

Strategi Komunikasi Pemasaran Pantai Laguna Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur

Melky Alex Suhendra ¹⁾; Vethy Octaviani ²⁾ ; Yusuarsono ³⁾

¹⁾Study Program of Communication Studies Faculty Of Sciences - Social Sciences Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ melkyalex91@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [21 Mei 2023]

Revised [26 Juni 2023]

Accepted [05 Juli 2023]

KEYWORDS

Communication Strategy,
Marketing
Communication,
Tourism, Tourists

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
license



ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran pantai laguna dalam meningkatkan kunjungan wisatawan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari 2 orang informan kunci dan 3 orang informan pokok, hasil penelitian menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan telah berjalan sesuai dengan teori Strategi Komunikasi Pemasaran Marketing Mix : (Morisan 2015:141) meliputi antara lain:1.) Product (Produk), Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur dan pengelola Pantai Laguna BUMDes menawarkan keindahan alam pasir putih, taman batu karang, dan air laut yang bersih serta jernih sehingga kelihatan sekali karang dan ikan-ikan kecil yang bersarang disela-sela batu karang. 2) Price (Harga) ketetapan penentuan biaya karcis masuk objek wisata Pantai Laguna berdasarkan peraturan Bupati yang menetapkan hasil dari musyawarah antara Dinas Pariwisata dan pengelola dilaporkan kepada Bupati untuk membuat peraturannya yang menjadikan dasar hukum yang kuat dan mengikat untuk dapat dilaksanakan baik dinas maupun pengelola.3) Place (Tempat) Pantai Laguna sangatlah strategis karena lokasinya dipinggir jalan lintas Sumatra, sehingga aksesnya lebih cepat dan tidak banyak membutuhkan biaya bagi pengunjung dalam berwisata. 4) Promotion (Promosi) dalam mempromosikan objek wisata Pantai Laguna dinas pariwisata dan pengelola menggunakan media sosial yakni Instagram dan Facebook. 5) People (Orang) adanya keterlibatan langsung dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur khususnya bagian promosi, DKP dan Duta Wisata yang berkerjasama dalam mempromosikan objek wisata yang ada termasuk objek wisata Pantai Laguna. 6) Packaging (Kemasan) paket wisata yang diadakan oleh dinas Pariwisata kerjasama dengan pihak pengelola yakni BUMDes sangat baik tanggapan oleh masyarakat dengan biaya ditetapkan oleh pengelola dan dinas pariwisata untuk menggunakan fasilitas dengan membayar paket wisata. Tapi sayang paket tersebut sampai sekarang belum bisa dilaksanakan oleh dinas pariwisata Kabupaten Kaur. 7) Programing (Program) program yang diadakan oleh Dinas Pariwisata sangatlah efektif akan tetapi program tahun 2022 tersebut tidak dilaksanakan dikarenakan kegiatan tersebut di pindahkan ke lapangan merdeka. 8) Partenership (Kemintraan) adanya mitra kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah desa kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Kota, Dinas Provinsi dan tour perjalanan wisata untuk memajukan objek wisata pada Pantai Laguna

ABSTRACT

The aim of the research was to determine the marketing communication strategy of Laguna Beach in increasing tourist visits by Kaur Regency Tourism Office. The method used in this research was qualitative descriptive research. Informants in this research amounted to 5 people consisting of 2 key informants and 3 main informants, the results of the research were in accordance with the theory of Marketing Mix Marketing Communication Strategy: (Morisan 2015: 141) includes: 1.) Product, the tourism office and the manager of BUMDes Laguna Beach offer the natural beauty of white sand, rock gardens, and clean and clear sea water so that coral and small fish can be seen nesting beside the rocks. 2) Price determination of the entrance fee for Laguna Beach tourism object based on the Regent's regulation which stipulates that the results of deliberations between the tourism office and the manager are reported to the Regent to make regulations which make a strong and binding legal basis to be implemented by both the agency and the manager. 3) Place, Laguna Beach is very strategic because it is located on the side of the Sumatra highway, so the access is faster and does not require a lot of money for visitors to travel. 4) Promotion, in promoting the beach tourist attraction, the tourism service and managers use social media, namely Instagram and Facebook. 5) People, there is a direct involvement from the tourism office, especially the promotion section, DKP and tourism ambassadors who work together in promoting existing tourist objects including the beach tourist attraction. 6) Packaging for tour packages organized by the tourism office in collaboration with the management, namely BUMDes, has received a very good response from the community at a fee set by the tourism office and management to use the facilities by paying for tour packages. But unfortunately, that until now the tourism office has not been able to implement this package. 7) The program held by the Tourism Office was very effective but the 2022 program was not implemented because the activity was moved to Lapangan Merdeka. 8) Partnership, the existence of cooperation partners carried out by the village government to the City Regency Tourism Office, Provincial Office and tour trips to advance tourist objects on Laguna Beach.

PENDAHULUAN

Komunikasi pemasaran menjadi semakin penting dalam pengembangan sektor pariwisata pada saat ini. Pentingnya komunikasi pemasaran bagi sebuah pariwisata, membuat banyak pihak pariwisata

mulai menetapkan dan menerapkan komunikasi pemasaran dengan tujuan agar dapatkan menarik kunjungan para wisatawan dan masyarakat. Wati (2019) menjelaskan bahwa seiring dengan meningkatnya industri pariwisata saat ini, tidak mudah dalam menarik wisatawan dan terdapat persaingan yang cukup sengit dalam mendapatkan destinasi wisata. Persaingan yang kuat dan ketat akan menimbulkan pengelola usaha dibidang pariwisata yang menawarkan banyak pilihan kepada wisatawan, sehingga pariwisata ini perlu memenangkan persaingan yang menarik agar dapat dipilih oleh mayoritas pengunjung. Strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan urutan strategi, logistik, atau prosedur organisasi, seperti penerapan hubungan pemasaran dibidang pariwisata untuk menarik wisatawan dan mencapai keunggulan komparatif, praktik pemasaran yang tidak terlepas dari komunikasi adalah promosi dan periklanan (Wati,2019) Negara yang mengelola industri pariwisata, dapat menjadi industri pariwisata yang menyumbang pendapatan devisa dalam jumlah besar (Pitana dan Diarta dalam Wati, 2019:2). Salah satunya adalah pada bidang pariwisata di Indonesia yang saat ini sedang gencar dikembangkan dan di perkenalkan kepada khalayak luas. Pencapaian target devisa negara yang didapatkan dari sektor pariwisata di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 15,24 miliar dolar, tahun 2018 mendapatkan devisa sebesar 19,29 miliar dolar, dan tahun 2019 sektor pariwisata memberikan devisa sebesar 20 miliar dolar AS dan menjadi penyumbang devisa terbesar (Liputan6.com). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor pariwisata mengalami peningkatan dalam jumlah devisa dari tahun ke tahun. Akan tetapi ditahun 2020 penghasilan divisa dari objek pariwisata mengalami penurunan yang cukup deratis akibat Covid-19 yang melanda dunia dan termasuk tingkat kujuang wisata di Indonesia, mengalami penurunan mengakibatkan pendapatan dibidang pariwisata mengalami kemunduran. Indonesia adalah negara kepulauan atau bahari yang memiliki banyak destinasi wisata yang eksotis dan memukau. Memiliki kekayaan alam, budaya, dan adat istiadat yang berbeda di setiap daerah dan menjadi modal utama dalam kepariwisataan (Firawan & Suryawan, 2016). Terkenal dengan pariwisata budayanya (cultural tourism) telah terbukti banyak menarik wisatawan baik lokal maupun internasional. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik Indonesia ada sebelas provinsi yang paling sering datangi dan dikunjungi oleh para turis adalah Bali, Jawa Barat, Jawa Tengah Jawa Timur, DKI Jakarta, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten dan Sumatera Barat (Simajuntak, dkk, 2017:79). Dengan sejuta keindahan alam dan panorama, kultur, dan masih banyaknya lagi warisan yang ditingalkan oleh leluhur Indonesia yang orisinil menjadi nilai lebih bagi Indonesia. Hampir di setiap daerah di Indonesia memiliki objek wisata yang unik dan berbeda-beda, sehingga dapat dijadikan ciri khas di setiap daerah tersebut.

Kabupaten Kaur merupakan salah satu daerah pengembangan pariwisata di Provinsi Bengkulu yang memiliki potensi pariwisata yang beraneka ragam, mulai dari wisata alamnya, wisata budaya, wisata buatan manusia dan bahari yang di dukung oleh lingkungan alam, lingkungan sosial budaya, dan ketersediaan fasilitas yang dapat menopang kegiatan dan aktivitas pariwisata di Kabupaten Kaur. Dengan memiliki wilayah yang cukup luas, dataran tinggi, dataran rendah, pesisir pantai, serta sumber daya manusia yang unggul, potensi ini merupakan modal besar bagi pengembangan sektor pariwisata. (disporabudpar.kabupatenkaur kab.go.id, 2020). Kepariwisataan yang dibentuk oleh pemerintah Kabupaten Kaur sebagai suatu badan yang diberi tanggung jawab dalam pembangunan dan pembinaan kepariwisataan dari tingkat pusat maupaun sampai tingkat daerah. Objek wisata bahari merupakan objek wisata yang banyak disukai wistawasan lokal maupun wisatawan mancanegara. Objek wisata bahari yang ada di kabupaten Kaur diantaranya pantai Laguna, pantai Linau, pantai Waihawang dan pantai Sekunyit. Salah satu objek wisata bahari yang terkenal di Kabupaten Kaur adalah salah satunya Pantai Laguna yang terletak di Kecamatan Nasal Kabupaten Kaur. Selain keindahan alamnya, letaknya yang strategis yaitu juga memberikan nilai lebih dari objek wisata ini

Gambar 1 Pemandangan Wisata Pantai Laguna Di Kabupaten Kaur



Gambar 2 Suasana Tempat Bermain dan Bepoto Wisatawan di Pantai Laguna



Dari hasil wawancara awal penulis dengan pengunjung wisata Pantai Laguna Kabupaten Kaur, menurut salah satu pengunjung (hadi) mengatakan bahwa pantai Laguna sangat menarik baik dari segi lokasi maupun pemandangan, karena pantai Laguna mempunyai pantai yang bersih dan laut yang jernih serta karang – karang yang tebetang saat laut surut menambah indah pantai Laguna, ditambahnya lagi lokasi parkir dan tempat bersantai sangat teduh dan sejuk. Untuk menarik perhatian dari masyarakat untuk berkunjung ke Pantai Lagun ini maka Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur harus mampu menciptakan sesuatu yang dapat menarik perhatian masyarakat dan wisatawan. Tantangan ini menuntut pengembangan bisnis yang baik dan berkelanjutan. Salah satu strategi dalam menjawab tantangan tersebut adalah dengan mengembangkan pemasaran yang diharapkan dapat menarik kembali wisatawan dan juga dapat mengembalikan image pariwisata Pantai Laguna yang aman dan nyaman.

Daya tarik wisatawan lokal dan asing untuk berkunjung ke pantai Laguna yang berada di Kabupaten Kaur antara lain: Pasir putih yang bersih yang terbentang cukup panjang, Air lautnya sangat jernih sehingga kelihatan sekali ekosistem yang berada di dalam laut seperti ikan-kan kecil yang hidup di karang yang sangat menarik apalagi tumbuhan batu karang masih terawat sehingga menjadikan daya tarik wisatawan, Banyaknya pohon untuk tempat berlindung yang dimanfaatkan oleh wisatawan, sehingga kesegaran menghirup udara pantai sangat nyaman sekali, Area lahan cukup luas sehingga untuk penempatan parkir kendaraan menjadi lebih aman, Adanya wanan untuk para wisatawan karena adanya penyewaan perahu oleh nelayan berkerja sama dengang pengelola wisata dengan ongkos per orang dengan biaya Rp. 10.000 sekali naik dengan jangkauan berlayar lebih kurang 15 menit sehingga menambah ketertarikan wisatawan untuk berkunjung di pantai laguna. Dilihat dari sikap penduduk atau masyarakatnya yang ramah dan sopan terhadap para wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Untuk pemasaran pantai Laguna merupakan tanggung jawab sepenuhnya oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur. Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan dengan cara mewawancarai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur, maka ditemukan bahwa komunikasi pemasaran pantai Laguna yang dilakukan Dinas Priwisata Kabupaten Kaur selama ini dilakukan oleh pengelola pantai yang ditunjuk langsung. Adapun pengunjung pantai Laguna meningkat setiap tahunnya, berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur jumlah wisatawan mengunjungi pantai Laguna adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisata ke Pantai Laguna

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2019	7.846 orang
2	2020	8.930 orang
3	2021	11.786 orang

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa adanya perkembangan pengunjung dari tahun ke tahun, hal ini tentunya karena ada strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur. Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bekerjasama dengan pengelola Pantai Laguna yang dikhususkan untuk mengembangkan Pantai Laguna. Pengelola pantai Laguna ini adalah masyarakat setempat yang berada di sekitar pantai Laguna dan ditunjuk untuk mengelola pantai Laguna dengan surat perjanjian kerjasama. Untuk pengelolaan Pantai Laguna dilakukan kontrak kerjasama dengan pengelola dan dilibatkan masyarakat, saat ini dapat dilihat dalam perkembangan yang cukup baik untuk pemasaran Pantai Laguna.

LANDASAN TEORI

Strategi

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Rangkuti (2013:3) menyatakan bahwa "Strategi merupakan alat untuk

mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya". Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan".

Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *ommunicaten*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (to make common). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2012). Oleh karena itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lain. Mangkunegara (2011: 145) komunikasi adalah aktivitas yang menyebabkan orang lain menginterpretasikan suatu ide, terutama yang dimaksudkan oleh pembicara atau penulis. Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan.

Komunikasi Pemasaran

Agar produk sampai ke konsumen, perusahaan harus mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen. Komunikasi ini bertujuan agar konsumen mengenal kegunaan, manfaat dan nilai lebih yang dimiliki suatu produk. Usaha perusahaan dalam mengkomunikasikan produknya disebut komunikasi pemasaran. Menurut Sutisna (2014:267), "Komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada public terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar."

Menurut Tjiptono (2012:219) "Komunikasi pemasaran adalah aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan." Untuk mencapai tujuan promosi, pemasar harus menguasai sistem komunikasi pemasaran agar komunikasi yang kita lakukan mencapai sasaran yang tepat. Dimana komunikasi pemasaran sering juga disebut dengan komunikasi promosi.

Wisata

Menurut Soekadijo (2010:12) wisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara. Menurut Suryadana dan Oktavia (2015:32) wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi ke dalam dua kategori yaitu :

1. Wisata alam

Wisata alam terdiri dari :

- a. Wisata pantai, merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam dan olahraga air lainnya termasuk sarana dan prasarana akomodasi makan dan minum
- b. Wisata etnik, merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik
- c. Wisata cagar alam, merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat ditempat-tempat lain.
- d. Wisata baru, merupakan wisata yang dilakukan di neger-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah
- e. Wisata agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan dan lading.

2. Wisata sosial budaya

Wisata sosial budaya terdiri dari :

- a. a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monument, wisata ini termasuk golongan budaya, monument nasional, gedung bersejarah

- b. b.Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu

Wisatawan

Wisatawan memiliki beragam motif, minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya (Heher: 2013:43). Dengan motif dan latar belakang yang berbeda-beda itu mereka menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata. Peran ini sangat menentukan dan sering diposisikan sebagai jantung kegiatan pariwisata itu sendiri.

Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya. Organisasi Wisata Dunia (WTO), menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara asing dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan di tempat tersebut (Soekadijo: 2010:104).Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan mereka berdampak langsung pada kebutuhan wisata, yang dalam hal ini permintaan wisata.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini dikategorikan dalam tipe penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2012:5) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:2) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah., (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Produk (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, meriknya, pembungkus, garansi dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya. Jika masalah ini telah diselesaikannya maka keputusan-keputusan tentang arga, distribusi dan promosi dapat diambil atau dijalankan hal ini yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kaur utung melakukan penjualan produknya yakni memasarkan salah satu objek wisata Pantai Laguna untuk menambah pemasukan PAD daerah Kabupaten Kaur Kepada masyarakat umum dan menunjang pariwisata lokal kalau bisa jadi nasional. Biar pengujung bedatangan langsung kepantai Laguna baik wisata lokal maupun wisata asing.

a.Strategi dalam pengembangan Pantai Laguna yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa

" Dalam hal ini kedepannya Pantai Laguna sebagai tempat kunjungan para wisatawan untuk datang berkunjung dengan ada beberapa perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak pariwisata dan BUMDes yang berkerjasama terutama perbaikan sarana dan prasarana yang harus diperbaiki seperti memperbanyak perahu yang selama ini masih kerjasama dengan nelayan akan tetapi kedepanya sudah mempunyai kapal yang bermesin ganda yang bukan lagi dari perahu nelayan yang kapasitas penumpang lebih dari 20 orang agar bisa menikmati keindahan Pantai Languna sehingga kenyamanan dan keamanan dalam berwisata terjaga. Dan begitu pulah dengan pasilitas lainnya sekarang ini belum begitu memuaskan kedepanya fasilitas yang bersekala nasional atau perlu internasional tempat wc, tempat pondok, tempat ibadah semuanya menggunakan alat teknologi moderen.." Hasil Wawancara Tanggal 9 Oktober 2022. Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni,M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa:"Setuju apa yang diucapkan oleh bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur tentang kedepanya pantai Laguna sebagai tempat kunjungan wisatawan dengan pasilitas yang dibangun dengan secara modern agar mudah di kenal oleh semua wisatawan baik local maupun asing, dengan cara

berbenahdiri dan kerjasama antara pihak pariwisata dan BUMDes tentang kenyamanan berwisata.” Hasil Wawancara Tanggal 9 Oktober 2022. Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa Pantai Laguna kedepannya menjadikan tempat kunjungan wisata yang lebih baik dengan dibangunnya sarana dan prasarana yang lebih moderen, sehingga akan menjadi tempat kujungan wisata terbaik di Kabupaten Kaur dengan fasilitas sudah bertarap nasional dan internasional. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:

“Kalau kami sangat mendukung sekali kalau memang Pantai Laguna kedepannya dijadikan tempat wisata terbaik yang berada di Kabupaten Kaur dengan fasilitas dan sarana diperbaiki untuk kenyamanan para wisatawan dalam berkunjung, sehingga wisatawan akan berlama untuk menikmati keindahan alam Pantai Laguna.” Hasil wawancara Pada Tanggal 10 Oktober 2022. Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa: “Kalau memang benar kedepannya dalam jangka panjang Pantai Laguna menjadikan pusat kunjungan parawisata yang moderen sangat mendukung sekali apalagi ada perbaikan sarana dan prasarana yang sangat menunjang untuk kemajuan. Sehingga ada perombakan besar disegalah bidang untuk kemajuan Pantai Laguna sehingga mudah dikenal baik masyarakat local maupun asing sehingga menambah incam pemerintahan dan pengelola pada khususnya.” Hasil wawancara Tanggal 10 Oktober 2022. Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:

“ Hal seperti itu yang diharapkan untuk melakukan perubahan tempat wisata Pantai Laguna dengan pembangunan fasilitas dan sarana yang lebih moderen agar para wisatawan menjadi lebih lama berkunjung untuk menikmati keindahan alam yang terdapat dipantai tersebut. Apalagi dengan fasilitas moderen seperti tersedianya kapal bermesin ganda untuk mengangkut penumpang menikmati pemandangan bio binatan laut dan fasilitas sarana semuanya suda tersedia dengan pelayanan yang terbaik terutama SDM nya.” Hasil wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022. Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa dinas Pariwisata Kabupaten Kaur mengenai kemajuan wisata Pantai Laguna kedepannya memperbaiki sarana dan prasarana yang lebih moderen agar para wisatawan betah dan berkunjung lebih lama. Akibat fasilitas sudah semua diperbaiki yang lebih bagus seperti bidang stranportasi kapal pengangkut wisatawan tidak lagi menggunakan kapal nelayan akan tetapi sudah punya kapal sendiri yang bermesin ganda dengan kapasitas penumpang lebih dari 20 orang serta adanya perbaikan fasilitas jalan, wc, rumah makan, pondokan dan tempat ibadah terutama penginapan yang berkelas atau berbintang sehingga menarik wisatawan asing untu berkunjung.

b.Usaha Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur untuk menjadikan Pantai Laguna lebih menarik di mata wisatawan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa”Sudah cukup maksimal untuk menarik wisatawan asing dan lokal untuk berkunjung Kepantai Laguna salah satunya adanya program dari Dinas Pariwisata mengerakan pegawai dan masyarakat melakukan kebersihan Pantai Laguna walaupun 1 bulan sekali pada hari jumat bersih. Adanya sewa perahu nelayan untuk para wisatawan melihat secara langsung keindahan dasar laut yang banyak jenis ikan hias dan batu karang yang sangat indah.Melarang masyarakat atau pengunjung merusak tumbu karang untuk dihancurkan apa bila ketahuan akan mendapatkan sanksi atau hukuman, dan melakukan kerjasama dengan pengelola BUMDes serta di bentuk tim pengawas kebersihan dan keamanan bersama dari Dinas Pariwisata dan pengelola dengan BASARNAS ini menunjukkan adanya perhatian pemerintah daerah terhadap pariwisata yang ada di Kabupaten Kaur.” Hasil Wawancara Tanggal 9 Oktober 2022. Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa:

”Ada beberapa langka oleh Dinas Pariwisata dengan kerjasama dengan pengelola BUMDes melakukan kebersihan pantai baik oleh pegawai yang ada di pemda Kaur dengan setiap satu bulan sekali bersih pantai walaupun Pemda Kaur dan pengelola telah memberikan petugas kebersehan, penyediaan transportasi laut yakni perahu dan tempat permainan anak-anak dan pengujung serta pondokan tempat ber teduh atau santai parawisatawan untuk beristirahat.” Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022 .Hasil wawancara dengan informan diatas bahwa Dinas Pariwisata ada melakukan penarikan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Pantai Laguna salah satunya kebersihan pantai dan adanya BASARNAS yang di tempatkan di Pantai Laguna untuk menjaga keselamatan para wisatawan yang sedang berkujung tersebut.Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:”Ada sudah cukup maksimal yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kaur karena tata kelola sedang di rancang untuk menjadikan salah satu wisata unggulan dan menyempurnakan sarana dan prasarana pantai tersebut dengan didukung oleh Pemda dan masyarakat Kaur untuk dapat memajukannya.” Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022. Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa:

“Ada sudah cukup baik perhatian dari Dinas Pariwisata Kaur selama ini adanya bantuan untuk perbaikan fasilitas fisik yang ada di Pantai Laguna seperti pemasangan pemecah ombak di bibir pantai, pemasangan lampu listrik, dibangunnya fasilitas umum, tersedianya tong sampah yang di ambil tiap pagi

oleh dinas kebersihan sehingga menambah kebersihan pantai.” Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022 Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:

“Ada sudah cukup baik perhatian dari dinas Pariwisata Kaur adanya bantuan untuk perbaikan fasilitas fisik yang ada di Pantai Laguna seperti pemasangan pemecah ombak di bibir pantai, pemasangan lampu listrik dibangunnya fasilitas umum, tersedianya tong sampah yang di ambil tiap pagi oleh dinas kebersihan sehingga menambah kebersihan pantai.” Hasil Wawancara Pada Tanggal 10 Oktober 2022 Hasil observasi dan wawancara dengan informan bahwa Pantai Laguna di serahkan sistem pengelolaannya kepada pihak ketiga yakni pemerintahan desa yang berkerjasama untuk membangun dan mempromosikan pantai tersebut. Pemerintahan desa memberikan kepada BUMDes untuk mengelola langsung akan tetapi tetap kerjasama dengan pemda Kaur dalam menjalankannya. Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur telah melakukan kerjasama pada pengelola Pantai Laguna yakni BUMDes yang mengelolanya oleh desa. Dinas pariwisata ada melakukan penarikan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Pantai laguna salah satunya kebersihan pantai dan adanya penempatan tim BASARNAS yang di tempatkan di Pantai Laguna untuk menjaga keselamatan para wisatawan yang sedang berkunjung dimana keselamatan pengunjung sangat diutamakan sehingga pengunjung lebih nyaman di saat melakukan kunjungan ke objek wisata.

2.Price (harga)

Harga adalah elemen dalam Bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Pemasaran produk perlu memahami aspek psikologis dari informasi harga yang meliputi harga referensi, inferensi kualitas berdasarkan harga dan petunjuk harga. Harga yang tepat dan terjangkau akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Dimana dinas Pariwisata Kabupaten Kau berkerja sam dengan pihak ketiga yakni BUMDes dengan memberikan tiket masuk sangat terjangkau oleh para wisatawan yang mana harga tersebut Rp 10.000 perorang plus kendaraan, yang selama ini belum ada keluhan dari para wisatawan yang berkunjung dengan fasilitas yang cukup disediakan oleh pengelola.

1.Pembayaran biaya yang harus dibayar oleh wisatawan (karcis) untuk masuk ke areal wisata Pantai Laguna. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwah:

“Sudah sesuai dengan yang diberikan oleh pengelola dimana besarnya per orang dan kendaraan sekali masuk Rp 10.000. Untuk menentukan karcis tersebut pengelolah tidak memutuskan sendiri ini sudah dirapatkan dengan pihak Dinas Pariwisata Kaur yang diadakan rapat bersama untuk memutuskan besarnya. Dari hasil keputusan tersebut maka dilaksanakan oleh pihak pengelolah yang telah disetujui oleh pemda dan badan yang terkait” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni,M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa:”Dalam menentukan besarnya biaya karcis masuk sudah sesuai dengan keadaan sekarang per orang Rp 10.000 sekali masuk, dimana besaran karcis tersebut sudah di musyawarakan bersama antra pengelola BUMDes dan dinas pariwisata Kaur yang telah ditetapkan oleh Perda Kabupaten.” (Hasil Wawancara Pada Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa besarnya biaya karcis masuk lokasi objek wisata Pantai Laguna telah dimusyawarakan bersama dari Dinas Pariwisata dan pengelolah dari hasil itu ditetapkan perorang dan kendaraan sebesar Rp 10.000 sekali masuk bagi para wisatawan baik lokal perorang asing sama biayanya tanpa ada perbedaan. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:”Ada, dimana dalam memutuskan besarnya karcis sekali masuk objek wisata khususnya Pantai Laguna itu di rapatkan bersama baik dari Dinas Pariwisata dan pihak pengelola dilibatkan untuk retribusi masuk karena itu upaya pemasukan PAD Daerah Kabupaten Kaur namun harus disesuaikan.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa: “Y ada kami dilibatkan untuk menentukan besarnya karcis yang akan ditetapkan atau digunakan dengan Dinas Pariwisata dengan diajak bermusyawarah bersama karena hasilnya nanti untuk pendapatan asli daerah dari bidang pariwisata khususnya Pantai Laguna.” Hasil (Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:

”Ada kami dilibatkan untuk menentukan besarnya karcis yang digunakan untuk para pengunjung atau wisatawan dengan cara di ajak rapat bersama dari Dinas Pariwisata dan pengelolah di wakili ketua BMDes dan Kepala Desa untuk di musyawarakan bersama demi pemasukan PAD daerah dan pengelolah Pantai Laguna.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa penetapan besarnya karcis masuk para wisatawan lokal dan asing sudah dimusyawarakan bersama dan tercapainya kesepakatan bersama oleh dinas Pariwisata dan pihak

pengelola yakni di wakili oleh ketua BUMDes dan Kades dalam besarnya uang masuk bagi para pengunjung objek wisata Pantai Laguna.

2. Tahukah sistem atau cara dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur untuk menetapkan harga yang dibebankan pada wisatawan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa:

“Untuk menetapkan harga karcis masuk itu berdasarkan hasil musyawarah dan kesepakatan besarnya dari dinas pariwisata dan pengelola Pantai Laguna yang diwakili oleh ketua BUMDes dan Kepala Desa hasil tersebut dilaporkan kepada Bupati Kaur. Bupati membuat peraturan tentang besarnya biaya masuk ke objek Wisata yang ada di Kaur termasuk objek wisata Pantai Laguna dengan nomor peraturan tersebut yang diwajibkan dan wajib di patuhi dan dilaksanakan karena ada ketetapan hukum yang kuat dan mengikat baik dinas maupun pengelola Pantai Laguna. Untuk pemasukan redistribusi pendapatan daerah” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M.A.P sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa: “Sepertinya dalam penetapan harga karcis masuk Pantai Laguna terjadinya musyawarah antara dinas pariwisata dan pengelola yakni BUMDes yang akan disepakati dan hasilnya dilaporkan ke bupati setelah itu dibuat perdanya dan dilaksanakan oleh BUMDes sebagai pengelola untuk dijalankan dari hasil keputusan bersama.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan di atas bahwa ketetapan penentuan biaya karcis masuk objek wisata Pantai Laguna berdasarkan peraturan bupati yang menetapkan yang mana hasil musyawarah antara Dinas Pariwisata dan pengelola dilaporkan hasilnya kepada bupati untuk membuat peraturannya yang menjadikan dasar hukum yang kuat dan mengikat untuk dapat dilaksanakan baik dinas maupun pengelola. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pengelola Pantai Laguna menyatakan bahwa: “Ya ada Sistemnya dilihat dari kerjasama antara dinas Pariwisata dan pengelola dari BUMDes yang ada sehingga pembagian dari retribusi yang masuk disesuaikan dengan kesepakatan bersama sehingga ada aturan yang jelas dalam menjalankannya.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa: “Ya ada Sistemnya sesuai dengan kesepakatan bersama antara dinas Pariwisata dan pengelola untuk menentukan biaya masuk bagi para wisatawan atau pengunjung sehingga akan menjadikan redistribusi bagi pengelola dan daerah dengan dikeluarkannya peraturan Bupati yang ada dasar hukum tetap.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BUMDes menyatakan Bahwa:

“Ya Ada kerjasama dan kesepakatan bersama antara pengelola dan dinas pariwisata dengan sistem bagi hasil dengan berdasarkan penjualan karcis yang telah disepakati bersama nominalnya sebagai pemasukan daerah PAD dan dikeluarkan perbulan oleh bupati sebagai dasar hukum tetap.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Dari hasil observasi dan wawancara dengan informan bahwa besarnya biaya karcis masuk lokasi objek wisata Pantai Laguna itu sudah dimusyawarahkan bersama dari Dinas Pariwisata dan pengelola dari hasil itu ditetapkan perorang dan kendaraan sebesar Rp 10.000 sekali masuk bagi para wisatawan baik lokal mau orang asing sama biayanya tanpa ada perbedaan. Ketetapan penentuan biaya karcis masuk objek wisata Pantai Laguna berdasarkan peraturan bupati yang menetapkan yang mana hasil musyawarah antara Dinas Pariwisata dan pengelola dilaporkan hasilnya kepada bupati untuk membuat peraturannya yang menjadikan dasar hukum yang kuat dan mengikat untuk dapat dilaksanakan baik dinas maupun pengelola. Artinya dalam penetapan besarnya biaya penarikan karcis di Pantai Laguna itu hasil kesepakatan bersama baik dinas maupun pengelola agar tidak ada buruk sangka dari kedua belah pihak sehingga terjadinya kecurang. Dengan adanya kerjasama ini BUMDes dan dinas pariwisata Kaur saling menguntungkan dalam rangka memajukan atau mempromosikan objek Pantai Laguna Menjadi tempat kunjungan yang dapat menghasilkan pendapatan bagi semua masyarakat Kaur.

3. Place (Tempat)

Dalam geografi, lokasi atau tempat digunakan untuk menyebutkan wilayah di permukaan Bumi atau tempat lainnya. Istilah lokasi biasanya menyiratkan tingkat kepastian yang tinggi dibanding tempat. Pantai Laguna merupakan sebuah objek wisata yang terdapat di daerah Kabupaten Kaur yang dengan perbatasan Lampung, dimana Pantai tersebut masih dimiliki oleh dinas pariwisata yang bekerjasama dengan pihak ketiga dalam pengelolannya yakni BUMDes sebagai penggerak utamanya dalam melakukan kegiatannya untuk mengelola.

a. Tempat yang strategis objek wisata Pantai Laguna. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa:

“ Kalau mengenai letak Pantai Laguna sangat strategis tidak jauh dari jalan lintas Sumatra kurang lebih satu kilometer dari gerbang utama semua kendaraan roda dua dan roda empat bisa parkir sampai

keloksi pantai suda dirabat beton walaupun sedikit berlobang tapi tidak menjadi penghabda parawisatawan untuk berkunjung ketempat wisata tersebut.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022)Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni,M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa:

“Posisi Pantai Laguna sangatlah strategis dengan jalan lintas Sumatra lebih kurang satu kilometer untuk mencapai kelokasi tersebut dengan kondisi jalan rabat beton walaupun sedikit berlobang, untuk para wisatawan tidak terlalu bermasalah dengan kondisi jalan tersebut yang penting kendaraan roda dua dan roda empat bisa sampai kelokasi pantai tersebut.” (Hasil Wawancara, Tangal 9 Oktober 2022)Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa patai Laguna letaknya sangat strategis diliwati jalan lintas Sumatra yang lokasinya lebih kurang satu kilometer dari tipian jalan litas tersebut, jalanya sudah dirabat beton walupun sedikit berlobang namun kendaraan bisa sampai dilokasi tersebut.Wawancara juga dilakukan oleb Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:“Ya sangat strategis lokasi Pantai Laguna yang berada di Kaur kalau saya lihat jarak dengan jalan lintas Sumatra libih kurang satu kilometer dan semua kendaraan bisa sampai kelokasi.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa:“Betul sekali lokasi Pantai Laguna sangat strategis dekat dengan jalan lintas Sumatra lebih kurang satu kilometer masuknya, semua kendaraan bisa sampai kelokasi tersebut.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022)Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:

“Lokasi Pantai Laguna dekat dengan jalan lintas Sumatra dan hampir lokasinya dengan perbatasan Lampung, untuk mencapai kelokasinya bisa menggunakan kendaraan roda dua dan roda empat paling lama 8 menit dan kalu ditempuh jalan kaki lebih kurang 30 menit dengan kondisi jalan sekarang walupun suda dirabat beton yang sedikit berlobang yang laju kendaraan agak terganggu.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil observasi dan wawancara dengan informan diatas bahwa lokasi Pantai Laguna dekat dengan jalan lintas sumatra masuk kelokasi Pantai Laguna memakan waktu lebih kurang 8 menit berkendara dan 30 menit ditempuh jalan kaki dengan kondisi jalan suda dirabat beton walaupun jalanya masih berlobang bagi waisatawan untuk sampai kelokasi tersebut.

4.Promotion (promosi)

Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secar alangsung maupun tidak langsung tentang suatu produk yang dijual. Promosi pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai cara dengan tujuan dapat menarik para wisatawan seperti lewat periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, kehumasan dan publisitas, pemasaran langsung. Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur berkerjasama dengan pengelola yakni BUMDes untuk mengenalkan objek Pantai Laguna Kepada Masyarakat Luas dengan cara mengadakan acara tertentu pada saat tertentu seperti hari Ulang Tahun Hari Jadinya Kabupaten Kau, Hari lebaran dan tahun baru dipustkan kegiatannya di pantai laguna dengan mendatangkan artis lokal dan ibu kota salah satu menarik wisatawan lokal dan asing untuk berkunjung dengan diadakanya kegiatan tersebut.

a.Kegiatan promosi yang dilakukan oleh dinas Pariwisata Kabupaten Kaur dalam memasarkan Pantai Laguna.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwah :

“Kegiatan promosi Pantai Laguna yang kami lakukan berupa pengaadaan even-even pertunjukan yang kami pusatkan di Pantai Laguna seperti pada hari Ulang Tahu Kabupaten Kaur dengan mendatangkan para artis ibu Kota sekalian mengenalkan objek wisata kepada para pengujung dan khususnya artis ibukota untuk mempromosikan keindahan Pantai Laguna tersebut dan hari-hari tertentu seperti habis lebaran dan tahun baru” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022)Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni,M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa:“Ada kegiatan yang dilakukan oleh pengelola dan dinas pariwisata untuk mempromosikan Pantai Laguna sering diadakanya kegiatan seperti adanya even-even tertentu yang mendatangkan artis ibu kota biasanya satu tahun sekali pada saat habis lebaran, diadakan loba volley pantai piala Bupati dan hari ulang tahun Kabupaten Kaur.” (Hasil Wawancara, Tangal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bawa dalam mempromosikan hasil kegiatan yang dilakukan oleh dinas parieisata dan pengelola mengadakan acara even-even tertentu yang dilakukan atau dilaksanakan kegiatannya di Pantai Laguna gunanya untuk mempromosikan objek wisata tersebut salah satunya mendatangkan artis ibu kota.Wawancara juga dilakukan oleb Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:

“Kami dan dinas pariwisata dengan mengadakan even-even kegiatan hari libur dan hari-hari besar seperti lebaran, tahun baru dan kegiatan dari dinas pariwisata inilah bentuk kegiatan yang

kerjasama kami untuk mempromosikan Pantai Laguna.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022
Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa:“Biasanya pengelola pantai Laguna berkerja sama dengan dinas pariwisata mengadakan even-even kegiatan untuk promosikannya, biasanya kegiatan ini dilakukan pada musim liburan anak sekolah, liburan akhir minggu dan acara kegiatan kantor di adakan di Pantai Laguna inilah bentuk kegiatan selama ini masih jalan.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:“Ada bentuk kegiatan yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan pengelola wisata seperti diadakan even-even kegiatan baik acara perkantoran yang dipusatkan kegiatannya di Pantai Laguan dan pengelola sendiri berinisiatif mengadakan kegiatan tertentu dengan cara mengadakan acara mendatangkan artis ibu kota dengan tidak lupa memberitahukan kepada dinas pariwisata sekalian mempromosikan Pantai Laguna Kepada pengunjung.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022)

Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa pihak pengelola berkerja sama dengan dinas pariwisata mengadakan kegiatan even-even tertentu guna mempromosikan Pantai Lguna kepada masyarakat atau pengunjung dengan cara ini yang lebih efektif untuk mengenalkan pada masyarakat luas.

b. Media yang digunakan untuk sarana promosi kegiatan tersebut yang dilakukan oleh dinas Pariwisata dan pengelola Pantai Laguna.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwah:

“Dalam mempromosikan Pantai Laguna kami dari pihak pemerintahan Kabupaten Kaur yang melalui dinas Pariwisata dan pengelola kerjasama dengan melalui media social baik masa maupun elektronik untuk menyampaikan atau menyebarkan keindahan objek wisata Pantai Laguna. Media social biasanya WA, Instagram, Fesbook, Tv ini salah satu tempat promosi yang langsung dapat dilihat oleh masyarakat umum yang belum sempat datang berkunjung secara langsung dan media masa bersur yang disebarkan kepada pengunjung yang sedang berkunjung dan yang sangat menarik adanya even-even kegiatan yang kami laksanakan dengan kerja sama dengan pihak ketiga yakni BUMDes.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M. Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa:“Untuk mempromosikan Pantai Laguna pihak pengelola berkerja sama dengan dinas pariwisata melakukan promosi dengan melalui media baik media elektronik maupun media masa yang ada khususnya media Koran seperti pengumuman kegiatan yang akan dilaksanakan di pantai Laguna, sedangkan media elektronik Fisbook, instagram, dan WA serta brosur.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan di atas bahwa dalam mempromosikan objek wisata Pantai Laguna dinas pariwisata dan pengelola menggunakan media social yakni Instagram, Fesbook, WA, TV, brosur sebagai alat untuk mengenalkan keindahan Pantai Laguna bagi semua masyarakat tentang keindahan alamnya dan pasir putinya sebagai daya tarik wisata. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:

“Promosi sudah dilakukan oleh dinas pariwisata kerja sama dengan pengelola melalui media social, media masa dan media elektronik. Agar mendapatkan peningkatan kunjungan wisatawan lebih banyak akibat dari promosi melalui media tersebut.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa: “Y promosi sudah dilakukan oleh pihak dinas pariwisata dengan menggunakan media social, media masa dan media elektronik untuk mempromosikan Pantai Laguna Kepada Masyarakat umum, agar lebih gampang untuk melihat keindahan Pantai Laguna walaupun tidak datang langsung ke objek wisata tersebut.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:

“Penggunaan media social, medea masa dan media elektronik sudah dilakukan oleh dinas pariwisata karena ketika kita melihat fisbook objek wisata yang ada di Kabupaten Kaur disitu Nampak dan dapat dilihat melalui situsnya, ini membuktikan dinas pariwisata memanfaatkan media social tersebut, untuk menarik wisatawan terbukti peningkatan pengunjung meningkat setiap tahunnya.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022)

Dari hasil observasi dan wawancara dilapangan bahwa pihak pengelola berkerja sama dengan dinas pariwisata mengadakan kegiatan even-even tertentu guna mempromosikan Pantai Lguna kepada masyarakat atau pengunjung dengan cara ini yang lebih efektif untuk mengenalkan pada masyarakat luas. Even kegiatan ini dilakukan oleh dinas pariwisata dan pengelola dilakukan hampir setiap bulan dan tahunan. Terutama acara kegiatan pemerintahan banyak dialikan ke Pantai Laguna sekalian bentuk promosi kegiatan dan apalagi acara tahunan tahun baru dan hari lebaran diadakan acara berlangsung meriah. Dalam mempromosikan objek wisata Pantai Laguna dinas pariwisata dan pengelola

menggunakan media social yakni Instagram, Fesbook, WA, TV, brosur sebagai alat untuk mengenalkan keindahan Pantai Laguna bagi semua masyarakat tentang keindahan alamnya dan pasir putinya sebagai daya tarik wisata.

5. People

Merupakan penyedia barang dan jasa yang melayani konsumen. Oleh karena itu pengelolaan sumber daya manusia menjadi tantangan tersendiri dalam pemasaran pariwisata. Dalam hal ini, pelatihan, pengendalian kualitas, dan sertifikasi kompetensi menjadi bagian yang penting yang menentukan keberhasilan pemasaran suatu destinasi wisata. Dalam hal ini dinas pariwisata berkerjasama pada pihak ketiga sekarang ini dikelola oleh desa dengan menunjuk BUMDes sebagai pengelolanya memberikan pelatihan, seminar tentang pariwisata yang diadakan di tingkat kabupaten bahkan Provinsi dengan cara di utus untuk menghadiri kegiatan tersebut baik dari utusan dinas pariwisata maupun dari pengelola, harapannya agar bisa meningkatkan SDM nya yang lebih baik dan berilmu pengetahuan dibidanya.

a. Mengetahui siapa saja yang ditugaskan oleh dinas Pariwisata Kabupaten Kaur dalam memasarkan Pantai Laguna. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa

“Dalam segi pemasaran Pantai Laguna dinas Pariwisata, DKP dan Duta wisata untuk dapat mempromosikan Pantai Laguna bukan itu saja objek wisata yang lainya tidak ketinggalan semua di promosikan, ini menjadi tanggungjawab langsung dari Dinas Pariwisata dalam mengupayakan agar objek wisata di Kabupaten Kaur bisa terkenal sampai tingkat nasional.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa: “Segi pemasaran Pantai Laguna dilakukan dinas Pariwisata, DKP dan Duta wisata dalam mempromosikan Pantai Laguna merupakan tanggungjawab langsung dari Dinas Pariwisata agar objek wisata di Kabupaten Kaur bisa terkenal sampai tingkat nasional”. (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa dalam segi pemasaran untuk mengenalkan objek wisata yang ada di Kabupaten Kaur adanya kerjasama mulai dari Dinas Pariwisata, DKP dan Duta Wisata dalam rangka memperkenalkan sampai ketingkat nasional dengan banyaknya pengunjung yang datang ke objek wisata yang ada terutama di Pantai Laguna. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pengelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:

“Sepengetahuan saya dari dinas Pariwisata Bagian promosi, DKP, dan Duta wisata yang gencar melakukan promosi semua objek wisata yang ada di Kaur termasuk Pantai Laguna agar menjadi pusat kunjungan wisatawan untuk mengenal dekat bukan hanya melalui media social saja tapi langsung ke objek wisata secara langsung dapat meningkatkan keindahan alamnya.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa: “Kalau melihat kemajuan sekarang Pantai Laguna ini adanya campur tangan dari Dinas Pariwisata bagian promosi, DKP dan Duta Wisata secara langsung untuk membantu promosi objek wisata yang ada baik itu melalui media social yang di manfaatkan untuk masyarakat atau pengunjung mengetahui Pantai Laguna.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:

“Sepertinya dari Dinas Pariwisata, DKP dan Duta Wisata yang ikut terlibat didalamnya untuk mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Kaur termasuk Pantai Laguna agar menarik para wisatawan local dan asing untuk berkunjung secara langsung.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022).

b. Tugas dan tanggungjawab dari petugas atau pegawai yang ditugaskan untuk memasarkan Pantai Laguna. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa :

“Kalau melihat tugas dan tanggungjawab petugas yang telah ditunjuk khususnya bagian promosi yang di Dinas Pariwisata ini sudah sangat baik dalam menjalankan tugasnya mereka berkerjasama sesuai arahan oleh pimpinan kepala dinas pariwisata, semua kegiatan yang menyangkut promosi objek wisata termasuk Pantai Laguna dilaporkan semua kepada pimpinan tanpa terkecuali baik itu ada hambatan dilapangan, mereka berkerjasama secara tim bukan perseorangan.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022). Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa: “Tugas dan tanggung jawab bagian promosi di dinas pariwisata dan pengelola sudah sangat baik dalam mempromosikan Pantai Laguna dilihat dari kinerja mereka yang sangat kompak, sehingga dalam mempromosikan hal tersebut pimpinan mendapatkan laporan hasil kerja mereka.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa tugas dan tanggung jawab pegawai atau petugas bagian

promosi dilapangan sangat baik dalam menjalankan tugasnya termasuk melaporkan kepada pimpinan hasil kegiatan yang dilakukan dilapangan apa bila terdapat hambatan dan kemajuan yang terjadi. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pengelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:

“Petugas atau pegawai dinas pariwisata bagian promosi dalam berkerja untuk mempromosikan objek wisata termasuk Pantai Laguna sangat baik dalam berkerja dan selalu melaporkan hasil kerjanya kepada pimpinan termasuk melaporkan kepada Ketua BUMDes sebagai pengelolah tentang hasil kerjanya.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa: “Kalau saya menilai kinerja petugas atau pegawai dinas pariwisata bagian promosi dalam mempromosikan objek wisata khususnya Pantai Laguna baik sekali dalam berkerja tak jarang pegawai tersebut memberikan pandangan atau gagasan kepada ketua pengelolah BUMDes untuk berkerja sama bagai mana cara yang lebih baik agar pengunjung lebih tertari berkunjung ke pantai laguna.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BUMDes menyatakan bahwa:

“Pegawai dari dinas pariwisata dalam berkerja dengan melakukan promosi objek wisata yang ada di Kabupaten Kaur ini terhusus Pantai Laguna baik sekali dengan cara pegawai tersebut berkerja ada rasa tanggungjawab yang tinggi demi kemajuan objek wisata yang ada.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Dari hasil observasi dan wawancara dengan informan diatas bahwa adanya keterlibatan langsung dari dinas pariwisata Kabupaten Kaur khususnya bagian promosi, DKP dan Duta Wisata yang berkerjasama dalam mempromosikan objek wisata yang ada termasuk objek wisata Pantai Laguna untuk menjadi kunjungan para wisatawan lokal dan asing. Dan apabila pengunjung banyak yang datang artinya keberhasilan promosi berhasil dan dapat meningkatkan PAD pemerintahan Kabupaten Kaur dalam bida wisata pantai. Tugas dan tanggung jawab pegawai atau petugas bagian promosi dilapangan sangat baik dalam menjalankan tugasnya termasuk melaporkan kepada pimpinan hasil kegiatan yang dilakukan dilapangan apa bila terdapat hambatan dan kemajuan yang terjadi. Pegawai bagian promosi dari dinas Pariwisata dalam berkerja dengan menjalankan dengan rasa tanggungjawab yang sangat baik dalam berkerja untuk mempromosikan objek wisata yang ada termasuk Pantai Laguna.

6. Packaging

Kemasan yaitu kombinasi dari jasa dan daya tarik produk yang saling berkaitan dalam satu paket penawaran harga. Serangkaian produk wis(Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022)ata yang dikemas dan dijual dengan menarik akan membentuk pengalaman berwisata yang menarik pula. Packing merupakan kombinasi dari jasa dan daya tarik wisata yang saling berkaitan dalam satu paket penawaran harga. Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur dalam melakukan promosi tempat wisata yang ada di Kaur belum berani untuk membuat produk wisata yang paket dengan wisata yang ada di Kaur. Karenakan adanya kendala perhotelan yang belum ada yang berkelas atau berbintang tapi hanya berkelas losmen yang masih sangat kurang standanya untuk dilakukan, masih ada perubahan-perubahan yang harus dilakukan oleh Pemerintahan Kabupaten Kaur secara bertahap.

a. Paket wisata melalui media sosial yang disediakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur dalam memasarkan Pantai Laguna.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa :

“Bebicara masalah paket wisata untuk para wisatawan sudah ada Pemerintah Kabupaten Kaur untuk mempromosikan objek wisata Pantai Laguna dengan melalui media social menawarkan sejumlah keindahan yang ada objek wisata di Kaur termasuk salahsatunya pantai laguna dengan tersedianya webset yang disediakan oleh Dinas Pariwisata Kaur, apa lagi dengan media tv dengan memasang iklan layanan wisata keberadaan Pantai Laguna langsung kemasyarakat.” (Hasil Wawancara, 9 Oktober 2022 Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa: “ Sudah ada paket wisata hanya saja dikelola oleh Dinas Pariwisata dengan webset yang dimiliki, melalui media elektronik memasukan iklan wisata Pantai Laguna, melalui media masa iklan di Koran terutama Koran Radar Selatan dan yang lebih banyak melalui Fisbook dan intagram ini lah yang menambah percepatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan BUMDes..” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022)

Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa pemerintahan Kabupaten Kaur yang diwakili oleh Dinas Pariwisata sudah melakukan promosi mengenai Pantai Laguna di berbagai media baik media masa melalui iklan di Koran Radar Selatan dan Koran lainnya, sedangkan melalui media elektronik TV, Fisbook, Instagram dan WA membuat iklan objek wisata yang ada dikaur dengan situs webset yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata, untuk mempromosikan semua objek wisata yang ada terutama Pantai

Laguna agar menari para wisatawan untuk berkunjung secara langsung. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pengelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:

“Untuk saat ini paket ada dilakukan Dinas Pariwisata hanya saja melalui iklan baik tv maupun media masa seperti Fisbook, Instagram dan Wa hanya itu saja sepengetahuan saya untuk mempromosikan objek wisata Pantai Laguna untuk menarik wisatawan.” (Hasil Wawancara,Tanggal 10 Oktober 2022)Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa:

“Ada paket wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur maupun pengelola hanya melalui media elektronik dan media masa saja. seperti media elektronik ada iklan yang pernah dimasukan ke TV swasta Bengkulu RBTB tentang keindahan objek wisata Pantai Laguna dan melalui media masa iklan dikoran Radar Selatan sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung.” (Hasil Wawancara,Tanggal 10 Oktober 2022)Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:“ Ada pakatnya wisata hanya kebanyakan menawarkan iklan objek wisata yang ada di Kabupaten Kaur melalui media masa dan media elektronik.media elektronik antara lain TV, WA, Fesbook dan Instagram sedangkan media masa melalui Koran Radar Selatan yang pernah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kaur sehingga menarik kunjungan wisata local maupun asing.” (Hasil Wawancara,Tanggal 10 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dan observasi dengan informan bahwa paket wisata yang diadakan oleh dinas Pariwisata Kaur hanya kebanyakan melalui iklan yang disampaikan baik elektronik seperti WA, Fesbook, dan TV dengan iklan layanan, sedangkan media masa membuat iklan promosi objek Pantai Laguna seperti Koran Radar Selatan dengan iklan tersebut membuat pengunjung semakin meningkat.

7.Programming

Adalah suatu teknik berkaitan dengan kemasan, yaitu pengembangan aktivitas tertentu, acara atau program untuk menarik dan meningkatkan pembelanjaan. Programming adalah suatu teknik yang berkaitan dengan packing yaitu pengembangan aktivitas tertentu, acara atau program untuk menarik dan meningkatkan pembelanjaan wisatawan. Program selama ini yang dijalankan oleh dinas pariwisata dengan mengadakan festival kegiatan mengenai wisata atau kegiatan Perkantoran di pusat ketempat wisata sekaligus mengenalkan langsung objek wisata salasanya Pantai Laguna.

a.Program yang dilaksanakan oleh dinas pariwisata Kabupaten Kaur dalam memasarkan pantai laguna.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa :

“Ada program yang dilakukan oleh dinas pariwisata untuk menarik para wisatawan untuk berkunjung salah satunya diadakan festival kegiatan tahunan berupa acara music habis lebaran ini sampai tiga hari lamanya,lomba kegiatan hari jadi Kabupaten Kaur, acara tahun baru ada music juga dilakukan dan penyambutan tamu dari pemerintahan pusat biasanya dibawah ketempat wisata yang ada khususnya pantai laguna.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022)Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni,M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa:

“Sebenarnya ada program yang dilakukan oleh dinas pariwisata Kaur untuk menarik para wisatawan baik local maupun asing seperti acara music yang diadakan setiap satu tahun sekali dan acara-acara lainnya yang diadakan oleh pengelola maupun oleh dinas pariwisata.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022)Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa pemerintahan Kabupaten Kaur yang dilakukan oleh dinas pariwisata ada program kegiatan yang dilakukannya seperti mengadakan festival-festival HUT Kabupaten Kaur dengan mengadakan lomba-lomba kegiatan, Tahun baru, musim lebaran dan kegiatan penyambutan tamu dari pusat dengan berwisata di pantai Laguna.Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pengelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:

“Ada program yang dilakukan oleh dinas pariwisata sudah cukup baik punya peningkatan pengunjung yang setelah habis covid 19 meningkat setelah program dinas pariwisata dilaksanakan.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022)Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa:

“la memang ada program dari dinas pariwisata untuk kemajuan Pantai Laguna dengan mengadakan festival kegiatan yang sering dilakukan di Pantai Laguna baik pada waktu tertentu seperti musim lebaran, tahun baru dan acara perkantoran yang menjamu orang dari pusat yang berkunjung ke Kabupaten Kaur sehingga pengunjung semakin bertambah.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022)Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:“Kalau saya lihat ada program dinas pariwisata untuk memajukan objek wisata yang ada di Kaur ini termasuk Pada Pantai Laguna, dengan diadakannya festival-festival kegiatan yang dipusatkan di Pantai Laguna.” (Hasil

Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa pemerintah melalui dinas pariwisata Kabupaten Kaur ada progerm-progeram tertentu yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisata yang ada termasuk di Pantai Laguna dengan mengadakan festival-festival kegiatan guna menarik wisatawan untuk berkunjung.

b. Program tersebut berjalan dengan efektif apa tidak. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa:

“Program-program yang kami jalankan sudah efektif dari Dinas Pariwisata bagian promosi terbukti pengunjung atau wisatawan semakin meningkat untuk datang ketempat wisata khususnya pada Pantai Laguna dengan dilihat dari jumlah pengunjung meningkat dari tahun ketahun data tabel 1 kunjungan wisatawan sumber dari Dinas Pariwisata Kaur 2020 artinya program kami dari dinas pariwisata berhasil menarik wisatawan local maupun asing.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa: “Kalau melihat program-program yang kami lakukan berjalan dengan sangat efektif sekali terbukti masih banyaknya pengunjung yang datang kepantai Laguna untuk berwisata dapat dilihat dari grafik yang ada yang berdasarkandata tersebut.” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa program-program yang dilakukan oleh dinas pariwisata berhasil menarik para wisatawan lokal dan asing dilihat semakin meningkatnya kunjungan wisatawan untu berkunjung kesalah satu Pantai Laguna. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa: “Efektif walaupun kegiatan ini harus terus menerus dilakukan oleh dinas pariwisata dan berkerja sama dengan pengelolah dari BUMDes agar peningkatan kunjungan wisatawan setiap tahun meningkat.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa: “Sudah efektif apa yang dilakukan oleh dinas pariwisata untuk melakukan program-progar yang dijalankan selama ini dengan terbukti pengunjung setiap tahun meningkat untuk melihat langsung keadaan Pantai Laguna secara dekat bukan hanya melalui media social saja.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BMDes menyatakan Bahwa:

“Efektif sekali apa yang dilaksanakan oleh dinas pariwisata melalui program-program yang dilaksanakanya terutama dengan diadakan kegiatan festival yang dilaksanakan di objek wisata Pantai Laguna untuk menarik wisatawan untuk berkunjung secara langsung sehingga meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022) Dari hasil observasi dan wawancara dengan informan di atas bahwa pemerintahan Kabupaten Kaur yang dilakukan oleh dinas pariwisata ada program kegiatan yang dilakukanya seperti mengadakan pistival-pistival HUT Kabupaten Kaur dengan mengadakan lomba-lomba kegiatan, Tahun baru, musim lebaran dan kegiatan penyambutan tamu dari pusat dengan berwisata di pantai Laguna. Dalam hal ini program yang diadakan oleh dinas pariwisata sangatlah efektif dilaksanakan salah satunya diadakan fitival yang diadakan di Pantai Laguna sehingga menarik para wisatawan untuk datang secara langsung melihat kegiatan tersebut dan menambah banyak kunjungan pengunjung ketepat wisata tersebut.

8. Partnership

Merupakan suatu hubungan yang dijalin dengan usaha yang sejenis maupun usaha tidak sejenis yang menciptakan benefit dari pihak-pihak tersebut. Kemitraan pemasaran menjadi sangat relevan dalam pemasaran pariwisata. Kemitraan bisa berbentuk kerjasama promosi maupun kerjasama penjualan diantara pelaku usaha maupun dengan pemerintah. Dinas pariwisata Kabupaten Kaur menjalin kemitraan kerjasama untuk meningkatkan objek wisata yang ada sala satunka kemitraan dengan pihak ketiga yakni BUMDes yang mengelolanya yang kerjasama dengan dinas pariwisata yang sala satu objek wisata tersebut adalah Pantai Laguna.

a. Dengan siapa saja dinas Kabupaten Kaur berkerjasama dalam memasarkan Pantai Laguna. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur bahwa :

”Patner kerjasama yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten Kota, berkerjasama dengan dinas pariwisata Provinsi yang membawahi dinas dinas Kabupaten dan pengelolah wisata atau pihak ketiga untuk memajukan objek wisata khususnya Pantai Laguna” (Hasil Wawancara, Tanggal 9 Oktober 2022) Disampaikan juga melalui wawancara dengan Bapak Rifi Susi Mumarni, M.Ap sebagai Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur menyatakan bahwa: “Adanya kerjasam dengan dinas pariwisata Provinsi Bengkulu yang membawahi dinas Kabupaten, pengelola wisata dan kementrian pusat yang selama ini memberikan suntikan dana untuk kemajuan wisata yang ada di daerah salah



satunya Pantai Laguna.” (Hasil Wawancara,Tanggal 9 Oktober 2022) Dari hasil wawancara dengan informan diatas bahwa patner kerjasama untuk membangun objek wisata yang ada di kabupaten Kaur termasuk Pantai Laguna dinas pariwisata Kabupaten Kaur kerjasama dengan Dinas Provinsi yang membawahi dinas-dinas kabupaten dalam hal memajukan objek wisata. Wawancara juga dilakukan oleh Bapak Kurniawansyah Putra sebagai Kepala Desa Pegelola Pantai Laguna menyatakan bahwa:”Ya ada kerjasama dari pemerintahan desa dan dinas pariwisata kota dan dinas-dinas yang terkait seperti dari dinas pariwisata Provinsi, tour perjalanan wisata yang menjadikan mitra kerjasama dalam memajukan objek wisata Pantai Laguna.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022). Sejalan dengan hal ini, oleh Bapak Latahzan sebagai Ketua Karang Taruna Menyatakan Bahwa:

“Ada mitra kerjasama yang dilakukan oleh pemerintahan desa kepada dinas pariwisata Kota, dinas pariwisata Provinsi, dan tour perjalanan wisata dalam mempromosikan objek wisata Pantai Laguna untuk saat ini.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022). Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Watipa sebagai Ketua BUMDes menyatakan Bahwa:”Ya ada bentuk kerjasama antara pemerintahan desa kepada dinas pariwisata Kabupaten Kota, Dinas pariwisata Provinsi dan tour perjalanan wisata dalam rangka untuk memajukan objek wisata termasuk objek wisata Pantai Laguna untuk menarik wisatawan atau pengunjung.” (Hasil Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2022). Dari hasil observasi dan wawancara dengan informan diatas bahwa adanya mitra kerjasama yang dilakukan oleh pemerintahan desa kepada dinas pariwisata Kabupaten Kota, dinas Provinsi dan tour perjalanan wisata untuk memajukan objek wisata pada Pantai Laguna dari pengunjung atau wisatawan yang berkunjung secara langsung.

Pembahasan

Berdasarkan pengambilan data yang telah dilakukan mulai tanggal 5 September 2022 sampai 5 Oktober 2022 informan dalam penelitian ini sebanyak 4 orang, 1 informan kunci Muljunias, ST. 3 informan pokok Kurniawansyah Putra Kepala Desa, Latahzan Ketua Karang Taruna dan Watipa Ketua BUMDes. Informan Kunci adalah orang yang paling mengetahui seluk beluk strategi pariwisata Pantai Laguna, pada penelitian ini informan kunci adalah Kepala Dinas Para Wisata Kabupaten Kaur Bapak Muljunias, ST sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur

Tabel 2. Daftar Informan Kunci

No	Nama	Jabatan
1	Muljunias, ST	Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur
2	Rifi Susi Mumarni, M.Ap	Kabid Pemasaran Pariwisata

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Kaur, 2022

Informan pokok penelitian yang berjumlah 3 orang. Informan diatas dipilih yaitu masyarakat yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang dalam penelitian.

Tabel 3. Daftar Informan Pokok

No	Nama	Jabatan
1	Kurniawansyah Putra	Kepala Desa
2	Latahzan	Ketua Karang Taruna
3	Watipa	Ketua BUMDes

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Product (Produk)
Objek wisata Pantai Laguna akan dijadikan tempat objek wisata moderan yang mana sarana dan prasarna lebih lengkap dan dapat memberikan kenyamanan dan keamanan pada pengunjung dengan fasilitas yang lebih baik.
2. Price(Harga)

Mengenai biaya karcis masuk objek wisata Pantai Laguna berdasarkan peraturan Bupati sebesar Rp. 10.000 perorang sekali berkunjung hasil musyawarah antara Dinas Pariwisata dan pengelola untuk dipatuhi berdasarkan hukum tetap.

3. Place (Tempat)
Lokasi Pantai Laguna lebih kurang satu kilo dari pinggir jalan lintas Sumatra bebatasan dengan Provinsi Lampung untuk mencapai kelokasi objek wisata dengan melalui jalan rabat beton yang dibangun atas dana desa oleh masyarakat setempat.
4. Promotion (Promosi)
Pantai Laguna oleh Dinas Pariwisata dan pengelola menggunakan media social sebagin tempat promosi terutama media elektronik yakni Instagram, Fesbook, WA, dan TV dan media masa melalui Koran. Untuk menenalkan objek wisata Pantai Laguna kepada masyarakat.
5. People (Orang)
Menyangkut SDM pihak Dinas Pariwisata berkerja sama dengan pihak pengelola yakni BUMDes memberikan pelatihan, dan seminar tentang pariwisata untuk menambkan ilmu pengetahuan yang dilakukan dari Kabupaten atau Provinsi sebagai penyelenggara.
6. Packaging (Kemasan)
Paket wisata sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata berkerja sama dengan pengelola BUMDes melalui webset dinas Pariwisata serta adanya iklan yang ditayangkan di TV local termasuk iklan yang ada di media masa Koran local untuk mempromosikan Pantai Laguna kepada masyarakat.
7. Programming (Program)
Program yang diadakan oleh dinas pariwisata sangatlah efektif diadakan kegiatan HUT RI, HUT Hari Jadi Kabupaten Kaur, penyelenggaraan even-even tertentu seperti waktu lebaran mendatangkan artis ibu kota dan pemilihan duta wisata
8. Partenership (Kemintraan)
Adanya mitra kerjasama yang dilakukan oleh pemeritahan desa kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Kota, Dinas Provinsi dan Kementrian pusat sebagai kemitraan kepariwisataan di daerah.

Saran

1. Masih kurangnya transportasi yang ada di pantai laguna berupa perahu, kendaraan roda dua dan roda empat oleh pengelola dan Dinas Pariwisata, sehingga masih dikeluhkan oleh para pengunjung atau wisatawan.
2. Perlu adanya peningkatan keja sama baik Provinsi, Kabupaten dan Kementrian yang terkait untuk membangun objek wisata Pantai Laguna Kabupaten Kaur

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. 2007. Efisiensi Persediaan Bahan. BPFE, Yogyakarta
- Aminudin. 2005. Prinsip-Prinsip Riset Operasi. Jakarta : Erlangga.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Metodologi Penelitian. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2008. Manajemen Operasi dan Produksi. Edisi revisi. BPFE, Yogyakarta
- Baridwan, Zaki. 2008. Sistem Informasi Akuntansi, Edisi ke-2. BPFE, Yogyakarta.
- Handoko, T, Hani, 2012, Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi, BPFE, Yogyakarta
- Ibnu Mubaraq, 2013, Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pada Usaha Meubel Tri Putri Di Kota Manna Bengkulu Selatan
- Kholmi, Masiyal. 2007. Akuntansi Biaya, Edisi Empat, BPFE, Yogyakarta
- Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya. UPP-STIM YKPN, Yogyakarta .
- Prawirosentono. Suyadi. 2009. Manajemen Produktivitas. Jakarta: PT. Bumi Angkasa
- Rangkuti, Freddy. 2010. Manajemen Persediaan. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Riyanto, Bambang. 2006. Dasar – dasar Pembelajaran Usaha Edisi 4. BPFE, Yogyakarta
- Sartono. Agus. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. BPFE, Yogyakarta
- Sugiyono, 2013. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Supriyono. 2007. Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta pembuatan Keputusan. BPFE :Yogyakarta.
- Sutrisno. 2008. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi . Yogyakarta : EKONISIA
- Syamsuddin. Lukman. 2008. Manajemen Keuangan Perusahaan, Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, pengawasan dan Pengambilan Keputusan. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Tampubolon. Manahan. 2006. Manajemen Operasi. Jakarta: Ghalia. Indonesia
- Yamit, Zulian. 2008. Manajemen Produksi dan Operasi, Second Edition. Ekonosia FE UI