

EVALUASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ISATAWAN DI EKOWISATA LEMBAR SELATAN, LOMBOK BARAT

Oleh

I Gusti Agung Wyusta Candra¹ & I Wayan Nuada²

^{1,2} Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : ¹ wyustac@gmail.com & ² iwayannuada@gmail.com

Article History:

Received: 30-04-2024

Revised: 03-04-2024

Accepted: 07-05-2024

Keywords:

Evaluasi, Bauran

Pemasaran, Minat

Kunjungan Wisatawan.

Abstrak Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan minat kunjungan wisatawan yang datang berwisata ke Ekowisata Lembar Selatan dikarenakan kurangnya informasi, kegiatan yang dapat ditawarkan serta akses penghubung untuk menuju kesana kurang memadai. Dalam hal ini bauran pemasaran 4P (Product, Place, Price, and Promotion) yang telah diterapkan pengelola perlu diperhatikan mengingat pentingnya strategi bauran pemasaran dalam pengembangan destinasi wisata. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi bauran pemasaran yang dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Ekowisata Lembar Selatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan informan yang digunakan yaitu wisatawan. Analisis kualitatif diambil dari interpretasi data dengan memberikan keterangan dan penjelasan mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi terhadap bauran pemasaran yaitu Product masih belum adanya pengembangan produk yang menekankan interaksi langsung dengan alam, untuk Place belum adanya pengembangan infrastruktur dan kerjasama dengan pihak terkait. Price sudah sesuai dengan pengalaman yang di dapatkan oleh wisatawan. Promotion belum adanya aktivitas social media yang aktif dan interaksi secara berkelanjutan di media social.

PENDAHULUAN

Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kabupaten Lombok Barat memiliki banyak destinasi salah satunya destinasi wisata Ekowisata Lembar Selatan. Ekowisata Lembar Selatan menawarkan berbagai potensi wisata alam yang meliputi keindahan pantai, terumbu karang, hutan bakau, dan keanekaragaman hayati.

Meskipun Ekowisata Lembar Selatan memiliki potensi yang menarik, namun hal tersebut belum sepenuhnya dimaksimalkan melalui strategi pemasaran yang terstruktur sehingga mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Dimana saat ini, ekowisata ini menerapkan konsep bauran pemasaran atau marketing mix, yang mencakup empat elemen kunci: produk, harga, distribusi, dan promosi. Keterbatasan ini mempengaruhi visibilitas dan daya tarik ekowisata ini bagi wisatawan lokal maupun internasional.

Pengembangan dan penerapan strategi bauran pemasaran yang tepat dapat memberikan dampak signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Dengan mengidentifikasi potensi unik dari lokasi ini, menyusun produk wisata yang menarik, menentukan harga yang

kompetitif, meningkatkan aksesibilitas, dan mempromosikan secara efektif, ekowisata Lembar Selatan memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang menjadi destinasi wisata unggulan. Dalam ekowisata, penerapan strategi bauran pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Menurut Smith dan Johnson (2020), kurangnya penerapan elemen-elemen marketing mix, terutama promosi dan distribusi, dapat menyebabkan destinasi wisata gagal mencapai potensinya. Penggunaan media sosial dan kampanye promosi yang tepat dapat membantu menarik perhatian wisatawan yang mencari pengalaman alam yang autentik (Ribeiro et al., 2018). Selain itu, penetapan harga yang akurat berdasarkan nilai yang diberikan oleh produk wisata juga menjadi faktor kunci dalam menarik segmen pasar yang relevan (Chen et al., 2019)

Ketika ekowisata menerapkan strategi bauran pemasaran yang efektif, dapat terjadi peningkatan jumlah kunjungan dan pemasukan ekonomi lokal. Penelitian yang dilakukan oleh Johnson dan Lee (2019) di sebuah destinasi ekowisata menunjukkan bahwa setelah diterapkan strategi pemasaran yang terstruktur, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan yang berkunjung dan kontribusi ekonomi lokal meningkat secara substansial.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara singkat penulis dengan beberapa anggota pokdarwis Ekowisata Lembar Selatan, Ekowisata Lembar Selatan terdiri dari 3 daya Tarik wisata, akan tetapi hanya 1 daya Tarik wisata saja yang biasanya dikunjungi yaitu pantai cemara, sementara itu daya Tarik lainnya seperti hutan mangrove dan makam keramat kurang untuk dikunjungi oleh wisatawan dikarenakan informasi serta promosi yang kurang mengakibatkan wisatawan hanya dapat mengeksplorasi satu daya Tarik saja, disamping itu juga kunjungan wisatawan terbanyak ketika hari raya besar saja seperti Idul Fitri dan Idul Adha dan untuk hari biasa terbilang minim pengunjung. Dengan memadukan pengetahuan tentang potensi lokasi, prinsip-prinsip pemasaran, dan hasil-hasil penelitian terkait, penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan yang konkrit dan berbasis bukti bagi pengembangan strategi bauran pemasaran di Ekowisata Lembar Selatan, Nusa Tenggara Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi bauran pemasaran yang dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Ekowisata Lembar Selatan, Lombok Barat. Saat ini, lokasi ekowisata tersebut menerapkan konsep pemasaran berdasarkan marketing mix, yang merupakan kombinasi dari elemen produk, harga, distribusi, dan promosi. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan pandangan yang mendalam tentang bagaimana hasil evaluasi penerapan strategi bauran pemasaran dapat memberikan dampak terhadap minat kunjungan wisatawan.

Fokus utama penelitian ini adalah:

1. Mengevaluasi Bauran Pemasaran di Ekowisata Lembar Selatan yang terdiri dari aspek 4P antara lain Place, Price, Product dan Promotion.
2. Mengetahui apa saja yang perlu ditingkatkan dari aspek 4P agar dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Melalui penelitian ini, diharapkan Ekowisata Lembar Selatan dapat mengadopsi strategi bauran pemasaran yang sesuai dengan karakteristiknya, meningkatkan daya tarik bagi wisatawan, serta memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal dan pelestarian lingkungan

LANDASAN TEORI

Kajian Teori

Lestari (2016) kata 'Evaluasi' mempunyai pengertian yang berkaitan dengan hal-hal seperti menganalisis data, dampak atau nilai. Artinya, Evaluasi adalah suatu proses sistematis untuk mengumpulkan informasi, menganalisis data, dan membuat penilaian tentang suatu objek, program, kegiatan, atau fenomena dengan tujuan untuk mengukur kinerja, efektivitas, efisiensi, dampak, atau nilai. Evaluasi biasanya dilakukan untuk menginformasikan keputusan, meningkatkan kualitas, dan memberikan umpan balik yang berharga.

Strategi pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2012:13), strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi tersebut berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. Pada umumnya perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen, karena perusahaan inilah yang mampu menguasai pasar dalam jangka panjang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Marketing mix merupakan kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Variable dari bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu Produk (Product), Harga (Price), Saluran Distribusi (Place) dan Promosi (Promotion).

Dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Ekowisata Lembar Selatan, pendekatan yang berfokus pada 4P (Product, Price, Place, Promotion) dari marketing mix akan menjadi landasan utama. Kerangka berfikir ini akan mengintegrasikan minat wisatawan dengan masing-masing elemen 4P, memastikan keselarasan antara karakteristik lokasi dan preferensi wisatawan. Berikut adalah penjelasan tentang pendekatan 4P dalam konteks penelitian ini:

1. Product (Produk):

Produk wisata adalah inti dari pengalaman wisatawan. Dalam hal ini, produk meliputi aktivitas, fasilitas, dan pengalaman yang ditawarkan di Ekowisata Lembar Selatan. Dalam mengembangkan produk wisata, diperlukan pemahaman mendalam tentang minat dan preferensi wisatawan. Elemen alam, budaya, dan keunikan lokasi akan menjadi dasar pengembangan produk yang menarik dan sesuai. Ini melibatkan pengembangan aktivitas wisata yang unik, seperti jelajah alam, interaksi dengan budaya lokal, dan kegiatan edukatif yang melibatkan pengunjung.

2. Price (Harga):

Penentuan harga yang tepat adalah keseimbangan antara nilai yang diberikan oleh produk wisata dengan daya beli wisatawan. Harga harus mencerminkan kualitas dan pengalaman yang ditawarkan, sambil tetap kompetitif dibandingkan dengan destinasi serupa. Pendekatan penentuan harga dapat bervariasi tergantung pada segmen wisatawan yang ditargetkan, termasuk wisatawan lokal dan internasional

3. Place (Saluran Distribusi):

Saluran distribusi melibatkan aksesibilitas dan kenyamanan pengunjung untuk mencapai lokasi ekowisata. Upaya dalam meningkatkan saluran distribusi termasuk peningkatan infrastruktur jalan, pengembangan transportasi lokal, dan penyediaan informasi yang jelas tentang cara mencapai lokasi. Memahami perjalanan wisatawan dan menyediakan solusi aksesibilitas yang efisien adalah kunci dalam memastikan pengunjung dapat mencapai lokasi dengan mudah.

4. Promotion (Promosi):

Strategi promosi bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai dan daya tarik ekowisata kepada wisatawan potensial. Berbagai saluran promosi seperti media sosial, pameran pariwisata, situs web, dan kampanye promosi khusus akan digunakan. Informasi yang jelas dan menggugah akan disampaikan kepada target pasar dengan penekanan pada keunikan ekowisata dan manfaat dari kunjungan. Promosi juga dapat menggambarkan kontribusi ekowisata terhadap pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti, Herdiansyah (2010) dalam Atmoko (2014).

Lokasi Penelitian

Menurut sugiyono (2017:399) lokasi penelitian merupakan tempat dimana situasi atau topik tersebut akan diteliti. Adapun Lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh penulis bertempat di Ekowisata Lembar Selatan, Kecamatan Lembar, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Adapun alasan peneliti akan melakukan penelitian di Ekowisata Lembar Selatan karena di Ekowisata Lembar Selatan memiliki potensi yang besar untuk dipasarkan karena ada 3 jenis daya tarik wisata yang terdapat di kawasan tersebut sehingga diperlukannya strategi pemasaran yang baik.

Penentuan Informan

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, penentuan dan pemilihan informan menggunakan teknik purposiv sampling. Menurut sugiyono (2018:138) purposive sampling adalah penentuan informan dengan menggunakan pertimbangan tertentu dengan kriteria yang diinginkan agar dapat menjawab sampel yang akan diteliti. Beberapa orang informan yang dipilih oleh penulis sebagai informan kunci. Adapun informan kunci yang dimaksud adalah pengunjung yang memiliki pengalaman berwisata secara langsung yang cukup untuk memberikan informasi yang valid terkait kondisi Ekowisata Lembar Selatan. Informan yang telah disebutkan sebelumnya merupakan informan yang dipilih oleh penulis berdasarkan kapasitas mereka dan keperluan data yang diperlukan oleh penulis untuk menyelesaikan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, adapun jenis data yang akan dikumpulkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi dalam penelitian. Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis sumber data primer ini dari observasi penulis secara langsung dan hasil wawancara dari informan kunci.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain seperti jurnal. Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis jenis data sekunder diperoleh dari kajian pustaka, data statistik, website desa, serta ulasan-ulasan wisatawan dari media sosial yang sudah berkunjung ke Ekowisata Lembar Selatan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Notoatmodjo (2012:131), observasi atau pengamatan adalah suatu hasil dari perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya rangsangan. Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, kehadiran peneliti sebagai pengamat penuh dalam penelitian sangat dibutuhkan untuk mendapatkan data yang akurat dan dapat dipercaya.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode yang dipergunakan untuk mengumpulkan data, dimana peneliti mendapatkan keterangan atau informasi secara lisan dari seorang sasaran penelitian atau informan, Notoatmodjo (2012:139). Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis maka Untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan mendalam, diperlukan wawancara mendalam kepada informan-informan yang telah ditentukan

c. Dokumentasi

Selain daripada yang telah disebutkan sebelumnya studi Dokumentasi juga penting untuk dilakukan untuk menambah data-data yang diperlukan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain, Sugiyono ,(2009). Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis langkah-langkah yang akan dilakukan dalam proses analisis data yaitu:

1. Pengumpulan data

Dalam proses ini penulis mengumpulkan data di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Reduksi data

Pada proses ini data yang telah dikumpulkan oleh penulis di pilah-pilah sesuai dengan kebutuhan penelitian

3. Penyajian data

Penulis memaparkan hasil dari pengumpulan dan pemilahan data tersebut secara ilmiah

4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dari hasil penyajian data dan memperhatikan proses reduksi data agar kesimpulan yang ditarik tidak menyimpang dari data yang diperoleh.

Pengecekan Keabsahan Data

Menurut Moleong dalam Umayah “ kriteria keabsahan data ada empat macam yaitu: (1). Kepercayaan (credibility), (2). Keteralihan (tranferability), (3). Kebergantungan (dependability), dan (4). Kepastian (comfirmability).

Kredibilitas data dimaksudkan untuk membuktikan data berhasil dikumpulkan sesuai dengan sebenarnya. Adapun teknik yang dipakai untuk mencapai kredibilitas yaitu menggunakan teknik triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum Lokasi Penelitian

Wilayah Administrasi

Desa Lembar Selatan memiliki luas wilayah \pm 43335 m² yang dimana sebagian besar wilayahnya merupakan wilayah permukiman dengan total luas wilayah 150 m² dengan jumlah kk 3432, jumlah jiwa 10566. Terdiri dari 5349 jenis kelamin laki-laki dan 5217 perempuan. dengan Batas – batas wilayah sebagai Berikut :

Sebelah Utara	:	Desa Lembar
Sebelah Timur	:	Desa Jembatan Kembar
Sebelah Selatan	:	Desa Labuan Tereng
Sebelah Barat	:	Laut Selat Lombok

Wilayah Desa Lembar Selatan dengan luas 433.35 m² yang terdiri dari sebelas Dusun, yaitu Dusun Puyuhan, Dusun Lembar Barat, Dusun Lembar Dusun Cemare, Dusun Segenter, Dusun Padak, Dusun Lawang Kute, Dusun Batu Samban, Dusun Serumbang, Dusun Pesanggaran, Dusun Sepakat. Perangkat Desa menurut jenis jabatannya di Desa Lembar Selatan terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa Kaur Keuangan, Kaur Perencanaan, Kaur Tata Usaha dan Umum, Kasi Pemerintahan, Kasi Kesejahteraan, Kasi Pelayanan, dan Sebelas Dusun terdiri dari 45 Rukun Tangga (RT).

Kondisi Kependudukan

Penduduk merupakan obyek pelaksana pembangunan, dan demi pembangunan pula diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Banyaknya jumlah penduduk yang dimiliki oleh suatu wilayah merupakan potensi yang ada pada wilayah itu, sehingga diperlukan langkah pengembangan dan pengelolaan yang tepat agar potensi tersebut dapat dimanfaatkan sebaik- baiknya demi kesejahteraan penduduk tersebut.

Tabel 1. Kondisi Penduduk

Jumlah Penduduk menurut jenis kelamin						
	Lembar Selatan	Laki-laki	perempuan	Jumlah	rasio	
		5960	5802	11762	102.07	
Kepadatan penduduk						
	Lembar Selatan	Luas Wilayah	Jumlah Penduduk	Kepadatan penduduk (jiwa/km ²)		
		5.88	11762	2.00%		
Penduduk menurut kelompok umur						
	Lembar Selatan	0 s/d 4	5 s/d 9	10 s/d 14	15 s/d 19	20 s/d 24
		848	890	906	837	817
		25 s/d 29	30 s/d 34	35 s/d 39	40 s/d 44	45 s/d 49
		803	757	764	708	615
		50 s/d 54	55 s/d 59	60 s/d 64	65 +	Jumlah
		499	318	217	338	4298

Sumber : Data BPS Kecamatan Lembar dalam Angka 2021

Berdasarkan data tersebut Desa Lembar Selatan terdiri dari Dusun dengan jumlah penduduk sebesar 11.762 jiwa merupakan salah satu dari 10 Desa di Kecamatan Lembar. Kepadatan penduduk Desa Lembar Selatan pada tahun 2021 mencapai 2% jiwa/km² terdiri dari Laki-Laki 5960 jiwa dan Perempuan 5802 jiwa.

Produktifitas suatu daerah juga di tentukan berdasarkan jumlah penduduk berdasarkan rasio usia. Berdasarkan informasi data tahun 2021 di atas dapat dilihat bahwa di Desa Lembar Selatan dihuni oleh penduduk dengan rasio umur lebih banyak di bawah 65 tahun dengan rentan usia 20 – 40 tahun (Dewasa awal) yang berjumlah 3141 orang. Pada tahap dewasa awal yaitu usia (20 – 40 tahun) umumnya sudah mulai mencari penghasilan sendiri dan tidak bergantung kepada orang tua lagi. Semakin banyak masyarakat yang berada pada tingkat dewasa awal yang tidak bergantung lagi

kepada orang tua dan mulai mencari penghasilan sendiri semakin banyak juga lapangan pekerjaan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan lapangan pekerjaan dapat terpenuhi dengan cara mengembangkan potensi yang dimiliki desa tentunya dalam bidang pariwisata, karena dengan dikembangkannya sektor pariwisata khususnya di desa dapat memperbanyak lowongan pekerjaan dan terbentuknya usaha-usaha yang dapat dibangun, sehingga ekonomi masyarakat desa tersebut dapat meningkat dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

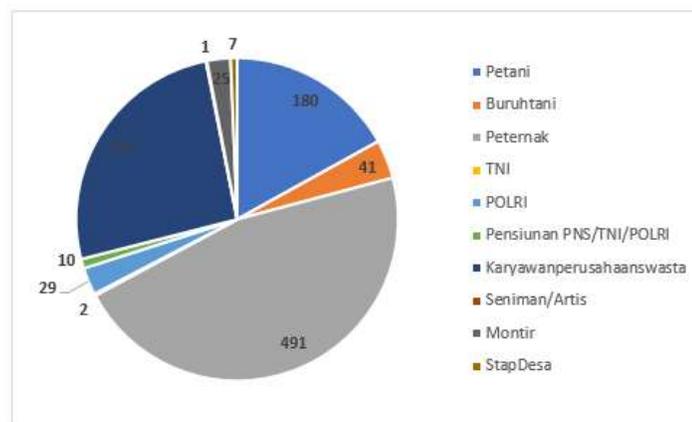
Kondisi Sosial Budaya

Mayoritas mata pencarian penduduk Desa Lembar Selatan bergerak dibidang perikanan. Permasalahan yang sering muncul berkaitan dengan mata pencaharian penduduk adalah terbatasnya lapangan pekerjaan yang sesuai dengan tingkat perkembangan penduduk sebagai mana tertuang dalam perencanaan pembanguana ndaerah Kabupaten Lombok Barat. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pembangunan desa adalah melakukan usaha perluasan kesempatan kerja dengan melakukan penguatan modal dan fasilitasi sebagai modal untuk pengembangan usaha khususnya di ekonomi produktif.

Tingkat angka kemiskinan Desa Lembar Selatan yang masih tinggi menjadikan Desa Lembar Selatan harus mencari peluang lain yang dapat menunjang peningkatan taraf ekonomi masyarakat. Banyaknya kegiatan Ormas di Desa Lembar Selatan seperti RT, LPMD, PKK, KarangTaruna, Remaja Masjid, Jamiyah Yasin, Dharma wanita, Posyandu, Kelompok Arisan, Kelompok Nelayan, kelompok ternak merupakan asset desa yang bermanfaat untuk dijadikan media penyampaian informasi dalam setiap proses pembangunan desa pada masyarakat.

3.1.1. Kondisi Ekonomi

Warga Desa Lembar Selatan Kebanyakan bekerja sebagai pedagang dan sebagian besar juga menjadi nelayan karena dikawasan tersebut adalah wilayah yang dekat dengan laut jadi tidak heran jika warga Desa Lembar selatan menjadi nelayan dan tidak sedikit juga sebagian warga Desa Lembar menajadi peternak.



Gambar 1. Grafik Pekerjaan Penduduk Lembar Selatan Tahun 2019

Jika dilihat dari Data Pekerjaan mata pencaharian penduduk Desa Lembar Selatan Pedagang Nelayan Peternak PNS Swasta Petani dari diagram di atas, warga yang menajdi pegawai Negeri sipil (PNS) di Desa Lembar Selatan sangat Sedikit di dibandingkan dengan warga yang kerja sebagai petani.

Analisis Penelitian

Produk (Product)

Promosi (Promotion) Analisis mengenai potensi alam dan budaya di Ekowisata Lembar Selatan menunjukkan yang didapatkan dari berbagai sumber bahwa terdapat daya tarik yang signifikan dalam bentuk keindahan alam, aktivitas unik, dan pengalaman budaya lokal. Hal tersebut didukung berdasarkan ditemukan terdapat 3 potensial produk wisata yang dapat menjadi daya Tarik minat wisatawan antara lain hutan mangrove, wisata bahari dan makam keramat.



Gambar 2. Produk Wisata Lembar Selatan

Selain hasil dari observasi, penulis melakukan wawancara terhadap salah satu wisatawan yang bernama Bayu Amir Usman yang berkunjung ke Ekowisata Lembar Selatan, dimana (Bayu Amir Usman, 01/08/2023) menyatakan bahwa :

“Bagi saya di Ekowisata Lembar Selatan ini sangat bagus, mengingat wisata hutan mangrove yang sebelumnya hanya saya ketahui untuk mendapatkan pengalaman berjalan di hutan mangrove hanya bisa di Bali saja, namun dengan adanya wisata hutan mangrove di Lombok ini saya tidak perlu pergi jauh dan tanpa biaya yang besar ternyata dapat menikmati perjalanan di tengah hutan mangrove sebanding dengan di bali. Namun alangkah baiknya wisata hutan mangrove tidak hanya bersifat kenikmatan visual saja namun alangkah baiknya terdapat paket yang bersifat berinteraksi dengan alam dimana sebagai salah satu contoh terdapat paket untuk ikut menanam mangrove bersama-sama” Oleh karena itu, pengembangan produk wisata yang berfokus pada pengalaman alam yang mendalam dan interaksi budaya lokal diidentifikasi sebagai langkah penting dalam meningkatkan minat wisatawan.

Harga (Price)

Analisis data dari survei wisatawan menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung bersedia membayar harga yang sesuai dengan nilai yang mereka terima dari pengalaman di Ekowisata Lembar Selatan.

Dari analisis data harga di destinasi serupa dan pertimbangan biaya operasional, disarankan untuk menetapkan harga yang bersaing namun mencerminkan kualitas produk wisata yang ditawarkan. Hal tersebut didukung berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara terhadap salah satu wisatawan (Johan Kartolo, 03/08/2023) menyatakan bahwa :

“Menurut saya untuk biaya paket wisata maupun biaya-biaya lainnya yang ada di tempat wisata harus menyesuaikan dengan pengalaman yang diterima oleh wisatawan itu sendiri namun hal tersebut juga harus didukung dengan kualitas pelayanannya. Karena menurut saya apabila pelayanan yang

diberikan semaksimal mungkin dan ditambah dengan pengalaman menarik yang wisatawan dapat di tempat wisata tersebut sangat memungkinkan wisatawan tersebut akan berani membayar lebih sekaligus mereka akan berkunjung kembali dengan membawa teman-temannya yang lain.”

Saluran Distribusi (Place)

Data terkait saluran distribusi menunjukkan bahwa aksesibilitas menuju Ekowisata Lembar Selatan masih perlu ditingkatkan. Infrastruktur jalan dan transportasi lokal perlu diperbaiki untuk memudahkan wisatawan mencapai lokasi. Data dari survei juga menunjukkan bahwa wisatawan lebih cenderung mengunjungi destinasi yang mudah diakses. Oleh karena itu, perlu dilakukan investasi dalam peningkatan aksesibilitas. Informasi tersebut juga didukung dari berbagai sumber informasi wawancara wisatawan. (Khairul Umam, 10/08/2023) mengatakan bahwa :

“Untuk saya saebagai penduduk di luar pulau Lombok yang mana belum mengetahui letak pasti ekowisata lembar selatan, agak sulit menemukannya melalui google maps, selain itu aksesibilitas jalan untuk menuju tempat wisata mangrove masih belum belum memadai karena akses jalan becek dan banyak kayu jembatan yang lapuk sehingga menurut saya berbahaya bagi wisatawan”

Promosi (Promotion)

Hasil analisis data media sosial dan ulasan wisatawan menunjukkan bahwa ekowisata ini belum memiliki eksposur yang optimal. Ulasan wisatawan menyoroti kurangnya informasi yang jelas mengenai keunikan dan aktivitas yang ditawarkan. Oleh karena itu, disarankan untuk merancang strategi promosi yang efektif melalui media sosial, serta berpartisipasi dalam pameran pariwisata lokal dan nasional untuk meningkatkan visibilitas destinasi. Pernyataan tersebut didukung dari informasi yang didapat penulis berdasarkan beberapa komentar postingan yang mengambil lokasi di ekowisata lembar selatan.



Gambar 3. Komentar di Sosial Media

Komentar-komentar yang di berikan oleh beberapa pengguna media sosial menyatakan bahwa ternyata banyak orang yang tidak mengetahui terdapat ekowisata di Lembar selatan yang memberikan pemandangan hutan mangrove. hal tersebut juga didukung dari hasil wawancara dari salah satu responden yang merupakan penduduk di Nusa tenggara Barat (Samsul Hadi, 01/08/2023) menyatakan bahwa :

“Sejujurnya, saya belum pernah mendengar tentang ekowisata di hutan mangrove di Lembar Selatan. Baik melalui media sosial maupun informasi-informasi lainnya. Mungkin itu disebabkan kurangnya promosi dari pihak pengelola dengan menyebarkan informasi terkait wisata mangrove tersebut.”

Hasil Penelitian

Evaluasi Produk

Berdasarkan informasi mayoritas responden, dimana dari tiga jenis wisata yang mencakup wisata bahari, hutan mangrove, dan makam keramat. Dari tiga jenis tersebut, hutan mangrove memiliki potensi yang signifikan untuk ditingkatkan melalui pengembangan produk yang menekankan interaksi langsung dengan alam. Hal ini dapat meningkatkan minat wisatawan dan memberikan dampak positif terhadap pariwisata ekowisata di daerah tersebut.

Pernyataan tersebut didukung dari beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Smith dan Johnson (2020), mengidentifikasi bahwa wisatawan semakin tertarik pada pengalaman yang mendalam dan interaktif dengan lingkungan alam. Hutan mangrove, dengan keanekaragaman hayati dan ekosistem uniknya, memiliki potensi untuk memberikan pengalaman langsung yang memikat bagi wisatawan. Selain itu, Hughes et al. (2018) menunjukkan bahwa wisatawan modern cenderung mencari pengalaman yang memberikan kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam aktivitas alam dan konservasi.

Sehingga penulis merekomendasikan untuk produk wisata di Lembar Selatan lebih menekankan beberapa aspek sebagai berikut :

1. Pengembangan Jalur Interaktif: Mengembangkan jalur eksplorasi hutan mangrove yang memungkinkan wisatawan untuk berinteraksi langsung dengan alam. Jalur ini bisa mencakup papan informasi edukatif, pemanduan oleh ahli lingkungan, atau aktivitas interaktif seperti pemulihan tanaman mangrove.
2. Aktivitas Pendidikan Alam: Menawarkan aktivitas edukatif yang memberi pemahaman lebih dalam tentang pentingnya ekosistem mangrove dan peran pentingnya dalam menjaga lingkungan. Ini dapat melibatkan program pelatihan, lokakarya, atau ceramah tentang keanekaragaman hayati lokal.
3. Pengamatan Satwa Liar: Meningkatkan kesempatan untuk pengamatan satwa liar di dalam hutan mangrove. Ini dapat mencakup perahu wisata yang dirancang khusus untuk menjelajahi habitat satwa liar atau platform observasi yang aman.
4. Aktivitas Berkelanjutan: Mendorong partisipasi dalam aktivitas konservasi, seperti penanaman pohon mangrove atau kegiatan pembersihan pantai, untuk memberikan pengalaman yang bermakna dan positif bagi wisatawan.

Melalui pengembangan produk yang lebih berfokus pada interaksi langsung dengan alam di hutan mangrove, ekowisata Lembar Selatan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan dan menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan berarti. Hal ini sesuai dengan tren global dalam pariwisata alam dan berpotensi memberikan manfaat jangka panjang baik bagi wisatawan maupun lingkungan.

Evaluasi Harga

Berdasarkan hasil Analisis sebelumnya yang bersumber dari wawancara wisatawan dapat disimpulkan bahwa wisatawan cenderung bersedia membayar harga yang sesuai dengan nilai pengalaman yang diterima di Ekowisata Lembar Selatan. Sebagian besar responden menilai bahwa harga yang dikenakan sebanding dengan pengalaman alam, aktivitas, dan keunikan budaya yang ditawarkan oleh destinasi. Beberapa responden bahkan menyatakan bahwa mereka akan lebih memilih membayar lebih jika pengalaman yang mereka dapatkan sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

Analisis data harga di destinasi serupa dan pertimbangan biaya operasional destinasi menjadi faktor penting dalam menentukan harga di Ekowisata Lembar Selatan. Dalam membandingkan harga dengan destinasi serupa, harga di Ekowisata Lembar Selatan memiliki keseimbangan yang baik antara

biaya operasional dan kompetitivitas. Dengan mempertimbangkan berbagai aspek termasuk infrastruktur, fasilitas, dan aktivitas yang ditawarkan, harga tersebut mencerminkan nilai yang dapat dinikmati oleh wisatawan.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa pengaturan harga yang tepat dapat menjadi faktor penting dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Pernyataan tersebut didukung dari penelitian penelitian sebelumnya dimana Menurut studi yang dilakukan oleh Lee et al. (2019), konsep nilai adalah faktor penting dalam penilaian harga dan kepuasan wisatawan. Wisatawan cenderung membentuk persepsi tentang kualitas berdasarkan nilai yang mereka terima dari pengalaman wisata. Ini mendukung temuan bahwa wisatawan cenderung bersedia membayar harga yang sebanding dengan nilai pengalaman yang mereka peroleh. Menurut studi yang dilakukan oleh Butler dan Mao (2020), harga harus dipandang dalam konteks kompetitivitas global. Jika harga di Ekowisata Lembar Selatan dapat bersaing dengan destinasi serupa sambil tetap menawarkan kualitas dan nilai yang baik, ini dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Hal ini konsisten dengan temuan bahwa harga di destinasi tersebut memiliki keseimbangan yang baik antara biaya operasional dan kompetitivitas.

Evaluasi Lokasi

Berdasarkan hasil Analisis sebelumnya yang bersumber dari wawancara wisatawan dapat disimpulkan Infrastruktur yang memadai merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik dan kenyamanan wisatawan saat mengunjungi ekowisata Lembar Selatan. Saat ini, terdapat kebutuhan yang mendesak untuk investasi dalam infrastruktur guna meningkatkan aksesibilitas, fasilitas, dan kenyamanan di lokasi wisata ini. Pernyataan tersebut sebanding dengan penelitian oleh Zheng et al. (2019) menemukan bahwa aksesibilitas yang buruk dapat menjadi hambatan serius bagi pariwisata. Investasi dalam perbaikan jalan menuju ekowisata Lembar Selatan, termasuk peningkatan kualitas jalan dan pemberian petunjuk jalan yang jelas, dapat meningkatkan pengalaman perjalanan wisatawan. Menurut studi oleh Li et al. (2020), ketersediaan fasilitas umum seperti toilet, tempat istirahat, dan tempat penjualan makanan dan minuman dapat berdampak signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Investasi dalam infrastruktur ini dapat memberikan kenyamanan yang lebih baik bagi wisatawan selama kunjungan.

Evaluasi yang di rekomendasikan oleh penulis untuk Ekowisata Lembar Selatan pada aspek lokasi sebagai berikut

1. Perbaikan Infrastruktur Jalan: Melakukan perbaikan jalan menuju ekowisata Lembar Selatan, termasuk tanda petunjuk yang jelas, untuk memastikan aksesibilitas yang lebih baik bagi wisatawan.
2. Peningkatan Fasilitas Umum: Meningkatkan ketersediaan fasilitas seperti toilet, tempat istirahat, dan area makan di lokasi wisata untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.
3. Pengelolaan Lingkungan: Menginvestasikan dalam pengelolaan limbah dan penataan lingkungan untuk menciptakan suasana yang bersih dan estetis.

Investasi dalam infrastruktur yang memadai di ekowisata Lembar Selatan merupakan langkah penting untuk meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan. Dengan memperbaiki aksesibilitas, meningkatkan fasilitas umum, dan menciptakan lingkungan yang bersih dan menarik, lokasi wisata ini dapat menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan dampak positif pada pariwisata daerah tersebut.

Evaluasi Promosi

Berdasarkan hasil Analisis sebelumnya yang bersumber dari wawancara wisatawan dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan melalui sosial media masih kurang efektif. Dimana promosi yang merupakan kunci untuk menarik minat dan perhatian wisatawan terhadap ekowisata Lembar Selatan dalam era digital ini yaitu dengan memanfaatkan fitur fitur media sosial seperti iklan

dan broadcast. Pernyataan tersebut sebanding dengan penelitian oleh Wang et al. (2019) menemukan bahwa banyak destinasi pariwisata masih belum memanfaatkan potensi penuh media sosial untuk promosi. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya informasi yang tersedia bagi wisatawan di platform yang mereka gunakan. Penelitian oleh Kim dan Lee (2019) mengungkapkan bahwa konten visual dan menarik memiliki dampak besar dalam memikat perhatian wisatawan di media sosial. Gambar dan cerita yang menggambarkan keindahan dan pengalaman unik di ekowisata Lembar Selatan dapat lebih menarik bagi wisatawan.

Evaluasi yang di rekomendasikan oleh penulis untuk Ekowisata Lembar Selatan pada aspek promosi sebagai berikut

1. **Aktivitas Media Sosial yang Aktif:** Membuat dan mengelola akun media sosial resmi untuk ekowisata Lembar Selatan, termasuk di platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Aktivitas yang konsisten akan membantu menjaga kehadiran dan interaksi dengan calon wisatawan.
2. **Konten Visual yang Menarik:** Mengunggah gambar dan video yang menggambarkan keindahan alam, aktivitas, dan pengalaman di ekowisata tersebut. Menggunakan konten visual yang menarik dapat lebih efektif dalam menarik perhatian wisatawan.
3. **Interaksi dengan Wisatawan:** Merespon komentar, pertanyaan, dan umpan balik dari wisatawan di media sosial. Ini menunjukkan keterlibatan dan perhatian terhadap komunitas wisatawan.

Dengan mengoptimalkan kehadiran di media sosial melalui konten visual menarik dan interaksi yang aktif dengan wisatawan, ekowisata Lembar Selatan dapat memperluas jangkauan promosi dan menarik minat wisatawan lebih luas. Memanfaatkan potensi media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan pariwisata di daerah tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah disajikan, penelitian ini menyajikan rangkuman yang komprehensif tentang faktor-faktor penting dalam ekowisata Lembar Selatan yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Analisis fokus pada empat elemen bauran pemasaran (product, price, place, dan promotion) serta aspek infrastruktur lokasi. Dari hasil analisis yang telah diuraikan:

1. **Evaluasi Produk:**

Hasil analisis mengungkapkan bahwa hutan mangrove di ekowisata Lembar Selatan memiliki potensi besar untuk ditingkatkan melalui pengembangan produk yang menekankan interaksi langsung dengan alam. Ini didukung oleh temuan dari penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa wisatawan semakin tertarik pada pengalaman yang mendalam dan interaktif dengan lingkungan alam. Oleh karena itu, rekomendasi untuk pengembangan jalur interaktif, aktivitas pendidikan alam, pengamatan satwa liar, dan aktivitas berkelanjutan di dalam hutan mangrove akan memberikan dampak positif terhadap minat dan pengalaman wisatawan.
2. **Evaluasi Harga:**

Hasil analisis menyimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap harga di ekowisata Lembar Selatan sesuai dengan nilai dan kualitas pengalaman yang mereka terima. Penilaian positif terhadap kualitas pengalaman dan harga yang kompetitif dapat memberikan daya tarik yang lebih besar bagi wisatawan dan berpotensi meningkatkan kepuasan serta kesediaan membayar harga yang sesuai. Rekomendasi berdasarkan penelitian terdahulu mengacu pada pentingnya konsep nilai dalam penilaian harga dan kompetitivitas global.
3. **Evaluasi Lokasi:**

Infrastruktur yang memadai di lokasi ekowisata Lembar Selatan sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan. Investasi dalam perbaikan jalan, peningkatan fasilitas umum, dan pengelolaan lingkungan adalah langkah-langkah yang direkomendasikan berdasarkan penelitian terdahulu yang menyoroti pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.
4. **Evaluasi Promosi:**

Promosi di media sosial terbukti kurang efektif berdasarkan hasil analisis. Dukungan dari penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya media sosial dalam mempengaruhi niat wisatawan untuk mengunjungi

destinasi. Oleh karena itu, rekomendasi berfokus pada aktivitas media sosial yang aktif, konten visual menarik, dan interaksi yang berkelanjutan dengan wisatawan.

Melalui analisis mendalam terhadap berbagai aspek evaluasi produk, harga, lokasi, dan promosi, dapat disimpulkan bahwa upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan di ekowisata Lembar Selatan perlu berfokus pada pengembangan produk yang interaktif, penetapan harga yang sesuai dengan nilai pengalaman, investasi dalam infrastruktur lokasi, dan optimalisasi promosi di media sosial. Dengan mengimplementasikan rekomendasi dari hasil analisis dan mengacu pada dukungan penelitian sebelumnya, ekowisata Lembar Selatan dapat lebih berhasil dalam menarik minat wisatawan dan meningkatkan pengalaman mereka di destinasi tersebut..

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, kami ingin mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi panduan bagi pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan Ekowisata Lembar Selatan:

1. Pengembangan Produk yang Kreatif:

Terus kembangkan aktivitas dan pengalaman unik yang menggabungkan aspek alam, budaya, dan keberlanjutan. Inovasi dalam pengembangan produk akan menjaga daya tarik destinasi tetap segar bagi pengunjung.

2. Penetapan Harga yang Seimbang:

Lanjutkan evaluasi harga berdasarkan analisis nilai yang ditawarkan dan pertimbangan kompetitif. Tetap sensitif terhadap perubahan tren pasar dan respons wisatawan terhadap harga.

3. Infrastruktur dan Aksesibilitas:

Investasikan dalam peningkatan infrastruktur jalan dan fasilitas transportasi lokal. Aksesibilitas yang baik akan memfasilitasi pengunjung dalam mencapai destinasi, meningkatkan kepuasan pengalaman mereka.

4. Promosi yang Tepat Sasaran:

Tingkatkan strategi promosi melalui platform media sosial, kampanye pemasaran online, dan partisipasi dalam pameran pariwisata. Tujuan promosi adalah untuk mengkomunikasikan keunikan dan nilai ekowisata kepada audiens yang tepat.

5. Partisipasi Masyarakat Lokal:

Libatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan promosi destinasi. Dukungan dari masyarakat lokal dapat meningkatkan pelestarian lingkungan, memperkaya pengalaman budaya, dan mendukung keberlanjutan.

6. Pemantauan dan Evaluasi Berkala:

Lakukan pemantauan dan evaluasi berkala terhadap pelaksanaan strategi pemasaran. Analisis data kunjungan, umpan balik pengunjung, serta dampak ekonomi dan lingkungan akan membantu mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Elly, Septian Susanti. 2019. Strategi Pemasaran Pariwisata Di Wonosalam Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung (Studi Kasus Pasa Argowosata Di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang)
- [2] Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya Paramita: Jakarta.
- [3] Auliya. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Penyelenggaraan Cathay Pacific Travel Fair 2020". Jurnal Pemasaran 4, no. 3 (2021): 292.
- [4] Lestari, Sofiah Indah "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Destinasi Wisata Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat Labuan Bajo". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021.
- [5] Andina, A. S., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. Jurnal Pariwisata dan Budaya, 22(3), 27–38.
- [6] Toineno, A. R., & Anwani. (2018). Pengaruh Daya Tarik Stadion Sepakbola dan Akomodasi/Fasilitas Terhadap Minat Wisatawan di Stadion Maguwoharjo Sleman. Journal of Tourism and Economic, 1, 19–27.
- [7] Sejati, R. W. (2020). Survei Minat dan Problematika Pengunjung Terhadap Wahan Rekreasi Umbul Sidomukti di Kabupaten Semarang. Universitas Negeri Semarang.

- [8] Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [9] Kotler, Philip (2000) Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta :prenhalindo.
- [10] Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [11] Stanton,William J,2002. Prinsip Pemasaran,Edisi 7,Alih Bahasa:Y.Lamarto dan Sadu Sundaya,Erlangga, Jakarta
- [12] Kotler, Philip dan Kavin L, Keller. 2012. Marketing Management. 14th Edition New Jersey : Pearson Erlangga.
- [13] Zhang, X., & Chen, Q. (2020). Social media use and tourist behavioral intentions: An empirical study of Chinese tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100406.
- [14] Wang, D., Li, X. R., & Liu, H. (2019). How destination image and tourist satisfaction impact destination loyalty: A study of Chinese tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 1-8.
- [15] Kim, D., & Lee, C. K. (2019). Understanding the relationships between travelers' photo-sharing on social media and destination branding: The moderating role of involvement. *Sustainability*, 11(7), 2099.
- [16] Notoatmodjo, S. (2012). Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- [17] Soemantri, G. R. (2005). Memahami Metode Kualitatif. *MAKARA*, 57-66.
- [18] Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Industri Pariwisata. Bandung: Alfabeta.