

Strategi Pengembangan Potensi Sumber Daya Alam Melalui Paket Wisata di Dusun Mendiro

Aidha Kiftia Rengganis^{1)*}, Sumainah Fauziah²⁾

¹⁾²⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur

¹⁾20042010223@student.upnjatim.ac.id

²⁾sumainah.fauziah.adbis@upnjatim.ac.id

Jejak artikel:

Abstrak

Unggah artikel 24 Juni 2023;
Perbaikan 25 Juni 2023;
Diterima 26 Juni 2023;
Tersedia online 10 November 2023

Kata kunci:

Ekowisata
Paket Wisata
Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata menjadi sektor yang memberikan peningkatan devisa pada setiap negara, khususnya Negara Indonesia. Potensi alam, budaya, dan adat istiadat membuat Negara Indonesia dikembangkannya pariwisata berkelanjutan yang memperhatikan aspek sosial, budaya, ekonomi, lingkungan, dan kepuasan pada wisatawan. Sehingga terdapat komponen dalam penyusunan daya tarik yang digunakan sebagai pelayanan yang dibutuhkan wisatawan saat berkunjung ke daerah tujuan, diantaranya Atraksi (*Attraction*), Akseibilitas (*Accesibilities*), Amenitas (*Amenities*) atau *Ancillary Services*. Dengan komponen tersebut, wisatawan akan memiliki kepuasan tersendiri saat mengunjungi daya tarik wisata. Adapun 3 jenis daya tarik wisata, yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata komersil, dan daya tarik wisata buatan. Ketiga daya tarik wisata tersebut memiliki atraksi yang berbeda – beda. Salah satunya adalah daya tarik wisata yang ada di Dusun Mendiro, seperti *good view*, pos pantau burung rangkong, sumber mata air gantung, sumber mata air petung pecut, dan masih banyak lagi. Melalui media digital dengan penyusunan paket wisata menggunakan bauran pemasaran 4P, diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Karena konsep wisata berbasis ekowisata akan melibatkan masyarakat, pemerintah, dan *stakeholder* sebagai pengelola dan penyedia fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan. Pengalaman dan pelayanan menjadi nilai penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, melalui paket wisata yang telah disediakan.

I. PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor penghasil devisa terbesar di berbagai negara, karena kontribusinya dalam memberikan 9,5% pada PDB dunia (Yuwono, 2018). Tidak terkecuali Negara Indonesia, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan dalam meningkatkan peluang ekonomi daerah. Melalui potensi keberagaman sumber daya alam, budaya, adat istiadat, dan sosial yang dimiliki, pemerintah Indonesia mengembangkan pariwisata dengan konsep berkelanjutan. Menurut *The World Tourism Organization* (UNTWO), mengatakan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan sekarang serta yang akan datang. Sehingga tujuan dari adanya konsep pariwisata berkelanjutan adalah tercapainya keseimbangan aspek sosial, budaya, ekonomi, lingkungan, dan kepuasan pada wisatawan. Pernyataan tersebut juga dituangkan dalam dokumen kebijakan dan hukum di Indonesia, yaitu UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Dalam Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, menjelaskan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang juga disebut sebagai destinasi wisata. Adapun 3 jenis daya tarik wisata, yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata komersil, dan daya tarik wisata buatan (Hakemal Haikal Harfaz et al., 2022). Dengan adanya daya tarik akan memberikan kepuasan kepada wisatawan karena atraksi yang ditawarkan, sehingga atraksi menjadi salah satu komponen pada daya tarik wisata. Menurut Cooper dalam (Safitri & Kurniansyah, 2021), menjelaskan bahwa dalam memenuhi segala kebutuhan pelayanan suatu daerah tujuan pariwisata harus didukung oleh empat komponen yang

* Corresponding author

utama dalam pariwisata atau dikenal dengan “4A”, jika keempat komponen tersebut yaitu Atraksi (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accesibilities*), Amenitas (*Amenities*) atau *Ancillary Services*. Oleh karenanya, komponen 4A sebagai pendukung pelayanan daya tarik wisata pada daerah tujuan memberikan interaksi antara masyarakat, wisatawan, pemerintah, dan stakeholder dalam menyediakan fasilitas pendukung kegiatan wisata.

Melalui kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan stakeholder juga bertujuan untuk melestarikan lingkungan, meningkatkan ekonomi, dan kesejahteraan sosial sekitar. Aspek tersebut juga ada dalam kegiatan ekowisata yang dinyatakan oleh Kezia, dkk (2019) dalam (Kadek et al., 2022), yaitu salah satu kegiatan pariwisata berwawasan lingkungan yang selalu mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal, serta aspek pembelajaran dan pendidikan. Selain itu, adapula pernyataan dari Dalem (2004) dalam (Kadek et al., 2022) yang menyebutkan Ekowisata menurut Masyarakat Ekowisata Indonesia adalah suatu perjalanan yang bertanggung jawab terhadap kawasan alam yang melestarikan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ekowisata merupakan kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam melalui kegiatan konservasi, pemberdayaan masyarakat, serta meningkatkan ekonomi lokal.

Desa Panglungan merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang yang memiliki luas desa 526,740 Ha, sehingga memiliki jumlah penduduk sekitar 3.187 jiwa dari 5 dusun, diantaranya Dusun Panglungan, Dusun Arjosari, Dusun Dampak, Dusun Sranten, dan Dusun Mendo yang terletak tepat di lereng gunung Anjasmoro. Dengan begitu, letak Dusun Mendo yang strategis berada di lereng gunung Anjasmoro memberikan keuntungan karena dikelilingi oleh hutan dan sumber mata air yang dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk mencukupi kebutuhan mereka sehari-hari. Selain itu, adanya hutan dan sumber mata air menjadi daya tarik utama dalam mengembangkan konsep pariwisata berbasis ekowisata. Adapun Dusun Mendo memiliki komponen wisata 4A, seperti *Aminities* (Fasilitas wisata, homestay), *Aksesibility* (Rute Perjalanan), *Ancillary* (Lembaga; Kelompok Tani Hutan Kepuh), dan Atraksi (Ekowisata). Sehingga dengan komponen tersebut, Dusun Mendo telah melengkapi komponen – komponen yang dibutuhkan dalam penyusunan paket wisata. Menurut Holloway & Humphreys (2019) dalam (Levyda et al., 2021) menyebutkan bahwa paket perjalanan wisata merupakan kombinasi atau gabungan dari komponen-komponen pariwisata yang terdiri atas transportasi, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, serta jasa *tour leader* yang dijual ke wisatawan dalam satu harga.

Melalui paket wisata diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang akan memberikan kesejahteraan ekonomi dan sosial kepada masyarakat, apabila memiliki strategi pemasaran yang tepat. Oleh karenanya, penelitian ini menggunakan strategi *mix marketing* dengan 4P (*product, price, place, and promotion*) sebagai strategi untuk rancangan pemasaran daya tarik wisata melalui paket wisata yang ditawarkan. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif akan memberikan gambaran umum secara jelas dan rinci terkait dengan komponen dari *mix marketing* sesuai dengan keadaan dilokasi penelitian.

II. METODE

Pada penelitian ini metode yang digunakan termasuk metode analisis deskriptif, dimana metode analisis ini dilakukan dengan pemahaman yang jelas, detail. Dan lengkap sesuai dengan keadaan yang terjadi dilapangan. Sehingga jenis metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian yang digunakan dalam tulisan ini ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Creswell (2014) dalam (Safitri & Kurniansyah, 2021) seorang peneliti melaksanakan penelitian kualitatif karena membutuhkan suatu pemahaman yang detail dan lengkap tentang suatu permasalahan. Sedangkan pendekatan studi kasus Menurut Creswell (2014) dalam (Safitri & Kurniansyah, 2021) adalah pendekatan yang penelitiannya mengeksploratif kehidupan nyata, sistem terbatas kontemporer (kasus) atau beragam sistem terbatas melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi (misalnya pengamatan wawancara, bahan audio visual, dan dokumen berbagai laporan), dan melaporkan deskripsi kasus dan tema kasus.

Pengumpulan data dilakukan melalui kajian literatur dan pengamatan langsung di lapangan serta wawancara. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder bersifat kualitatif. Adapun data primer berasal dari survei lapangan yang berlokasi di Dusun Mendo, Observasi dilakukan untuk mengetahui potensi sumber mata air, hutan, sumbu resapan, dan sebagainya yang disertai dengan bukti dokumentasi sebagai bukti penguat, dan wawancara dengan kelompok KTH Kepuh sebagai salah satu kelompok masyarakat yang aktif dan peduli terhadap kelestarian lingkungan untuk mendapatkan informasi lengkap dan mendalam terkait topik penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari kajian jurnal terdahulu. Sehingga dari data yang diperoleh akan dilakukan analisis menggunakan teori 4P sebagai strategi pemasaran wisata, penelitian ini dilakukan di dusun Mendo desa panglungan kabupaten jombang didasarkan karena merupakan program pengembangan pariwisata berbasis konsep ekowisata yang dilakukan oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Kepuh.

Pendampingan Pembuatan Paket Wisata



Gambar 1. Pendampingan pembuatan paket wisata

Sebelum dilakukannya pembuatan paket wisata, KKN-T kelompok 16 desa panglungan mendampingi kegiatan rapat dan wawancara bersama masyarakat Dusun Mendiro terutama kelompok tani hutan yang ikut membantu dalam proses pembuatan rancangan paket wisata yang mana diantaranya paket edukasi, paket rekreasi, dan paket konservasi. Rencana dari rancangan paket wisata ini akan mengusung konsep digital menggunakan *barcode* yang bisa diakses dengan mudah oleh wisatawan yang berkunjung.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Dusun Mendiro merupakan salah satu dusun yang terletak di Desa Panglungan, terletak dibawah lereng Gunung Anjasmoro. Sedangkan Desa Panglungan sendiri terletak di ketinggian 500 Mdpl permukaan laut dengan suhu rata – rata kisaran 20 derajat celcius dan berbatasan langsung dengan hutan di sebelah timur, barat, dan juga selatan. Sehingga dengan dikelilingi hutan Desa Panglungan memiliki potensi alam yang masih terjaga dan asri, salah satu hutan tersebut dikelola oleh masyarakat sekitar untuk kegiatan ekowisata. Ekowisata memiliki bagian yang tidak terpisahkan dengan upaya-upaya konservasi, pemberdayaan ekonomi lokal dan mendorong respek yang lebih tinggi terhadap perbedaan kultur atau budaya (Mathla et al., 2018). Sehingga kegiatan ekowisata memanfaatkan potensi alam melalui kegiatan konservasi dengan melibatkan kelompok masyarakat sebagai peran utama dalam melestarikan lingkungan.



Gambar 2. Peta Desa Panglungan

Peranan kelompok masyarakat dalam mengembangkan ekowisata, tidak lain adalah sebagai tuan rumah yang lebih mengenal potensi daya tarik wisata sekitar. Dengan adanya kelompok masyarakat dalam pengembangan kegiatan pariwisata sebagai pelindung, dibantu dengan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah sekitar agar potensi – potensi alam tersebut tidak rusak dan terjaga. Dengan adanya Kelompok Tani Hutan Kepuh yang disingkat KTH Kepuh merupakan kelompok petani yang peduli dengan kelestarian hutan dan sumber mata air yang ada di Dusun Mendiro. Adapun hutan dan sumber mata air tersebut dijadikan daya tarik wisata berbasis ekowisata, karena keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan, administrasi, pemandu wisata, dan sebagainya. Selain itu, terdapat atraksi yang bisa dilakukan oleh wisatawan saat berkunjung seperti penanaman pohon, pemantauan burung rangkong, jelajah mata air, dan sebagainya. Dalam Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor KEP.61/MEN/III/2009 dalam (Susanto, 2016) menyatakan ekowisata secara konseptual memiliki prinsip dasar yakni konservasi, partisipasi masyarakat, dan ekonomi. Selain itu juga disebutkan pula prinsip edukasi dan wisata dalam penerapannya. Sehingga Dusun Mendiro sudah memenuhi komponen – komponen penyusun daya tarik wisata Cooper dalam penelitian (Safitri & Kurniansyah, 2021) menjelaskan bahwa dalam memenuhi segala kebutuhan pelayanan suatu daerah tujuan pariwisata harus didukung oleh empat komponen utama dalam pariwisata atau dikenal dengan “4A”, yaitu Atraksi (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accessibilities*), Amenitas (*Amenities*) atau *Ancillary Services*.

Dengan komponen tersebut, menurut Radisic (2010) dalam (Astutik, 2017) menjelaskan bahwa perlu adanya pemasaran yang masif dengan berdasarkan pada identifikasi dan gambaran potensi serta fasilitas yang dimiliki oleh pengelola kawasan wisata. Oleh sebab itu, Dusun Mendiro perlu adanya penyusunan sebuah paket wisata sebagai sarana dalam memasarkan produk ekowisata yang dimiliki. Hal tersebut dikarenakan Dusun Mendiro memiliki komponen 4A yang dibutuhkan dalam penyusunan paket wisata, diantaranya *Aminities* (Fasilitas wisata, *homestay*), *Aksesibility* (Rute Perjalanan), *Ancillary* (Lembaga; Kelompok Tani Hutan Kepuh), dan Atraksi (Ekowisata). Dengan begitu, paket wisata merupakan suatu sistem yang disusun dari adanya kolaborasi antara transportasi, akomodasi, daya tarik, atraksi, dan sebagainya dalam satu kesatuan. Menurut Nurita dalam (Aurora, 2021) mengatakan bahwa paket wisata dapat dikategorikan sebagai suatu sistem, suatu susunan yang terdiri dari beberapa unsur yang membentuk suatu susunan, dengan setiap unsur susunan tersebut saling berhubungan. Sistem ini meliputi *Tourist*, *attraction*, *amenity* dan *time travel*. Adapula menurut Holloway & Humpreys (2019) dalam (Levyda et al., 2021) menyebutkan bahwa paket perjalanan wisata merupakan kombinasi atau gabungan dari komponen-komponen pariwisata yang terdiri atas transportasi, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, serta jasa *tour leader* yang dijual ke wisatawan dalam satu harga.

Dengan demikian, perlu adanya strategi pemasaran berbasis informasi dan teknologi untuk menemukan jangkauan pasar yang lebih luas. Melalui digital marketing sebagai media komunikasi pemasaran berbasis internet yang mampu menangkap tiga hal, diantaranya pikiran, jiwa, dan hati (Hardilawati (2020) dalam (Afin, 2022). Oleh karena itu, strategi yang digunakan dalam pemasaran paket wisata berbasis ekowisata yang ada di

Dusun Mendiro melalui bauran pemasaran dengan konsep 4P (*product, price, place, promotion*). Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Afina, 2022) menyatakan bahwa konsep bauran pemasaran terdiri dari 4 P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi) (Kotler & Keller, 2016).

B. Pembahasan

Oleh karenanya, penelitian ini menggunakan strategi *mix marketing* dengan 4P (*product, price, place, and promotion*) sebagai strategi untuk rancangan pemasaran daya tarik wisata melalui paket wisata yang ditawarkan. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif akan memberikan gambaran umum secara jelas dan rinci terkait dengan komponen dari *mix marketing* sesuai dengan keadaan di lokasi penelitian.

a. Produk

Produk yang ditawarkan adalah paket wisata ekowisata yang ada di Dusun Mendiro ialah beberapa konsep wisata berupa paket edukasi, paket rekreasi dan paket konservasi. konsep wisata berupa paket edukasi, yaitu yang menawarkan pembelajaran dari alam dengan melihat dan merasakan keindahan alam seperti pantau burung rangkong dan wisata sungai Boro. Kemudian konsep wisata berupa paket rekreasi yang menawarkan kebebasan bagi jiwa yang rindu ketenangan yaitu wisata sungai Boro dan wisata *good view*. Terakhir yaitu konsep wisata berupa paket konservasi yang menawarkan edukasi tentang pemanfaatan dan pemeliharaan sumber daya alam yaitu sumber daya air sehingga dapat terus dimanfaatkan dan berlanjut hingga masa mendatang seperti sumber gantung dan sumber kendil wesi.



Gambar 3. Paket Wisata

Untuk produk yang ditawarkan oleh dusun Mendiro yaitu lebih menjurus ke sektor edukasi dan rekreasi. Dusun Mendiro mempunyai potensi daya tarik wisata edukasi dan rekreasi. Pengunjung sebagian besar pelajar, sehingga eduwisata merupakan prioritas utama dalam arah pengembangan secara berkelanjutan (Maryetti et al., (2016) dalam (Afina et al., 2022)). Disamping itu, wisata edukasi sendiri akan memberikan nilai tambah bagi wisatawan dari kegiatan atau aktivitas yang telah ada di suatu destinasi pariwisata. Potensi sumber daya alam yang terdapat di dusun Mendiro tersebut sangat menarik untuk di kunjungi dan di pelajari melalui wisata edukasi, hal tersebut juga diungkapkan dalam penelitian (Purnawan & Sardianna, 2018) mengatakan bahwa wisata edukasi tidak hanya untuk memuaskan keingintahuan akan budaya dari bangsa lain - seperti bahasa asing, kesenian, kepedulian akan kelestarian lingkungan alam dan *biodiversity* lokal, memperdalam pengetahuan tentang budaya dan tempat bersejarah bagi suatu bangsa - namun lebih menekankan pada proses pembelajaran yang dirancang/ *organized learning*. Sehingga melalui paket wisata menjadi produk yang bisa ditawarkan kepada wisatawan dengan memanfaatkan potensi ekowisata yang ada di Dusun Mendiro, kemudian produk yang ditawarkan kepada wisatawan sangat cocok untuk siapapun yang senang memanjakan mata akan keindahan alam serta menghabiskan waktu liburan untuk menjelajahi hutan, dan sungai.

b. Price

Strategi yang digunakan dalam penentuan harga ini adalah dengan memberikan harga sesuai dengan pelayanan yang akan didapatkan pada paket wisata yang diambil konsumen, karena menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (Afina, 2022) mengatakan bahwa harga menjadi salah satu komponen penting dalam memutuskan membeli atau tidak membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. Sehingga paket wisata yang terdiri dari paket edukasi, paket rekreasi, serta paket konservasi memiliki fasilitas – fasilitas yang sudah termasuk penginapan, pemandu wisata, serta konsumsi. Adapun untuk tarif wisata setiap paket harganya relatif, diantaranya paket wisata Edukasi tarif wisatanya ada Rp 150.000 per wisatawan. Sedangkan harga Rp 600.000 per 5 wisatawan dan Rp 1.200.000 per 10 wisatawan. Kemudian paket wisata Rekreasi tarif wisatanya ada Rp 170.000 per wisatawan. Adapula Rp 800.000 per 5 wisatawan, serta 1.500.000 per 10 wisatawan. Kemudian paket Konservasi tarif wisatanya ada 150.000 per wisatawan, Rp 600.000 per 5 wisatawan, serta Rp 1.200.000 per 10 wisatawan.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Wijaya et al., 2020a) mengatakan bahwa harga menjadi salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang memiliki nilai positif karena menjadi pemasukan dan pendapatan bagi pengelola wisata dan masyarakat sekitar, hal tersebut merupakan faktor hubungan yang saling mempengaruhi antara harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila kualitas yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan menjadi kepuasan bagi wisatawan, sehingga kepuasan wisatawan akan berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, penyusunan harga pada paket wisata yang ada di Dusun Mendiro disesuaikan dengan pangsa pasar agar dapat menjangkau keseluruhan komponen fasilitas wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan. Selain itu, harga yang tercantum dalam paket wisata yang ditawarkan menyesuaikan potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, serta fasilitas pelayanan yang tersedia di Dusun Mendiro. Karena harga – harga yang ditawarkan dalam paket wisata tersebut, diharapkan sesuai dengan fasilitas dan kualitas pelayanan sebagai penunjang kepuasan wisatawan. Wisatawan akan merasa puas apabila dari paket wisata tersebut memiliki atraksi atau kegiatan yang memberikan pengalaman dan kesan yang baik, demikian paket wisata Dusun Mendiro memiliki harga yang dapat dijangkau oleh rombongan wisatawan domestik ataupun asing.

c. Place

Ekowisata Dusun Mendiro terletak di Desa Panglungan Kecamatan Wonosalam Kabupten Jombang. Salah satu desa di Kecamatan Wonosalam yang dikelilingi oleh hutan yang masih alami dan asri, sehingga lokasi tersebut sangat cocok dengan konsep ekowisata. Ditambah Dusun Mendiro sendiri berlokasi dibawah lereng gunung Anjasmoro, sehingga terdapat hutan rakyat dan sumber mata air dengan berbagai satwa flora dan fauna didalamnya.

Adapun daya tarik ekowisata yang ada di Dusun Mendiro, yaitu *good view*, pos pantau Burung Rangkong, Sumber Mata Air Gintung, Sumber Mata Air Petung Pecut, dan masih banyak lagi. Kondisi jalan untuk menuju daya tarik wisata tersebut harus dilalui dengan melewati sungai – sungai yang mengalir dan hutan dengan *track* yang masih alami, karena jalan masih berbentuk tanah merah, berbatuan, dan tidak beraspal. Sehingga wisatawan yang menyukai petualangan alam sangat cocok dengan atraksi yang ditawarkan.

Dengan pemandangan yang asri membuat suasana tenang dan sunyi yang nantinya akan dirasakan wisatawan saat berkunjung, selain pemandangan terdapat tumbuhan seperti Alpukat, Kopi, Matoa, dan sebagainya yang dapat dipetik langsung dari pohonnya. Adapun masyarakat sekitar juga mengembangkan produk UMKM dari tumbuhan yang ada di Hutan Mendiro sebagai bahan baku, salah satunya adalah teh basil yang dijadikan *welcome drink* oleh masyarakat sekitar saat ada wisatawan yang berkunjung. Adapula *homestay* yang disediakan oleh masyarakat sekitar, apabila wisatawan ingin menginap dan merasakan suasana perdesaan saat malam hari, dimana itu merupakan salah satu daya tarik wisata. Dalam (Mahadi & Indrawati, 2010), menurut Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor 204/Kpts/HK050/41989 dan Nomor KM 47/PW.004/MPPT-1989, yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah sifat yang dimiliki oleh suatu objek berupa keunikan, keaslian, kelangkaan, lain dari pada yang lain, memiliki sifat yang menimbulkan semangat dan minat wisatawan. Oleh karena itu daya tarik wisata adalah sesuatu yang bisa diwujudkan, memiliki ciri khas tersendiri yang mana memanfaatkan alam dalam pelaksanaannya, baik keindahan, iklim, atau bentuk tanah sehingga menarik pengunjung untuk melakukan kegiatan tersebut karena jarang ditemui.

d. Promosi

Menurut (Pradibta dan Hartanto, 2022) promosi merupakan salah satu hal penting karena melalui promosi calon pengunjung akan mendapatkan informasi tentang suatu destinasi dan kemudian tertarik untuk berkunjung. Pada pemasaran paket wisata atau produk ekowisata yang ada di Dusun Mendiro menggunakan strategi promosi melalui *mouth to mouth*, serta media cetak seperti banner dan brosur yang bisa dibagikan ke media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian (Wijaya et al., 2020b) menghasilkan temuan bahwa penggunaan media pemasaran digital menjadi strategi solutif yang dapat digunakan oleh pengelola untuk memasarkan dan memberikan informasi berbagai macam produk, sehingga Dusun Mendiro bisa mempromosikan tempat wisata lewat *platform* media sosial salah satunya seperti Instagram dan tiktok. Adapun akun yang dimiliki oleh Dusun Mendiro sebagai media sosial untuk mempromosikan tempat wisata, yaitu *ekowisata@panglungan*. Selain itu, para pengelola ekowisata di Dusun Mendiro juga memiliki akun Instagram kelompok mereka dengan *username @kelompokpepuh*. Namun dari akun tersebut konten yang disampaikan masih kurang informatif dan komunikatif, oleh karena itu dikembangkan kreativitas dan inovasi melalui promosi digital dengan membuat konten yang informatif dan komunikatif guna menarik perhatian konsumen dan wisatawan.

Dengan adanya bauran pemasaran diatas, diharapkan menjadi tinjauan penelitian selanjutnya dalam menganalisis strategi pemasaran paket wisata melalui strategi *mix marketing* 4P (Produk, *Price*, *Place*, dan Promosi).

IV. KESIMPULAN

Program kerja *market day* merupakan program kerja yang dirancang untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan dalam diri peserta didik. Program kerja ini dijadikan sebagai wadah peserta didik untuk meningkatkan kemampuan berbisnis dalam dirinya, serta melatih pola pikir kreatif dalam diri peserta didik. *Market day* telah terlaksana dengan baik dan lancar pada tanggal 30 Mei 2023. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini terdiri atas 4 *stand* bazar makanan ataupun minuman, yang diisi oleh perwakilan setiap kelas. Masing - masing *stand* menjual 1 hingga 4 jenis makanan, dengan harga yang ramah di kantong pelajar. Setiap produk yang dijual, habis dalam waktu yang lebih cepat daripada yang diperkirakan. Adapun beberapa permasalahan dalam pelaksanaan *market day* ini seperti barang yang lebih cepat habis terjual; kurangnya bahan baku penjualan; dan sampah konsumen yang berserakan. Peserta didik mampu menerapkan edukasi yang telah diajarkan melalui pembelajaran prakarya, dan juga sosialisasi inovasi produk ke dalam proses pelaksanaan *market day*.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa di Dusun Mendiro memiliki potensi objek ekowisata dimana terdapat 6 objek wisata alam yang memiliki potensi dari segi daya tarik, yaitu wisata sungai Boro, wisata *good view*, wisata air terjun Selo Lapis, Pantau Burung Rangkong, Sumber Gintung, dan Sumber Kendil Wesi. Dari 6 potensi objek wisata alam tersebut dapat diketahui bahwa pengembangan paket wisata alam di Dusun Mendiro terdiri dari 3 jenis paket wisata yang dapat dikembangkan yaitu Paket Edukasi, Paket Rekreasi, dan Paket Konservasi. Melalui media digital dengan penyusunan paket wisata menggunakan bauran pemasaran 4P, diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Karena konsep wisata berbasis ekowisata akan melibatkan masyarakat, pemerintah, dan *stakeholder* sebagai pengelola dan penyedia fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Saran dalam penelitian ini pada Harga paket wisata masih memerlukan kajian lebih dalam lagi agar menjangkau semua kalangan wisatawan, baik rombongan ataupun individu. Oleh karena itu diperlukan kajian lebih lanjut terkait harga paket wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Afina, R. (2022). Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi. *IKRAITH-Teknologi*, 6(3), 7–17. <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v6i3.2302>.
- Afina, R., Qatrunnada, H., Amabel Kirani, H., Kencana, W. H., Budilaksono, S., Febrianty, F., & Gantina, D. (2022). Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi. *IKRAITH-Teknologi*, 6(3), 7–17. <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v6i3.2302>
- Astutik, M. (2017). Pengaruh disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Jombang. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 2(2), 141–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/jbmp.v2i2.1100>
- Aurora, N. dkk. (2021). *Pengembangan Paket Wisata Warisan Budaya (Cultural Heritage Tourism) di Kabupaten Dharmasraya*.

- Hakemal Haikal Harfaz, M., Zuhdi Naufal, D., Berliana, S., Budilaksono, S., Harkandi Kencana, W., & Gantina, D. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Desa Wisata. *Jurnal Universitas Persada Indonesia YAI*, 83–90.
- Kadek, N., Apriska, S., Agung, A., Raka, G., Suartini, N. M., Biologi, P., Udayana, U., Biologi, P., Pariwisata, P. U., & Udayana, U. (2022). *Interpretasi ekowisata oleh pramuwisata (pemandu wisata) pada daya tarik wisata kupu-kupu di bali interpretation of ecotourism by tour guides on butterfly tourist attractions in bali. 1*, 1–13.
- Levyda, L., Ratnasari, K., & Djamhur, I. G. (2021). Pelatihan Pembuatan Paket Wisata Untuk Mendukung Wisata Kuliner Pada Biro Perjalanan Wisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Journal of Servite*, 3(2), 87. <https://doi.org/10.37535/102003220214>
- Mahadi, K., & Indrawati, F. (2010). Arah Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tanjung Pasir Kabupaten Tangerang. *Jurnal Planesa*, 1(1), 19–27.
- Mathla, U., Anwar, U. L., Satrya, D. G., Kaihatu, T. S., & Pranata, L. (2018). *Pemberdayaan Masyarakat Untuk Menciptakan Desa Ekowisata di Wonosalam , Kabupaten Jombang. 3(2)*, 179–184. <https://doi.org/10.30653/002.201832.57>
- Pradibta dan Hartanto. (2022). *At Magelang Weaving House. 14(02)*, 41–51.
- Purnawan, N. L. R., & Sardiana, I. K. (2018). Paket Wisata Edukasi Subak Upaya Menjaga Keberlanjutan Potensi Pertanian Dan Pariwisata Berbasis Budaya Di Bali. *Jurnal Kawistara*, 7(3), 275. <https://doi.org/10.22146/kawistara.27879>
- Safitri, H., & Kurniansyah, D. (2021). Analisis Komponen Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Pentingsari. *Kinerja*, 18(4), 497–501.
- Susanto, U. (2016). Perencanaan Pembangunan Pariwisata di Daerah (Studi Pelaksanaan Program pada Dinal Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 1-9. *Jurnal Stie Semarang*, 6(3), 2252 – 7826.
- Wijaya, D. A., Saeroji, A., Prasetyo, J. S., & Agfianto, T. (2020a). Strategi Pemasaran Berbasis Website di Kampung Wisata Baluwarti Surakarta. *J. Inov. Penelitian*, 1(10), 1043–1047.
- Wijaya, D. A., Saeroji, A., Prasetyo, J. S., & Agfianto, T. (2020b). Strategi Pemasaran Berbasis Website di Kampung Wisata Baluwarti Surakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1043–1047.
- Yuwono, W. (2018). Perancangan Model Framework Manajemen Strategik Planning Sektor Pariwisata Di Provinsi Kepulauan Riau. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 2, 14–25.