

ANALISIS PROMOSI PENJUALAN DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PASIR GOWONG DI DESA NANGGEWER KECAMATAN PAGEURAGEUNG KABUPATEN TASIKMALAYA

Fakhrul Rasyid¹, H. Ahmad Juliarso², Lina Marliani³

Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia^{1,2,3}

E-mail :

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini mengenai tidak optimalnya promosi penjualan dalam pengembangan objek wisata Pasirgowong di Desa Nanggewer Kecamatan Pageurageung Kabupaten Tasikmalaya, hal ini terlihat dari indikator adanya kupon atau undian gratis di Objek Wisata Pasirgowong dan adanya penginapan untuk para wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi penjual dalam pengembangan objek wisata Pasirgowong di desa Nnggewer Kecamatan Pageurageung Kabupaten Tasikmalaya. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Sumber data primer diperoleh dari 6 informan diantaranya: Kepala Desa, Sekertaris Desa, Ketua BUMDES, Ketua Karang Taruna, Ketua Paralayang dan pengunjung objek wisata dengan menggunakan teknik purposive sampling, dan sumber data sekunder dari dokumen-dokumen. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan teknik dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian tentang promosi penjualan dalam pengembangan objek wisata Pasirgowong di Desa Nanggewer Kecamatan Pageurageung Kabupaten Tasikmalaya belum berjalan dengan optimal. Hal ini berdasarkan 2 (dua) indikator yang menjadi tolak ukur dengan menunjukkan 1 (satu) indikator belum berjalan dengan baik. Hambatannya yaitu belum tersedianya penginapan untuk para wisatawan dan upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah membuat rancangan anggaran baik untuk penyediaan penginapan bagi para wisatawan ataupun untuk penyediaan fasilitas lain yang mendukung pengembangan objek wisata Pasirgowong.

Kata Kunci : *Pariwisata, Promosi Penjuala, Pengembangan Objek Wisata .*

PENDAHULUAN

Pariwisata ialah suatu kunjungan dari satu tempat ke tempat lain yang berbeda dalam beberapa waktu tertentu. Hal tersebut semata-mata dilakukan untuk menghabiskan waktu

bersama keluarga maupun untuk liburan yang memanfaatkan waktu luang.

Dari berbagai bidang pembangunan yang di dukung oleh pemerintah setiap tahunnya ada salah

satu bidang yang lebih diperhatikan ialah sektor pariwisata. Kawasan wisata merupakan hal yang harus di perhatikan lebih oleh pemerintah dalam pengembangan suatu daerah. Salah satu sektor pariwisata yang sedang berkembang yaitu objek wisata Pasirgowong. Untuk mengoptimalkan potensi objek wisata diperlukan promosi penjualan yang baik dan dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung.

Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pengembangan promosi secara intensif sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan destinasi wisata karena dapat membuka daya tarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara (Andi Putra, 2018)

Pengembangan pariwisata yang ideal akan memperhatikan pelestarian lingkungan, melibatkan peran pemerintah dan masyarakat lokal. Pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat sangat penting dengan tujuan membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal, memberikan pemahaman tentang pariwisata, serta meningkatkan kondisi perekonomian masyarakatnya (Pujiningrum, 2018)

Berkaitan dengan promosi penjualan dalam pengembangan objek wisata, pada saat ini muncul beberapa fenomena salah satunya adalah kurangnya anggaran dalam pemeliharaan objek wisata. Hal itu tentunya berdampak sekali bagi

perkembangan objek wisata, seperti menurunnya jumlah pendapatan objek wisata, kurangnya optimalnya fasilitas yang diberikan sehingga dapat mengakibatkan para wisatawan tidak mau berkunjung ke objek wisata tersebut. Dari banyaknya permasalahan lain di setiap tempat pasti memperlumahkan tentang anggaran dan salah satunya masalah tersebut terjadi pada objek wisata Pasirgowong di Desa Nanggwer Kecamatan Pageurageung Kabupaten Tasikmalaya.

Promosi Penjualan merupakan berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang (Kasino M, Devita J & Karyadi., 2019, p. 143).

Sehingga dapat dijelaskan bahwa promosi penjualan dalam pengembangan suatu objek wisata merupakan suatu rencana atau strategi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak publik terhadap suatu destinasi wisata. Tujuannya yaitu untuk menarik minat masyarakat dan membantu menaikkan jumlah kunjungan para wisatawan ke objek wisata tersebut.

Menurut Soekadijo dalam (Mayasari,2014:10) bahwa kegiatan promosi memiliki dua macam promosi:

1. Promosi langsung (*consumer Promotion*), Promosi langsung dilakukan oleh semua lembaga yang bersangkutan dengan pemasaran.

2. Promosi tidak langsung (*dealer promotion*), ditujukan kepada penyalur produk pariwisata, seperti biro perjalanan umum dan cabang cabangnya, agen perjalanan, organisasi perjalanan dan sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penulis dengan narasumber yaitu Kepala Desa, Sekertaris Desa, Ketua BUMDES, Ketua Karang Taruna, Ketua Paralayang dan masyarakat atau pengunjung objek wisata, terdapat fenomena yang terjadi permasalahan tentang promosi penjualan dalam pengembangan objek wisata. Permasalahan tersebut yaitu keterbatasan anggaran yang dialami sehingga menyebabkan belum tersedianya penginapan bagi para wisatawan atau pengunjung objek wisata. Keterbatasan anggaran tersebut

Mendapatkan kesulitan dalam perbaikan dan peningkatan yang diusulkan baik itu fasilitas dalam/luar objek wisata, sarana dan prasana pendukung lainnya.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulistertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Promosi Penjualan dalam Pengembangan Objek Wisata Pasir Gowong di Desa Nanggawer Kecamatan Pageurageung Kabupaten Tasikmalaya”.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Sumber data primer diperoleh dari 6 informan

di antaranya: Kepala Desa, Sekertaris Desa, Ketua BUMDES, Keta Karang Taruna, Ketua Paralayang dan masyarakat / pengunjung objek wisata dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dan sumber data sekunder dari dokumen-dokumen. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik observasi, wawancara dan teknik dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan *Conclusion Drawing / Verification*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini yang dapat dijadikan sebagai permasalahan yaitu analisis Promosi Penjualan objek Wisata Pasirgowong di Desa Nanggawer Kecamatan Pageurageung Kabuptaten Tasikmalaya.

Namun hal yang menjadi pembahasan pokok yaitu dimensi Promosi Penjualan. Promosi penjualan dapat diartikan sebagai cara agar pengelola objek wisata dapat berkomunikasi secara teratur baik dengan pemerintah desa maupun masyarakat publik untuk mencapai suatu tujuan guna menunjang berjalanya suatu objek wisata agar menjadi maju dan berkembang. Dengan adanya promosi penjualan ini diharapkan kedua belah pihak dapat menemukan solusi dari masalah yang timbul.

Untuk mengetahui dimensi promosi penjualan, berikut hasil penelitian dengan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Adanya kupon atau undian gratis di Objek Wisata Pasirgowong

Pada dimensi promosi penjualan dengan indikator adanya kupon atau undian gratis di objek wisata Pasirgowong tidak ditemukan hambatan. Hal ini sesuai dengan komitmen pengelola objek wisata untuk melakukan strategi guna menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata ini.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh (Fadillah I, 2021, p. 354) pengembangan promosi secara insentif sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan destinasi wisata karena dapat membuka daya tarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Dalam hal ini juga dengan diadakannya kupon atau undian gratis menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk menarik minat para wisatawan agar berkunjung ke objek wisata ini dan menambah inovasi bagi sebuah objek wisata untuk mengadakan kupon atau undian gratis.

2. Adanya penginapan untuk para wisatawan

Selain itu pada indikator adanya penginapan untuk para wisatawan, ditemukan hambatan yaitu keterbatasan anggaran untuk penyediaan sarana, prasarana serta fasilitas bagi para wisatawan salah satunya yaitu penyediaan penginapan bagi para wisatawan.

Hal ini tidak sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Lestari, A & E.,

2016, p. 177) pengelolaan dan penyediaan tempat wisata tidak hanya dilakukan oleh pemerintah saja, tetapi seperti para stakeholders atau pemangku kepentingan lain dari sektor masyarakat dan swasta yang ikut mengembangkan pariwisata.

Selanjutnya ditemukan hambatan yang timbul yaitu kurangnya alokasi dana yang digunakan untuk membuat penginapan di objek wisata Pasirgowong Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya dimana baik pihak pemerintah Desa maupun pihak pengelola objek wisata lebih mengutamakan optimalisasi sarana, prasarana serta fasilitas pendukung lainnya yang ada di objek wisata terlebih dahulu.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut yaitu Pasirgowong membuat rancangan anggaran baik untuk fasilitas di objek wisata tersebut maupun fasilitas pendukung yang nantinya diserahkan ke Pemerintah Desa guna melakukan pertimbangan mengenai apa yang diajukan serta mengoptimalkan sarana, prasarana serta fasilitas yang sudah ada agar semakin terlihat baik dan dapat lebih menarik minat para pengunjung objek wisata.

KESIMPULAN

Hasil penelitian tentang Promosi Penjualan dalam pengembangan objek wisata Pasirgowong di Desa Nanggawer Kecamatan Pageurageung Kabupaten Tasikmalaya belum berjalan dengan optimal. Hal ini berdasarkan

pada 2 (dua) indikator yang diukur, dengan menunjukkan 1 (satu) indikator yang belum berjalan dengan optimal.

Meskipun ada keberhasilan dari beberapa aspek, terdapat kekurangan signifikan dalam hal terutama yang berkaitan dengan sarana dan prasarana objek wisata yaitu belum tersedianya penginapan bagi para wisatawan di objek wisata tersebut. Keterbatasan anggaran yang disebutkan mengindikasikan perlunya perencanaan keuangan yang lebih baik dan mungkin bisa menjadi upaya untuk mencari sumber pendanaan alternatif dan masih minimnya minat para wisatawan dalam olahraga paralayang yang mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara penawaran dengan minat pengunjung, karena minat setiap pengunjung berbeda-beda dan tidak bisa disama ratakan.

Dengan adanya promosi penjualan dalam pengembangan objek wisata Pasirgowong di Desa Nanggewer Kecamatan Pageuraung Kabupaten Tasikmalaya apabila dilaksanakan dengan optimal, setidaknya dapat memberikan dampak yang positif dan berkembang menjadi destinasi wisata yang lebih baik, berkembang dan berkelanjutan dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Soekadijo. R. G.(1997) *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Fadillah Ikhsan (2020). *Promosi dinas kebudayaan dan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan destinasi wisata di Provinsi Sulawesi Selatan*. Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang di akses pada 22 November 2022
- Lestari, Aisyah (2016), Promosi Perkembangan Dalam Upaya Menarik Kunjungan Wisatawan (Studi Pada Taman Rekreasi Kota Malang), Yang di akses pada 1 November 2016.
- Putra, Andi. P. 2018. Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Persepsi Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Air Terjun Selendang Arum, Songgon - Banyuwangi. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 171–192. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p09>
- Pujiningrum Palimbunga, I. (2018). Keterlibatan Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Tabalansu, Papua. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 193. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p1>.