

Pengembangan Strategi Pemasaran pada Destinasi Wisata Air Terjun Wai Boto di Desa Lapasi-Pasi

Andry Stepahnie Titing*, Muhamad Stiadi, Hanif Kurniadi, Suwanto Sunandar, Hendrik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sembilanbelas November Kolaka
*Email Korespondensi: andriestephan85@gmail.com

ABSTRACT

The targets of this activity are Wai Boto waterfall tourism managers and residents of Lapasi-pasi village, Lambai sub-district, North Kolaka Regency. The aim of this service activity is to provide knowledge about marketing and develop marketing strategies for Wai Boto waterfall tourism. The results of this community service activity are increasing knowledge about marketing and providing alternative new marketing strategies for Wai Boto waterfall tourism, namely: adding supporting facilities or facilities, optimizing social media as a marketing medium, training tourism managers. This strategy can be implemented by managers gradually or directly in order to increase the number of visitors. In this activity, the participants participated in the activity well until the event was finished. The managers and residents want activities like this to be held regularly so that the community has new insights for development, especially for tourism management and village progress.

Keywords

Development, Marketing Strategy, Tourist Destination, Lapasi-pasi Village.



BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol 5, No.3, 2023, pp. 188 - 194
eISSN 2721-6381

Article History

Received 11/8/2023 / Accepted 11/15/2023/ First Published: 11/16/2023

To cite this article: Titing, A., Stiadi, M., Kurniadi, H., Sunandar, S., & Hendrik, H. (2023). Pengembangan Strategi Pemasaran pada Destinasi Wisata Air Terjun Wai Boto di Desa Lapasi-Pasi. BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(3), 188 - 194.



© The Author(s)2023

. This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

ABSTRAK

Sasaran dari kegiatan ini adalah pengelola wisata air terjun Wai Boto dan warga desa Lapasi-pasi, kecamatan Lambai Kabupaten Kolaka Utara. Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu memberikan pengetahuan mengenai pemasaran serta mengembangkan strategi pemasaran wisata air terjun Wai Boto. Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini yaitu peningkatan pengetahuan mengenai pemasaran dan pemberian alternatif strategi pemasaran baru untuk wisata air terjun Wai Boto yaitu meliputi menambah sarana atau fasilitas pendukung, optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran, pelatihan pengelola wisata. Strategi tersebut dapat diterapkan pengelola secara bertahap maupun langsung agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Pada kegiatan ini para peserta mengikuti kegiatan dengan baik sampai acara selesai, para pengelola dan warga menginginkan kegiatan seperti ini dapat secara rutin terselenggara agar masyarakat memiliki wawasan baru untuk pengembangan khususnya untuk pengelolaan wisata dan kemajuan Desa.

Profil Penulis

**Andry Stepahnie Titing,
Muhamad Stiadi, Hanif
Kurniadi, Suwanto Sunandar,
Hendrik**
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas
Sembilanbelas November Kolaka,
Kolaka, Indonesia

Corresponding Author:
andriestephan85@gmail.com

Kata Kunci: *Pengembangan, Strategi Pemasaran, Desa Wisata, Desa Lapasi-Pasi.*

Reviewing Editor
Maya Mustika, STIE Indonesia
Jakarta

PENDAHULUAN

Wisata air terjun adalah salah satu dari banyak jenis destinasi wisata alam yang memiliki pesona dan daya tarik alam yang luar biasa (Argubi et al., 2021). Dengan pemandangan alam yang spektakuler, suara gemericik air yang menenangkan, dan pengalaman yang unik, destinasi seperti ini telah menjadi tujuan favorit para pengunjung yang mencari petualangan alam (Nurmanto et al., 2023). Namun, untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi, lingkungan yang berkelanjutan, serta pengalaman yang tak terlupakan bagi para pengunjung, pengembangan strategi pemasaran sangatlah penting (Maak et al., 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pengembangan strategi pemasaran untuk destinasi wisata air terjun adalah upaya yang bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara potensi luar biasa yang dimiliki oleh destinasi tersebut dan kurangnya eksposur dan pengelolaan yang efektif (Sholehurrohman et al., 2023), (Yuditama et al., 2020). Kegiatan ini melibatkan berbagai pihak, termasuk komunitas lokal, pemangku kepentingan disektor pariwisata, serta akademisi. Tujuannya adalah mengembangkan strategi pemasaran yang dapat mempromosikan destinasi wisata air terjun secara efektif, memberdayakan warga sekitar, dan menjaga keberlanjutan lingkungan.

Kegiatan pengabdian ini diinisiasi oleh pemahaman akan beberapa tantangan utama yang dihadapi destinasi wisata air terjun. Beberapa dari tantangan tersebut meliputi minimnya

pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan teknologi informasi dan media digital untuk mempromosikan destinasi, serta perluasan infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan untuk mengakomodasi pengunjung. Selain itu, pengelolaan yang berkelanjutan juga menjadi fokus utama, karena destinasi wisata air terjun seringkali sensitif terhadap dampak lingkungan dan budaya.

Destinasi yang akan dikembangkan strateginya adalah wisata air terjun Wai Boto di desa Lapasi-pasi. Melihat tantangan yang dihadapi wisata air terjun tersebut maka kami dari tim pengabdian masyarakat dari Universitas Sembilanbelas November Kolaka mengadakan kegiatan pengabdian dengan tema "Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Destinasi Wisata Air Terjun Wai Boto di Desa Lapasi-Pasi". Tujuan Utama kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan mengenai pemasaran dan memberikan alternatif pengembangan strategi pemasaran wisata air terjun Wai Boto desa Lapasi-pasi.

MATERI DAN METODE

Materi

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan kegiatan yaitu, tahap pertama yaitu pemaparan materi mengenai pemasaran, destinasi wisata dan pengembangan strategi pemasaran yang cocok untuk wisata air terjun Wai Boto di desa Lapasi-pasi. Selanjutnya yaitu tahap sesi pertanyaan dan diskusi, pada tahap ini peserta kegiatan diberikan kesempatan untuk menanggapi mengenai materi yang telah disampaikan maupun terkait masalah yang dihadapi serta terkait solusi yang mereka harapkan untuk pengembangan wisata.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu metode ceramah penyampaian materi mengenai pemasaran dan pengembangan strategi pemasaran serta adanya sesi diskusi yang dilaksanakan setelah sesi pemaparan materi selesai.

Waktu dan lokasi Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pengembangan Strategi Pemasaran destinasi wisata air terjun Wai Boto di desa Lapasi-pasi, kecamatan Lambai, kabupaten Kolaka Utara waktu pelaksanaannya yaitu pada Jumat 6 Oktober 2023.

HASIL DAN EVALUASI

Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini berisi beberapa agenda kegiatan yaitu diawali dengan pemaparan materi terkait pengantar pemasaran dan pengetahuan umum mengenai destinasi wisata. Kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi terkait jenis strategi pemasaran dan identifikasi kondisi desa wisata air terjun Wai Boto dan pemaparan pengembangan strategi pemasaran yang cocok untuk wisata Air terjun Wai Boto

Hasil dari kegiatan PKM melalui pemberian pemaparan pengetahuan dan wawasan mengenai pemasaran dan khususnya membahas mengenai strategi pemasaran yang cocok untuk wisata

Andry Stepahnie Titing et al.

Development, Marketing Strategy, Tourist Destination, Lapasi-pasi Village.

air terjun Wai Boto yaitu menambah sarana atau fasilitas pendukung, optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran, pelatihan pengelola wisata. Menambah sarana atau fasilitas pendukung berupa penyediaan toilet, tempat pembuangan sampah agar pengunjung tidak membuang sampah sembarangan, pembuatan jalan yang bagus dan aman, spot foto agar pengunjung dapat berfoto dan swafoto membagikan momen wisatanya dan papan penanda supaya memudahkan pengunjung untuk mengetahui lokasi destinasi wisata air terjun. Optimalisasi media sosial yaitu menggunakan media sosial seperti instagram untuk melakukan promosi dan pengenalan lebih luas kemasyarakat, pengelola melakukan pemindaian gambar secara rutin tempat wisata dan suasana wisata agar wisata air terjun semakin terekspos. Pelatihan pengelola wisata mengenai pentingnya peran wisata dan wisatawan terhadap kemajuan sebuah desa. Selanjutnya kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan kemampuan para warga dan pengelola wisata air terjun Wai Boto didesa Lapasi-pasi, semua peserta telah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat dengan baik dan kondusif sampai kegiatan selesai serta para peserta menginginkan agar kegiatan seperti ini rutin diadakan.



Gambar 1.
Pemaparan Materi



Gambar 2.
Sesi Tanya Jawab

Evaluasi kegiatan

Tahap ini merupakan salah satu tahap yang penting dalam kegiatan ini. Tahap evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta kegiatan dalam menerima materi. Bentuk evaluasi pada kegiatan ini yaitu peserta diberikan pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan terkait pemasaran dan strategi pemasaran. Jawaban peserta kegiatan menjadi tolak ukur dalam menilai keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tema pengembangan strategi pemasaran pada destinasi wisata bertujuan memberikan alternatif strategi pemasaran bagi pengelola wisata air terjun Wai Boto melalui pemberian pengetahuan dalam pengembangan strategi pemasaran kepada para pengelola wisata dan warga didesa Lapasi-pasi. Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat yaitu bertambahnya wawasan pengelola maupun masyarakat desa lapasi-pasi mengenai pemasaran dan mengetahui strategi pemasaran alternatif yaitu menambah sarana atau fasilitas pendukung, optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran, pelatihan pengelola wisata yang dapat diterapkan agar wisata air terjun Wai Boto meningkat jumlah pengunjungnya dan semakin dikenal luas. Semua peserta telah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat dengan baik dan kondusif sampai kegiatan selesai serta para warga maupun pengelola wisata air terjun Wai Boto menginginkan kegiatan ini dapat dilakukan secara rutin. Sebelum diadakanya kegiatan pengabdian ini pengetahuan mengenai strategi pemasaran para pelaku maupun warga di desa Lapasi-pasi masih kurang.

Saran Kegiatan Lanjutan

Saran yang dapat diberikan kepada pengelola wisata maupun warga di desa wisata air terjun Wai Boto desa Lapasi-pasi yaitu agar dapat menerapkan strategi yang disarankan oleh tim pengabdian kepada Masyarakat dan selalu bekerja sama dalam memajukan destinasi wisata air terjun Wai Boto. Kemudian juga perlunya sentuhan kreatifitas dan inovasi agar Masyarakat luas lebih tertarik datang berkunjung ke wisata air terjun Wai Boto.

REFERENSI

- Argubi, A. H., Tauhid, T., Jasman, J., & Nursansiw, D. A. (2021). Pengembangan Kawasan Sangiang, Komodo, Dan Sape (SAKOSA) Sebagai Destinasi Wisata Unggulan Di Kabupaten Bima. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(2), 77-94.
- Maak, C. S., Muga, M. P. L., & Kiak, N. T. (2022). Strategi Pengembangan Ekowisata terhadap Ekonomi Lokal pada Desa Wisata Fatumnasi. *OECOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 102-115.
- Nurmanto, V. C., Nugraha, R. N., Safitri, D., & Akwila, T. (2023). *Keunikan Alam Curug Cilember Megamendung sebagai Destinasi Andalan*. 6(2), 555-564.
- Sholehurrohman, R., Ilman, I. S., Heningtyas, Y., Muhaqiqin, Taufiq, R., & Pribadi, I. A. (2023). Pelatihan Pembuatan Website Untuk Peningkatan Publikasi Desa Wisata Di Desa Gebang, Kec. Padang Cermin, Kab. Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 29-35.

Andry Stepahnie Titing et al.

Development, Marketing Strategy, Tourist Destination, Lapasi-pasi Village.

Yuditama, A. P., Go, C., Rachman, F., Saliman, K., Ziyah Agrily, M., & Suryandaru, R. (2020).
Analisa Pengembangan Bisnis Sektor Pariwisata Di Desa Ciputri. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 2(1), 58–93.

Accepted author version posted online: 11/16/2023

Maya Mustika (Reviewing editor)

FUNDING

Sumber dana dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu bersumber dari dana mandiri tim pelaksana kegiatan PKM ini.

COMPETING INTERESTS

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.

