

Pendampingan Digital dalam Meningkatkan Jumlah pengunjung Wisata Pemandian Watu Lanang di Desa Gunungsari, Beji Kota Pasuruan

Ubaid Aisyul Hana[✉] Fidyah Arini Kusuma Wardhani² Moh. Joshua³ Pritta Idzni Kaffa Kamila⁴

[✉]STAI Al Akbar Surabaya
²³⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol

Corresponding Author: Ubaid Aisyul Hana E-Mail: ubaidmedmed@gmail.com

Received: January 05, 2024 and Accepted for Publication: January 23, 2025

Published: January 27, 2025

ABSTRAK

Pasuruan memiliki destinasi wisata buatan yaitu Pemandian Watu Lanang yang berlokasi di Beji Gunung Gangsir, Pasuruan Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pengelola Pemandian Watu Lanang. Mengetahui faktor pendukung dan Penghambat strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pengelola Pemandian Watu Lanang. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif dengan informan kunci (Key Informant) dan informan pendukung (Informant). Sumber data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Kesimpulan dalam penelitian ini, Pemandian Watu Lanang telah berhasil menerapkan strategi pemasaran 4P, hal ini terlihat dari hasil penelitian dimana pemandian kolam renang dengan kesegaran air yang alami dan jernih, sumber mata air langsung dari lereng sumber mata air sumber jodoh. menariknya kolam renang Watu Lanang ini terletak tepat di bawah bukit pertapaan gunungsari dan dikelilingi pohon siwalan yang menjulang tinggi, jadi pengunjung bisa berenang sambil melihat keindahan alam desa gunungsari. namun strategi pemasaran pada Pemandian Watu Lanang masih harus diperhatikan dan dikembangkan agar bisa terus meningkatkan kunjungan wisatawan.

Keywords: Strategi Pemasaran; Bauran Pemasaran; Travel Destinations

ABSTRACT

Pasuruan has a man-made tourist destination called **Watu Lanang Pool**, located in Beji, Gunung Gangsir, Pasuruan, East Java. This study aims to identify the marketing strategies employed by the management of Watu Lanang Pool and to determine the supporting and inhibiting factors of these marketing strategies. The research method used is descriptive qualitative, involving key informants and supporting informants. Data sources are obtained from both primary and secondary data. Data collection techniques in this study include observation, documentation, and interviews. The conclusion of this research indicates that Watu Lanang Pool has successfully implemented the 4P marketing strategy. This is evidenced by the findings, which highlight the pool's natural and clear water, directly sourced from the spring at the Sumber Jodoh foothill. Interestingly, Watu Lanang Pool is situated right under the Gunungsari meditation hill and surrounded by tall siwalan trees, allowing visitors to swim while enjoying the natural beauty of Gunungsari village. However, the marketing strategy at Watu Lanang Pool still needs to be improved and developed to continue increasing tourist visits.

Keywords: Marketing Strategy; Marketing Mix; Travel Destinations

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini merupakan sektor yang menjadi andalan di berbagai negara dikarenakan banyak dampak positif yang dihasilkan dari sektor ini, seperti: dampak terhadap penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, dan kesempatan kerja. Menurut Meyers, (2009) Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, Asmi et. al., (2019). Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang harus diperhatikan pengelolaannya agar dapat menambah minat kunjungan wisatawan, Silvandi & Mandalia (2022). Daya tarik wisata adalah 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, Osin et. al., (2019). Dan daerah tujuan pariwisata juga disebut dengan destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan, Habaora et. al., (2021). Perkembangan kepariwisataan dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat, dimana melalui strategi pemasaran maka informasi mengenai pariwisata dapat diketahui oleh wisatawan, Nugroho, (2022).

Kabupaten Pasuruan memiliki banyak Destinasi Wisata unggulan yang menarik untuk dikunjungi diantaranya Dairyland Farm Theme Park Prigen, Kebun Raya Purwodadi, Air Terjun Putuk Truno, Alun Alun Pasuruan, Ngopi Bareng Pintu Langit, The Grang Taman Safari Prigen, Air Terjun Kakek Bodoh, Pemandian Watu Lanang Beji. Salah satu destinasi wisata di Kabupaten Pasuruan adalah Pemandian Watu Lanang Beji yang merupakan tempat wisata edukasi dan sarana bermain anak-anak yang berada tidak jauh dari Pasuruan, tepatnya di Desa Gunungsari, Kecamatan Beji Kabupaten Pasuruan. Pemandian Watu Lanang dikelola oleh Bapak Kasdun. Setiap pengunjung yang datang ke Pemandian Watu Lanang dikenakan biaya tiket masuk sebesar Rp.10.000/orang. Ada pula disediakan kolam renang anak standart kedalamannya hanya mencapai lutut orang dewasa sehingga aman buat anak-anak untuk bebas bermain, seluncuran yang disediakan berbagai ukuran, ada yang meliuk dan lurus meski jalurnya tidak panjang tapi orang dewasa bisa menggunakannya. meskipun demikian tempat ini tetap menjadi recommended untuk keluarga. Beberapa fasilitas umum juga disediakan seperti musholla, kamar mandi, toilet, dan loker gratis dan tempat bilasan yang digunakan pengunjung sehabis berenang. Untuk kenyamanan pengunjung di Pemandian Watu Lanang terdapat juga gazebo untuk bersantai, serta makanan dan minuman dengan harga terjangkau. Peningkatan jumlah kunjungan wisata sangat dibutuhkan untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung sehingga dapat meningkatkan jumlah pemasukan/pendapatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian tindakan partisipatif Participatory Action Research/ PAR dipilih karena memungkinkan peneliti dan partisipan bekerja sama dalam memahami dan memecahkan masalah yang dihadapi komunitas (Kemmis & McTaggart, 2005). Menurut Rahman 2008, PAR memberikan kesempatan bagi partisipan untuk menjadi subjek aktif dalam proses perubahan sosial, sehingga relevan untuk diterapkan dalam konteks pemberdayaan masyarakat.

➤ Lokasi dan partisipan penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Beji, dengan partisipan pemilik wisata Watu Lanang.

➤ Teknik pengumpulan data

- Wawancara mendalam : dilakukan dengan pemuda pengelola bank sampah, anggota masyarakat, dan perangkat desa untuk menggali informasi mengenai peran pemuda, proses pemberdayaan, dan dampak program terhadap komunitas. Teknik ini efektif untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang pengalaman dan persepsi partisipan (Bryman, 2016).
- Observasi pasrtispatif: peneliti terlibat langsung dalam pengelolaan wisata watu lanang. Observasi ini memberikan persepektif langsung mengenai aktivitas dan tantangan yang dihadapi elama implementasi program (Sepradley, 1980).
- Analis dokumen mengkaji laporan kegiatan, data bank sampah, dan literatur terkait untuk memperoleh informasi tambahan dan triangulasi data. Analis dokumen membantu dalam memahami konteks administrative dan historis dari program yang diteliti (Bowen, 2009).
- Diskusi Kelompok Terfokus Focus Group Discussiob/FGD

FGD dilakukan untuk menggali pendapat kolektif dari kelompok partisipan. Teknik ini membantu memperoleh perspektif yang lebih luas mengenai efektivitas program.

➤ Analisis data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Teknik analisis tematik, yang melibatkan pengidentifikasian analisis, dan pelaporan pola atau tema dalam data (Braun & Clarke, 2006). Proses ini meliputi tahap-tahap seperti transkripsi data, pengkodean awal, identifikasi tema,peninjauan tema, dan penyusunan laporan.

Untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data, dilakukan triangulasi sumber dan metode serta member checking dengan partipisan (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Wisata Pemandian Watu Lanang ini masih belum di kenal secara luas, baru di kenal dalam lingkungan Kabupaten Pasuruan di karenakan kurangnya promosi pemasaran (promosi hanya dari mulut ke mulut). Tetapi dalam menjalankan kegiatan usahanya wisata Watu Lanang memberikan pelayanan dan fasilitas sebagai berikut :

- a. Pemandian Watu lanang memberikan kualitas dan desain yang terbaik. Maksud dari yang terbaik disini adalah dari fasilitas dan kenyamanan untuk pengunjung dan pelayanan. Karena Pemandian Watu Lanang tidak ingin mengecewakan pengunjung yang datang dan desain wisata yang unik, kolam renang yang besar kemudian terdapat Arca buatan yang bagus yang bisa digunakan untuk spot foto dipinggir kolam dan disisi sebelahnya terdapat perosotan yang bisa dimainkan oleh anak-anak dan orang dewasa. Bukan hanya itu di Pemandian Watu Lanang juga terdapat Aula yang bisa dijadikan kegiatan formal dan non formal.
- b. Dalam penawaran harga Wisata Pemandian Watu Lanang menetapkan harga tiket masuk sebesar RP. 10.000 / orang. Dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik di katakan bahwa harga tiket telah sesuai dengan target pasar dengan pelayanan dan fasilitas yang di dapat oleh pengunjung. serta untuk anak yatim - piatu diberikan gratis tiket masuk.
- c. Wisata Pemadian Watu Lanang terletak di dataran tinggi di mana akses jalan ke wisata tersebut hanya bisa di lalui oleh kendaraan pribadi serta mobil travel (elp long), sehingga peneliti menyimpulkan bahwa faktor terbesar kemungkinan kurang nya pengunjung selain dari faktor promosi pemasaran, juga karena faktor akses jalan.
- d. Dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik bahwa Promosi Pemasaan Wisata Pemandian Watu Lanang ini masih menggunakan Promosi tradisional (dari mulut ke mulut), sehingga wisata tersebut masih belum di kenal secara luas, dan hanya di kenal di lingkup Kabupaten Pasuruan saja.

KESIMPULAN

1. Wisata Pemandian Watu Lanang ini masih belum di kenal secara luas, baru di kenal dalam lingkungan Kabupaten Pasuruan di karenakan kurang nya promosi peamasaran (promosi hanya dari mulut ke mulut).
2. Pemandian Watu lanang memberikan kualitas dan desain yang terbaik, baik dari segi tempat maupun kenyamanan untuk pengunjung
3. Terhambatnya akses jalan yang hanya bisa di lalui kendaraan pribadi dan mobil travel (elp long)
4. Harga tiket yang terjangkau dan tiket gratis untuk anak yatim piatu yang tidak di batasi jumlah

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia, Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, Volume 10, Nomor 3, 2022 236 15(2), 103–115. .

Mahendrayani, I., & Suryawan, I. B. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali. Jurnal Destinasi Pariwisata, 5(2), 240–247.

Marsari, Y. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA PEMANDIAN WATU LANANG DI BEJI PASURUAN JAWATIMUR. Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul, 9(3), 229–234. Meyers, K. (2009).

Undang –Undang No.10 Tahun 2009 Mengenai Kepariwisata

Undang – Undang No.9 Tahun 1990 Mengensai Jasa Pariwisata

Nasir Moh, (2016). *“metode analisis deskriptif”*, Erlangga: Yogyakarta

Marpaung, H (2019), *“Pengetahuan Kepariwisata Edisi Revisi”*, Bandung.

LAMPIRAN





Author Information:

Ubaid Aisyul Hana

Email: nafisatullutfi@utdi.ac.id Universitas Teknologi Digital Indonesia

Fidyah Arini Kusuma Wardhani

Email: fidyaharini.stieg@gmail.com Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol

Moh. Joshua

Email: mohjoshua102@gmail.com Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol

Pritta Idzni Kaffa Kamila

Email: prittakamila00@gmail.com Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol