

Strategi Pemasaran BUMDES Wisata Edukasi Gumuk Watu Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Fariska Mirnawati Wiana¹, Rini Puji Astutik², Afni Nur Sa`diah³, Ahmad Zukhal⁴

Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember, Jember, Indonesia¹²³⁴

Email: fariskamirnawati@gmail.com

(Diajukan: 30 Januari 2024, Direvisi: 13 Februari 2024, Diterima: 22 Februari 2024)

ABSTRAK

Indonesia yang dikenal sebagai negeri yang kaya akan keelokan alam, kekayaan warisan budaya, dan keanekaragaman tradisi, memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri pariwisata, tentunya pada daerah provinsi Jawa Timur yang memiliki banyak objek wisata. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan oleh wisata edukasi Gumuk Watu. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek wisata Edukasi Gumuk Watu terletak di Desa Dukuhdempok, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember, merupakan salah satu destinasi unggulan di wilayah tersebut. Dimulai dari tahun 2017, pengelolaan wisata ini ditangani oleh BUMDES Digdaya Dukuhdempok yang dipercayakan oleh pemerintah desa. Melalui optimalisasi lahan dan alokasi dana dari BUMDES, perkembangan objek wisata ini sangat positif. Dalam upaya menarik pengunjung ke destinasi wisata di suatu daerah, diperlukan strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak terkait sangat penting untuk memastikan perkembangan positif objek wisata tersebut. Penelitian ini menghasilkan bahwa peran BUMDES Digdaya Dukuhdempok sangat signifikan dalam pengembangan wisata edukasi Gumuk Watu. Strategi pemasaran Promotion Mix dan Analisis Swot yang diterapkan oleh BUMDES Digdaya Dukuhdempok untuk mengembangkan wisata edukasi Gumuk Watu agar diminati wisatawan.

Kata kunci: Sejarah, Strategi Pemasaran, Wisatawan

ABSTRACT

Indonesia, which is known as a country rich in natural beauty, rich cultural heritage and diversity of traditions, has great opportunities to develop the tourism industry, of course in the East Java province which has tourist attractions. The aim of this research is to find out the marketing strategy implemented by Gumuk Watu educational tourism. This research uses a case study approach with qualitative methods. Data collection was carried out through observation, interviews and documentation. The Gumuk Watu educational tourist attraction is located in Dukuhdempok Village, Wuluhan District, Jember Regency, and is one of the leading destinations in the area. Starting from 2017, the management of this tourism is handled by BUMDES Digdaya Dukuhdempok which is entrusted by the village government. Through land optimization and fund allocation from BUMDES, the development of this tourist attraction is very positive. In an effort to attract visitors to tourist destinations in an area, an effective marketing strategy is needed. Therefore, support from various related parties is very important to ensure the positive development of the tourist attraction. This research shows that the role of BUMDES Digdaya Dukuhdempok is very significant in the development of Gumuk Watu educational tourism. Promotion Mix and SWOT Analysis marketing strategies implemented by BUMDES Digdaya Dukuhdempok to develop Gumuk Watu educational tourism to attract tourists.

Keywords: History, Marketing Strategi, Travelers

PENDAHULUAN

Indonesia yang dikenal sebagai negeri yang kaya akan keelokan alam, kekayaan warisan budaya, dan keanekaragaman tradisi, memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri pariwisata (Mahagangga,2018). Negeri ini menyuguhkan aneka potensi pariwisata, baik yang bersal dari kekayaan alam maupun kebudayaan, yang tercermin dari tradisi, suku bangsa, dan letak geografisnya. Dengan luasnya wilayah geografisnya, Indonesia menjadi tempat yang memiliki beragam potensi pariwisata, termasuk tmpat-tempat wisata yang menarik (Primadany,2013). Pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam dengan bijak dalam presentasi wisata sangat penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Pengelolaan pariwisata memiliki peran yang signifikan dalam menyediakan layanan rekreasi dan olahraga kepada masyarakat, melalui pengembangan sektor pariwisata, dapat diciptakan lapangan pekerjaan di sekitar destinasi wisata yang melibatkan sektor perdgangan, transportasi, hiburan, layanan, dan tekonologi informasi (Setiawan, 2019).

Mengenai manajemen pariwisata, pemerintah telah mengeluarkan regulasi otonomi daerah yang memberikan kewenangan kepada setiap daerah untuk mengelola sumber daya yang dimilikinya. Pengembangan pariwisata di kawasan desa memerlukan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat lokal, yang ikut terlibat dalam upaya penembangan desa wisata melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). BUMDES adalah lembaga usaha yang dibentuk oleh Pmerintah Desa dengan partisipasi dari masyarakat setempat dan dijalankan secara langsung oleh penduduk desa sebagai langkah untk meningkatkan ekonomi lokal. Peran BUMDES tidak hanya terbatas pada pemanfaatan potensi yang dapat dikelola, melainkan juga sebagai platform untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin mencapai kemandirian dan mengembangkan kreativitas mereka (Ardana, 2019).

Prinsip BUMDES yang berakar pada nilai-nilai kekeluargaan tidak hanya tercermin dalam hubungan yang baik di dalam struktur organisasi, melainkan juga dalam hubungan dengan lembaga lain yang dihormati oleh kelembagaan BUMDES. Dilakukan dengan maksud untuk memperoleh dukungan dari berbagai pihak terhadap tujuan BUMDES, implementasi BUMDES telah dilaksanakan di berbagai wilayah desa di Pulau Jawa sebagai entitas yang dapat menggali potensi lokal masing-masing daerah. Hal ini terjadi baik di Jawa Tengah, Jawa Barat, mapun di Jawa Timur (Kemendes, 2016).

Jawa Timur berusaha memperkuat basis ekonominya melalui pengembangan BUMDES. Seiring dengan penerapan peraturan terkait BUMDES, hampir setiap kabupaten di Jawa Timur telah melaksanakan program BUMDES. Pembentukan BUMDES

disesuaikan dengan kekhasan lokal dan potensi ekonomi masing-masing desa, seperti pengelolaan pasar desa, destinasi wisata desa, kegiatan simpan pinjam, dan pengembangan kerajinan lokal (Sciences, 2016). Menurut data pemerintah Jawa Timur, terdapat 267 BUMDES yang mengelola usaha wisata. Menurut klasifikasi data yang disusun oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur, terdapat 6.118 unit BUMDES, diantaranya 537 unit telah mencapai tingkat kemajuan, 2.285 unit sedang dalam tahap perkembangan, dan 3.296 unit masih dalam tahap awal atau baru (Suhariyanto, 2017). Salah satu contoh destinasi pariwisata di desa yang dikelola oleh BUMDES dapat dijumpai di Kabupaten Jember.

Di wilayah Jember selatan memiliki banyak wisata alam yang sangat indah dan dapat menarik wisatawan. Khususnya di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember desa Dukuhdempok yang dikenal dengan wisata alam Gumuk Watu. Yang membedakan Gumuk Watu dari destinasi alam lainnya yaitu letaknya di lereng bukit yang memiliki hamparan sawah yang luas sehingga mengusung konsep sebagai destinasi wisata yang edukatif. Sejalan dengan inisiatif BUMDES Digdaya Desa Dukuhdempok, Gumuk Watu diharapkan dapat menjadi destinasi yang menghasilkan. Menurut Agung Puji Santoso selaku Direktur BUMDES, tujuan dari pengelolaan wisata Gumuk Watu adalah untuk mengembangkan konsep wisata edukatif. Harapannya adalah menyediakan fasilitas sebagai sarana pembelajaran bagi pengunjung, termasuk anak-anak sekolah dan masyarakat umum.

Edukasi yang disampaikan saat ini fokus pada keanekaragaman hayati tumbuhan, hewan, ekosistem, dan perbanyak tumbuhan. BUMDES Digdaya telah menjadi tujuan belajar bagi pelajar tingkat SD, SMP, dan SMA sederajat. Tujuan Kegiatan ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh BUMDES Digdaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Wisata Edukasi Gumuk Watu. Adapun manfaat dari kegiatan ini yaitu membantu BUMDES mengenalkan Wisata Edukasi Gumuk Watu kepada wisatawan melalui strategi pemasaran untuk menarik kunjungan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut para ahli, penelitian kualitatif melibatkan peneliti secara aktif dalam proses penyelidikan. Salah satu karakteristik penting dari penelitian kualitatif adalah interpretatif, di mana peneliti berinteraksi secara berkesinambungan dengan narasumber. Subjek penelitian ini adalah pengurus BUMDES Digdaya, terutama yang berperan sebagai informan utama seperti humas dan promosi wisata. Pendekatan studi kasus menjadi dasar dalam melakukan penelitian ini (Pemula, 2017).

Dalam penelitian ini, pendekatan studi kasus yang digunakan untuk menyederhanakan analisis mengenai strategi yang dilakukan oleh BUMDES Digdaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Gumuk Watu. Penelitian ini dilakukan di Desa Dukuhdempok, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember. Para penyokong informasi meliputi perangkat desa, enam pelaku usaha UMKM di sekitar objek wisata, dan tiga warga setempat yang juga pengunjung. Pengumpulan data dilakukan secara sengaja, dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Metode pengumpulan data mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan di area wisata Gumuk Watu sesuai dengan jam operasionalnya. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan pendekatan secara langsung, melibatkan pembicaraan antara dua individu yang bertujuan untuk memperkuat koneksi interpersonal dan sekaligus mengumpulkan informasi yang diinginkan. Peneliti telah menyusun kumpulan pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan pengembangan sektor wisata. Responden yang terlibat dalam wawancara meliputi enam pelaku UMKM di sekitar lokasi, sekretaris BUMDES, Kepala Desa, dan beberapa pengunjung.

Studi dokumentasi dilaksanakan dengan meneliti arsip laporan yang dipegang oleh BUMDES, mencakup dari rencana awal hingga rincian biaya pembangunan dan renovasi. Analisis data mengikuti pendekatan interaktif yang diajukan oleh para ahli, yakni model yang diusulkan oleh Miles dan Huberman, yang melibatkan tahapan pengumpulan data, reduksi data, serta penyajian data dalam bentuk deskripsi dan kesimpulan.

Teknis analisis data yang digunakan untuk strategi pemasaran yang tepat agar sebuah perusahaan dapat bertahan, bersaing, dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar ialah analisis SWOT (Wicaksono, 2018). Analisis SWOT mencakup dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan, terutama pada usaha wisata edukasi gumuk watu, dan bauran promosi (Promotion mix) sebagai cara untuk menarik wisatawan agar dapat berkunjung di Wisata Edukasi Gumuk Watu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Segala hal yang berkaitan dengan lokasi, manusia, dan lingkungan pasti memiliki latar belakang sejarah. Sejarah itu sendiri dapat diartikan sebagai rangkaian peristiwa yang dicatat oleh manusia berdasarkan fakta yang terjadi di masa lampau. Catatan tersebut mencakup berbagai aspek, seperti lokasi kejadian, kronologi peristiwa, dan kehidupan seseorang

(Susanto, 2013). Setiap tempat wisata memiliki latar belakang historis yang unik dan berkaitan erat dengan lokasinya. Begitu pula dengan destinasi pariwisata di Desa Dukuhdempok, Kabupaten Jember, yang dikenal sebagai “Gumuk Watu”. Nama ini merujuk pada sebuah tempat yang memiliki nilai edukasi dan keindahan alam yang menarik, Gumuk Watu bukanlah sekedar suatu tempat, namun juga merupakan warisan sejarah yang memberi wawasan tentang bagaimana alam dan manusia saling berinteraksi. Dikawasan ini, terdapat formasi batuan yang unik dan menarik, yang telah dibentuk secara alami selama berabad-abad. Proses geologis yang terjadi selama ribuan tahun membentuk gumuk watu yang menjadi daya tarik utama tempat ini. Tidaka hanya itu, peran masyarakat setempat dalam melestarikan dan mengelola Gumuk Watu juga sangat penting. Melalui upaya kolaboratif antara pemerintah daerah, komunitas, dan pihak-pihak terkait lainnya, tempat ini telah dijadikan sebagai destinasi edukasi yang memberikan pengalaman berharga tentang kekayaan alam dan budaya lokal (Susanto,2013).

Sejarah Gumuk Watu mencakup perjalanan panjang dari masa lampau hingga saat ini, di mana tempat ini telah menjadi bagian penting dari identitas dan daya tarik pariwisata Kabupaten Jember. Dengan memahami asal usul dan perjalanan sejarahnya, pengunjung dapat lebih menghargai keunikan dan keindahan yang ditawarkan oleh Gumuk Watu, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan dan warisan budaya. Berdasarkan hasil wawancara, terungkap bahwa ide untuk mengembangkan wisata edukasi Gumuk Watu berasal dari pemikiran dari pengurus dan ketua BUMDES Digdaya Dukuhdempok, yakni terutama direktur BUMDES yaitu Agung Puji Santoso (Agung, wawancara 10 Januari 2024).



Gambar 1. Awala Mula Dikelola Wisata Edukasi Gumuk Watu pada tahun 2017



Gambar 2. Wajah Wisata Edukasi Gumuk Watu pada tahun 2023

Wisata Gumuk Watu dikelola mulai tahun 2017, konsep tersebut muncul dengan tujuan agar lahan yang sebelumnya terbengkalai dapat dimanfaatkan lebih produktif dan memiliki nilai tambah serta menjadi wisata edukasi bagi masyarakat maupun lembaga atau sekolah. “Gumuk artinya bukit,” ujar Agung Santoso. Wisata ini terletak di atas tanah milik desa dengan luas sekitar 4 hektare, yang terbagi menjadi tiga bagian. Awalnya sekitar 2,5 hektar area tersebut dialokasikan sebagai lahan persawahan, sementara setengah hektar lainnya dijadikan kebun di lereng Gumuk. Sisa lahan yang tersedia merupakan area yang rawan, namun berhasil dimanfaatkan sebagai tempat berkemah atau camping ground, peternakan kambing, peternakan kelinci, wahana flying fox, dan kolam renang yang paling di minati oleh wisatawan.

Selain menjadi destinasi wisata edukasi, Gumuk Watu juga menyediakan *Camp Ground* yang terletak di atas bukit. Dari sana, pengunjung dapat menikmati pemandangan hamparan persawahan yang hijau, pepohonan yang rindang, dan berbagai tanaman yang beraneka ragam. BUMDES Digdaya Dukuhdempok, yang merupakan BUMDES yang sedang berkembang di Jawa Timur, pernah dijadikan sebagai objek studi banding oleh beberapa instansi. Studi banding ini difokuskan pada cara pengelolaan BUMDES. Selama perjalanannya, BUMDES Digdaya menghadapi sejumlah kendala. Mulai dari gagalnya pengelolaan lahan pertanian akibat cuaca yang tidak mendukung, menyebabkan kegagalan panen yang berdampak besar terhadap keuangan BUMDES. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya dana, meskipun BUMDES Digdaya telah mendapat bantuan dari pemerintah sebanyak dua kali, dana yang diterima masih belum memadai untuk membiayai pengembangan wisata edukasi Gumuk Watu.

Wisata Gumuk Watu membutuhkan biaya pembangunan tambahan, terutama karena pengunjung dapat masuk tanpa membayar tiket masuk, hanya membayar tiket parkir seharga RP. 2.000 untuk motor. Kendala lainnya adalah lahan yang dikelola adalah lahan kritis yaitu lahan bukit sehingga sulit untuk ditanami. Oleh karena itu, saat ini hanya beberapa tanaman hias yang dapat ditemui di atas bukit tersebut. Tempat spot foto juga terbatas, mengingat fokus wisata ini adalah untuk kegiatan wisata edukasi.

BUMDES yang sebelumnya menjadi objek studi banding menghadapi suatu tantangan, yakni belum dapat memberikan keuntungan signifikan bagi desa. Hambatan tersebut timbul karena kurang berhasilnya pengelolaan lahan pertanian yang menyebabkan kerugian, dan juga karena kebijakan menyelenggarakan wisata edukasi tanpa biaya. Sampai saat ini, sebelum tahun 2023 sumber satu-satunya pendapatan yang berhasil memberikan keuntungan bagi BUMDES ialah hasil panen dari lahan perkebunan buah Jambu Kristal. Tetapi, sejak terbangunnya kolam renang, Gumuk Watu mulai banyak dikunjungi sehingga saat ini sudah mampu mencukupi biaya operasionalnya sendiri bahkan bisa mengembangkan beberapa bangunan dan fasilitas wisata.

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke obyek Wisata Edukasi Gumuk Watu dari tahun 2018 hingga sekarang semakin bertambah. Sebelum tahun 2018 objek Wisata Edukasi Gumuk Watu belum pernah dikunjungi oleh pemerintah dan warga sekitar. Pada tahun 2018, Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa (DPMD) mulai terlibat dalam pengelolaan dan promosi Gumuk Watu dan yang memiliki peran penting di Gumuk Watu sendiri yaitu BUMDES Digdaya. BUMDES Digdaya lah pengelola wisata edukasi Gumuk Watu. Melalui strategi yang diterapkan BUMDES berhasil menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara. Perbulan Desember tahun 2023 wisata edukasi Gumuk Watu mampu menarik 6.023 pengunjung. Hal ini berdampak positif dengan meningkatnya pendapatan desa dari sektor pariwisata dan memberikan kontribusi pada ekonomi setempat.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BUMDES Digdaya terhadap wisata edukasi Gumuk Watu untuk menarik wisatawan atau pengunjung, yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran *Promotion Mix* dan *Analisis SWOT*, strategi pemasaran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Promotion Mix

Penelitian ini berlandaskan pada teori bauran promosi atau promotion mix. Bauran promosi atau promotion mix adalah gabungan khusus dari kegiatan seperti hubungan masyarakat, iklan, promosi penjualan, penjualan personal, dan pemasaran langsung yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan nilai kepada pelanggan dengan

persuasif dan membangun hubungan dengan mereka. Bauran promosi merupakan kombinasi strategis terbaik dari bagian-bagian promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, penjelasan ini dikemukakan oleh para ahli yaitu Kotler (2006:135).

Bagian-bagian tersebut adalah instrumen penting bagi pemasar (perusahaan) untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Lima bagian yang membentuk komunikasi pemasaran disebut *promotion mix* (bauran promosi) karena merupakan instrumen dari strategi promosi. Perusahaan harus mengalokasikan seluruh anggaran promosinya untuk kelima bagian komunikasi tersebut antara lain periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (*public relations*).

Kelima bagian bauran promosi ini dapat dilaksanakan oleh wisata edukasi Gumuk Watu, untuk penjelasnya dapat dijabarkan berikut ini:

1. Periklanan (*Advertising*), dengan memanfaatkan berbagai sarana iklan di media cetak, media elektronik dan media lainnya, dilakukannya penyebaran di media masa, seperti penayangan iklan keindahan objek wisata di stasiun televisi, khususnya pada Radar JemberTV yang saat ini dapat di akses oleh penduduk Jember. Lewat tayangan ini, masyarakat bisa memahami keberadaan destinasi wisata Gumuk Watu yang berlokasi di daerah pedesaan. Tempat ini menampilkan keindahan alam dengan bukit yang hijau, luasnya hamparan sawah hijau, dan sungai yang mengalir, serta menciptakan daya tarik yang unik dan tersendiri. Oleh karena itu diharapkan mampu menarik perhatian dan minat wisatawan.
2. Pemasaran langsung (*direct marketing*), melibatkan komunikasi secara langsung dengan kelompok masyarakat atau lembaga serta konsumen tertentu. Beberapa aspek penting dalam komunikasi pemasaran yang terpadu meliputi pemahaman tentang konsumen, penggunaan data untuk mendukung pengambilan keputusan di tingkat konsumen, integrasi media, dan komunikasi efektif antara berbagai pihak terkait. Semua aspek ini menjadi fokus utama yang perlu ditingkatkan dalam pengelolaan komunikasi pemasaran di era digital (Mulhern, 2009). Salah satu strategi yang dilakukan oleh BUMDES Digdaya adalah membuat akun di media sosial, seperti pembuatan akun Twitter, Instagram, Facebook, Whatsapp, TikTok. Akun tersebut berfungsi sebagai kanal interaktif untuk pertanyaan dan jawaban, serta sebagai alat promosi yang dikelola secara langsung oleh tim BUMDES Digdaya Dukuhdempok. Dengan cara ini, BUMDES dapat secara langsung mempromosikan objek wisata

edukasi Gumuk Watu kepada masyarakat yang aktif menggunakan akun media sosial tersebut.



Gambar 3. Bersama Salah Satu Dewan Guru SDN Tamansari 01 yang telah menerima promosi terkait program yang diadakan oleh BUMDES Digdaya Dukuhdempok di wisata edukasi Gumuk Watu (pemasaran langsung)

3. Promosi penjualan (*sales promotion*) di antaranya dengan interaksi tatap muka dengan masyarakat maupun lembaga sekolah, dengan mengadakan event yang bertempat di lokasi Gumuk Watu agar masyarakat dan lembaga menghadiri acara yang diselenggarakan dapat secara langsung melihat dan mengunjungi wisata edukasi Gumuk Watu, seperti mengadakan event edukasi dan outbound untuk siswa SD/MI dan SMP/Mts yang dilaksanakan dikawasan wisata Gumuk Watu, guna memberikan pemahaman terkait ilmu pengetahuan alam mengenai ekosistem dan tumbuhan. Pada saat acara tersebut berlangsung, seringkali dilakukan upaya promosi oleh BUMDES Digdaya untuk memperkenalkan objek wisata Gumuk Watu kepada peserta acara (masyarakat, guru, dan murid). Hal ini bertujuan agar peserta acara yang hadir tersebut dapat mengetahui lebih lanjut tentang obyek wisata Gumuk Watu dan diharapkan akan tertarik mengunjungi kembali wisata tersebut.
4. Penjualan personal (*personal selling*), yang dilakukan oleh BUMDES Digdaya saat mengadakan acara tersebut kemudian dari pihak pengurus/pengelola BUMDES berperan aktif dalam melakukan promosi wisata Gumuk Watu kepada masyarakat, guru, murid yang mengikuti acara tersebut.
5. Hubungan masyarakat (*public relations*), BUMDES Digdaya menjalin kemitraan dengan masyarakat dalam upaya mempromosikan wisata Gumuk Watu. Selain itu,

mereka juga membina hubungan dengan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), yang melibatkan masyarakat setempat untuk berpartisipasi dalam promosi Gumuk Watu dengan tujuan meningkatkan jumlah pengunjung wisata.



Gambar 4. Foto Bersama Tim BUMDES Digdaya, Dewan Guru dan semua Siswa, Kelas 1-6 dari SDN Tamansari 04 dan anak KKN Unej.

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan proses identifikasi secara sistematis terhadap berbagai faktor yang bertujuan untuk merumuskan strategi perusahaan. Ini merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau bisnis. Keempat faktor ini membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). SWOT merujuk pada identifikasi lingkungan internal dari kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), serta lingkungan eksternal dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dihadapi dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2008).

Dapat di sebut dan jelaskan di bawah ini adalah faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran wisata edukasi Gumuk Watu:

1. Strength (Kekuatan)

Kekuatan adalah faktor internal yang merupakan sumber daya atau kemampuan yang dimiliki atau dapat diakses oleh sebuah perusahaan, yang membuatnya lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, kekuatan ini berasal dari berbagai sumber daya dan kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan (Sondang P, 2004).

Adapun kekuatan dari objek wisata edukasi gumuk watu dalam strategi pemasaran analisis SWOT yaitu:

- a. Kabupaten Jember memiliki banyak daya tarik alam yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata salah satunya yaitu Gumuk Watu.
 - b. Masyarakat setempat di Kabupaten Jember memiliki kesadaran dalam mengelola kawasan wisata Gumuk Watu
 - c. Melewati hamparan sawah yang luas dan indah
 - d. Terdapat sarana dan prasarana pendukung yang memadai : flying fox, akses sungai, dan ekosistem
 - e. Udara yang segar, bersih dan sejuk
 - f. Sudah melakukan promosi wisata baik online maupun offline.
 - g. Menarik untuk diteliti.
2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal yang merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kemampuan suatu perusahaan jika dibandingkan dengan pesaingnya, yang menjadi penghalang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.. Dalam praktiknya, kelemahan dapat terlihat pada berbagai aspek seperti infrastruktur yang tidak memadai, manajemen yang kurang efisien, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan permintaan pasar, produk yang kurang diminati oleh konsumen, dan tingkat profitabilitas yang rendah (R.David, 2011).

Kelemahan yang di miliki oleh wisata edukasi gumuk watu antara lain:

- a. Kurang baiknya tingkat akses menuju titik pariwisata di Gumuk Watu, Kabupaten Jember
 - b. Kondisi alam yang kurang bersahabat karena lokasi berada di lereng bukit.
 - c. Kurangnya ketersediaan fasilitas di Gumuk Watu
 - d. Terbatasnya anggaran pembangunan dan pengembangan di Gumuk Watu
3. Opportunities (Peluang)

Peluang adalah kondisi yang menguntungkan yang muncul dalam lingkungan suatu perusahaan. Salah satu sumber utama peluang adalah tren yang berkembang. Peluang dapat muncul dari identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, kemajuan teknologi, dan peningkatan hubungan dengan pelanggan atau pemasok (Sedarmayanti, 2014).

Adapun peluang yang dimiliki oleh wisata edukasi gumuk watu yaitu sebagai berikut:

- a. Pemerintah Desa Dukuhdempok memberikan dukungan penuh dalam pengembangan kawasan wisata di Gumuk Watu
 - b. Terciptanya peluang bagi UMKM di lokasi Gumuk Watu
 - c. Masyarakat sekitar turut berpartisipasi dalam kegiatan wisata.
 - d. Potensi wisata di Gumuk Watu memiliki daya tarik bagi calon investor.
4. Threats (Ancaman/Tantangan)

Ancaman adalah kondisi yang tidak menguntungkan yang muncul dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan hambatan utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang melambat, peningkatan kekuatan negosiasi dari pelanggan atau pemasok utama, perubahan teknologi, serta revisi atau pembaharuan regulasi, semuanya dapat menjadi rintangan bagi kesuksesan perusahaan (Sedarmayanti, 2014).

Adapun ancaman yang di hadapi oleh wisata edukasi Gumuk Watu yaitu dapat disebutkan di bawah ini:

- a. Kurangnya minat investor untuk berinvestasi karena terbatasnya prasarana pendukung dan promosi media.
- b. Potensi bencana banjir, kekeringan dan longsor

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran analisis SWOT yang yang diambil atas dasar hasil analisis SWOT yaitu strategi SO (strenght dan opportunities), strategi SO merupakan penerapan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal seoptimal mungkin. Salah satu strategi yang dapat diambil adalah memperbaiki dan meningkatkan akses jalan dari satu kawasan wisata ke kawasan wisata lainnya. Pembangunan infrastruktur jalan memiliki peran penting dalam menarik minat para wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam di berbagai lokasi wisata. Meskipun medan jalan menuju destinasi wisata mungkin sulit dijangkau, kualitas jalan yang baik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Sebaliknya, jika akses jalan yang menuju destinasi wisata banyak yang rusak atau berlubang, hal ini dapat membuat pengunjung merasa tidak nyaman dan akhirnya kehilangan minat untuk mengunjungi destinasi tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis tentang strategi pemasaran wisata edukasi Gumuk Watu, dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi yang efektif dengan signifikan meningkatkan kunjungan wisatawan. Adanya pendekatan edukatif dalam promosi dan pengembangan program wisata edukasi di area Gumuk Watu mampu menarik perhatian target pasar yang mencari pengalaman edukasi dan pembelajaran serta wisata. Adapun pentingnya memanfaatkan media sosial dan platform daring dalam menyampaikan informasi mengenai keunikan dan manfaat edukasi di Gumuk Watu menjadi poin kunci dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, keterlibatan komunitas lokal dan Kerjasama dengan institusi pendidikan dapat memperkuat citra positif destinasi, sehingga memberikan dampak positif dalam daya tarik wisatawan. Fleksibilitas dalam menyesuaikan program edukasi dengan kebutuhan dan minat pasar juga merupakan faktor penting. Dengan terus memantau tren dan merespon perubahan kebutuhan wisatawan, Gumuk Watu tetap relevan dan menarik bagi segmen pasar yang beragam. Dengan menggabungkan aspek pendekatan edukatif, pemanfaatan teknologi, dan adaptasi terhadap perubahan pasar, strategi pemasaran wisata edukasi Gumuk Watu dapat dianggap sebagai Langkah positif untuk meningkatkan kunjungan positif bagi pembangunan ekonomi lokal. Wisata edukasi Gumuk Watu menerapkan strategi pemasaran yang menggunakan dua strategi yaitu promotion mix dan analisis SWOT.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzzia Wilma, Rian. A., Erlangga. B., Rina. D.H., Yuliana. P.K. (2019). Jurnal ABDIMAS. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan di Villa Kancil Majalaya. Vol.2, No.1
- Freddy Rangkuti. (2013). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama
- Hutagalung, A. (1967). Pendekatan Penelitian Metode Penelitian Kualitatif. *Angewandte Chemie Internasional Edition*, 6[11]
- Iryana.(1990). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *Jurnal Ad'ministrate*,4[1],
- Iwan, S. (2019). Potensi Destinasi Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu*, 53(9),
- Kemendes. (2016). Permendesa PDTT No 10 TAHUN 2016 Tentang Pedoman Pengelolaan Data dan Informasi Desa, Daerah tertinggal dan Transmigrasi.
- Mahmudah Faizatul, Neni Wahyuningtiyas, I Nyoman Ruja (2023). *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial. Peran dan Strategi BUMDES dalam Pengembangan Wisata Cengkok Asri di Kabupaten Nganjuk*, Volume 9. No 1
- Pemula, P. D. (2017). *Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif*. 110265

- Priantana Ajeng Puspita. (2019). Jurnal Komunikasi Global. Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. Volume 08, Nomor 1
- Primadany, S. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya, 1(4)
- Putrawan, P. E. & Ardana, D. M. J. (2019). Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Pengembangan Pariwisata Di Desa Munduk Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng. Locus, 11(2)
- Shantika, B. & Mahagangga, I. G. A. O. (2018). Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Di Pulau Nusa Lembongan. Jurnal Destinasi Pariwisata, 6(1),