
Analisis Place, Promotion, Product, Dan Price Di Desa Wisata Pinge, Marga, Tabanan**Oleh****Ni Kadek Rara Elisdayanti¹, Fila Delfia Gustina Novitasari Hutagalung² & Ida Ayu Etsa Pracintya³**^{1,2,3}**Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia****Email: raraelisdayanti@gmail.com, filadelfia0208@gmail.com & idaayuetsa@gmail.com,****Abstrak**

Desa Pinge merupakan salah satu desa wisata yang berkembang di Kecamatan Marga, Tabanan, Bali. Desa ini memiliki beberapa potensi wisata yang dapat dikembangkan untuk menunjang kegiatan pariwisata, dengan menawarkan atraksi wisata *jogging trekking*, berkemah, dan agrowisata. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana konsep 4P (*product, price, place, promotion*) yang dilakukan di Desa Wisata Pinge. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dimana sumber data diperoleh dari observasi, wawancara, serta dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa tiga aspek *place, product, price* teridentifikasi dilakukan dengan baik. Sementara pada aspek *promotion*, di desa ini belum berjalan dengan baik dikarenakan para *stakeholder* pariwisata di Desa Wisata Pinge ini belum cukup mampu beradaptasi dengan teknologi yang tentunya dapat membantu promosi desa secara online yang dapat menjangkau target pasar wisatawan lebih luas. Sehingga, diantara aspek 4P tersebut, aspek *promotion* adalah aspek yang perlu ditingkatkan pelaksanaannya.

Kata Kunci : Desa Wisata, Pariwisata Bali, 4P, Desa Pinge**PENDAHULUAN**

Desa Wisata merupakan salah satu konsep dalam pengembangan industri pariwisata pada suatu daerah. Desa wisata diartikan sebagai suatu konsep pengembangan kawasan pedesaan yang menyajikan keaslian dari aspek adat istiadat, sosial budaya, arsitektur tradisional, keseharian, serta struktur tata ruang desa yang ditawarkan dalam komponen pariwisata yang terpadu, yakni antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung (Mumtaz dkk., 2021). Konsep desa wisata merupakan model yang menarik dalam pengembangan pariwisata karena dapat memberikan pengalaman wisata yang otentik dan mendorong keberlanjutan pariwisata. Inskeep (1991) menyatakan bahwa desa wisata merupakan bentuk pariwisata, dimana sekelompok kecil wisatawan dapat memiliki pengalaman tinggal di dalam dan dekat dengan kehidupan masyarakat tradisional serta mempelajari kehidupan desa dan lingkungan setempat melalui kegiatan yang dilaksanakan dan ditawarkan di desa wisata tersebut (Heny dkk., 2013) menyatakan bahwa masyarakat

lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata.

Komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata akan menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal (Heny dkk., 2013). Oleh sebab itu, dilakukannya bauran pemasaran dalam proses pengelolaan desa wisata ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan perkembangan proses pariwisata yang berlangsung menjadi lebih baik. Tentunya pengembangan desa wisata ini tidak lepas dari adanya usaha dan peranan yang dilakukan masyarakat desa, terutama dalam memperkenalkan destinasi ini ke khalayak umum untuk menjangkau target pasar yang lebih tinggi (Asih, 2022). Beberapa desa wisata populer di Bali telah melibatkan para *stakeholder* pariwisata setempat untuk



mulai memasarkan potensi daya tarik yang ada di desa masing-masing yang tentunya memberikan dampak positif yang berkesinambungan ke masyarakat lokal. Proses dan kegiatan pemasaran ini penting dilakukan secara berkala agar kedepannya mampu menjaga eksistensinya serta berperan ke dalam pariwisata berkelanjutan dikemudian hari.

Proses pemasaran terhadap desa wisata sangat penting dalam pengembangan dan keberlanjutan destinasi tersebut untuk kedepannya. Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah (host) yang menyambut dan melayani wisatawan dengan keramahan dan kehangatan, serta menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata secara keseluruhan, mulai dari tahapan perencanaan, pengawasan, dan implementasi (Heny dkk., 2013). Beberapa dari mereka juga memberdayakan potensi masyarakat desa untuk berperan aktif dalam pengelolaan desa wisata, dengan menjadi pemandu wisata yang mengenalkan daya tarik lokal, budaya, dan warisan desa kepada para wisatawan yang berkunjung. Heny dkk., (2013) juga menegaskan bahwa partisipasi masyarakat merupakan salah satu komponen penting dalam upaya pemasaran suatu destinasi wisata.

Pada proses pemasaran, adanya daya tarik bukan hanya satu-satunya yang mampu dikembangkan, namun produk dan usaha lokal yang berhubungan dengan proses pengembangan pariwisata juga dapat menjadi suatu daya tarik yang memiliki keunikan. Cahyani (2021) menyatakan bahwa produk wisata yang dihasilkan bisa berupa kerajinan tangan, kuliner khas, atau produk-produk lain yang menjual, tentunya menjadi daya tarik bagi wisatawan. Dengan demikian, segala potensi-potensi dan produk yang dihasilkan tersebut dapat menciptakan minat serta daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu desa wisata. Salah satu desa wisata di Bali yang kini sedang berkembang adalah Desa Wisata Pinge. Desa ini berada di Kecamatan Marga, Tabanan, Bali. Jarak dari kota Denpasar menuju Desa Wisata Pinge kira-kira 34 km.

Desa Wisata Pinge merupakan salah satu desa wisata yang memiliki keunikan pada arsitektur bangunan perumahannya yang sebagian besar bergaya tradisional Bali. Desa Wisata ini juga memiliki keindahan alam yang masih terjaga keasriannya dengan lahan persawahan hijau pada setiap sisinya, Hal dikarenakan mayoritas penduduk desa ini bermata pencarian sebagai petani. Sehingga wisatawan yang berwisata, akan dapat melihat langsung aktivitas masyarakat setempat saat bertani mulai dari membajak sawah, menanam bibit serta memanen hasil padi dan disimpan di dalam lumbung padi. Secara geografis Desa Wisata Pinge merupakan daerah pertanian yang menjadikan masyarakat memegang teguh konsep Tri Hita Karana yakni konsep filosofi kehidupan tentang keseimbangan dan harmoni antara tiga elemen kehidupan, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan sesamanya dan hubungan manusia dengan semestanya.

Pada artikel ini akan membahas mengenai analisis *place, promotion, product*, dan *price* yang dilakukan oleh para stakeholder dalam usahanya memasarkan daya tarik yang dimiliki oleh Desa Wisata Pinge. Pembahasan akan berfokus terhadap bagaimana strategi bauran pemasaran yang terdiri dari *place, promotion, product*, dan *price* serta memberikan saran mengenai potensi hal-hal yang nantinya dapat dikembangkan dengan optimal sehingga, meningkatkan kesejahteraan masyarakat di bidang ekonomi dan sosial budaya dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan

LANDASAN TEORI

Adapun teori yang digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan diuraikan sebagai berikut:

Bauran Pemasaran (4P)

Aktivitas pemasaran dilakukan dengan tujuan memperkenalkan secara luas produk/jasa kepada target pasar tertentu. Pada hal ini, tentunya sebuah destinasi perlu melakukan upaya dalam memperkenalkan daya tarik yang ditawarkan, salah satunya dengan melakukan bauran pemasaran. Kotler dan

Keller (2016) mengidentifikasi bauran pemasaran yang terbagi menjadi empat aspek (4P) yakni: product (produk), price (harga), place (tempat/saluran distribusi) dan promotion (promosi).

a) Product (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk yang dijual meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara orang, tempat, properti, organisasi, dan ide. Atribut produk meliputi jenis produk, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, ukuran, layanan, garansi, dan manfaat.

b) Price (harga)

Harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan elemen lain yang menghasilkan biaya (cost). Atribut harga mencakup daftar harga, diskon, penawaran khusus, syarat pembayaran, dan syarat kredit.

c) Place (tempat/saluran distribusi)

Tempat didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan pelanggan targetnya. Artinya, variabel saluran distribusi atau place tidak hanya menekankan pada lokasi tersebut dicapai. Lokasi perusahaan yang strategis merupakan kunci dari kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen. Saluran distribusi meliputi cakupan layanan, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi.

d) Promotion (promosi)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk. Promosi merupakan suatu kegiatan yang menyampaikan keunggulan suatu produk dan mendorong pasar sasaran untuk membeli produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2011) metode penelitian kualitatif adalah suatu cara ilmiah untuk

mengumpulkan data dengan tujuan mendeskripsikan, membuktikan, dan atau mengembangkan suatu fenomena yang terjadi pada suatu lingkungan. Data dikumpulkan melalui proses observasi dalam bentuk dokumentasi dan wawancara untuk memperoleh data primer, sementara data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang nantinya menjadi data pendukung yang dapat melengkapi data primer. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teori Miles dan Huberman (1992) dimana proses setelah pengumpulan data adalah reduksi data, kemudian penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan desa wisata di Bali pada saat ini tentunya tidak lepas dari adanya kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan mengemas daya tarik yang dimiliki oleh setiap desa wisata. Masing-masing desa wisata memiliki caranya tersendiri dalam memasarkan daya tarik yang dimiliki, begitu pun dengan Desa Wisata Pinge. Desa ini memiliki daya tarik yang dapat menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan. Para stakeholder pariwisata di desa diharapkan mampu memasarkan, mengembangkan dan memelihara daya tarik wisata yang dimiliki agar tetap terjaga eksistensinya. Pada praktiknya, Desa Wisata Pinge merupakan salah satu desa di Kabupaten Tabanan yang memiliki potensi daya tarik wisata yang dapat dikembangkan sebagai alternatif wisata bagi para wisatawan yang menyukai aktivitas alam, serta jauh dari kebisingan kota.

Para stakeholder pariwisata melakukan beberapa cara untuk memperkenalkan Desa Wisata Pinge dan meningkatkan minat wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata. salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan bauran pemasaran yang terdiri dari *place*, *price*, *promotion* dan *product*. Berikut merupakan hasil analisis terhadap bauran pemasaran (4P) yang telah dilakukan oleh pengelola di Desa Wisata Pinge.

**a) Price (Harga)**

Pada pengelolaannya desa ini menawarkan fasilitas homestay yang terletak di beberapa rumah masyarakat lokal yang dikelola bersama para stakeholder setempat. Pengelolaan homestay ini terorganisir dimulai dari sistem pemesanan melalui ketua pengelola yang kemudian diteruskan ke masing-masing pemilik homestay yang memiliki fasilitas sesuai dengan keinginan wisatawan. Harga yang ditawarkan pada setiap homestay bervariasi tergantung fasilitas yang disediakan oleh masing-masing tuan rumah. Harga dimulai dari Rp. 150.000/malam. Selain itu, pengelola juga dapat menyediakan sarapan, makan siang dan makan malam bagi para wisatawan yang menginap untuk meningkatkan kenyamanan berwisata. Harga yang ditawarkan juga bervariasi dimulai dari Rp. 10.000/porsi. Pengelola tidak menerapkan tiket masuk bagi para wisatawan yang hanya ingin menikmati pemandangan sejuk desa atau hanya sekedar singgah dan menelusuri *jogging track* yang dimiliki desa.

Pengelolaan perekonomian desa ini juga telah dilakukan dengan baik oleh pemerintah desa serta masyarakat dengan ikatan POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) dengan diketuai oleh Bapak I Made Jarrayasa dengan koordinasi langsung dibawah Bapak Drs. I Made Denayasa selaku Bendesa Adat. Struktur kepengurusan POKDARWIS beranggotakan 48 orang dengan 7 bidang yang merupakan keselarasan dari pengimplementasian 7 saptas pesona Indonesia (Rai Madalena et al., 2021). Berlangsungnya perekonomian yang ada di desa dengan bantuan para stakeholder ini tentunya mempermudah kesejahteraan masyarakat lokal dengan memberdayakan lahan yang mereka miliki sebagai bentuk dukungan terhadap kegiatan pariwisata yang berlangsung di desa.

b) Product (Produk)

Adapun produk yang ditawarkan untuk wisatawan di Desa Wisata Pinge ini cukup beragam, diantaranya: 1) Jajan tradisional Bali seperti: lapis hijau, lapis waluh, kue dadar, timus, klandan, embung, dan pelas; 2) Produk hasil pertanian di Desa Pinge, berupa teh beras merah; 3) Makanan khas Desa Pinge yakni lawar Pinge, yang merupakan jenis lawar yang hanya dapat ditemukan apabila melakukan wisata ke desa. Produk-produk yang ditawarkan adalah produk yang dibuat apabila wisatawan telah melakukan pre-order sebelumnya, sehingga kualitas produk yang dihasilkan dapat terjamin dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Hal ini diterapkan untuk menjaga kualitas dari makanan yang bahan baku diperoleh dari hasil perkebunan dan proses pengolahannya dilakukan sendiri oleh masyarakat setempat. Sehingga wisatawan mendapatkan kualitas terbaik dari produk-produk yang ditawarkan.

c) Place (Tempat)

Desa wisata Pinge terletak di Desa Pekraman Pinge, Desa Baru, Kecamatan Marga kabupaten Tabanan, berada diketinggian 500 meter diatas permukaan laut (BPS Kabupaten Tabanan, 2016). Desa tersebut berjarak 17 km sebelah utara kota Tabanan. Desa Wisata Pinge merupakan desa tua yang menjadi salah satu objek wisata yang ada di Bali. Desa ini memiliki keunikan tersendiri yaitu bentuk rumah penduduk yang berarsitektur tradisional sejajar dan tertata rapi. Ciri khas dari desa ini adalah bentuk rumah penduduknya yang tersusun rapi seperti bangunan adat Bali dengan tempat penyimpanan lumbung padi di atap rumah dengan pedoman Asta Bumi dan Asta Kosala Kosali.

Desa wisata ini memiliki panorama alam yang memukau, tidak kalah dengan desa wisata lainnya yang populer di Bali, dengan hamparan sawah yang hijau, sehingga menjadikan lingkungan yang bersih dan asri. Wisatawan yang berkunjung dapat melihat langsung aktivitas petani saat membajak sawah, menyiapkan benih, menanam, memanen, hingga mengisi lumbung padi. Adapun lokasi untuk wisatawan yang menyukai suasana alam, dapat berkemah di tempat yang disediakan oleh POKDARWIS setempat bernama 'Laduma' dengan fasilitas seperti toilet, dan dapur umum. Selain itu adapun *jogging track* yang dapat di gunakan untuk para wisatawan yang memiliki minat untuk menjelajahi alam sekitar.



Gambar 1. Laduma Pinge

Sumber: Dokumentasi pribadi 2023



Gambar 2. Suasana Desa Pinge

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar 3. Jogging Track

Sumber: Dokumentasi pribadi 2023

c) **Promotion (Promosi)**

Berdasarkan survei dan observasi, kegiatan promosi yang ada di Desa Pinge ini masih belum berjalan dengan baik. Penyebab promosi di Desa Pinge ini belum berkembang dengan baik adalah dilihat dari sebagian besar penduduk yang tetap tinggal di Desa Pinge ini merupakan orang tua sampai yang sudah usia lanjut, sedangkan generasi muda mereka melakukan kegiatan dan aktivitas mereka di kota, seperti sekolah dan bekerja. Kurangnya keterlibatan generasi muda yang ada di Desa Pinge menjadi salah satu alasan penyebab dari belum berkembangnya promosi di Desa Pinge sampai saat ini. Dikarenakan sebagian besar penduduk yang menetap adalah penduduk lanjut usia, sehingga sulit bagi mereka dalam menggunakan teknologi. Namun, desa ini membuka peluang kerjasama dengan beberapa kampus untuk memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk melakukan KKN atau pengabdian agar dapat menjelajahi potensi-potensi yang dimiliki oleh desa, sehingga semakin banyak aktivitas yang dapat dilakukan di desa ini untuk mengundang para wisatawan berkunjung.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Desa Buahman menawarkan potensi wisata yang beragam, mencakup keindahan alam, kegiatan edukasi, dan aktivitas



tambahan yang dapat memikat wisatawan. Air Terjun Banjar Gambih, Puspa Aman, Peternakan Lebah Madu Kele-Kele, dan Umah Tahu menjadi daya tarik utama, sementara trekking dan cycling menambahkan sentuhan petualangan. Selain itu, dengan pengelolaan yang baik, desa ini menghadirkan pengalaman wisata yang menarik dan berkesan tiga paket wisata yang ditawarkan, yaitu Nature Exploration Half Day Tour, Education Full Day Tour, dan 3 Days 2 Nights at Buahon, memberikan pilihan yang berbeda sesuai preferensi wisatawan. Paket-paket ini dirancang dengan baik, menyediakan kegiatan yang bervariasi, mulai dari petualangan alam hingga pengalaman edukasi yang mendalam. Dengan fokus pada keberlanjutan, kerjasama lokal, dan pelayanan berkualitas, Desa Buahon siap menjadi destinasi unggulan di Bali. Promosi yang efektif, pengelolaan kemitraan lokal, serta perhatian terhadap keamanan dan keselamatan akan membantu meningkatkan daya tarik dan reputasi Desa Buahon sebagai destinasi wisata yang berkualitas di pulau Dewata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ekosusilo, M., & Kasihadi, R. B. (1985). *Dasar-Dasar Pendidikan*. Semarang: Effhar Publishing.
- [2] Hindayati Mustafidah. (2017). *Panduan Menggunakan Manajemen Referensi "Mendeley" Lembaga Publikasi Ilmiah Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Purwokerto* Januari,
- [3] Pendit, P. L. (2005). *Perpustakaan Digital : perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia*. Depok: Perpustakaan Universitas Indonesia, (Seri Perpustakaan dan Informasi 1).
- [4] Pendit, P. L. (2008). *Perpustakaan digital dari A sampai Z*. Jakarta: Cita Karya Karsa Mandiri.
- [5] Purwono. (2008, April 30). *Strategi Penelusuran Informasi Melalui Internet*.
- [6] Rodin, R. (2013). *Literasi Informasi di Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Media Pustakawan, (20) 4.
- [7] Sulistiorini. (2014). *Kumpulan Pidato Sukarno: Membangkitkan Semangat Nasionalisme Pemuda Pemudi Indonesia (Upaya meningkatkan Minat Baca Pemuda Pemudi Indonesia)*. Jurnal JPUA, (4) 1.
- [8] Wicaksono-Arief. (2012). *Manajemen Berbasis Perpustakaan: Penerapan Konsep Pemberdayaan Masyarakat untuk Membangun Perpustakaan*. Media Pustakawan
- [9] Masyhudi, Lalu. (2019) *Peningkatan Profesionalitas Dosen Di Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram Melalui Pelatihan Penelusuran Sumber Pustaka Secara Online Dan Penulisan Daftar Pustaka Menggunakan Mendeley*. Vol.13 No.6 Januari 2019. Hal. 1237-1242.