

## ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WISATA PADA BUMDES RAURO JAYA DESA WAWOANGI KECAMATAN SAMPOLAWA

Hardianto<sup>1</sup>, Muhammad Rais R<sup>1\*</sup>, Deki Pardana<sup>1</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran wisata pada Bumdes Rauro Jaya Desa Wawoangi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Populasi dalam penelitian adalah pengelola inti BUMDES Rauro Jaya Desa Wawoangi sebanyak 4 orang. Pengambilan sampel menggunakan non probability sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini 4 orang yang menjadi pengelola objek wisata desa Wawoangi (BUMDES) termasuk komisaris, ketua, bendahara, sekretaris, kepala unit usaha. Metode pengumpulan data meliputi observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Jembatan Lingkar Pantai Lapoili di Desa Wawoangi Kecamatan Sampolawa sebagai objek wisata yang menawarkan keindahan pantai dan pariwisata berkelanjutan. Tour ini dibanderol dengan harga Rp 5.000 untuk dewasa dan Rp 3.000 untuk anak-anak. Jalur distribusi, lokasi yang strategis, dan papan nama membantu wisatawan menemukan jembatan tersebut. Promosi dilakukan melalui sistem informasi lisan, tanpa website resmi. Perlakuan khusus diberikan kepada wisatawan, dan prosesnya baik, meskipun kesalahan mungkin saja terjadi. Lingkungan fisik berupa gazebo, masjid, tempat parkir, dan jalan beraspal, meskipun sedang dalam tahap pembangunan

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Wisata BUMDES

**Abstract:** *This research aims to find out the tourism marketing strategy at Bumdes Rauro Jaya Wawoangi Village. The type of research used is qualitative research. The population in the study were 4 core managers of BUMDES Rauro Jaya Wawoangi Village. Samples were taken using non-probability sampling. The number of samples in this study was 4 people who were managers of the Wawoangi village tourist attraction (BUMDES) including commissioner, chairman, treasurer, secretary, head of business unit. Data collection methods include direct observation, in-depth interviews, and documentation. The data analysis technique used is qualitative descriptive analysis. The research results show that the Lapoili Beach Ring Bridge in Wawoangi Village, Sampolawa District is a tourist attraction that offers beautiful beaches and sustainable tourism. This tour is priced at IDR 5,000 for adults and IDR 3,000 for children. Distribution routes, strategic location and signage help tourists find the bridge. Promotion is carried out through an oral information system, without an official website. Special treatment is given to tourists, and the process is good, although mistakes may occur. The physical environment consists of a gazebo, mosque, parking lot and paved road, although it is currently under construction*

**Keywords:** *Marketing Strategy, BUMDES Tourism*

### 1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan potensi ekonomi yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah, yang meliputi upaya pemberdayaan, usaha pariwisata, daya tarik wisata, dan berbagai kegiatan. Hal ini merupakan bagian integral dari budaya lokal, memungkinkan masyarakat untuk menggunakan waktu luang mereka, memperluas pengetahuan mereka, dan menghilangkan kepenatan dari kesibukan

Korespondensi: Muhammad Rais R, Email: raismuhamad000@gmail.com

pekerjaan. Pariwisata juga memainkan peran penting dalam meningkatkan hubungan masyarakat dan mendorong pembangunan daerah (Suryadana, 2015:30)

Kekhasan pariwisata Indonesia menarik wisatawan dan bersaing dengan daerah dan kota lain. Pariwisata lokal menarik dan bermanfaat bagi masyarakat. Di era globalisasi, pariwisata akan menggerakkan perekonomian dunia, memberikan pendapatan bagi daerah. Namun persaingannya sangat ketat, dengan daerah-daerah yang bersaing untuk mendapatkan sumber daya, relokasi, dan pengunjung ((Adis, 2021:5)

Pemasaran pariwisata dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara signifikan, terbukti dengan semakin meningkatnya pengembangan dan pemanfaatan pariwisata di daerah tertentu (Tety,2020). Indonesia mengambil langkah pengembangan atraksi wisata melalui penelitian dan observasi, dengan fokus pada potensi dan permasalahan. Perbaikan kebijakan diperlukan karena menurunnya minyak sebagai penghasil devisa utama, menurunnya ekspor nonmigas, meningkatnya prospek pariwisata, dan potensi pariwisata. Sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian suatu negara atau daerah, khususnya di negara kepulauan seperti Indonesia (Adis,2021). Pemerintah menerapkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) untuk merangsang pertumbuhan ekonomi pedesaan melalui kewirausahaan desa (Aziz,2022). BUMDES bertujuan untuk mengoptimalkan aset desa, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan, yang pada akhirnya mengarah pada kemandirian desa dan pengentasan kemiskinan (Amelina,2014).

Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) adalah lembaga yang mengelola aset dan sumber daya ekonomi desa untuk mengoptimalkan aset desa, meningkatkan usaha masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan mengembangkan perekonomian. Dengan menerapkan strategi pemasaran, BUMDES Rauro Jaya dapat meningkatkan pendapatan, meningkatkan taraf hidup, dan memperluas kesempatan kerja bagi Masyarakat (Fahmi, 2015). Strategi pemasaran dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti kekuatan dan kelemahan manajemen fungsional, dan kondisi eksternal seperti lingkungan industri, lingkungan makro bisnis, faktor ekonomi, politik, hukum, teknologi, populasi, dan sosial budaya (Anwar, 2017)

Saat libur Paskah, keluarga mengunjungi berbagai tempat wisata, seperti Destinasi Wisata Jembatan Lingkar di Sampolawa. Objek wisata yang didirikan pada tahun 2018 ini masih dalam tahap pengembangan, infrastruktur dan pengaspalannya belum selesai. Hal ini mungkin mengindikasikan kurangnya kerjasama antara pemerintah dan BUMDES Rauro Jaya, serta minimnya anggaran untuk pariwisata. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Pada BUMDES".

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Rauro Jaya di Desa Wawoangi Kabupaten Buton Selatan. Populasinya terdiri dari empat manajer inti yang meliputi komisaris, ketua, bendahara, sekretaris, dan kepala unit usaha. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yaitu menggunakan sampling jenuh. Metode pengumpulan data meliputi observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian melalui pengumpulan data dan informasi yang diperoleh langsung dari lapangan (Emzir,2019). Penelitian ini meliputi pengumpulan data, pencatatan, reduksi data, dan penyajian data. Reduksi data meliputi penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data, sedangkan penyajian data meliputi penyajian data dalam bentuk narasi, matriks, skema, diagram, dan gambar untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sebaran BUMDES dan pengelolanya, dengan fokus pada peran dan tanggung jawabnya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan BUMDES Rauro Jaya Desa Wawoangi yaitu pengelolaan wisata lapoili, rencana pengembangan usaha BUMDES Rauro Jaya Desa Wawoangi untuk pengolahan hasil pertanian pisang yaitu pembuatan abon jantung pisang dan keripik pisang kemudian pengembangan wisata lapoili yaitu kegiatan penunjang wisata laut lapoili dengan melakukan pembenahan lapak jual masyarakat dan melalui dana desa dengan membangun restoran dan villa yang akan dikelola oleh BUMDES.

Pembangunan Wisata Jembatan Lingkar Lapoili diawali dengan pembuatan master plan sesuai kondisi alam yang berjarak 200meter dari lokasi pemukiman sehingga letak wisata tidak mengganggu aktifitas warga. Kawasan Wisata Jembatan Lingkar Lapoili di Desa Wawoangi Kecamatan itu untuk menjamin kepastian kenyamanan pengunjung wisata, Pemerintahan yang berkaitan dengan perilaku masyarakat terhadap pengunjung antara lain perkelahian, asusila dan berbagai penyakit masyarakat lainnya. Berikut beberapa regulasi yang diterbitkan:

- 1) Peraturan Desa Wawoangi tentang RPJM Desa.
- 2) Peraturan Desa Wawoangi tentang Pungutan Desa.
- 3) SOP BUMDES tentang Pengelolaan Wisata Jembatan Lingkar Lapoili.

Lounging perdana tanggal 31 Juli 2020 s/d 31 Agustus 2020, jumlah pengunjung dari dalam Buton Selatan berjumlah 6.135 Orang dan dari luar Buton Selatan sebanyak 5.210. Rata-rata retribusi karcis sebesar Rp 4.800.000/hari. Kelengkapan wisata dari item uraian yang terdapat pada tempat jualan, hasil usaha desa yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa yaitu ban, parkir, sewa lapak, sewa banana boat, perahu bebek, perahu saat ini yang sudah beroperasi adalah retribusi masuk kawasan, biaya kebersihan dari lapak, sewa WC

Wisata Jembatan Lingkar Lapoili telah melakukan aktifitas kegiatan Wisata yang eksis sejak tanggal 31 Juli 2020 hingga saat ini. Hadirnya pengunjung karena ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung seperti tempat parkir, jembatan titian, view yang indah, gazebo dan pendukung lainnya yang dapat menarik pengunjung untuk berwisata di Jembatan Lingkar Lapoili. Adanya aktifitas pengunjung yang terus-menerus dapat melibatkan masyarakat Desa sebagai pengelola Wisata yang direkrut dan di SK kan oleh Badan Usaha Milik Desa Rauro Jaya melalui tahapan seleksi yang diatur melalui SOP Wisata dan Perdes Pungutan Desa.

#### **Strategi Pemasaran wisata BUMDES Rauro Jaya Desa Wawoangi**

##### Produk

Desa Wawoangi yang terletak di Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan. Desa Wawoangi memiliki sumber daya alam yang potensial yaitu Wisata Pantai La poili, destinasi wisata jembatan lingkar yang berada diatas laut, indah dan pemandangan lautan lepas yang terlihat jelas Pantai La Poili merupakan destinasi wisata baru di Desa Wawoangi. Pantai ini dulunya hanyalah hamparan batu karang di bawah tebing, kini disulap menjadi pantai yang indah.

"Ya, Pantai Lapoili dengan view jembatan lingkar sangat menarik dikunjungi Untuk fasilitas belum memadai, sebab jembatan lingkar masih dalam proses tahap pembangunan. Akan tetapi dengan fasilitas yang tersedia hari ini cukup memberi nilai utamanya ekonomi masyarakat dan pemasukan bagi pemerintah desa tentunya."(wawancara dengan AG, Direktur BUMDES)

Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat diketahui bahwa BUMDES Rauro Jaya menyajikan wisata jembatan lingkar di pantai Lapoili sebagai produk unggulan yang ditawarkan kepada pihak wisatawan

#### Harga

Harga mencerminkan kemampuan daya beli wisata jembatan lingkar lapoili terhadap produk dan layanan wisata yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan kepada wisatawan hendaknya masuk akal dan tidak merugikan wisatawan. Informasi harga harus jelas dengan memberikan informasi harga pada setiap produk dan jasa yang ditawarkan. Harga disesuaikan dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan kepada wisatawan. Untuk mendukung pariwisata berkelanjutan sebaiknya dalam penetapan harga sudah memperhatikan biaya pemeliharaan dan perawatan lingkungan. Berdasarkan hasil wawancara dengan AG direktur BUMDES Rauro Jaya Desa Wawoangi beliau mengatakan bahwa:

“Untuk harga yang kami berikan hanya dikenai biaya retribusi perkepala yakni dengan tingkat dewasa sebesar Rp. 5.000 (Lima Ribu Rupiah) dan untuk anak-anak sebesar Rp.3.000 (Tiga Ribu Rupiah), harga retribusi yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan pengunjung atau wisatawan, yang diterapkan sesuai dengan peraturan desa. Kemudian harga ini juga kami berikan sesuai dengan kualitas layanan yang ada”

Berdasarkan pernyataan di atas diperkuat dengan wawancara maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga dari wisata jembatan lingkar pantai Lapoili yang diberikan oleh BUMDES Rauro Jaya Desa Wawoangi kepada para wisatawan masi dalam ketegori wajar dan sesuai dengan kemampuan pengunjung yang datang. Sehingga cukup mampu membantu menarik pengujung untuk menikmati keindahan yang disajikan

#### Saluran distribusi

Saluran distribusi memiliki peran penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan dengan cara merancang produk wisata yang sesuai dengan visi pembangunan pariwisata berkelanjutan. Artinya bahwa pemilihan lokasi, pemilihan biro, agen perjalanan yang tepat dan komunikasi sebagai saluran distribusi kepada wisatawan. Berdasarkan hasil temuan dilapanga ditambah dengan hasil wawancara dengan bapak La Ode Yayan Subarwin, S.Pd, beliau menyampaikan bahwa:

“Iya, akses untuk menuju pantai jembatan lingkar ini sangat mudah dijangkau semua jenis kendaraan baik roda empat dan roda dua sudah dapat masuk menuju lokasi wisata, hal ini dikarenakan akses jalan sudah beraspal, kemudian papan nama yang di pasang tepat di depan pintu masuk sangat membantu untuk menunjukkan lokasi wisata, kemudian juga jika menggunakan website Goggle Maps sudah terdaftar sehingga mempermudah pengunjung atau wisatawan yang akan datang kemudian lahan parkir yang telah disediakan bagi para wisatawan”

Berdasarkan pernyataan di atas maka yang dapat diketahui bahwa dari segi akses menuju jembatan lingkar pantai lapoili sangat mudah di akses hal ini terbukti dengan akses jalan yang beraspal sehingga memudahkan wisatawan yang datang, lahan parkir yang luas serta jelasnya papan informasi yang sangat jelas tepat pada pintu masuk jembatan lingkar sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung.

#### Promosi

Pengembangan promosi perlu mempertimbangkan anggaran dan bauran promosi yang digunakan. Strategi promosi meliputi iklan, penjualan, dan pencitraan sedangkan strategi media dibagi dengan media berbayar, media milik sendiri, media yang diperoleh dan endorser (Wicaksono and Yunitasari, 2018). Pengembangan promosi wisata dengan

menggunakan media teknologi seperti media sosial, website, instagram, youtube, facebook, google, dan lainnya merupakan salah satu strategi pengembangan pemasaran pariwisata berkelanjutan. Maka berdasarkan hasil wawancara yang didapat oleh narasumber La Ode Yayan Subarwin, S.Pd, beliau menyampaikan bahwa:

“Mengenai promosi strategi yang dilakukan oleh BUMDES adalah berupaya menggunakan media sosial yang ada seperti hasil dokumentasi yang ada di publikasikan seperti Whatsapp, Facebook, dan media sosial lainnya dan kemudian berharap dari promosi dari mulut-kemulut. Walaupun Tidak ada akun resmi dari jembatan lingkaran di media sosial dalam mempromosikan dirinya kepada khalayak banyak, selama ini hanya mengandalkan postingan dari para pengunjung yang beredar secara sporadic di media sosial. Dan dokumentasi berupa gambar yang diedarkan sesuai dengan realistik yang ada”

Berdasarkan ulasan di atas maka dapat diketahui bahwa jembatan lingkaran pantai lapoili dipromosikan menggunakan sistem dari mulut ke mulut dan mengandalkan media sosial yang ada walaupun tidak menggunakan situs resmi yang dimiliki oleh BUMDES Rauro Jaya

#### Sumber daya manusia

Manusia atau orang sebagai pelaku utama pariwisata perlu mendapatkan pelatihan dan pengembangan sehingga mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap wisatawan. Pengembangan sumber daya manusia bertujuan untuk peningkatan kapasitas dan profesionalitas dalam melakukan pelayanan. Pengembangan sumber daya manusia akan meningkatkan kompetensi, sikap responsif dan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan. Seperti halnya dijelaskan oleh direktur BUMDES Bapak Ahmad Gusron, S.Sos mengatakan bahwa:

“Ya, untuk karyawan penjaga wisata jembatan lingkaran pantai lapoili sendiri belum menggunakan pakaian yang resmi karena belum ada SOP yang memikat, usaha yang dilakukan BUMDES Rauro Jaya untuk mengelola wisata yaitu para petugas selalu senyum, ramah, dan sangat membantu dalam melayani wisatawan selama berkunjung di Objek wisata Jembatan Lingkaran Pantai Lapoili, sehingga wisatawan merasa nyaman, karena merasa sangat dihormati dan diperlakukan seperti tamu istimewa. dan karyawan disana telah berpakaian sangat rapi dan wisatawan yang baru datang atau memasuki area wisata disambut oleh petugas dengan ramah dan selalu tersenyum dalam melayani wisatawan yang berkunjung, Karyawan disini untuk pelayanannya bagus selalu ramah, menghormati dan melakukan pengecekan suhu tubuh, memberikan cairan pembersih tangan kepada para wisatawan di depan pintu masuk wisata Jembatan Lingkaran Pantai Lapoili” (wawancara dengan Bapak Ahmad Gusron, S.Sos, pada hari Selasa tanggal 3 oktober 2023, pukul 10:20 Wita).

Dengan demikian dari hasil pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa, wisatawan yang berkunjung akan diperlakukan dengan sangat spesial sehingga hal ini menjadi satu point yang dapat memikat untuk para wisatawan berkunjung di Jembatan lingkaran lapoili.

#### Proses

Pelaku wisata perlu memperhatikan proses penciptaan dan pengiriman produk dan layanan kepada wisatawan. Dalam proses terdapat keterlibatan pelanggan, kesederhanaan proses dan tahapan pelayanan yang diterima wisatawan. Dalam proses penyampaian produk atau layanan wisata, wisatawan merasa aman dan nyaman. Manajemen pemasaran pariwisata memiliki peran strategis dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. Strategi pemasaran perlu dilakukan untuk mencapai tujuan wisata. Pemasaran pariwisata perlu

menciptakan nilai bagi wisatawan dan membangun hubungan yang baik dengan wisatawan dengan cara memberikan kepuasan bagi wisatawan. Pemasaran pariwisata bertujuan untuk menyebarkan informasi destinasi wisata dengan tujuan agar wisatawan melakukan kunjungan dan menggunakan produk serta layanan wisata yang ditawarkan. Dari pihak pengelola memberikan pelayanan kepada para pengunjung dengan ramah. Seperti halnya dijelaskan oleh direktur BUMDES Bapak Ahmad Gusron, S.Sos mengatakan bahwa:

"Kecepatan proses ketika melayani pembelian tiket, petugas menanggapi keluhan yang masuk dari pengunjung, memberikan informasi-informasi tempat yang ada di lingkungan wisata jembatan lingkar pantai lapoili, memberikan jadwal-jadwal kegiatan seperti hiburan kepada wisatawan sehingga wisatawan dapat tertarik untuk mengunjungi lagi. pada masa pandemi ini untuk kegiatan hiburan ditiadakan. Jadi, dari beberapa ungkapan di atas pengunjung untuk perekonomiannya menengah kebawah harganya cukup mahal. selain itu, untuk produk-produk yang ada disana kurang maksimal, masih banyak produk yang kurang terawat, dan promosinya juga kurang maksimal dengan online maupun offline pada masa pandemic covid-19 ini dimaksimalkan dengan cara online dengan menggunakan facebook, instagram dan youtube agar pengunjung lebih tau dengan perkembangan yang ada di Wisata jembatan lingkar pantai lapoili selama pandemic covid-19. Tetapi untuk lokasinya sudah sangat strategis dapat dijangkau oleh pengunjung dengan menggunakan kendaraan roda empat dan roda 2." (wawancara dengan Bapak Ahmad Gusron, S.Sos, pada hari selasa tanggal 3 oktober 2023, pukul 10:25 Wita).

Artinya bahwa kecepatan proses dalam melayani wisatawan cukup dapat dikatakan sudah baik walaupun kadang terjadi kesalahan seperti kurangnya pengawasan oleh pihak BUMDES Rauro Jaya ketika Wisatawan datang berkunjung. jika pengunjung kurang memahami tentang keberadaan di lingkungan wisata jembatan lingkar pantai lapoili dijelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pengunjung, pelayanan yang ramah akan membuat pengunjung akan lebih nyaman untuk berkunjung lagi Wisata Jembatan Lingkar Pantai Lapoili.

#### Lingkungan Fisik

Lingkungan fisik merupakan bukti fisik yang menunjang kegiatan pariwisata. Pembangunan sarana dan prasarana sebagai penunjang wisata terus dilakukan dengan memperhatikan lingkungan. Pembangunan dilakukan dengan memperhatikan design, tata ruang dan kondisi lingkungan destinasi wisata misalnya pembangunan resort dengan sistem pengolahan limbah ramah lingkungan dan penggunaan pembangkit tenaga surya. Lingkungan fisik yang ada di Wisata Jembatan Lingkar Pantai Lapoili yaitu ada berbagai macam jenis yang ada didalamnya diantaranya yaitu :

- a. Gazebo tersebut sangat penting karena selain memberikan kenyamanan kepada wisatawan saat beristirahat, juga sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Jembatan Lingkar Lapoili
- b. Tempat Beribadah Wisata Jembatan Lingkar Pantai Lapoili menyediakan tempat beribadah yaitu mushola untuk pengunjung atau wisatawan yang ingin melaksanakan sholat. Pada masa pandemic Covid-19 ini dari pihak pengelola tidak menyediakan alat sholat, dan alat sholat harus membawa sendiri.
- c. Kamar Mandi dan Toilet Wisata Jembatan Lingkar Pantai Lapoili menyediakan beberapa kamar mandi dan toilet, fasilitas ini terletak bersebelahan dengan Jembatan Lingkar Pantai Lapoili. Kondisi kamar mandi dan toilet tersebut sudah mencerminkan fasilitas untuk wisatawan yang mana kondisinya cukup bersih. Kebersihan kamar mandi dan toilet itu harus diperhatikan sehingga wisatawan yang ingin memanfaatkan fasilitas tersebut nyaman.

## Pembahasan

### **Analisis Strategi Pemasaran Wisata Pada BUMDES Rauro Jaya**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka berikut merupakan pembahasan yang diuraikan di bahwa ini dengan menggunakan analisis bauran pemasaran 7P adalah sebagai berikut:

#### Produk

Produk adalah segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Laksana, 2018). Manajer produk harus menawarkan produk yang memiliki karakteristik kuat untuk menarik pengunjung (Suryana 2015). Keunikan produk wisata seperti Pantai La Poili dan Jembatan Cincin sangat menentukan dalam mengembangkan suatu produk. Wisata Jembatan Lingkar Lapoili dikelola dengan baik oleh petugas terpilih sehingga menarik minat calon wisatawan. Untuk menciptakan daya saing produk, produk pariwisata harus memiliki ciri, pengalaman, atau layanan yang unik. Pengembangan sumber daya alam seperti pantai dan jembatan lingkar di Desa Wawoangi memerlukan pengelolaan, perencanaan, dan investasi yang baik. Produk pariwisata dapat mencakup barang, jasa, dan bisnis lokal. Kondisi keamanan dan kenyamanan sangat penting bagi wisatawan. Dengan berfokus pada aspek-aspek tersebut, Desa Wawoangi dapat meningkatkan produk wisatanya, meningkatkan daya tariknya, dan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan.

#### Harga

Harga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian, karena menentukan nilai suatu barang dan jasa. Wisata jembatan lingkar pantai Lapoili yang ditawarkan BUMDES Desa Rauro Jaya Wawoangi ini masuk akal dan cocok bagi pengunjung. Harga harus berada dalam kisaran yang wajar dan terjangkau bagi sebagian besar pengunjung, sehingga memungkinkan mereka untuk menikmati penawaran wisata. Informasi harga harus jelas, transparan, dan dikomunikasikan dengan baik untuk menghindari kebingungan. Harga harus sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan, sehingga menciptakan persepsi nilai yang baik. Untuk mendukung pariwisata berkelanjutan, penting untuk mempertimbangkan pemeliharaan lingkungan dan biaya pemeliharaan ketika menetapkan harga. Harga tiket harus selaras dengan target sasaran dan terjangkau berdasarkan faktor-faktor seperti modal awal, keuntungan, pajak, biaya layanan, dan lain-lain. Hubungan antara harga dengan kepuasan wisatawan dapat mempengaruhi kunjungan kembali mereka (Samosir dan Mahangangga, 2020:189).

#### Tempat

Akses mudah ke jembatan lingkar pantai Lapoili dan jalan beraspal menjadi faktor utama daya tariknya bagi wisatawan. Faktor-faktor tersebut sejalan dengan teori tempat yang menarik bagi konsumen, menekankan pada tempat yang strategis, menyenangkan, dan efisien (Suryana 2015). Saluran distribusi memegang peranan penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan, karena mendukung keberlanjutan produk pariwisata (Kotler & Amstrong, 2015). Area parkir jembatan yang luas dan papan informasi yang jelas di pintu masuk juga turut memberikan pengalaman positif bagi wisatawan. Faktor-faktor ini, bersama dengan promosi dan penyebaran informasi tentang jembatan lingkar, berkontribusi terhadap keberhasilan dan keberlanjutan pembangunan dan pemasaran produk pariwisata (Ratu & Adikampana 2016). Oleh karena itu, penelitian mengenai aksesibilitas dan daya tarik jembatan lingkar pantai Lapoili kepada wisatawan sangat penting untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan.

## Promosi

Promosi merupakan strategi pemasaran yang penting untuk mempromosikan destinasi pariwisata, memanfaatkan sumber daya yang ada, dan memberikan pelayanan prima kepada pengunjung. Hal ini melibatkan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, yang bertujuan untuk membangun kepercayaan dan menjaga keaslian sumber daya alam, tradisi, dan budaya. Jembatan Lingkar Pantai Lapoili, misalnya, menggunakan informasi dari mulut ke mulut dan media sosial untuk menginformasikan dan membujuk pasar tentang keunikannya. Pendekatan ini membantu menciptakan citra merek dan menjangkau khalayak yang lebih luas, sekaligus meningkatkan kepercayaan pengunjung melalui interaksi positif. Keterlibatan masyarakat juga penting dalam mendukung kegiatan promosi.

## People (orang)

Keberhasilan pemasaran pariwisata bergantung pada kemampuan pengelola untuk mengkomunikasikan sumber daya unik secara efektif melalui berbagai platform online, termasuk media digital, media sosial, dan media penjualan. Keterlibatan masyarakat lokal sangat penting untuk komunikasi yang efektif. Pengembangan sumber daya manusia bertujuan untuk meningkatkan kompetensi, daya tanggap, dan kualitas pelayanan. Keberhasilan suatu wisata dipengaruhi oleh kompetensi manajer dalam menentukan strategi pemasaran, menerapkan standarisasi, meningkatkan produktivitas karyawan, dan memastikan kelengkapan fasilitas. Perlakuan khusus terhadap wisatawan sangat penting untuk menarik kunjungan dan mempromosikan destinasi. Komunikasi yang efektif, melibatkan masyarakat lokal, dan berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisata.

## Proses

Strategi proses adalah pendekatan bisnis yang bertujuan untuk mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa, memenuhi kebutuhan dan spesifikasi pelanggan dalam batasan biaya dan manajerial. Meliputi berbagai tahapan, antara lain prosedur, jadwal kerja, mekanisme, kegiatan, dan hal-hal rutin. Manusia, termasuk karyawan perusahaan, memainkan peran penting dalam pemberian layanan, yang memengaruhi persepsi pembeli. Kecepatan pelayanan Wisata Jembatan Bundar Pantai Lapoili baik, namun terdapat kendala seperti kurangnya pengawasan dan kesulitan menjelaskan lingkungan wisata. Strategi perbaikan proses dapat membantu meningkatkan kecepatan pemberian layanan dan mengatasi masalah seperti kurangnya pengawasan. Sikap, tindakan, cara berpakaian, dan penampilan karyawan juga berkontribusi terhadap keberhasilan pelayanan. Pelatihan dan motivasi staf untuk memberikan layanan yang ramah dan efisien sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pengunjung di Wisata Jembatan Lingkar Pantai Lapoili.

## Lingkungan Fisik

Lingkungan fisik memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa. Ini mencakup elemen seperti bangunan, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan item lainnya. Bukti fisik, seperti bangunan yang terawat baik dan lingkungan sekitar yang indah, secara langsung mempengaruhi keputusan konsumen. Kualitas perlengkapan dan perlengkapan, seperti perlengkapan olah raga dan pemandu wisata, juga mempengaruhi pengalaman pengunjung. Logo dan identitas visual suatu destinasi wisata juga berperan dalam menciptakan citra yang kuat. Pemilihan warna dan desain yang sesuai dengan tema lingkungan dan gambar yang diinginkan dapat menimbulkan kesan positif.

BUMDES Rauro Jaya yang terletak di Desa Wawoangi, Kecamatan Sampolawa, fokus pada Jembatan Lingkar Pantai Lapoili yang merupakan objek wisata alam dan berkelanjutan. Tour ini dibanderol dengan harga Rp 5.000 untuk dewasa dan Rp 3.000 untuk anak-anak.

Jalur distribusi, lokasi strategis, dan papan nama membantu wisatawan menemukan Jembatan Lingkar Pantai Lapoili. Meski sesekali terjadi kesalahan, pelayanan yang ramah dan penjelasan yang mudah dipahami membuat pengunjung semakin nyaman. Lingkungan fisik Jembatan Lingkar Pantai Lapoili meliputi gazebo, masjid, tempat parkir, dan jalan beraspal..

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka kesimpulan penelitian berfokus pada Jembatan Lingkar Pantai Lapoili di Desa Wawoangi Kecamatan Sampolawa sebagai objek wisata yang menawarkan keindahan pantai dan pariwisata berkelanjutan. Tour ini dibanderol dengan harga Rp 5.000 untuk dewasa dan Rp 3.000 untuk anak-anak. Jalur distribusi, lokasi yang strategis, dan papan nama membantu wisatawan menemukan jembatan tersebut. Promosi dilakukan melalui sistem informasi lisan, tanpa website resmi. Perlakuan khusus diberikan kepada wisatawan, dan prosesnya baik, meskipun kesalahan mungkin saja terjadi. Lingkungan fisik berupa gazebo, masjid, tempat parkir, dan jalan beraspal, meskipun sedang dalam tahap pembangunan. Penulis menyarankan agar pemerintah desa dan pengurus BUMDES Rauro Jaya meningkatkan strategi pemasarannya dengan memberikan layanan keamanan, menggunakan teknologi canggih untuk media promosi, dan memanfaatkan anggaran yang tersedia untuk mempercepat kemajuan pariwisata, seperti membuat website resmi Pantai Lapoili Desa Wawoangi

#### Daftar Pustaka

- Adis, P. Dewi. 2021. Upaya BUMDES Dalam Pengembangan Objek Pariwisata Green Mambo Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Univesitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung.
- Amelia Sri Kusuma Dewi, 2014. Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADES) Serta Menumbuhkan Perekonomian Desa. *Jurnal Of Rural And Development*, Vol. V No.1.
- Anwar.Sanusi, 2017. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta. Salemba Empat.
- Assauri Sofjan,. 2019. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi. Jakarta Rajawali Pers.
- Aziz, Asmita. 2022. Strategi Pemasaran Pariwisata Masa Pandemic Di Kota Makkasar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makkasar. Makkasar.
- Buchari Alma. 2015. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Caps.
- Diah Prasita. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen Dan Bauran Pemasaran (7P). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Emzir. 2019. Metodologi Penelitian Kualitatif (Analisis Data). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fatimah, F. N. 2016. Teknik Analisis SWOT. Yogyakarta: Quadrant
- Gamal Suwanto, 2017. Dasar-Dasar Pariwisata. Jakarta: Andi.
- Hari Karyono. 2015. Kepariwisata. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Imam Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate. Dengan Program SPSS. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan Dan Basu Swastha. 2014. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

- Irawan, Riki. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Pelalawan (Studi Kasus Objek Pariwisata Alam Bono). Skripsi. Universitas Islam Riau Pekanbaru. Riau.
- Irham, Fahmi. 2013. Manajemen Strategis Teori Dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta,
- Kesrul. 2013. Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata. Jakarta: Grasindo.
- Oka, Yoeti O. 2016. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta CV.
- Suryadana, M. Liga Suryadana. 2015. Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: Alfabeta,
- Teti, E. Oktaviani. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Tentang Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo.
- Thamrin. Francis. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy. 2013. Strategi Pemasaran. Yogyakarta. Andi
- Undang-Undang Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun Tentang Kepariwisata. Jakarta.
- Utama, Ray. I Gusti Bagus. 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta. Yudistrira.
- Warman. Andry. & Muljadi. 2016. Kepariwisata Dan Perjalanan. Jakarta Raja Grafindo Persada.