkaitan dengan pembuatan produk, harga, periklanan, distribusi, produk, untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

II. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk memperkenalkan dan menjelaskan fenomena di lapangan. Menurut Bogdan dan Taylor (Gunawan, 010), penelitian kualitatif adalah pengumpulan data dalam lingkungan alami dengan menggunakan metode alami dan dilakukan oleh peneliti yang tertarik secara alami. Definisi ini secara gamblang menggambarkan bahwa penelitian kualitatif mengutamakan lingkungan alam sehingga hasilnya dapat digunakan untuk menginterpretasikan fenomena, dan metodenya biasanya menggunakan metode wawancara, observasi dan penggunaan dokumen.

Obyek dari penelitian ini adalah obyek wisata Bumi Perkemahan cod Tegal Klopo terletak di Hutan, Kec. Pacet, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61374. pengumpulan data dalam penelitian ini berupa wawancara yang akan diajukan pada perangkat desa. Objek penelitian ini merupakan strategi komunikasi sosialisasi yang digunakan di dusun Ngeprih. Menentukan subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive Sampling/* yang berarti hanya pengolah dan karang taruna desa tegal kelopo yang menjadi responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengamatan, yaitu pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan dokumen-dokumen terkait, dan wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam melakukan tanya jawab dengan beberapa informan terkait. Informan penelitian ini adalah tokoh Karang Taruna, kepala desa dan wisatawan domestik. Teknik analisis yang digunakan adalah model interaktif, yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi (collected data), mereduksi data (reduced data), menampilkan dan mengambil keputusan serta pengontrol.

Teknik triangulasi data dan triangulasi teori digunakan dalam penelitian ini untuk memverifikasi keakuratan data yang diperoleh. Triangulasi data adalah pemeriksaan data yang dilakukan dengan cara membandingkan sumber data yang berbeda untuk meneliti data yang sejenis.[5] , triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan teknik pengumpulan data yang berbeda dan sumber data yang ada. Ketika peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan triangulasi, sebenarnya peneliti mengumpulkan data dengan menguji kehandalan data, yaitu mengecek kehandalan data dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda dari sumber data yang berbeda.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Dari Penelitian

a. Faktor yang mempengaruhi menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke obyek Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pengelola kawasan wisata adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi menurunnya jumlah berunjungnya pengunjung wisatawan, diantaranya terdapat fasilitas yang belum cukup memadai seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan bernama Rudi yang merupakan salah satu pengelola menyatakan :

“Memang dari tempat kita masih kekurangan fasilitas yang cukup memadai mas dari segi pemetaan, seperti kamar mandi yang masih sedikit tempatnya dan belum luas, belum juga terdapat musholla juga. Ini yang perlu kita benahi agar tempat ini bisa dapat nyaman dan banyak dikunjungi oleh wisatawan. Untuk parkir kita sedang melakukan perluasan lahan dan membuat pagar batas agar wisatawan memiliki rasa nyaman dan aman saat berkunjung”

Dan pemetaan tempat spot foto juga sangat penting untuk dibuat agar wisatawan juga bisa luas mengeksplor tempat tersebut, serta pemasangan pusat informasi seperti plang atau banner di sekitar lokasi sehingga tidak diketahui oleh masyarakat luar. Dan jalanan sekitar lokasi yang tidak begitu mulus untuk di lewati oleh masyarakat luar jika berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh informan Teguh selaku ketua dari karang taruna serta pengelola kawasan wisata tersebut menyatakan :

“Memang dari kami sendiri masih perlu adanya tahap branding agar tempat ini banyak dikunjungi oleh wisatawan seperti tempat lainnya, oleh karena itu kita sedang melakukan berbagai upaya awal yaitu pembuatan poster dan baner yang akan kami pasang didekat pintu masuk daerah tegal klopo. Untuk saat ini kami berfokus pada wisatawan lokal dahulu karena kami berharap dengan melakukan

promosi ini wisatawan lokal akan berminat berkunjung sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan sedikit demi sedikit dan nantinya kami akan memikirkan juga cara promosi yang tepat akan wisata ini dapat memiliki wisatawan mancanegara juga”

Senada dengan pernyataan Rudi juga selaku informan

“Kita juga perlu untuk melakukan pembenahan dari segi pemetaan dan banding kawasan ini juga, apalagi setelah pandemi muncul kan orang-orang juga butuh yang namanya healing atau penyegaran pikiran agar otak jadi lebih jernih, maka dari itu kita harus mempersiapkan ini sebagai langkah awal yang baik untuk kedepan nantinya agar kawasan ini kembali ramai seperti kawasan lainnya.”

b. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pengelola kawasan wisata ada berbagai cara yang dilakukan dalam proses peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada destinasi Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo diantaranya, meningkatkan kualitas objek wisata dengan membranding tempat tersebut melalui komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola wisata terhadap masyarakat luar melalui media atau promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan luas. Seperti yang diungkapkan oleh informan Teguh

“Untuk tahap branding dan promosi tentunya pasti kita lakukan dengan kita pengajuan ke pemerintah desa juga untuk membantu atau ikut serta dalam peran promosi kawasan ini juga, dan bagaimanapun ini nantinya kan juga berguna juga untuk pemerintah desa. Dan perlunya bantuan dari desa yang besar juga dalam branding tidak bisa serta merta sekedar branding”

Dan juga melakukan pemetaan pada spot foto untuk memperindah kawasan wisatawan agar lebih banyak jadi pusat perhatian. Karena spot foto merupakan jantung dari salah satu tempat wisata. Dan perlu juga melakukan suatu perbaikan terhadap akses jalan dari jalur masuk awal menuju obyek wisata, terlihat sangat sempit dan padatnya transportasi yang melewati jalan tersebut menuju obyek wisata ini, sangat perlu dilakukannya perluasan jalan dan penambalan yang berlubang agar arus aktifitas transportasi yang umumnya melewati jalan ini dapat berlangsung dengan lancar.

Untuk persoalan lahan parkir pengelola sudah melakukan perluasan lahan serta memberi pagar batas di beberapa titik yang bertujuan untuk membuat wisatawan nyaman dan tidak berpikiran tentang keamanan kendaraan mereka.

Pembahasan

a. Faktor yang mempengaruhi turunnya jumlah pengunjung ke Objek destinasi Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pengelola kawasan wisata adanya beberapa faktor yang mempengaruhi turunnya jumlah kunjungan wisatawan, yaitu akibat kurangnya media promosi atau peran marketing dari pihak pengelola kawasan untuk mempromosikan lokasi wisata tersebut. Ini yang mengakibatkan lokasi wisata tersebut tidak ramai pengunjung dan tidak seperti kawasan lainnya. Spot foto yang kurang memadai, karena dengan tidak banyaknya pemetaan spot foto juga menjadi titik lemah dari kawasan wisata ini, dan lokasi jalan yang terdapat di lokasi tersebut tidak begitu layak untuk di lewati.

Belum adanya pagar pembatas lahan parkir serta kurang luasnya lahan parkir membuat kurangnya tingkat keamanan kendaraan milik wisatawan, sehingga wisatawan memiliki perasaan tidak nyaman akibat parkir kendaraan mereka.

b. Upaya yang dilakukan dalam tujuan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo

Berdasarkan dari hasil penelitian yang di informasikan dari pengelola Obyek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo, Seiring dengan upaya peningkatan jumlah wisatawan ke tempat wisata tersebut, berbagai upaya dilakukan untuk menjaga kualitas tempat wisata tersebut. Upaya tersebut meliputi pemugaran dan renovasi tempat wisata ini serta penambahan pelayanan lainnya. Untuk menjaga keamanan tempat wisata ini, perlu dilakukan penataan pelestarian alam di sekitar tempat wisata, agar tetap alami, asri, asri, sehingga pengunjung betah dan nyaman berada di tempat wisata ini. Iklan dalam bentuk brosur juga diperlukan. (Purba, 2006)” menyatakan bahwa tujuan komunikasi pemasaran adalah menyampaikan pesan kepada masyarakat khususnya konsumen tentang perbedaan produk di pasar. Kegiatan komunikasi pemasaran adalah rangkaian kegiatan untuk mengimplementasikan suatu produk, jasa, ide melalui pemasaran. bauran, yaitu periklanan, penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat dan periklanan (PR and advertising).) dan pemasaran langsung.

IV. KESIMPULAN

1 Dari hasil observasi dan wawancara dengan pengelola kawasan wisata Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo yang pertama yaitu, Faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Camping Outdoor Dolanan Tegal Klopo, akibat kurangnya media promosi atau peran marketing dari pihak pengelola kawasan untuk mempromosikan lokasi wisata tersebut. Ini yang mengakibatkan lokasi wisata tersebut tidak ramai pengunjung dan tidak seperti kawasan lainnya. Spot foto yang kurang memadai, karena dengan tidak banyaknya pemetaan. spot foto juga menjadi titik lemah dari kawasan wisata ini dan lokasi jalan yang terdapat di lokasi tersebut tidak begitu layak untuk di lewati. upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke tempat wisata ini, beberapa upaya telah dilakukan untuk menjaga kualitas tempat wisata ini, upaya tersebut meliputi renovasi dan pembaharuan tempat wisata ini serta penambahan pelayanan lainnya. Untuk menjaga keamanan tempat wisata ini, perlu dilakukan penataan pelestarian alam di sekitar tempat wisata, agar tetap alami, asri, asri, sehingga para pengunjung betah dan enjoy di tempat wisata ini. Selain itu perlu juga dilakukan pemasaran dalam bentuk brosur.

REFERENSI

- [1] Osman, L. Z. (2014). Indonesian Tourism Sector: A Potential Sector. *Australian Journal* , 286-290.
- [2] Subagyo. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Liquidity* , 153-158.
- [3] Suyanti, D. W. (2013). Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* ,
- [4] Irawan, B. S. (2005). Asas-asas Marketing. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* , 5. 33-36.
- [5] Alim Sumarno. 2012. Perbedaan Penelitian dan Pengembangan.
- [6] Kusumanegara, I Made. 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Kondisi Kepariwisataaan Bali. Kusumaningrum, Dian. 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- [7] Marhendi, Mengku. 2005. Geografi Pariwisata Indonesia. Semarang: STIEPARI.
- [8] Meyers, Koen. 2009. Pengertian Pariwisata. Jakarta: Unesco Office.
- [9] Pitana, I Gede dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi

[10] Sinaga, Supriono. 2010. Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah. Universitas Sumatera Utara: Kertas Karya.

[11] Sugiama, A Gima. 2013. Manajemen Aset Kepariwisata: Pelayanan Berkualitas agar Wisatawan Puas dan Loyal, Edisi 1. Bandung: Guardaya Intimarta. Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

[12] Ronaldi Safitra, Mufid Salim, Rustono Farady Marta, Nunik Hariyanti. 2022. Peningkatan Wisatawan Masa New Normal: Telaah Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar : Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta.

[13] Ulfa Khairina. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dispar Aceh Tengah Dalam Promosi Industri Wisata Lokal: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh.

[14] Elok Perwirawat, Juprianto. 2019. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA KEMARITIMAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI PULAU BANYAK: Universitas Darma Agung. n Nanggroe Aceh Darussalam.

[15] Andiwi Meifilina. 2020 . Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Blitar Pada Penggunaan Aplikasi Amazing Blitar: , Universitas Islam Blitar.

Jurnal Yusrizal

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	3%
2	id.123dok.com Internet Source	2%
3	repository.unja.ac.id Internet Source	2%
4	journal.unpas.ac.id Internet Source	2%
5	journal.moestopo.ac.id Internet Source	2%
6	ojs.ikipmataram.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Pakuan Student Paper	1%
8	jejakpiknik.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 15 words