

Implementasi Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Desa Gucialit Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang Studi Kasus Pada Komunitas Gowa (Gucialit Organisasi Wisata Alam)

Paiman¹, Nawangsih², KasnoT Kasim³
STIE WIDYA GAMA LUMAJANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Email: pai27mant@gmail.com

Abstrak

Peran suatu komunitas dalam bidang ke pariwisata sangat penting, utamanya membantu memasarkan pariwisata, membantu pelayanan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan berkontribusi dalam pembangunan daerah. Komunitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI) adalah kelompok sosial yang terdiri dari beberapa orang dengan latar belakang beragam, yang memiliki minat yang sama. Salah satu komunitas lokal yang ada di Desa Gucialit adalah Komunitas GOWA (Gucialit Organisasi Wisata Alam). Pendirian GOWA didasarkan pada minat dan kepedulian yang sama terhadap lingkungan sekitarnya, bertujuan untuk membantu melestarikan dan mengembangkan desa wisata. Permasalahan dalam penelitian ini adalah : bagaimana implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Komunitas GOWA, bagaimana respon kepuasan wisatawan setelah berkunjung ke Desa Gucialit. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan reduksi data, model data, verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran meliputi produk, harga, distribusi, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik dan proses. Dimana desa wisata di Gucialit menemukan kendala terkait distribusi, terutama dikarenakan akses jalan yang belum memadai, serta produk unggulan yang dihasilkan yaitu kopi Gucialit sudah semakin menghilang dari peredaran. Sedangkan kepuasan wisatawan terkait fasilitas misalnya: keterbatasan bangku taman, minimnya kesadaran membuang sampah pada tempatnya, sarana parkir kurang memadai, ketersediaan pusat informasi masih terbatas.

Kata kunci: Pemasaran Pariwisata dan Kepuasan Wisatawan

Abstract

The role of a community in the field of tourism is very important, especially helping to market tourism, helping services to increase tourist satisfaction and contribute to regional development. Community according to the Big Indonesian Language Dictionary (KKBI) is social group consisting of several people with diverse backgrounds, who share similar interests. One of the local communities in Gucialit Village is the GOWA Community (Gucialit Nature Tourism Organization). The establishment of GOWA based on the same interest and concern for the surrounding environment, aiming to help preserve and develop tourism villages. The problems in this research are: how is the implementation of the marketing strategy implemented by the GOWA Community, how is the response of tourist satisfaction after visiting Gucialit Village. This research is a type of qualitative research. Data collection techniques using observation, interviews, documentation. Sampling using purposive sampling technique. Data collection techniques using data reduction, data models, verification

conclusions. The results of the study show that the marketing strategy includes product, price, distribution, promotion, human resources, physical evidence and process. Where the tourist village in Gucialit found constraints related to distribution, mainly due to inadequate road access, and the superior products produced namely Gucialit coffee have increasingly disappeared from circulation. While tourist satisfaction regarding facilities, for example: limited park bench, lack of awareness of disposing of garbage in its place, inadequate parking facilities, the availability of information centers is still limited.

Keyword : Tourism Marketing and Tourist Satisfaction

PENDAHULUAN

Berbagai strategi dilakukan oleh perusahaan atau suatu pemerintah daerah untuk mengenalkan suatu produk baik itu produk jasa (wisata) maupun produk barang kepada wisatawan dengan tujuan agar wisatawan atau wisatawan mengetahui, mengunjungi, berminat, dan mau membeli produk yang akan di pasarkan, salah satu strategi adalah strategi pemasaran.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah, (Sofjan Assauri 2015:168).

Pariwisata adalah termasuk dalam pemasaran jasa, yang merupakan bagian dari system jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki sebuah bentuk kontak dengan pelanggannya, mulai dari periklanan hingga penagihan, hal itu mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa, (Christopher Lovelock dan Lauren K Wright dalam Muhammad Adam 2015:3). Pariwisata termasuk dalam pemasaran jasa.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata menunjukkan bahwa kegiatan pengembangan sektor pariwisata diperlukan untuk mempercepat terwujudnya aspek kesetaraan, menciptakan lapangan kerja, dan kemampuan untuk menghadapi tantangan perubahan di lokal, nasional, dan global.

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata dengan menggunakan bauran pemasaran yang diperluas untuk jasa pariwisata seperti produk, distribusi, promosi, harga, sumber daya manusia, bukti fisik, dan proses, (I Gusti Bagus Rai Utama 2017:2).

Strategi pemasaran yang dapat dilaksanakan secara optimal agar berdampak terhadap kepuasan wisatawan. Aspek lain yang turut berkontribusi terhadap keberhasilan kegiatan pariwisata adalah tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Kepuasan Wisatawan yaitu tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan, (Kotler 1997 dalam Rambat Lupiyoadi 2013:246).

Kegiatan pariwisata juga di dukung oleh peran komunitas lokal daerah. Peran serta suatu komunitas dalam bidang ke pariwisata sangat penting, utamanya membantu memasarkan pariwisata, membantu pelayanan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan berkontribusi dalam pembangunan daerah. Komunitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI) adalah kelompok sosial yang terdiri dari beberapa orang dengan latar belakang beragam, yang memiliki minat dan hal yang sama. Salah satu bentuk komunitas lokal yang ada di Desa Gucialit adalah Komunitas GOWA (Gucialit Organisasi Wisata Alam). Pendirian GOWA didasarkan pada minat dan kepedulian yang sama terhadap lingkungan sekitarnya, dan bertujuan untuk membantu melestarikan dan mengembangkan desa wisata.

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku, (Nuryanti 1993 dalam Made Antara dan I Nyoman Sukma Arida

2015:7). Desa Gucialit merupakan desa wisata andalan Kecamatan Gucialit dalam Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Timur Tahun 2017-2032.

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini terkait pemasaran pariwisata dilakukan oleh : Nawangsih dan Sukma Irdiana, (2018), dengan judul penelitian *Local Community Participation in Developing Natural Tourism and Contribution Against Social Economic Society*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran masyarakat setempat dalam mengembangkan wisata alam sangat besar, kepedulian terhadap lingkungan alam dituangkan dalam visi dan misi masyarakat dengan tujuan alam konservasi yang mengalami.

Penelitian terdahulu terkait dengan kepuasan wisatawan dilakukan oleh : Penelitian dari Ade Mutia Rahma, (2018), dengan judul Analisis Kepuasan Wisatawan dalam Melakukan Aktifitas Wisata di Pantai Pangandaran. Hasil penelitian bahwa kepuasan wisatawan yang ada di Pantai Barat Pangandaran sudah dirasa cukup dikarenakan keberadaan fasilitas dan keamanan yang memadai. Ada beberapa aspek fasilitas dan keamanan yang harus diperbaiki oleh pemerintah agar kepuasan wisatawan dalam menikmati aktivitas di pantai tidak terganggu.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Komunitas GOWA. (2) Untuk mengetahui respon kepuasan wisatawan setelah berkunjung ke Desa Gucialit.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:59), metode deskriptif adalah penelitian yang melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagai apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:53), pendekatan kualitatif adalah mekanisme kerja penelitian yang berpedoman penilaian subjektif nonstatistik atau nonmatematis, dimana ukuran nilai yang digunakan dalam penelitian ini bukanlah angka-angka skor, melainkan kategorisasi nilai atau kualitasnya.

Teknik Pengambilan Subjek Penelitian menggunakan *purposive sampling*. Menurut Ibrahim, (2015:72) *purposive sampling* digunakan dalam situasi dimana seorang ahli menggunakan penilaiannya dalam memilih responden dengan tujuan tertentu didalam benaknya. Dalam hal ini menggunakan tiga situasi. Pertama, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* guna memilih responden unik yang akan memberi informasi penting. Kedua, peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu peneliti cenderung subjektif. Ketiga, peneliti mengidentifikasi jenis responden tertentu untuk diadakan wawancara mendalam.

Menurut Djam'an Satori dan Aan Komariah (2017:94) informan adalah orang-dalam pada latar penelitian. Fungsinya untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Menurut Afrizal (2016:139) informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa yang dapat dijadikan narasumber atau informan diantaranya yang terdiri dari : Ketua Komunitas GOWA, Pengurus Komunitas GOWA, Camat Gucialit, Kepala Desa Gucialit, Pelaku Usaha, dan Wisatawan. Objek yang diteliti berada pada Komunitas GOWA, yang beralamat di Jl. Raya Gucialit, RT 04, RW 05, Desa Gucialit, Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang, E-mail: pecintawisatagucialit@ymail.com.

Tabel 4.4 Identitas Informan

No	Nama	No. Urut Informan	Pekerjaan	Alamat
1.	Ikhwan Lukman Firdhaus	1	Ketua Komunitas GOWA	Dsn. Sidomakmur RT 01 RW 03 Desa Gucialit Kab. Lumajang
2.	Jefri Afriliyanto	2	Pengurus Komunitas GOWA	Dsn. Sidorukun RT 03 / RW 04 Desa Gucialit Kab. Lumajang
3.	Iskandar	3	Camat Gucialit	Desa Klanting RT 05 / RW 02 Kecamatan Sukodono Lumajang
4.	Fitri Arista Dewi	4	Skretaris Gucialit Desa	Dsn. Sidomakmur RT 01 / RW 03 Desa Gucialit Kab. Lumajang
5.	Hariyono	5	Pemilik Usaha Kedai Gucialit	Dsn. Sidorukun RT 05 / RW 06 Desa Gucialit Kab. Lumajang
6.	Ainun Darajad Zakiyah	6	Wisatawan Nusantara	Jl. Teuku Cik Ditiro Lumajang

Sumber : Data Diolah Peneliti Tahun 2019

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapat data. Menurut Sugiono (2015:63-82) macam teknik pengumpulan data digambarkan sebagai berikut: Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Menurut Emzir (2010:129-133), yakni menggunakan analisis data model *Miles* dan *Huberman* , yaitu analisi menggunakan model interaktif data, dengan tahapan sebagai berikut: Reduksi Data, Model Data, Penarikan / Verifikasi Kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Observasi atau Pengamatan Penelitian

Gambar 1. Strategi Pemasaran Pariwisata Produk Wisata Taman Perkebunan PTPN Kertowono Gucialit



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019

Tulisan I love WAK pada pintu masuk ke obyek wisata Gucialit memiliki arti :

I love bahasa inggris yang artinya aku cinta atau saya mencintai, WAK kata singkatan yang kepanjangannya adalah Wisata Agro Kertowono. Wisata tersebut mempunyai keindahan alam seperti hamparan kebun teh yang luas dan keindahan taman dengan adanya bangunan peninggalan belanda. Sehingga I love WAK di maksud untuk mencintai wisata agro yang ada di wilayah setempat.

Harga Tiket Masuk



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019

Tiket masuk ke lokasi obyek wisata ditentukan sebesar Rp. 3000, harga tiket yang ditawarkan cukup terjangkau oleh pengunjung. Dengan harga sekian wisatawan dapat menikmati beberapa wisata yang ada di wilayah tersebut

Pengangkutan Wisatawan Mengelilingi Area Kebun Teh Oleh GOWA



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2018

Sarana transportasi menuju lokasi obyek wisata menggunakan fasilitas mobil jeep atau dengan kendaraan lain, yang dibuat dengan menyesuaikan dengan kondisi medan yang ada.

Promosi GOWA dengan Event Sedekah Bumi



Sumber : Dokumentasi Media Sosial WhatsApp Tahun 2019

Event wisata dalam bentuk sedekah bumi dilaksanakan sebagai bentuk wujud syukur dan rasa terima kasih warga atas hasil bumi yang sudah diperoleh. Peran Komunitas GOWA dalam kegiatan ini ikut berkontribusi dalam kepanitiaan membantu mensukseskan kegiatan tersebut serta membantu mempromosikan lewat media sosial.

Pelatihan Pengelolaan Barang Bekas Oleh GOWA



Sumber : Dokumentasi Media Sosial WhatsApp Tahun 2019

Kegiatan pelatihan pengelolaan barang bekas oleh komunitas GUESSA yang dikoordinir oleh anggota GOWA, dilakukan dengan maksud untuk memberikan nilai tambah dan manfaat ekonomis sebagai tambahan pendapatan bagi masyarakat sekitar.

Loket Tiket Masuk



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Loket tiket masuk cukup unik terletak sedikit jauh dari pabrik teh. Penjagaan loket di hari libur saja, selain itu wisatawan bebas keluar masuk area wisata tanpa di kenai tiket masuk.

Tempat Sampah



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Jumlah bak sampah yang tersedia di lokasi wisata terbatas, hanya ada di beberapa tempat.

Mushola



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Keberadaan mushola sebagai sarana utama di lokasi wisata memberikan akses kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan dalam

Tempat Parkir Kendaraan



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Lokasi parkir kendaraan yang tersedia masih harus diperbaiki lagi. Mengingat kondisi tanah yang turun dianggap cukup berbahaya bagi kendaraan.

Bangku Taman



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Jumlah bangku taman yang tersedia di lokasi obyek wisata terbatas, hanya ada di beberapa tempat.

Toilet dan Tempat Wudhu



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Keberadaan toilet dan tempat berwudlu membantu memberikan kemudahan kepada pengunjung untuk sarana kebersihan maupun

menjalankan ibadah.

Lapangan Olahraga



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Adanya sarana olah raga di obyek wisata memberikan daya tarik yang berbeda di bandingkan dengan yang lain.

keperluan ibadah.

Penunjuk Arah Lokasi



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Keberadaan penunjuk arah memberikan informasi yang lebih akurat tentang lokasi destinasi wisata yang menarik untuk didatangi pengunjung.

Papan Pengumuman dan Himbauan



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Papan pengumuman dan himbauan di lokasi wisata disediakan untuk membantu pengunjung agar merasa nyaman dan aman.

Proses

Akses Jalan Menuju Objek Wisata



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019
Akses jalan menuju lokasi wisata masih berupa jalan berbatu sehingga masih kurang nyaman untuk dilewati.

GOWA Melayani Kunjungan Wisatawan



Sumber : Dokumentasi Media Sosial WhatsApp Tahun 2019
Anggota komunitas Gucialit Organisasi Wisata Alam / GOWA sebagai komunitas lokal daerah yang memiliki kepedulian dan perhatian lebih bagi kemajuan pariwisata, kepedulian lingkungan dan kemajuan produk ekonomi kreatif lokal.

Foto Bersama Wisatawan



Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2019

Dokumentasi kegiatan wawancara dengan wisatawan yang berkunjung ke lokasi obyek wisata, untuk mengetahui pendapat wisatawan terhadap beberapa data yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Hasil Triangulasi Data

Strategi Pemasaran Pariwisata

Produk pariwisata, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk pariwisata dalam hal ini obyek wisata cukup beragam antara lain : Taman PTPN Kertowono Gucialit, keistimewaan Taman PTPN Kertowono Gucialit selain pemandangan yang menarik, asri, jauh dari kebisingan kota meskipun di area tersebut berada dekat dengan pabrik pengolahan pucuk daun teh menjadi teh siap saji, taman tersebut di tempati perkemahan, taman tersebut juga sebagai sarana edukasi perkebunan yang memiliki beraneka ragam jenis kopi yang di tanam di area tersebut. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 1 sebagai berikut :

“... Di Gucialit ini kalau soal wisata ada banyak seperti Taman PTPN Kertowono, Puncak 74, Puncak KBR, Air Terjun Semingkir, Cuban Pawon. Dan juga ada kopi Gucialit yang ada sampai sekarang ...”

Harga, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga atau tiket masuk dalam hal ini cukup terjangkau karena dengan harga tiket sekian bisa menikmati beberapa wisata yang ada di wilayah tersebut, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke Gucialit. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 1 sebagai berikut :

“... Kalau soal harga baik itu tiket masuk ataupun harga makanan dan minuman menurut saya cukup terjangkau karena bisa dinikmati semua kalangan ...”

Distribusi, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi transportasi dalam hal ini menunjukkan bahwa kondisi jalan masih bebatuan untuk menuju wisata Air Terjun Semingkir, Puncak KBR, dan Puncak 74. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 4 sebagai berikut :

“... Untuk sekarang banyak di kunjungi Puncak 74 jadi untuk infrastruktur jalannya lebih diperbaiki lagi kerana jalan menuju ke sana itu sulit masih jalan makadam mungkin sarana dan prasarana lebih di perbaiki ...”

Promosi, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang di lakukan Komunitas GOWA mengenalkan keragaman wisata yang ada di Gucialit dengan mengadakan event UMKM diantaranya Bazar, sedekah bumi dan berpartisipasi memperingati hari-hari nasional. Juga dengan kegiatan lain seperti mengadakan pelatihan pengolahan barang bekas menjadi barang baru bernilai jual yang di adakan di sekolah dasar maupun umum yang bertempat di *base came* Komunitas GOWA. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 1 sebagai berikut :

“... Promosi yang kami lakukan untuk membantu mempromosikan wisata yang ada di Gucialit melalui media sosial, mengadakan event UMKM dan berpartisipasi memperingati hari-hari nasional ...”

Sumber daya manusia, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu adanya pelatihan baik itu dalam wisata ataupun UMKM. Tidak hanya pengelolaan wisata saja yang perlu di beri pelatihan khusus akan tetapi UMKM yang ada di daerah wisata juga memerlukan pelatihan khusus untuk meningkatkan produksi, kualitas produk, kemasan produk, promosi dan pengelolaan keuangan. Dalam hal ini sudah di bantu oleh dinas terkait seperti dinas tenaga kerja dan pengelolalan sampah oleh dinas lingkungan hidup. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 4 sebagai berikut :

“... Kalau pelatihan khusus UMKM SAM dapat bantuan pelatihan tempatnya balai Desa dari dinas tenaga kerja sudah dua kali dilatih, yang pertama pelatihan membuat keripik dan yang kedua pelatihan membuat batik dan juga untuk kemarin bank sampah ...”

Bukti fisik, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang digunakan para pelaku usaha yang ada di area wisata dalam hal ini cukup memadai dan mampu bersaing di tingkat kota dalam tingkatan levelnya. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 5 sebagai berikut :

“... Dikedai Gucialit ini cukup soal fasilitas karena disini sudah ada wifi, tempat duduk yang unik, full music, udara sejuk tanpa AC ...”

Proses, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan yang di berikan Komunitas GOWA dalam hal ini memandu wisata, membantu mengantarkan wisatawan mengelilingi kebun teh menggunakan kendaraan yang sudah di sediakan, mensosialisasikan pentingnya menjaga lingkungan, mengenalkan keragaman wisata yang ada di Gucialit. Bentuk layanan yang diberikan GOWA lebih kepada informasi dan edukasi terkait dengan wisata dan bentuk kegiatan kepedulian lingkungan dan pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 1 sebagai berikut :

“... Layanan yang kami berikan untuk memuaskan wisatawan menerima tamu dengan baik ramah dan sopan. Perkenalan dengan wisatan mengajak berkunjung ke tempat wisata yang ada di Gucialit ...”

Kepuasan Wisatawan

Lokasi, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi Taman PTPN Kertowono Gucialit yang berada di pegunungan menambah dinginnya suasana, udara yang segar tidak terlalu bising meskipun dekat dengan pabrik teh. Lokasi menuju taman tersebut sangat mudah dengan akses jalan yang baik sudah beraspal namun. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 6 sebagai berikut :

“... Jadi saya sebenarnya asalnya dari kota agak jauh, memang wisata di taman ini letak geografisnya di Desa sehingga cocok sekali. Kemudian untuk akses jalan mudah karena sudah di aspal dengan baik sehingga pengunjung tidak kesulitan untuk datang kesini ...”

Fasilitas, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang ada di taman sudah cukup lengkap dan nyaman, namun keterbatasan bangku taman hanya ada di beberapa tempat yang di anggap strategis dan ada beberapa yang rusak. Minimnya kesadaran membuang sampah pada tempat yang sudah di sediakan pihak pengelola. Lahan parkir yang miring dan bergelombang membuat wisatawan khawatir akan kendaraan yang di parkir mundur hal ini cukup berbahaya. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 6 sebagai berikut :

“... Beberapa fasilitas, yang pertama ada mushola kedua ada kamar mandi dan kamar mandinya sudah cukup baik dan cukup pantaslah untuk di tempati. Kemudian disini ada yang perlu saya sampaikan bahwasannya kursi-kursi yang ada ditaman perlu di perbaiki karena ada beberapa yang rusak kemudian ada yang beberapa itu tidak layak. Sedikit masukkan untuk pihak pengelola wisata setidaknya segera di perbaiki karena disini tempatnya bagus tetapi fasillitasnya kurang memadai, tempat parker disini masih kurang luas dan lokasinya miring sehingga pengunjung ketika datang sedikit kesulitan karena takut kendaraannya mundur, tempat sampah yang ada disini itu masih kurang kalau bisa di setiap sudut tempat disediakan tempat sampah ...”

Suasana, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana di Taman PTPN Kertowono Gucialit sangat indah meskipun cuacanya sering mendung, hujan namun tidak mengurangi keindahan dan kesejukan taman. Jauh dari polusi, lingkungan yang asri membuat

wisatawan betah berada di taman tersebut. Seperti yang di ungkapkan oleh informan ke 6 sebagai berikut :

“... Karena disini suasananya itu mendung tapi tetep asri, sejuk, tenang. Kemudian suara pabrik yang ada di dekat taman ini tidak mengganggu kendaraan tidak menjadi masalah bagi saya ...”

KESIMPULAN

Strategi pemasaran pariwisata meliputi produk, harga, distribusi, promosi. sumber daya manusia, bukti fisik dan proses dimana pada desa wisata di Gucialit menemukan kendala terkait dengan distribusi, terutama dikarenakan akses jalan yang belum memadai, serta produk unggulan yang dihasilkan yaitu kopi Gucialit sudah semakin menghilang dari peredaran.

Keterlibatan komunitas GOWA dalam hal ini lebih dominan kepada pelayanan dan kegiatan promosi produk UMKM dan kegiatan pariwisata, misalnya dalam bentuk ikut berpartisipasi aktif dalam mengadakan event, memperingati hari nasional, mempromosikan pariwisata melalui media sosial diantaranya akun yang dimiliki Komunitas GOWA : facebook G'owa (Gucialit Organisasi Wisata Alam), instagram [gucialitorganisasiwisataalam](https://www.instagram.com/gucialitorganisasiwisataalam).

Kepuasan wisatawan terkait dengan fasilitas misalnya: keterbatasan bangku taman, minimnya kesadaran membuang sampah pada tempatnya, sarana parkir yang kurang memadai, ketersediaan pusat informasi juga masih terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA CV.
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Emzir. (2016). *Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Wisatawan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Nawangsih & Irdiana, S. (2018). *Local Community Participation in Developing Natural Tourism and Contribution Against Social Economic Society*. *Jurnal The 2nd International Conference On Economics And Business*, 321-325. Dari <http://jurnal.stie-mandala.ac.id/index.php/eproceeding/article/view/289>.
- Rahma, A. M. (2018). Analisis Kepuasan Wisatawan dalam Melakukan Aktifitas Wisata di Pantai Pangandaran. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), 75-78. Dari <http://ejournal.upi.edu/index.php/jurel/article/viewFile/11437/6899>.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(2), 77-78.