

ANALISIS SWOT STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA KABUPATEN LUMAJANG

Oleh :

Stephanie Astrid Ayu¹⁾, Citra Anggraini Tresyanto²⁾, Maria Kharisma Anggun Putri Larasati³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Darma Cendika

¹email: astrid.ayu@ukdc.ac.id

²email: citra.anggraini@ukdc.ac.id

³email: maria.larasati@student.ukdc.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 14 Agustus 2024

Revisi, 27 Agustus 2024

Diterima, 7 September 2024

Publish, 15 September 2024

Kata Kunci :

Strategi,
Pemasaran,
Pariwisata,
Komunikasi,
Promosi.

ABSTRAK

Kabupaten Lumajang merupakan salah satu Kabupaten di provinsi Jawa Timur, Indonesia yang merupakan bagian dari wilayah Tapal Kuda Jawa Timur dan memiliki beberapa destinasi wisata yang cukup menarik untuk dikunjungi. Situasi terkini dari Kabupaten Lumajang dianggap masih belum mampu memikat wisatawan lokal maupun internasional untuk mengunjungi destinasi wisata yang ada di kabupaten Lumajang. Biro Pemasaran Pariwisata menjadi bagian penting dalam memberikan informasi kepada khalayak umum bahwa terdapat destinasi wisata yang masih belum banyak terjamah keberadaannya karena kurangnya informasi terkait lokasi wisata tersebut. Menjadi sebuah tantangan bagi pemerintah dan juga warga sekitar untuk bisa mempromosikan destinasi wisata yang dimiliki dengan memberikan informasi lengkap dan menarik untuk mengundang wisatawan lokal maupun mancanegara berkunjung dan menikmati keindahan alam yang dimiliki Kabupaten Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif. Melalui penelitian diperoleh informasi pentingnya setiap daerah di Indonesia, khususnya di Jawa Timur untuk memiliki *Tourism Information Centre* (TIC). TIC nantinya akan mampu menjadi sumber informasi dan sarana promosi.. Pengambilan kesimpulan berdasarkan pada semua informasi penting yang diperoleh selama proses penelitian berlangsung. Hasil dari penelitian ini berupa rekomendasi kebijakan strategi promosi pemerintah daerah kabupaten Lumajang untuk menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara berkunjung ke destinasi wisata yang dimiliki kabupaten Lumajang.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama: Stephanie Astrid Ayu

Afiliasi: Universitas Katolik Darma Cendika

Email: astrid.ayu@ukdc.ac.id

1. PENDAHULUAN

Destinasi Pariwisata merupakan salah satu asset untuk memberikan kontribusi pendapatan bagi pemerintah daerah. Namun dalam upaya pengembangan pariwisata diperlukan kerjasama dari banyak pihak yang saling berkaitan. Pengembangan pariwisata bukan hanya merupakan tanggung jawab pemerintah daerah saja melainkan seluruh masyarakat dan penduduk lokal sekitar destinasi wisata. Dalam membangun, mengembangkan dan

melestarikan setiap destinasi wisata diperlukan suatu pengelolaan yang baik dan dapat bersinergi dalam menjalankan rencana program kerja untuk mewujudkan sebuah destinasi wisata yang memiliki daya tarik bagi para wisatawan. Tanpa ada kerjasama dan koordinasi yang baik antara pemerintah dan penduduk lokal, maka sebuah destinasi wisata tidak dapat terealisasi dengan baik.

Saat ini, ditengah-tengah situasi dan kondisi yang sudah mulai berangsur membaik diharapkan

bisnis pariwisata juga dapat memulihkan diri guna memberikan kontribusi kepada pemerintah daerah untuk menyokong pendapatan daerah. Selain itu, harapan lainnya adalah menggerakkan kembali roda perekonomian masyarakat sekitar. Berdasarkan dari harapan tersebut, maka perlu disusun langkah-langkah strategis yang sesuai guna mempercepat proses pemulihan bisnis di bidang pariwisata.

Banyaknya destinasi wisata yang dimiliki Kabupaten Lumajang saat ini juga berpeluang untuk dapat memulihkan kembali kondisi pariwisata yang sudah tertidur. Informasi tentang destinasi wisata yang lengkap dan menarik menjadi salah satu faktor yang mampu membuka peluang tersebut.

Kondisi yang semakin baik dan berangsur pulih dari pandemi menggerakkan masyarakat untuk kembali beraktifitas di luar ruangan. Masyarakat mulai berani untuk bepergian mengunjungi tempat-tempat wisata, berkreasi dan berekreasi, bahkan menjalin silaturahmi kembali setelah hampir dua tahun terkekang dengan aturan karantina mandiri dan ketentuan-ketentuan PPKM beberapa level dari pemerintah.

Beberapa kendala yang sering dihadapi oleh destinasi wisata dalam menarik jumlah pengunjung adalah kurangnya informasi yang bisa memberikan gambaran tentang bagaimana situasi dan kondisi destinasi wisata tersebut, sehingga calon wisatawan memerlukan pertimbangan yang cukup banyak sebelum akhirnya menentukan destinasi tujuan sebuah wisata. Saat ini para wisatawan calon pengunjung biasanya akan mencari informasi melalui internet terkait beberapa destinasi wisata yang akan dijadikan sebagai tujuan wisata. Akan tetapi apabila informasi yang diperoleh dari internet tersebut tidak cukup menarik, maka besar kemungkinan wisatawan akan mencari alternatif destinasi wisata lain. Maka dari itu, dianggap penting strategi promosi yang digunakan untuk menarik dan mengundang calon wisatawan untuk berkunjung serta berwisata di Kabupaten Lumajang.

Perlu diketahui bahwa faktor pertimbangan keputusan memilih sebuah destinasi wisata bukan saja hanya pada lokasi wisata, melainkan juga fasilitas pendukung yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut, keramahan penduduk lokal dan kemudahan akses untuk menuju lokasi destinasi wisata.

Permasalahan utama pada Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang terkait dengan pengembangan pariwisata adalah belum tersedianya fasilitas pendukung di sekitar lokasi destinasi wisata, selain itu keramahan penduduk lokal di sekitar lokasi destinasi wisata tersebut masih perlu ditingkatkan.

Penelitian ini berfokus untuk membantu dan memberikan saran kepada Dinas Pariwisata Lumajang untuk aktif menggerakkan dan mengoptimalkan peran serta dari TIC untuk ambil bagian dalam melakukan sejumlah strategi promosi sebagai upaya menggerakkan kembali industri

pariwisata di Kabupaten Lumajang. Penelitian ini menjadi sangat penting bagi Dinas Pariwisata Lumajang dan penduduk lokal sekitar destinasi wisata di Kabupaten Lumajang. Disamping itu, penelitian ini juga menjadi salah satu usaha untuk mewujudkan kontribusi nyata Universitas Katolik Dharma Cendika dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan di skala lokal hingga nasional yang telah dicanangkan dalam RPJMN sejak 2015-2019 dan kembali dilanjutkan di RPJMN 2020-2024. Sesuai dengan bidang kajian ekonomi berkelanjutan, topik penelitian ini masuk dalam tema penelitian pemetaan bisnis di Jawa Timur dengan topik utama yaitu ekonomi dan pariwisata.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode gabungan antara etnografi, observasi, dan analisa dokumen. Penelitian kualitatif adalah penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau secara verbal dari perilaku orang yang diamati. Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, wawancara selama kegiatan observasi dilakukan dalam periode penelitian ini. Subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan dan warga masyarakat sekitar yang ditemui oleh peneliti dalam periode penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari strategi promosi yang tepat untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di kabupaten Lumajang, Jawa Timur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tourism Information Centre (TIC) merupakan salah satu unit layanan yang bertugas memberikan informasi tentang destinasi wisata yang terdapat di suatu daerah atau wilayah tertentu. Dalam penelitian Isnaini, Z. (2018) bisa disimpulkan bahwa TIC adalah fasilitas yang mempunyai fungsi untuk mengarahkan dan memberikan informasi tentang pariwisata yang dibutuhkan oleh turis mancanegara dan lokal. Demikian halnya penelitian yang dilakukan oleh Diyah, F. N. (2010) menginformasikan bahwa *Tourism Information Centre* merupakan pusat informasi para turis dengan segala fasilitas yang diperlukan di dalamnya dan berfungsi sebagai tempat untuk memperkenalkan kultur budaya setempat kepada wisatawan baik domestik maupun asing. *Tourism Information Centre* ini sesuai dengan fungsi utamanya haruslah memiliki bangunan yang juga menonjolkan unsur budaya setempat di dalamnya. Beberapa faktor yang memengaruhi efektivitas suatu program kerja pada

TIC yaitu sumber daya, dana, sarana dan prasarana, kualitas dan kuantitas, serta waktu (Chika, Alifionny, 2020).

Kabupaten Lumajang merupakan salah satu daerah yang berada di wilayah bagian selatan Propinsi Jawa Timur. Kabupaten Lumajang terdiri dari 21 Kecamatan dengan batas-batas wilayah yaitu sebelah utara Kabupaten Probolinggo, sebelah timur Kabupaten Jember, sebelah selatan Samudera Indonesia, dan sebelah barat Kabupaten Malang.

Sebagaimana pada umumnya Kabupaten yang berada di daerah selatan, maka Kabupaten Lumajang memiliki potensi yang cukup besar pada sektor pertanian dan pertambangan meskipun belum sepenuhnya dapat dieksploitasi secara optimal.

Wilayah Kabupaten ini memiliki luas daerah sebesar 1.790,90 km², di mana terbagi menjadi 21 kecamatan, 198 desa, dan 7 kelurahan. Kabupaten Lumajang memiliki banyak destinasi wisata yang didominasi oleh objek wisata alam. Secara geografis, Kabupaten Lumajang dikelilingi tiga buah gunung berapi yang berdiri kokoh yaitu Gunung Bromo, Semeru dan Lemongan. Selain gunung, di Lumajang juga terdapat banyak ranu atau danau dengan panorama yang menarik (sumber: *website* Kabupaten Lumajang). Dengan kondisi geografis yang kaya dengan destinasi wisata, Kabupaten Lumajang masih memiliki tugas penting, hal yang perlu dibangun dalam jangka panjang adalah berupaya membentuk *branding* daerah tujuan wisata untuk lebih meningkatkan daya tarik kunjungan wisatawan (Murdianto, dkk, 2018).



Gambar 1. Destinasi Wisata Kabupaten Lumajang

Hasil informasi dari laman resmi Badan Pusat Statistik Jawa Timur (BPS Jatim) dalam laporan Statistik Pariwisata Provinsi Jawa Timur 2021 pada tanggal 23 September 2022, tercatat bahwa angka tersebut diambil dari jumlah kedatangan wisatawan mancanegara melalui Bandara Internasional Juanda, Sidoarjo.



Gambar 2. Data BPS Terkait Perkembangan Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan survey awal yang telah dilaksanakan tim peneliti (Juli 2022) diperoleh informasi bahwa Kabupaten Lumajang saat ini telah memiliki TIC, yang berlokasi satu area dengan Kantor Dinas Pariwisata Lumajang, namun belum sepenuhnya beroperasi sesuai dengan fungsi dari TIC tersebut. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman dari para SDM yang ditugaskan dalam TIC tersebut terkait dengan pentingnya TIC dalam pemasaran, perkembangan, dan pertumbuhan dunia pariwisata serta belum ada supporting sistem yang mampu mengatur serta menyusun program kerja untuk TIC tersebut.

Melihat situasi dan kondisi yang ada di Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang, maka analisis awal yang dilakukan adalah membuat analisis SWOT untuk melihat lebih komprehensif kondisi yang sedang terjadi saat ini.

Table 1 Analisis SWOT Pariwisata Kabupaten Lumajang

STRENGTH	WEAKNESS
1. Destinasi wisata alam yang beragam. 2. Adanya tambahan obyek wisata lain berupa toko cinderamata serta tanaman menambah nilai dan daya tarik wisatawan. 3. Panorama alam yang indah dan menarik untuk dinikmati.	1. SDM kurang mendukung dan belum memiliki wawasan yang luas tentang pariwisata 2. Belum ada <i>sistem support</i> untuk program kerja penyampaian informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata. 3. Fasilitas umum yang kurang <i>representative</i>.
OPPORTUNITY	THREAT
1. Regulasi dari pemerintah untuk mendukung dan memperluas pengembangan bisnis pariwisata daerah. 2. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah untuk kunjungan pariwisata terbuka kembali bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. 3. Akomodasi yang dapat dituju oleh para wisatawan.	1. Kesadaran wisatawan tentang kebersihan lingkungan. 2. Bencana alam yang tidak dapat diduga.

Sumber : analisis peneliti

Analisis SWOT ini juga menjadi dasar bagi peneliti untuk menggali data dan informasi lainnya kepada para informan. Melalui analisis tersebut didapatkan sejumlah informasi menarik yang kemudian terus digali dan disesuaikan dengan implementasi strategi pemasaran. Hasil informasi berdasarkan pengembangan analisis SWOT diantaranya yaitu:

1. Belum tersedia dan tersampainya informasi yang lengkap tentang destinasi wisata alam yang beragam, Panorama alam yang indah dan menarik untuk dinikmati, serta adanya tambahan obyek wisata lain berupa toko cinderamata serta tanaman yang sebenarnya menambah nilai dan daya tarik para wisatawan.
2. Tersedianya regulasi dari pemerintah untuk mendukung dan memperluas pengembangan bisnis pariwisata daerah belum dimanfaatkan secara optimal sehingga belum dapat melakukan pengembangan bagi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lumajang.
3. Ketersediaan *guest house* atau penginapan atau *home stay* yang masih sedikit dan jarang jumlahnya, memberikan peluang yang kecil bagi wisatawan luar kota untuk menginap.

Berdasarkan hasil Analisa SWOT yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa untuk menyampaikan informasi terkait dengan destinasi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Lumajang adalah dengan:

1. Menyusun dan mendesain brosur atau website yang lengkap tentang destinasi wisata alam yang beragam, Panorama alam yang indah dan menarik untuk dinikmati, serta adanya tambahan obyek wisata lain berupa toko cinderamata serta tanaman yang sebenarnya menambah nilai dan daya tarik para wisatawan.
2. Pemerintah daerah kabupaten Lumajang bekerja sama dengan pemerintah Pusat membangun sarana dan prasarana pendukung TIC untuk Kabupaten Lumajang.
3. Pemerintah Daerah bekerjasama dengan dinas Pekerjaan Umum mencari investor yang berkontribusi dalam membangun sarana akomodasi berupa *home stay*/penginapan disekitar lokasi destinasi wisata, sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menetap untuk beberapa waktu.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data tersebut, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. TIC yang dimiliki Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang saat ini masih belum memiliki sistem program yang mampu menyajikan informasi lengkap tentang destinasi wisata alam yang beragam di Kabupaten Lumajang.
2. Tersedianya regulasi dari pemerintah untuk mendukung dan memperluas pengembangan

bisnis pariwisata daerah belum dimanfaatkan secara optimal oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang sehingga belum dapat melakukan pengembangan bagi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lumajang.

3. Ketersediaan *guest house* atau penginapan atau *home stay* yang masih sedikit dan jarang jumlahnya, memberikan peluang yang kecil bagi wisatawan luar kota untuk menginap.

Saran

1. Menyusun dan mendesain brosur atau *website* yang lengkap tentang destinasi wisata alam yang beragam, Panorama alam yang indah dan menarik untuk dinikmati, fasilitas umum yang tersedia serta adanya tambahan obyek wisata lain berupa toko cinderamata serta tanaman yang sebenarnya menambah nilai dan daya tarik para wisatawan.
2. Pemerintah daerah kabupaten Lumajang, khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang bekerja sama dengan pemerintah Pusat membangun sarana dan prasarana pendukung TIC untuk Kabupaten Lumajang guna memberikan informasi yang lengkap terkait dengan destinasi wisata yang dimiliki Kabupaten Lumajang.
3. Pemerintah Daerah, khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang bekerjasama dengan dinas Pekerjaan Umum mencari dan melakukan kerja sama dengan investor untuk membangun sarana akomodasi berupa *home stay*/penginapan disekitar lokasi destinasi wisata, sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menetap untuk beberapa waktu.

Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang juga dapat mengembangkan strategi *event* bekerja sama dengan Dinas yang lain yang kemudian dikomunikasikan secara terstruktur dan terjadwal di TIC Kabupaten Lumajang agar pengunjung memiliki kegiatan dan aktivitas lain yang membuat mereka semakin tergugah untuk datang kembali.

5. REFERENSI

- Alifionny, N. C. (2020). Efektivitas Tourism Information Center (Tic) Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 8(2), 113-132.
- Diyah, F. N. (2010). Promosi Produk Daerah (Promosi Yang Dilakukan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo Dalam Memasarkan Produk Daerah) (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Isnaini, Z. (2018). The Job Description Of Tourist Information Centre Branch Of Malioboro Yogyakarta (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Murdiyanto, Lilik & Sumiyati (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen. *Jurnal*

Wacana Vol. 17 (No. 2), 171-180.
<https://disparbud.lumajangkab.go.id/data/detail/1565> Diakses Pada 16 November 2022
<https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/ada-689-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-jatim-pada-2021#:~:Text=Jatim%20newsroom%20%2d%20jumlah%20kunjungan%20wisatawan,Sebelumnya%20yang%20mencapai%2035.035%20kunjungan> (Diakses Pada 08 Desember 2022)
<https://tempatwisataseru.com/wisata-lumajang/> Diakses Pada 16 November 2022
<https://www.tokohkita.co/read/20190525/460/ini-tips-usulan-bikin-tourism-information-center-yang-baik> Diakses Pada 16 November 2022.