

PROMOSI TAMAN WISATA MANGROVE DESA MATANSALA KECAMATAN BUNGKU TENGAH KABUPATEN MOROWALI

Niluh Putu Evvy Rossanty

Universitas Tadulako Morowali, Indonesia

Email: npe.rossanty@gmail.com

Mahfud Supu

Universitas Tadulako Morowali, Indonesia

Email: npe.rossanty@gmail.com

Abstrak: Desa Matansala Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali adalah salah satu desa yang memiliki potensi wisata yang menarik. Sebagai daerah pesisir maka kekayaan alamnya sangat melimpah. Beberapa hal yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan wisata mangrove di Desa Matansala adalah belum adanya media promosi yang efektif. Sehingga pengembangan daya dukung sebagai kawasan wisata belum dilakukan secara maksimal. Berdasarkan kondisi tersebut, perlu diberikan pelatihan strategi promosi wisata bagi masyarakat dan aparat desa sebagai pelaksana. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya media promosi sebagai sarana untuk meningkatkan potensi wisata dan mengenalkan berbagai strategi promosi dan media promosi baik cetak maupun elektronik untuk pengembangan wisata mangrove di Desa Matansala.

Kata kunci: *Promosi, Wisata Mangrove*

Pendahuluan

Potensi wisata yang luar biasa yang dimiliki suatu daerah seharusnya bisa menjadi andalan untuk mengangkat taraf hidup masyarakat. Di era yang semakin maju semakin banyak pula cara dan strategi untuk mengangkat potensi wisata di suatu daerah. Masing-masing daerah memiliki kekhasan atau penonjolan karakteristik alam maupun sosio kultural dan aspek lainnya. Potensi yang dimiliki desa bisa diangkat menjadi komoditas yang menguntungkan jika dipoles dengan manajemen strategi yang tepat untuk menjadi desa wisata.

Menurut Lumaksono¹ sektor pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai salah satu sumber penerimaan devisa maupun penciptaan lapangan kerja serta kesempatan berusaha. Pariwisata juga merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi terbesar dalam perolehan devisa negara melalui wisatawan mancanegara (wisman).

Desa Matansala Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali adalah salah satu desa yang memiliki potensi wisata yang menarik. Sebagai daerah pesisir maka kekayaan alamnya sangat melimpah. Salah satu potensi alam yang dikembangkan adalah wisata mangrove. Kawasan wisata

¹ Adi Lumaksono, D.S. Priyarsono, Kuntjoro, dan Rusman Heriawan, "Dampak Ekonomi Pariwisata Internasional pada Perekonomian Indonesia", *Forum Pascasarjana*, vol. 35, no. 1, (Januari, 2012); 60.

mangrove Desa Matansala seluas 24 hektar, dibangun menggunakan dana desa sebesar Rp 190.000.000 dan mulai diresmikan pada tanggal 28 Juni 2020.²

Berdasarkan hasil survey lapangan, wisata mangrove Desa Matansala dibangun cukup menarik dengan beberapa bangunan yang dibuat seperti jembatan, tempat duduk, spot foto dan tempat istirahat. Sebagai tempat wisata baru, pengembangan wisata pesisir harus mempertimbangkan dua aspek yaitu aspek tujuan wisata dan aspek pasar. Selain mengutamakan pasar pengembangan produk wisata tetap menjamin kelestarian sumber daya alam dan budaya masyarakat pesisir dan laut. Sehingga tercipta wisata yang berkelanjutan yang dapat menunjang sumber pendapatan asli desa.

Beberapa hal yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan wisata mangrove di Desa Matansala adalah belum adanya media promosi yang efektif. Sehingga pengembangan daya dukung sebagai kawasan wisata belum dilakukan secara maksimal. Papan nama, baliho, petunjuk jalan, promosi di media dan sarana penunjang lainnya belum dilakukan. Menurut Fahlevi³ penggunaan media promosi dapat menghasilkan tingkat kunjungan wisatawan. Berdasarkan kondisi tersebut, perlu diberikan pelatihan strategi promosi wisata bagi masyarakat dan aparat desa sebagai pelaksana.

Solusi Mengatasi Permasalahan Mitra

Pemecahan permasalahan pengelola dana desa atas pajak penghasilan tetap pelaksana program dana desa dilakukan dengan beberapa pendekatan yang dilakukan secara bersama sama yaitu:

1. Berbasis ceramah, masyarakat dan perangkat desa diberikan materi tentang pentingnya media promosi sebagai sarana untuk meningkatkan potensi wisata.
2. Berbasis pelatihan, dengan memberikan pelatihan membuat media promosi baik cetak maupun elektronik sebagai media promosi wisata mangrove desa Matansala.

Langkah-langkah Pelaksanaan

Program ini akan dilaksanakan oleh tim pengabdian yang terdiri dari 1 orang ketua dan 2 anggota yang memiliki kepakaran yang berbeda sesuai dengan bidang keahlian. Pengabdian ini juga akan melibatkan satu mahasiswa. Pihak-pihak yang terlibat dalam pengabdian ini adalah kelompok masyarakat dan perangkat desa. Metode dan tahapan akan dimulai dari identifikasi masalah, menentukan kebutuhan, perancangan strategi promosi, uji coba media promosi dan pendampingan operasional cara penggunaan aplikasi. Adapun tahapan selengkapnya adalah sebagai berikut:

² Lihat: Winda Bestari, "Bupati Morowali Resmikan Taman Wisata Mangrove Desa Matansala", *Morowalika.go.id*, 28 Juni 2020, (diakses pada 20 September 2020).

³ Roby Fahlevi, "Strategi Promosi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hutan Mangrove BSD Kota Bontang", *eJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 6, no. 1 (Januari, 2018); 244-257.

1. Identifikasi masalah, Dilakukan observasi terhadap masalah-masalah yang dihadapi dalam pengembangan wisata mangrove di Desa Matansala.
2. Pada tahap persiapan dilakukan aktivitas-aktivitas berikut, koordinasi tim, dan perbaikan proposal, serta konfirmasi ulang ke mitra untuk kesiapan pelaksanaan kegiatan.
3. Perancangan strategi promosi yang tepat dan sesuai dengan kemampuan Desa Matansala, misalnya dengan melalui facebook, instagram dan media lainnya.
4. Pendampingan Penggunaan media promosi yang digunakan. Dalam hal ini akan dilakukan pendampingan terhadap mitra atas aplikasi/ sistem yang telah dibuat sebagai sarana dalam kemudahan promosi.

Partisipasi Mitra dalam Program

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini diharapkan secara aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan hingga selesai. Kesiapan mitra dan komitmen untuk berpartisipasi secara aktif dinyatakan secara tertulis yang disertai dengan materai dan telah ditandatangani oleh mitra (sesuai terdapat dalam Lampiran 4 pernyataan kerjasama).

Gambaran Umum

Desa Matansala adalah salah satu desa yang ada di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali, Luas wilayah Desa Matansala 45 Km² yaitu sekitar 6,20 % dari total luas wilayah Kecamatan Bungku Tengah dengan jumlah penduduk 1448 orang. Desa Matansala merupakan desa pantai yang jaraknya dari Ibukota Kecamatan sejauh 3 kilometer. Batas utara adalah Desa Bahoruru, selatan Kel.Bungi dan Matano, batas timur Laut Tolo, batas Barat hutan Sulawesi Selatan.

Lokasi Desa Matansala yang merupakan desa pantai sehingga mempunyai potensi yang cukup bagus untuk pengembangan sektor wisata. Tanggal 28 Juni 2020 telah diresmikan obyek wisata baru yaitu wisata mangrove Baria Pengkenanya. Pembangunan taman wisata sendiri, bersumber dari Anggaran Dana Desa (ADD), serta bantuan CSR dari Bank Sulteng sebesar 100 juta.

Wisata Mangrove Desa Matansala bisa dijangkau dengan mengambil Jalur 16 tepatnya di belakang jalan Trans Sulawesi. Jalur tersebut, jalur bebas hambatan yang berdampingan dengan pantai. Lokasi wisata tersebut terletak tepat di jalan utama. Ketika tiba di lokasi, dari jalan utama sebelah kiri sudah dapat dilihat dari kejauhan papan berwarna coklat bertuliskan 'Selamat Datang di Lokasi Wisata Hutan Mangrove Sampo Desa Matansala'. Namun, untuk menuju lokasi, pengunjung harus berjalan kaki dengan melewati jembatan terlebih dahulu, berjalan sejauh sekitar 200 Meter masuk ke dalam.



Gambar 1. Gapura Wisata Hutan Mangrove

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan diawali dengan observasi di obyek wisata mangrove Desa Matansala, tujuan observasi untuk mendapatkan informasi seputar obyek wisata Mangrove dan mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi dalam pengembangan wisata mangrove di Desa Matansala. Kegiatan observasi diawali dengan kegiatan diskusi bersama tim pengabdian kepada masyarakat dengan Kepala Desa, Perangkat Desa dan Karang Taruna. Kegiatan diskusi dengan membuat kelompok kecil secara berkala, karena kondisi pandemic covid 19 dilarang melakukan kegiatan yang bersifat mengumpulkan massa.

Proses diskusi dengan mitra membicarakan mengenai pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola obyek wisata. Hal ini dilakukan agar tim pengabdian mengetahui apa saja yang sudah dilakukan dan apa yang belum dilakukan. Berdasarkan hasil diskusi diperoleh gambaran potensi wisata mangrove Desa Matansala, yaitu:

1. Aksesibilitas jalur menuju desa Matansala sangat mudah, karena berada di pinggir jalan raya yang mudah dijangkau baik dengan kendaraan roda dua maupun roda empat.
2. Fasilitas: terdapat jembatan sepanjang 200 meter yang dicat warna- warni, tersedia tempat duduk, tersedia bangunan yang bisa difungsikan untuk istirahat dan diskusi serta dilengkapi dengan spot-spot foto yang menarik.
3. Pemberdayaan masyarakat; antusias masyarakat cukup tinggi dalam mengembangkan wisata mangrove, tapi masih belum optimal dan terbatas pada beberapa sektor.
4. Promosi dan pemasaran; promosi masih dilakukan secara terbatas berdasarkan informasi dari orang ke orang, penggunaan media sosial juga masih terbatas. Belum ada strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemerintah desa.

Strategi Promosi Wisata

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra diperoleh informasi bahwa pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk wisata merupakan hal yang prioritas. Sehingga hal yang penting untuk dikembangkan oleh para pengelola wisata mangrove di desa Matansala adalah literasi media dalam promosi wisata mangrove. Pemilihan kegiatan ini berdasarkan dengan pertimbangan bahwa produk wisata yang ada di desa wisata belum terpromosikan dengan maksimal. Promosi yang dilaksanakan saat ini masih sangat sederhana sehingga produk wisata yang ada belum terpromosikan dengan baik. Hal ini berdampak pada kunjungan wisatawan masih rendah dan masih terbatas pada wisatawan lokal.

Obyek wisata akan diketahui oleh masyarakat luas apabila pengelola pariwisata melakukan promosi. Melalui promosi produk wisata akan lebih dikenal oleh masyarakat. Untuk melakukan proses promosi, pengelola wisata perlu melakukan langkah-langkah pemasaran produk wisata. Tahap selanjutnya adalah melaksanakan kegiatan pembinaan terhadap para pengelola wisata mangrove Desa Matansala, yaitu tentang sosialisai strategi promosi produk wisata.

Sosialisasi ini diberikan sesuai dengan harapan mereka memiliki kemampuan dalam melaksanakan promosi. Tujuan pelaksanaan sosialisai strategi promosi wisata ini adalah agar para pengelola wisata mangrove Desa Matansala memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam melaksanakan strategi promosi. Hal pokok yang harus mereka miliki dari hasil sosialisai ini adalah kemampuan mengidentifikasi produk wisata yang akan dipasarkan, merumuskan produk unggulan terutama produk yang paling menarik dan unik, menetapkan target pasar, perumuskan *positioning*, membangun identitas (*brand*), menetapkan harga, dan membangun saluran komunikasi pemasaran.

Metode sosialisasi yang digunakan menekankan pada makna belajar (*learning*), Agar kemampuan para pengelola wisata mangrove Desa Matansala menjadi lebih meningkat. Belajar adalah proses perubahan perilaku atau pribadi seseorang berdasarkan praktek dan pengalaman tertentu. Hal ini berarti masyarakat sasaran setelah memiliki pengalaman mengikuti sosialisasi mengenai strategi promosi, maka diharapkan mereka mampu mengidentifikasi produk wisata unggulan sebagai modal utama promosi, menetapkan target pasar, perumuskan *positioning*, membangun identitas (*brand*), menetapkan harga, dan membangun saluran komunikasi pemasaran.

Materi utama yang disampaikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sesuai dengan harapan para peserta sosialisasi yakni langkah-langkah strategis dalam melakukan promosi produk wisata. Pertimbangan pemberian materi ini yaitu pengelola pariwisata harus melakukan promosi produk wisata agar produk ini dapat diketahui oleh masyarakat luas. Melalui promosi produk wisata akan lebih dikenal oleh masyarakat. Suryadana dan Vanny berpendapat bahwa promosi dalam pariwisata adalah “arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran

(jual beli) dalam pemasaran produk pariwisata.⁴ Dengan demikian promosi dalam pemasaran produk pariwisata berperan sebagai pendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan, dan membedakan produk pariwisata yang dipromosikan dengan pariwisata lainnya.

Kesimpulan

Untuk melakukan promosi wisata mangrove Desa Matansala maka ada beberapa langkah yang bisa dilakukan:

Mengidentifikasi produk wisata, merupakan pengalaman wisatawan selama melakukan aktivitas di obyek wisata mangrove, apa yang dilihat, apa yang dilakukan dan apa yang bisa dibeli oleh wisatawan.

Merumuskan keunggulan produk wisata; Keunggulan produk merupakan kondisi atau sesuatu yang menarik (keunikan) yang dimiliki obyek wisata mangrove Desa Matansala yang berbeda dengan obyek wisata yang serupa. Misalnya wisata mangrove Desa Matansala merupakan wisata alam yang sangat alami, karena tidak membat pohon-pohon mangrove. Kondisi mangrove yang masih alami merupakan daya tarik bagi para pengunjung. Selain itu bisa dibuat produk oleh-oleh sebagai daya dukung bagi obyek wisata mangrove. Produk wisata ini tetap harus memperhatikan daya dukung lingkungan dan sosial supaya obyek wisata dapat terus berkembang dan berkelanjutan.

Menetapkan target pasar; Penetapan target pasar disesuaikan dengan keunggulan produk wisata yang dimiliki. Penetapan target pasar yang dipilih adalah yang mampu dilayani dan disediakan oleh pengelola obyek wisata mangrove Desa Matansala. Dimana target yang dipilih harus efisien dan memperlihatkan pertumbuhan yang menjajikan.

Menetapkan harga; Berdasarkan hasil pengamatan, teknik penetapan harga yang sesuai adalah teknik penetrasi. Penetapan harga dengan teknik penetrasi adalah dengan penetapan harga rendah di awal untuk merangsang kunjungan wisatawan. Kemudian menaikkan harga sampai pada posisi normal dan bisa ditawarkan secara bertahap. Untuk obyek wisata mangrove Desa Matansala yang saat ini ditetapkan tiket masuk adalah 5000 rupiah per orang.

Daftar Pustaka

- Bestari, Winda. "Bupati Morowali Resmikan Taman Wisata Mangrove Desa Matansala". *Morowalikalab.go.id*, 28 Juni 2020. (diakses pada 20 September 2020).
- Fahlevi, Roby. "Strategi Promosi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hutan Mangrove BSD Kota Bontang". *eJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 6, no. 1 (Januari, 2018); 244-257.

⁴ M. Liga Suryadana, *Pengantar Pemasaran Pariwisata* (Bandung: Alfabeta, 2015), 110.

Niluh Putu Evvy Rossanty; Mahfud Supu

Promosi Taman Wisata Mangrove Desa Matansala Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali

Lumaksono, A., Priyarsono, D.S., Kuntjoro, dan Heriawan, R. “Dampak Ekonomi Pariwisata Internasional pada Perekonomian Indonesia”. *Forum Pascasarjana*, vol. 35, no. 1, (Januari, 2012); 53-68.

Suryadana, M. Liga. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta, 2015.