

Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Muntig Siokan Di Mertasari Sanur

Ni Made Gita Saraswati
Universitas Pendidikan Nasional

Keywords :

Digital marketing,
Use of social media,
Community service,
Marketing strategies,
Muntig siokan destinations.

Corespondensi Author

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Undiknas Denpasar
email: gitasaraswati12@gmail.com

Abstract:*The reaction to the development of this destination is a negative impact such as environmental degradation due to the exploitation of existing resources for tourism, so it is necessary for managers and future tourism development to pay attention to the needs of the current generation while taking into account the life needs of future generations in the future. This beach is one of the beautiful beaches and has just been managed well, in this case many tourists or local people come to visit to enjoy beautiful beach views and tourist destinations. With the aim of developing this Mertasari beach tourist destination through social media by providing an improvement and development in tourism by promoting tourist destinations on this Mertasar Beach through social media, the result is with social media such as applications that are currently viral such as Tiktok and Instagram so that many tourists know the destination.*

Abstrak: Atas reaksi pengembangan destinasi ini merupakan sebuah dampak negatif seperti penurunan lingkungan akibat eksploitasi sumber daya yang ada untuk pariwisata yang memadadi sehingga di perlukan pengelola serta pengembangan pariwisata yang kedepannya memperhatikan kebutuhan generasi saat ini dengan tetap mempertimbangkan kebutuhan hidup generasi penerus di waktu yang akan datang. Pantai ini merupakan salah satu pantai yang indah dan baru di Kelola dengan baik, dalam hal ini banyak wisatawan atau masyarakat lokal yang datang berkunjung dengan menikmati view pantai yang indah dan destinasi wisatanya. Dengan tujuan mengembangkan destinasi pariwisata yang ada di pantai mertasari ini melalui media sosial dengan memberikan suatu peningkatan serta pengembangan dalam pariwisata dengan cara mempromosikan destinasi wisata yang ada di pantai mertasar ini melalui media sosial, dengan hal ini maka hasilnya dengan membuat media sosial seperti aplikasi yang sedangf viral saat ini seperti tiktok dan instgram agar banyak wisatawan mengetahui destinasi tersebut.

Pendahuluan

Covid-19 merupakan penyakit akibat virus corona jenis baru yang muncul pada akhir 2019 pertama kali di Wuhan, Cina yang menyebabkan pandemi menyebar di Indonesia (Sari, 2020). Covid-19 telah menyerang belahan dunia yang menyebabkan perekonomian di Indonesia turun secara drastis. Ekonomi merupakan faktor yang terpenting dalam kehidupan manusia. Kebutuhan ekonomi erat kaitannya dalam kehidupan sehari-hari

untuk memenuhi kebutuhan seperti makan, minum, pakaian, tempat tinggal, dan lain-lain. Sektor pariwisata yang merupakan penggerak perekonomian masyarakat diharapkan dapat berjalan secara berkelanjutan melalui pengembangan pariwisata kerakyatan (Syam, 2017). Akibat dari peningkatan kasus terjangkitnya corona virus ini membuat sektor ketenagakerjaan dipekerjakan secara Work From Home (WFH) bahkan sampai ada yang di PHK. Kawasan Bali merupakan salah satu daerah yang terkena dampak kemerosotan perekonomian terutama di sektor pariwisata pada masa pandemi ini. Perekonomian Bali sebagian besar bergantung pada sektor pariwisata yang biasanya dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal. Namun sampai saat ini perekonomian Bali belum bisa pulih kembali karena masih diberlakukan pembatasan kunjungan wisatawan dan penutupan bandara bagi wisatawan mancanegara yang digalakkan oleh pemerintah. Faktor inilah yang menyebabkan pemilik usaha lebih memilih untuk tutup bahkan ada yang sampai gulung tikar karena minimnya pendapatan yang masuk.

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk juga pengusaha obyek serta daya tarik wisatanya (Bahiyah & Hidayat, 2018). Perkembangan pariwisata melalui program digital di era globalisasi menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan sangat cepat, pariwisata tanpa batas telah menciptakan jarak semakin sempit, hubungan bilateral antar negara menjadi semakin mudah dan cepat. Dima salah satunya yaitu Bali, Bali merupakan tujuan destinasi pariwisata bagi wisatawan lokal maupun internasional. Banyak wisatawan yang datang ke Bali karena keindahan alam yang didukung dengan adat istiadat, budaya, dan kehidupan masyarakatnya yang memikat hati para wisatawan untuk datang berkunjung. Maka dari itu, hal tersebut sudah lumrah di Bali jika jalanan dan tempat pariwisata sangat ramai pengunjung setiap harinya.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan menjadi suatu upaya untuk menciptakan nilai tambah dalam segala aspek bidang pariwisata yang ada di daya tarik wisata, mulai dari atraksi wisata, aktivitas wisata, amenitas, akses dan pengelolaan. Suatu objek tentunya memiliki keunikan sendiri, disamping itu juga terhadap kelangkaan, keaslian, dan ditambah dapat menumbuhkan rasa semangat wisatawan beserta nilai suatu objek dari wisatawan itu sendiri yang disebut daya Tarik wisata. Salah satu bentuk pariwisata pesisir pantai. Pengembangan pariwisata pada pantai itu sendiri pada dasarnya terfokuskan serta khususnya pada pemandangan serta keindahan yang dimiliki, karakteristik ekonomis, dan karakteristik masyarakat sebagai kekuatan dasar atau acuan yang dimiliki oleh masing-masing daerah itu sendiri.

Salah satu daerah yang memiliki banyak potensi alam adalah daerah pesisir pantai. Berbicara soal pantai, di Bali memiliki banyak pesisir pantai yang sangat indah, salah satunya yang terdapat pada Pantai Mertasari Sanur, Bali, Indonesia. Pantai ini merupakan salah satu pantai yang indah dan dikelola dengan baik, dalam hal ini banyak wisatawan atau masyarakat lokal yang datang berkunjung dengan menikmati view pantai yang indah. Kelurahan Sanur ini memiliki pantai mertasari yang merupakan tempat pariwisata yang indah dan ada banyak destinasi yang belum diketahui oleh banyak orang, dan ini akan dikembangkan serta diperkenalkan kepada Masyarakat sekaligus wisatawan lokal disaat pandemi covid-19. Untuk mewujudkan pariwisata yang berkembang membutuhkan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi (Lutpi, 2016).

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengembangan sarana dan prasarana yang cocok demi mendukung pariwisata yang berkelanjutan di Pantai Mertasari Sanur. Sarana dan prasarana yang baik, lengkap, bersih, aman dan nyaman diharapkan dapat menarik wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mertasari dan bukan hanya wisatawan local maupun domestik tetapi juga wisatawan mancanegara. Pada masa era globalisasi yang modern ini media sosial sudah menjadi makanan sehari-hari bagi masyarakat. Semua orang sudah mempunyai media sosial masing-masing dengan berbagai macam jenis yang digunakan. Dengan tujuannya ingin memperkenalkan Pantai Mertasari akan keindahan dan destinasi wisata yang dimiliki melalui media sosial. Media sosial merupakan alat promosi yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi dapat lebih luas (Ekadewi et al., 2018). Melalui media sosial akan lebih mempermudah wisatawan untuk mendapatkan informasi tanpa harus bertanya langsung. Pantai Mertasari akan lebih mudah dikenal dimasyarakat ataupun wisatawan mancanegara melalui media sosial baik itu instagram, facebook, tiktok, dll. Selain itu penulis juga memanfaatkan digital marketing di social media "Instagram" dan "TikTok". Digital marketing adalah suatu metode promosi tentang produk atau jasa dengan menggunakan media digital (elektronik).

Metode

Metode kegiatan yang dilaksanakan pada pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan pengembangan amenities untuk mendukung pariwisata berkelanjutan di Pantai Mertasari Sanur. Berikut ini adalah tahapan-tahapan yang dilakukan oleh penulis, yaitu :

1. **Observasi**
Melakukan pengamatan di lingkungan destinasi wisata Muntig Siokan yang berguna untuk memperkenalkan destinasi tersebut kepada wisatawan yang belum mengetahui destinasi wisata ini.
2. **Analisis Permasalahan**
Setelah tahap observasi, selanjutnya menganalisis permasalahan dan kendala dalam permasalahan yang dialami oleh destinasi wisata Muntig Siokan di Pantai Mertasari Sanur.
3. **Perencanaan**
Pada tahapan ini penulis membantu mengembangkan pariwisata dalam hal mempromosikan destinasi wisata Muntig Siokan di Pantai Mertasari Sanur agar dapat meningkatkan destinasi tersebut dengan melakukan berbagai hal di daerah tersebut.
4. **Strategi Digital Marketing**
Dengan menerapkan strategi digital marketing berupa pembuatan akun sosial media Instagram dan Tiktok yang diupayakan untuk memperluas informasi mengenai destinasi wisata Muntig Siokan kepada masyarakat yang belum mengetahui bahwa ada destinasi tersebut.

Hasil Dan Pembahasan

Adapun hasil yang dilakukan pada saat pengabdian masyarakat melalui strategi pemasaran dengan menggunakan Teknik Digital Marketing untuk Wisatawan Pantai Mertasari, yaitu :

Observasi

Pada saat observasi disini dilakukan pengamatan di sekitaran lingkungan destinasi wisata desa muntig. Disini dilakukan pengamatan dengan pihak manajemen muntig siokan.



Analisis Permasalahan

Setelah dilakukan observasi, selanjutnya dilakukan analisis permasalahan dengan berdiskusi dengan pihak manajemen muntig siokan. Untuk mengetahui permasalahan apa yang sedang dihadapi oleh manajemen terutama pada masa pandemi seperti ini.

Perencanaan

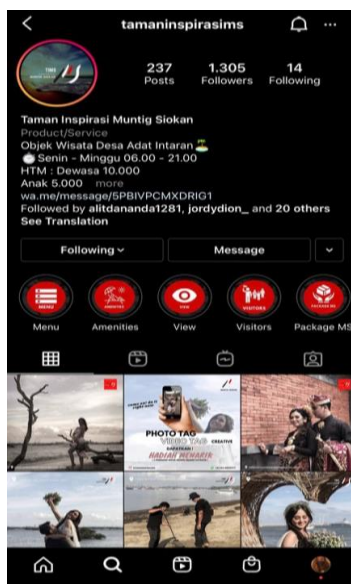
Setelah mengetahui permasalahan dari destinasi wisata desa muntig, selanjutnya dilakukan tahap perencanaan untuk meningkatkan wisatawan pada saat pandemi dengan menggunakan digital marketing.

Dimana disini menggunakan pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial. Seperti yang kita ketahui saat ini masyarakat banyak menggunakan media sosial, dari berbagai kalangan. Momen inilah yang ingin dimanfaatkan untuk melakukan promosi dengan membuat konten menarik tentang destinasi wisata muntig dengan harapan masyarakat lebih mengenal program maupun fasilitas yang ditawarkan oleh pihak manajemen dari destinasi wisata muntig.

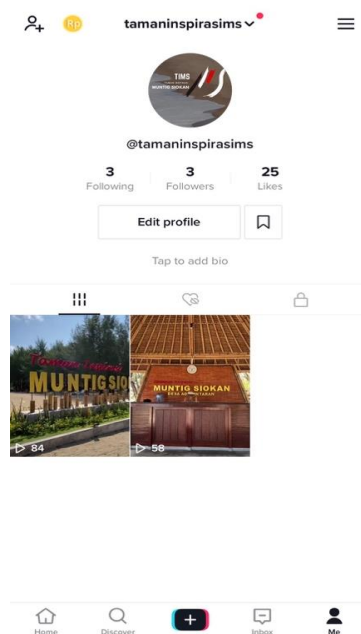
Strategi Digital Marketing

Membuat dan Melakukan Promosi Melalui Official Akun “Instagram” dan “TikTok”

Promosi juga dilakukan melalui media sosial dari wisata Muntig Siokan dengan memposting foto yang menarik serta memikat wisatawan yang ingin berkunjung, melalui promosi media sosial diharapkan wisata Muntig Siokan yang berada di Mertasari Sanur dapat menarik minat wisatawan atau para masyarakat sekitar yang berkunjung dan menikmati keindahan wisata Muntig Siokan.



Gambar 1. Membuat dan Melakukan Promosi Melalui Official Akun “Instagram” (@tamaninspirasims)



Gambar 2. Membuat dan Melakukan Promosi Melalui Official Akun “TikTok”(@tamaninspirasims)

Tabel 1. Sebelum dan Sesudah Pengabdian Masyarakat

SEBELUM PENGABDIAN	SESUDAH PENGABDIAN
Tempat pariwisata ini dulunya sebelum adanya sosial media belum terlalu dikenal oleh para wisatawan hanya masyarakat sekitar mengetahui destinasi muntig siokan.	Dengan membuat akun media sosial beberapa wisatawan mulai mengetahui akan destinasi wisata muntig siokan ini. Selain itu dengan adanya official account ini menjadi lebih mudah untuk mengetahui informasi destinasi muntig siokan
Promosi yang dilakukan secara offline lebih tidak efektif dibandingkan promosi secara online, dengan promosi secara online lebih banyak wisatawan yang mengenal destinasi muntig siokan ini di media sosial.	Setelah melakukan promosi secara online di media sosial para wisatawan dimudahkan untuk mengetahui bagaimana kondisi destinasi muntig siokan.
Sasaran dalam memperkenalkan destinasi wisata muntig siokan yang sebelum itu sasarannya hanya masyarakat di wilayah sekitar destinasi tersebut.	Sasaran dari memperkenalkan destinasi wisata tersebut ini sudah adanya media sosial, sasarannya yaitu adalah wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal.

Simpulan Dan Saran

Hasil kegiatan yang penulis lakukan pada pengabdian masyarakat ini yaitu pemasaran Digital Marketing terkait destinasi wisata Muntig Siokan di Pantai Mertasari Sanur dengan memanfaatkan akun sosial media Instagram dan Tiktok sebagai media memperluas informasi keindahan wisata Muntig Siokan kepada wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Sesuai dengan tujuan penulis, secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan ekonomi warga Desa Kelurahan Sanur dan dimasa yang akan datang diharapkan semakin banyak daya tarik wisatawan mengunjungi destinasi wisata Muntig Siokan.

Dari hasil kegiatan yang telah penulis berikan kepada Desa Kelurahan Sanur, khususnya untuk destinasi wisata yang berada di Pantai Mertasari Sanur diharapkan kedepannya akan terus menjadi pedoman dalam hal melakukan proses pemasaran pariwisata di Desa Kelurahan Sanur. Pemasaran dengan mengunggah semua jenis aktivitas harus terus dilakukan dan juga dengan memberikan informasi kepada wisatawan dan masyarakat sekitar destinasi wisata Muntig Siokan.

Daftar Rujukan

- Abdillah, D. (2016). PANTAI TELUK LAMPUNG Marine Tourism Development In Lampung Coastal Bay. *Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia*, 1(1), 45–65.
- Ary Widiastini, N. M. (2015). Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 1–19. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v1i1.4492>
- Bahiyah, C., & Hidayat, W. R. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2, 95–103.
- Ekadewi, S., Yunanto, P. W., & Sastrawijaya, Y. (2018). Pengembangan Website Dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pariwisata Di Kabupaten Bangka Selatan. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 2(1), 9–16. <https://doi.org/10.21009/pinter.2.1.2>

Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 1(2).

Lutpi, H. (2016). Analisis Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Pantai Di Kecamatan Jerowaru. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 8(3), 1–10.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/8695/5661>

Pemasaran Pariwisata. (2017). Penerbit Andi. <http://andipublisher.com/produk-0217006278-pemasaran-pariwisata.html>

Sari, M. K. (2020). Sosialisasi tentang Pencegahan Covid-19 di Kalangan Siswa Sekolah Dasar di SD Minggir an 2 Kecamatan Papar Kabupaten Kediri. *Jurnal Karya Abdi*, 4(1), 80–83.

Sudarsono, H., & Susantun, I. (2019). Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. *Agriekonomika*, 8(1), 81. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i1.5011>

Syam, M. arif. A. (2017). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang Di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah*, vol 2(2), 191–200.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata