

**ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN DESA WISATA DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN DI DESA LIANAWAN
KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN**

**ANALYSIS OF TOURIST VILLAGE MANAGEMENT STRATEGY IN
INCREASING TOURIST ATTRACTIVENESS IN LINAWAN VILLAGE, SOUTH
BOLAANG MONGONDOW REGENCY**

Sri Nabila Dulupi¹⁾, Titin Dunggio²⁾, Sitti Husna Noviana Djou³⁾
(^{1,2,3})Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bina Mandiri Gorontalo, Kota Gorontalo, Indonesia

Email: bilabempah@gmail.com

Email: dunggiotitin.1973@gmail.com

Email: sittidjou19@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to (1) determine the management strategy for tourist villages and (2) determine the factors influencing tourist attraction. Linawan Village has marine tourism potential in the form of beautiful beaches and mangrove areas, but management is not yet optimal. The research method used a descriptive qualitative approach, with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation of informants such as Pokdarwis, village government, MSMEs, the Tourism Office, community leaders, tourists, and youth organizations. The results of the study indicate that (1) management strategies include tourism promotion, partnerships with the private sector, human resource development, mapping tourism potential, and revitalizing the tourism village acceleration team. (2) Factors influencing tourist attraction include accessibility, infrastructure, promotion and information, and price. The main obstacles are limited supporting facilities, suboptimal coordination between stakeholders, and weak digital promotion. The study recommends an integrated and community-based management strategy, utilizing digital media, strengthening partnerships, increasing human resource capacity, and developing new tourist attractions. These results are expected to serve as a reference for the management of Linawan Tourism Village and a reference for the development of sustainable tourism villages in other areas.

Keywords: Tourism Village, Management Strategy, Tourist Attraction, Tourism Promotion, Linawan Village

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui strategi pengelolaan desa wisata (2) faktor yang mempengaruhi daya tarik wisatawan. Desa Linawan memiliki potensi wisata bahari berupa pantai dan kawasan mangrove yang indah, namun pengelolaannya belum optimal. Metode Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap informan seperti Pokdarwis, pemerintah desa, pelaku UMKM, Dinas Pariwisata, tokoh masyarakat, wisatawan dan karang taruna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi pengelolaan meliputi promosi pariwisata, kemitraan dengan pihak swasta, pengembangan sumber daya manusia, pemetaan potensi wisata, dan revitalisasi tim percepatan desa wisata. (2) Faktor yang memengaruhi daya tarik wisatawan mencakup aksesibilitas, sarana-prasarana, promosi dan informasi, serta harga. Kendala utama adalah keterbatasan fasilitas pendukung, koordinasi antar pemangku kepentingan yang belum optimal, dan lemahnya promosi digital. Penelitian merekomendasikan strategi pengelolaan yang terintegrasi dan berbasis masyarakat, dengan memanfaatkan media digital, penguatan kemitraan, peningkatan kapasitas SDM, serta pengembangan atraksi wisata baru. Hasil ini diharapkan menjadi acuan bagi pengelolaan Desa Wisata Linawan dan referensi untuk pengembangan desa wisata berkelanjutan di daerah lain.

Kata Kunci: Desa Wisata, Strategi Pengelolaan, Daya Tarik Wisatawan, Promosi Pariwisata, Desa Linawan

PENDAHULUAN

Pembangunan berkelanjutan saat ini tidak hanya berfokus pada bidang industri dan infrastruktur, tetapi juga menempatkan sektor pariwisata sebagai penggerak utama ekonomi kreatif serta sarana pemberdayaan masyarakat. Sektor pariwisata memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi secara langsung maupun tidak langsung melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, hingga pelestarian budaya lokal. Dengan mengembangkan potensi wilayah yang ada, terutama di daerah pedesaan, sektor pariwisata mampu membuka akses ekonomi yang lebih luas dan merata. Oleh karena itu, banyak negara, termasuk Indonesia, mulai fokus pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang berorientasi pada keberlanjutan.[2]

Pariwisata menjadi salah satu sektor strategis yang berperan signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, baik di level nasional maupun daerah. Lewat sektor ini, potensi lokal yang dimiliki suatu daerah bisa dikembangkan dan dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta pemerintah di tingkat daerah, salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang kini banyak diterapkan adalah konsep desa wisata. Desa wisata adalah kawasan pedesaan dengan ciri khas tersendiri, baik dari aspek alam, budaya, maupun produk lokal, yang dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan. Desa wisata berperan sebagai solusi dalam memperkuat perekonomian lokal sekaligus menjaga kelestarian budaya. Kehadiran desa wisata sekaligus menjadi sarana bagi masyarakat untuk terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata di wilayahnya.[2]

Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2023, terdapat lebih dari 3.500 desa wisata yang telah berkembang dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Angka tersebut terus mengalami peningkatan seiring dengan tingginya minat wisatawan terhadap destinasi berbasis budaya dan alam. Desa wisata juga mampu menyerap tenaga kerja lokal serta menciptakan peluang usaha bagi masyarakat sekitar. Pengembangan desa wisata dapat membawa dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat apabila dikelola dengan strategi yang tepat dan berlandaskan pada potensi lokal.[16]

Pengembangan desa wisata tidak hanya dihadapkan pada tantangan fisik atau infrastruktur, tetapi juga pada persoalan pengelolaan yang bersifat kompleks. Hal ini mencakup perencanaan yang matang, pemberdayaan masyarakat yang efektif, serta penggunaan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pengelolaan yang kurang optimal seringkali disebabkan oleh minimnya kapasitas sumber daya manusia lokal dan kurangnya sinergi antar pemangku kepentingan, sehingga potensi yang ada belum dimaksimalkan secara maksimal. Karena itu, penerapan strategi pengelolaan yang menyeluruh dan fleksibel menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik serta jumlah kunjungan wisatawan ke desa wisata.

Tren wisata saat ini bukan lagi sekadar mencari pemandangan indah, tapi juga mencari pengalaman unik yang tidak bisa ditemukan di tempat lain. Oleh karena itu, desa wisata perlu cermat dalam merancang konsep wisata sesuai dengan potensi yang dimiliki, dan aktif memanfaatkan media digital sebagai alat promosi untuk menjangkau lebih banyak pengunjung. Keberhasilan pengembangan desa wisata sangat ditentukan oleh sinergi yang kuat antara berbagai pihak, meliputi pemerintah desa, pengelola wisata, masyarakat setempat, hingga pelaku usaha. Kolaborasi antar-pemangku kepentingan mampu memaksimalkan potensi desa sekaligus menjadi solusi dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses pengelolaan. [12]

Realitas di lapangan sering kali tidak sebanding dengan potensi yang dimiliki. Masih banyak desa dengan kekayaan alam dan budaya yang luar biasa, namun belum dapat dikelola secara optimal. Hal ini menjadi permasalahan utama yang sering ditemui

dalam pengembangan desa wisata. Artinya, ada kesenjangan (gap) antara potensi besar yang dimiliki dan kemampuan pengelolaan yang belum memadai. Di sinilah pentingnya strategi pengelolaan yang tepat. Terdapat sejumlah aspek penting yang harus diperhatikan dalam pengelolaan desa wisata, antara lain promosi wisata melalui media digital, pengembangan paket wisata bertema lokal, serta partisipasi aktif masyarakat.[10]

Desa Linawan di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan merupakan salah satu desa dengan potensi besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa desa ini memiliki daya tarik berupa keindahan pantai dan hamparan kawasan mangrove yang luas. Namun, pengembangan potensi wisata tersebut masih terkendala oleh beberapa masalah penting. Beberapa permasalahan tersebut antara lain terbatasnya fasilitas dasar seperti area parkir, toilet, dan tempat istirahat yang membuat pengunjung kurang nyaman. Selain itu, tidak tersedianya tempat ibadah di area wisata juga menjadi keluhan bagi sebagian wisatawan, terutama yang datang bersama keluarga atau dalam kelompok besar.

Selain fasilitas dasar yang belum memadai, sarana pendukung untuk aktivitas luar ruangan seperti zona kemah, jalur tracking mangrove, hingga papan informasi edukatif juga belum tersedia dengan baik. Di sisi lain, kebijakan pembatasan waktu kunjungan juga membuat pengunjung tidak bisa menikmati kawasan pantai secara maksimal, seperti untuk aktivitas berkemah. Yang tak kalah penting, Kurangnya koordinasi antara pemerintah desa dan pengelola kawasan wisata menyebabkan ketidakjelasan dalam hal pemeliharaan fasilitas yang tersedia.

Manajemen

Manajemen adalah suatu disiplin ilmu sekaligus praktik yang memiliki peran penting dalam mengoordinasikan berbagai aktivitas organisasi guna mencapai tujuan tertentu secara terencana dan terarah. Manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian sumber daya guna mencapai tujuan tertentu. dalam perkembangan teorinya, manajemen tidak hanya dipahami sebagai aktivitas perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian semata, melainkan juga sebagai proses dinamis yang menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan yang berubah. Hal ini disebabkan oleh perubahan cepat di bidang ekonomi, teknologi, sosial, dan politik yang menuntut organisasi lebih fleksibel dalam pengelolaan sumber daya.[14]

Manajemen Strategi

Manajemen strategis merupakan rangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Proses ini mencakup analisis lingkungan, perumusan strategi (baik perencanaan strategis maupun jangka panjang), penerapan strategi, serta evaluasi dan pengendalian. Fokus utama manajemen strategis adalah mengamati serta menilai peluang dan ancaman dari lingkungan dengan memperhatikan kekuatan serta kelemahan perusahaan.[15]

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan salah satu cabang ilmu manajemen yang memiliki peran penting dalam setiap aktivitas bisnis. Bidang ini menjadi faktor kunci bagi keberlangsungan perusahaan agar mampu mencapai tujuan yang diharapkan. Pemasaran sering dianggap sebagai garda terdepan sekaligus jantung perusahaan, karena keberhasilan maupun kegagalannya sangat dipengaruhi oleh bagaimana bisnis dipasarkan. Dengan penerapan manajemen pemasaran yang tepat, perusahaan dapat melangkah lebih terarah dalam mengelola usahanya, sehingga manfaatnya dapat dirasakan dalam jangka panjang.[1]

Pemasaran Jasa

Pengertian pemasaran jasa dapat dibedakan menjadi dua sudut pandang, yaitu sosial dan manajerial. Dari sisi sosial, pemasaran jasa merupakan proses di mana individu

maupun kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk jasa yang memiliki nilai dengan pihak lain. Sementara itu, dalam perspektif manajerial, pemasaran jasa dipahami sebagai proses perencanaan, pelaksanaan, penetapan harga, promosi, serta distribusi gagasan terkait produk jasa guna menciptakan pertukaran yang sesuai dengan tujuan individu maupun organisasi. [4]

Desa Wisata

Desa wisata adalah salah satu bentuk daya tarik pariwisata yang dapat dikembangkan dan memberikan manfaat positif bagi masyarakat. Dalam pengembangannya, diperlukan komitmen bersama antara pemerintah, perangkat desa, tokoh masyarakat, serta lembaga desa untuk mewujudkan desa sebagai destinasi wisata. Desa wisata merupakan bentuk implementasi pembangunan pariwisata yang menekankan keterlibatan masyarakat serta berfokus pada aspek keberlanjutan. Melalui pengembangan desa wisata, diharapkan terwujud pemerataan yang selaras dengan prinsip pariwisata berkelanjutan. Desa wisata adalah bentuk destinasi pariwisata yang dibangun dengan memanfaatkan potensi desa, baik dari sisi kehidupan masyarakat, keindahan alam, maupun kekayaan budaya, sehingga menjadi identitas khas yang mampu menarik minat wisatawan [5][3]

Daya Tarik Wisata

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata diartikan sebagai segala hal yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai, yang mencakup keanekaragaman kekayaan alam, budaya, serta hasil karya manusia, yang menjadi tujuan atau sasaran kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata berperan penting dalam menarik kunjungan wisatawan. Namun, potensi suatu objek sebagai daya tarik hanya akan optimal jika didukung oleh aksesibilitas yang baik dan fasilitas penunjang yang memadai. Tanpa dukungan tersebut, daya tarik objek wisata mungkin tidak cukup untuk menarik perhatian wisatawan secara maksimal [17]. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu destinasi yang mampu menarik perhatian wisatawan untuk datang dan menikmati pengalaman di tempat tersebut. Menurut , daya tarik wisata meliputi aspek-aspek yang bersifat alami maupun buatan, seperti keindahan alam, warisan budaya, serta fasilitas pendukung yang memberikan nilai tambah bagi pengunjung. [6]

Strategi Pengelolaan Desa Wisata

Strategi pengelolaan desa wisata yang efektif sebaiknya mengadopsi pendekatan berbasis masyarakat (community-based tourism), yang menekankan keterlibatan aktif warga dalam setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan wisata. Strategi ini menjadi pedoman dalam menetapkan sasaran desa wisata untuk mencapai tujuan jangka panjang yang sesuai dengan harapan masyarakat, melalui pemanfaatan sumber daya manusia dengan menjalankan fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan, sehingga tujuan dapat dicapai secara efektif dan efisien. [18] Strategi pengelolaan desa wisata sangat terkait dengan peran dan fungsi lembaga lokal dalam mengatur dan mengelola kegiatan desa. Potensi wisata yang dimiliki suatu desa sebaiknya dikelola oleh masyarakat, namun hal ini perlu didukung oleh peran aktif serta fungsi kelembagaan yang efektif. [7]

Analisis SWOT dalam Pengembangan Wisata

Analisis SWOT merupakan pendekatan klasik dalam perencanaan strategis yang menggunakan empat elemen utama kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar kerangka analisis. Pengambilan keputusan strategis berkaitan erat dengan penyusunan misi, penetapan tujuan, pemilihan strategi, dan perumusan kebijakan organisasi. Oleh sebab itu, dalam proses perencanaan strategis, penting untuk

mengevaluasi faktor-faktor tersebut berdasarkan kondisi yang sedang berlangsung. Pengembangan strategi pariwisata sebaiknya dilakukan dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Analisis SWOT menjadi alat penting untuk menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan sektor pariwisata. Analisis ini menggambarkan kondisi dan situasi saat ini serta menawarkan solusi atas berbagai permasalahan yang dihadapi.[11] [9]

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pengelolaan desa wisata dalam meningkatkan daya tarik wisatawan di Desa Linawan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena sosial melalui interaksi langsung dengan informan, seperti pengelola desa wisata, masyarakat lokal, dan wisatawan. Pendekatan kualitatif untuk mengkaji strategi pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini dianggap tepat untuk menggali persepsi, pengalaman, dan praktik yang dilakukan oleh para pemangku kepentingan dalam pengelolaan desa wisata.[8]

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa kategori. Sumber data utama berasal dari informan yang terlibat langsung dalam pengelolaan desa wisata, seperti anggota Pokdarwis, pemerintah desa, dinas pariwisata bolsel dan pelaku UMKM di sekitar Desa Linawan. Mereka menjadi pihak yang paling memahami kondisi, potensi, dan permasalahan di desa wisata ini. Informan pendukung yang terdiri dari tokoh masyarakat dan wisatawan yang pernah berkunjung yang mengetahui tentang aktivitas wisata di desa tersebut. Selain itu, sumber data lainnya berupa dokumen dan arsip yang berkaitan dengan kegiatan wisata di Desa Linawan, seperti laporan kegiatan, data jumlah kunjungan wisatawan, serta kebijakan atau program dari pemerintah desa dan dinas terkait. Semua sumber data tersebut digunakan untuk memperkuat hasil penelitian dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai strategi pengelolaan desa wisata di Desa Linawan.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode agar informasi yang diperoleh bisa lebih lengkap dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Mengingat penelitian ini bersifat kualitatif, maka pengumpulan datanya lebih banyak dilakukan secara langsung di lapangan. Berikut beberapa metode yang digunakan:

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk melihat kondisi objek wisata, fasilitas, serta aktivitas masyarakat. Melalui observasi ini, peneliti dapat mengetahui situasi nyata di lapangan yang tidak selalu terungkap saat wawancara.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada perangkat desa, anggota Pokdarwis, pelaku usaha lokal, masyarakat, dan wisatawan. Jenis wawancara yang digunakan adalah semi-terstruktur, dengan tujuan menggali informasi seputar potensi wisata, strategi pengelolaan, kendala, serta harapan masyarakat terhadap pengembangan wisata di Desa Linawan

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari dokumen seperti laporan desa, data kunjungan wisatawan, foto kegiatan, dan arsip dari pemerintah desa maupun instansi terkait. Dokumentasi ini berfungsi melengkapi data hasil wawancara dan observasi.

Analisis Data

- a. Reduksi data, yaitu menyaring dan menyederhanakan data yang sudah terkumpul, sehingga hanya data yang benar-benar relevan dengan fokus penelitian yang dipertahankan.
- b. Penyajian data, yaitu menyusun data yang telah disederhanakan tadi dalam bentuk narasi atau tabel agar lebih mudah dipahami dan dianalisis lebih lanjut.
- c. Penarikan kesimpulan, yaitu menyimpulkan hasil temuan penelitian dan menjawab rumusan masalah berdasarkan data yang sudah dianalisis.

Seperti dijelaskan oleh Rijali (2019), proses analisis data kualitatif memang dilakukan secara bertahap agar makna yang terkandung di dalam data bisa dipahami dengan baik, sekaligus menghindari kesalahan penafsiran. Dalam penelitian ini, analisis dibagi ke dalam dua fokus utama yaitu:

- a. Strategi pengelolaan desa wisata
 - 1) Promosi Pariwisata
 - 2) Kemitraan dengan pihak swasta
 - 3) Pengembangan SDM
 - 4) Pemetaan potensi desa wisata
 - 5) Revitalisasi tim percepatan desa
- b. Faktor yang mempengaruhi daya tarik wisatawan
 - 1) Daya tarik
 - 2) Aksesibilitas
 - 3) Sarana dan prasarana
 - 4) Promosi dan informasi
 - 5) Harga

Analisis Swot

Selain menggunakan analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam strategi pengelolaan desa wisata. Hasil analisis SWOT ini akan membantu dalam merumuskan strategi yang paling tepat untuk meningkatkan daya tarik wisatawan ke Desa Linawan. Dalam penelitian ini, analisis *SWOT* dilakukan sebagai pelengkap dari analisis deskriptif kualitatif untuk merumuskan strategi pengelolaan desa wisata secara lebih terarah. Berikut tahapan analisis *SWOT* yang digunakan:

- a. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Tahap awal dilakukan dengan mengelompokkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam dua kategori utama:

 - 1) Faktor internal: kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari desa wisata.
 - 2) Faktor eksternal: peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan luar yang memengaruhi pengelolaan desa wisata
- b. Penarikan Kesimpulan Strategis

Berdasarkan hasil analisis SWOT, peneliti merumuskan alternatif strategi pengelolaan desa wisata yang paling sesuai untuk diterapkan di Desa Linawan, dengan mempertimbangkan kondisi lapangan serta peran para pemangku kepentingan.

Keabsahan Data

Keabsahan data menjadi hal yang sangat penting karena data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan berasal langsung dari pengalaman serta pandangan informan di lapangan. Untuk itu, peneliti menerapkan beberapa teknik keabsahan data agar informasi yang diperoleh benar-benar akurat, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan. Berikut beberapa cara yang dilakukan peneliti dalam menjaga keabsahan data:

1. Triangulasi yaitu membandingkan data dari berbagai sumber dan metode seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dari informan yang berbeda, agar informasi yang diperoleh lebih objektif.
2. Perpanjangan Pengamatan dilakukan dengan lebih lama berada di lokasi penelitian untuk memastikan konsistensi data dan menggali informasi tambahan.
3. Meningkatkan Ketekunan yakni peneliti lebih teliti dan cermat dalam mencatat dan memeriksa kembali hasil data yang diperoleh.
4. Member Check dilakukan dengan meminta informan memeriksa hasil wawancara yang telah dicatat untuk memastikan kebenaran dan kesesuaian informasi yang disampaikan.

HASIL PENELITIAN

1. Strategi Pengelolaan Desa Wisata

Strategi pengelolaan Desa Wisata Linawan dalam penelitian ini mencakup lima aspek utama, yaitu: promosi pariwisata, kemitraan dengan pihak swasta, pengembangan SDM, pemetaan potensi wisata, dan revitalisasi tim percepatan desa wisata. Kelima strategi ini menjadi dasar dalam mendorong pengembangan desa wisata secara terarah. Ulasan hasil penelitian untuk kelima aspek tersebut adalah sebagai berikut:

a. Promosi Pariwisata

Strategi promosi wisata di Desa Linawan dilakukan melalui berbagai inisiatif, khususnya lewat media sosial seperti Facebook, baik oleh Pokdarwis, pemerintah desa, pemuda, hingga masyarakat umum. Sebagaimana disampaikan oleh (Informan 1) Pokdarwis/pemilik wisata dengan inisiatif DEM sebagai berikut :*“Kami membuat video tentang objek wisata, lalu membagikannya melalui media sosial, khususnya facebook. Promosi yang kami lakukan cukup efektif karena pengunjung dari luar daerah Bolsel melihat postingan wisata dan datang berkunjung.”*

Sementara itu, menurut (Informan 2) Kepala Desa inisial MB bahwa Pemerintah desa juga berupaya menarik perhatian wisatawan melalui pembangunan gazebo dan pembersihan pantai sebagai promosi visual, meskipun efektivitasnya terbatas akibat lemahnya jaringan internet.

“Promosi dilakukan melalui media sosial, membangun gazebo dan melakukan pembersihan pantai. Namun efektivitasnya hanya 30% karena jaringan internet kurang mendukung.”

Pelaku UMKM dengan inisial HP (Informan 3) memanfaatkan momen kunjungan dengan melakukan siaran langsung atau unggahan video di media sosial. *“Promosi lewat video dan live di media sosial saat ada pengunjung.”*

Masyarakat menilai promosi juga terbantu lewat keberadaan fasilitas fisik dan kerja sama dengan pemerintah daerah. Hal ini dikemukakan oleh masyarakat dengan inisial MP (Informan 4).

“Promosi dilakukan lewat fasilitas pantai dan pemandian, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah.”

Dinas Pariwisata hanya mempromosikan destinasi yang sudah memenuhi kriteria tertentu (3A), namun tetap membantu menyebarkan konten dari desa melalui

kanal resmi. Hal ini di sampaikan oleh sekretaris dinas dengan inisial DYM (Informan 5)

“Promosi dilakukan melalui media sosial dan situs resmi Dinas, namun hanya untuk destinasi wisata yang sudah memenuhi kriteria 3A. Dinas Pariwisata membantu menyebarkan konten acara-acara desa di akun resmi instagram dan facebook.”

Dari sisi wisatawan, promosi di masa lalu dianggap kuat karena dukungan kegiatan masyarakat dan penyebaran dari mulut ke mulut. Saat ini, efektivitasnya menurun seiring menurunnya kualitas fasilitas yang tidak di perhatikan oleh pemerintah serta akibat pindahnya status kepemilikan dari wisata ini. Hal ini di sampaikan oleh wisatawan yang berasal dari luar daerah dengan inisial SS (Informan 6)

“dulu promosi wisatanya cukup kuat melalui popularitas dari mulut ke mulut. Dulu promosi wisata ini cukup efektif karena mampu menarik banyak pengunjung. Tapi sekarang menurut saya sudah tidak begitu menarik lagi, karena fasilitasnya mulai kurang terawat dan terlihat kurang mendapat perhatian dari pemerintah. Setahu saya juga, wisata ini sekarang sudah dikelola secara pribadi, bukan lagi langsung di bawah pemerintah, jadi mungkin itu juga yang membuat pengelolaannya kurang maksimal”

Menurut wisatawan lokal bahwa promosi dan penyebaran informasi tentang wisata cukup efektif hal ini di sampaikan oleh inisial SNG (Informan 6)

“Menurut saya, promosi dan penyebaran informasi tentang wisata ini cukup efektif. Dari yang saya lihat, informasi juga menyebar dengan cepat di lingkungan sekitar, dan itu cukup membantu menarik perhatian wisatawan, terutama dari daerah sekitar.”

Karang Taruna pernah membuat akun Facebook khusus wisata, namun belum dikelola secara berkelanjutan hal ini sampaikan oleh inisial HIP sebagai anggota karang taruna (Informan 7).

“Biasanya bentuk promosi di lakukan melalui sosial media. Sempat lalu pernah di buat akun facebook tentang wisata ini untuk sebagai media promosi wisata”

Dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa Promosi pariwisata di Desa Linawan masih bersifat individual dan inisiatif warga, belum menjadi bagian dari strategi kelembagaan. Diperlukan pembentukan tim promosi desa yang mampu mengelola media sosial secara profesional dan konsisten, serta menjalin kerja sama langsung dengan Dinas Pariwisata. Media sosial terbukti sebagai saluran efektif, namun perlu disertai peningkatan kualitas fasilitas dan konten visual yang berkelanjutan.

b. Kemitraan Dengan Pihak Swasta

Kemitraan antara desa wisata Linawan dengan pihak swasta secara umum belum terjalin secara resmi. Mayoritas informan menyampaikan bahwa kerja sama yang terjadi selama ini lebih banyak melibatkan pemerintah daerah, terutama Dinas Pariwisata, dibandingkan dengan pihak swasta.

Pokdarwis/pemilik wisata (Informan 1) dengan inisial DEM menyatakan bahwa:

“Kerja sama langsung dengan pihak swasta belum ada, lebih banyak kerja sama dengan pemda. Beberapa fasilitas seperti toilet dibangun oleh pemda.”

Hal serupa ditegaskan oleh Kepala Desa (Informan 2) dengan inisial MB, yang mengungkapkan bahwa kerja sama masih terbatas pada aspek teknis dengan Dinas Pariwisata, dan belum mampu menjalin hubungan kemitraan dengan swasta karena keterbatasan anggaran:

“Kerja sama dengan Dinas Pariwisata dalam pengelolaan tiket masuk. Kendala dalam menjalin kemitraan dengan swasta adalah keterbatasan anggaran.”

Pelaku UMKM (Informan 3) dengan inisial HP juga menegaskan tidak adanya kemitraan eksternal:

“Tidak ada kerja sama dengan pihak swasta.”

Dinas Pariwisata (Informan 4) dengan inisial DYM menambahkan bahwa kemitraan dengan swasta biasanya hanya terjadi pada destinasi yang memiliki potensi khusus, seperti diving:

“Biasanya desa wisata bisa bermitra jika punya potensi khusus, seperti diving. Beberapa desa yang punya potensi underwater sudah bermitra dengan operator diving.”

Dari sudut pandang masyarakat (Informan 5), kemitraan dengan pihak luar belum ada dalam bentuk formal. MoU resmi dengan swasta belum terbentuk, hanya sebatas hubungan antara swasta dengan pemerintah daerah. Hal ini disampaikan oleh masyarakat dengan inisial MP :

“Belum ada MoU langsung dengan pihak luar, masih sebatas antara swasta dan pemda.”

Wisatawan luar (Informan 6) dengan inisial SS menyampaikan kurangnya informasi dan transparansi mengenai kemitraan:

“Saya belum tahu kalau ada kerja sama dengan pihak luar.”

Hal senada disampaikan oleh wisatawan lokal (Informan 6) dengan inisial SNG:

“Belum ada kerja sama yang jelas antara desa dan pihak swasta.”

Sementara itu, Karang Taruna (Informan 7) dengan inisial HIP mengungkapkan bahwa salah satu hambatan kerja sama adalah status pengelolaan yang sudah beralih ke tangan swasta:

“Wisata sekarang sudah jadi milik pribadi, jadi pengelolaan dilakukan sendiri.”

Dari hasil temuan ini menunjukkan bahwa belum adanya kemitraan strategis dengan pihak swasta disebabkan oleh kombinasi faktor, termasuk keterbatasan anggaran, belum adanya potensi unggulan yang dilirik swasta, kurangnya transparansi kepada masyarakat dan wisatawan, serta status kepemilikan pribadi dari destinasi wisata yang ada di Desa Linawan saat ini.

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) di Desa Wisata Linawan masih tergolong minim dan belum terstruktur dengan baik. Sebagian besar informan menyampaikan bahwa pelatihan formal untuk masyarakat belum banyak dilakukan, sehingga kapasitas pengelolaan wisata masih terbatas.

Pokdarwis/Pemilik (Informan 1) dengan inisial DEM mengungkapkan bahwa saat ini hanya mempekerjakan satu orang penjaga dan belum ada pelatihan khusus:

“Masyarakat belum mendapat pelatihan khusus, hanya saya mempekerjakan satu orang penjaga. Belum sepenuhnya siap karena pernah ada pengunjung bawa miras dan saya minta polisi untuk bantu jaga.”

Pemerintah desa (Informan 2) dengan inisial MB selaku Kepala Desa menyampaikan bahwa pelatihan sangat dibutuhkan, apalagi melihat tingginya antusiasme masyarakat:

“Pelatihan tidak ada, padahal antusiasme masyarakat tinggi. Pelatihan manajemen, sistem kebersihan, dan pengembangan inovasi sangat dibutuhkan.”

Pelaku UMKM (Informan 3) dengan inisial HP menambahkan bahwa kurangnya pelatihan menjadi kendala dalam mendukung SDM lokal:

“Tidak ada pelatihan, SDM tidak mendukung.”

Sekretaris Dinas Pariwisata (Informan 4) dengan inisial DYM menjelaskan bahwa

sebagian pelatihan sebenarnya bisa difasilitasi oleh mereka jika ada permintaan dari desa, dan pelatihan penting yang dibutuhkan meliputi pemberdayaan, tata kelola destinasi, hingga penyajian makanan:

"Pelatihan sebagian besar difasilitasi oleh Dinas Pariwisata, tidak dari desa. Pelatihan pemberdayaan, tata kelola destinasi, penyajian makanan perlu dilakukan." Dari masyarakat (Informan 5), menyatakan pernah mengikuti pelatihan dari dinas, namun tetap menekankan pentingnya pelatihan yang kontekstual sesuai potensi desa. Hal ini disampaikan masyarakat (Informan 5) dengan inisial MP :

"Pernah ada pelatihan dari dinas, beberapa warga lulusan jurusan pariwisata. Pelatihan harus sesuai potensi, seperti kelola wahana dan kembangkan daya tarik."

Sementara itu, wisatawan lokal (Informan 6) dengan inisial SNG menilai pelayanan masyarakat sudah baik, namun tetap perlu pelatihan teknis:

"Kalau soal pelatihan saya kurang tahu, tapi masyarakat cukup baik dalam pelayanan dan ramah... Sudah sangat siap... pelatihan seperti pengelolaan usaha kecil."

Berbeda dengan wisatawan luar (Informan 6) dengan inisial SS yang menganggap bahwa pelatihan masih sangat kurang dan perlu ditingkatkan, terutama di bidang pelayanan, kebersihan, dan promosi digital:

"Belum terlihat ada pelatihan khusus... pengelolaan masih seadanya... pelatihan pelayanan, kebersihan, manajemen usaha kecil, promosi digital perlu dilakukan."

Karang Taruna (Informan 7) dengan inisial HIP juga menyampaikan bahwa belum pernah mendapatkan pelatihan apapun:

"Kami tidak pernah ikut pelatihan, hanya diminta membantu membersihkan lokasi dan menjaga."

Dari keseluruhan tanggapan, terlihat bahwa pengembangan SDM masih menjadi tantangan utama dalam pengelolaan Desa Wisata Linawan. Meskipun ada niat dan antusiasme, namun keterbatasan dukungan dari pemerintah desa dan belum adanya program pelatihan yang terarah menjadi hambatan yang nyata.

d. Pemetaan Potensi Wisata

Pemetaan potensi wisata di Desa Linawan telah dilakukan, namun masih bersifat terbatas dan belum menyeluruh. Fokus pemetaan sejauh ini hanya mencakup destinasi wisata pantai, sementara potensi lain seperti air terjun, irigasi, dan potensi alam lainnya belum tergarap secara maksimal.

Pokdarwis/pemilik (Informan 1) dengan inisial DEM menyampaikan bahwa destinasi ini telah tercatat dalam data pemerintah kabupaten dan sudah terdapat papan pemberitahuan di jalan menuju lokasi. Namun, ia mengakui bahwa proses pemetaan selama ini hanya melibatkan pihak pengelola:

"Destinasi ini sudah masuk data pemerintah kabupaten dan sudah ada papan pemberitahuan. Yang terlibat dalam pemetaan hanya pihak pengelola."

Kepala Desa (Informan 2) dengan inisial MB mengungkapkan bahwa pendataan telah mencakup potensi air terjun di hulu sungai dan dilakukan bersama dengan Dinas Pariwisata serta masyarakat:

"Sudah ada pendataan, termasuk potensi air terjun di hulu sungai. Dilakukan bersama dinas dan masyarakat."

Namun, pelaku UMKM (Informan 3) dengan inisial HP mengaku tidak mengetahui tentang proses pemetaan yang pernah dilakukan:

"Saya kurang tahu tentang pemetaan."

Pihak Dinas Pariwisata (Informan 4) dengan inisial DYM selaku Sekretaris Dinas justru menyampaikan bahwa hingga saat ini belum ada koordinasi resmi dari pihak desa terkait pemetaan:

“Setahu kami desa belum berkoordinasi dengan kami soal pemetaan.”

Masyarakat (Informan 5) dengan inisial MP menyebut bahwa hanya wisata pantai yang telah dikembangkan, sementara potensi lainnya belum tersentuh:

“Yang dikembangkan baru pantai, potensi lain belum disentuh seperti irigasi dan air terjun. Masyarakat ikut dalam proses pemetaan.”

Wisatawan lokal (Informan 6) dengan inisial SNG menilai bahwa desa memiliki potensi wisata yang cukup baik, termasuk air terjun, meskipun sulit dibuka karena akses yang jauh. Ia juga menekankan bahwa pemetaan telah melibatkan pemerintah kabupaten, desa, dan pengelola:

“Desa ini memiliki potensi wisata yang cukup baik... Selain pantai, ada potensi air terjun, tapi sulit dibuka karena aksesnya jauh. Pemetaan melibatkan pemerintah kabupaten, desa, dan pengelola.”

Sementara itu, wisatawan dari luar daerah (Informan 6) dengan inisial SS menilai bahwa masih ada potensi alam yang belum dimanfaatkan, meskipun ia tidak tahu pasti proses pemetaan karena hanya melihat dari sisi pengunjung:

“Saya melihat masih ada beberapa potensi alam yang terlihat belum dimanfaatkan secara optimal... Tapi saya tidak tahu pasti, karena saya hanya melihat dari sisi pengunjung.”

Karang Taruna (Informan 7) dengan inisial HIP juga menyampaikan bahwa pemetaan sudah dilakukan, namun masih terbatas pada wisata pantai:

“Sudah ada pemetaan, tapi hanya sebatas wisata pantai.”

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun pemetaan potensi wisata di Desa Linawan telah dilakukan, cakupannya masih terbatas dan belum menyentuh seluruh potensi yang tersedia. Pemetaan lebih banyak berfokus pada wisata pantai dan belum sepenuhnya melibatkan koordinasi lintas sektor secara konsisten.

e. Revitalisasi Tim Percepatan Desa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hingga saat ini belum terdapat tim percepatan pengembangan desa wisata yang resmi di Desa Linawan. Pengelolaan wisata lebih banyak dilakukan secara mandiri oleh pihak pengelola atau pemilik wisata. Koordinasi dengan Dinas Pariwisata memang dilakukan, tetapi belum dibarengi dengan pembentukan tim percepatan di tingkat desa.

Pokdarwis/Pemilik (Informan 1) dengan inisial DEM menyampaikan bahwa tidak ada tim khusus dalam pengelolaan wisata dan seluruh kegiatan dilakukan secara pribadi:

“Tidak ada tim khusus... pengelolaan hanya dilakukan oleh saya pribadi.”

Pemerintah desa juga mengakui belum terbentuknya tim percepatan secara resmi, meskipun koordinasi dengan Dinas Pariwisata tetap dilakukan. Hal ini disampaikan oleh kepala desa (Informan 2) dengan inisial MB :

“Tidak ada tim khusus di desa, namun desa selalu berkoordinasi dengan Dinas Pariwisata dalam upaya percepatan pengembangan wisata.”

Pelaku UMKM (Informan 3) dengan inisial HP menyatakan bahwa tidak mengetahui adanya tim khusus dalam pengembangan wisata:

“Tidak ada.”

Pihak Dinas Pariwisata (Informan 4) dengan inisial DYM selaku Sekretaris Dinas juga menyampaikan hal serupa, bahwa belum ada koordinasi formal dari desa dalam membentuk tim khusus:

“Sejauh yang kami ketahui, sepertinya tidak ada tim khusus... belum ada

koordinasi dari pihak desa ke Dinas.”

Dari masyarakat, sebagian menyatakan tidak tahu menahu tentang keberadaan tim percepatan. Hal ini disampaikan oleh masyarakat (Informan 5) dengan inisial MP:

“Tidak ada tim percepatan... saya kurang tahu.”

Namun, wisatawan lokal (Informan 6) dengan inisial SNG memberikan pandangan bahwa di lapangan memang ada pihak-pihak teknis seperti panitia keamanan dan pengelola tiket, meskipun tidak dalam bentuk tim resmi. Ia juga menyampaikan bahwa peran mereka terhambat oleh persoalan tanah:

“Tim khusus belum ada, tapi di lapangan ada aparat dan panitia keamanan serta pengelola tiket. Perannya penting, tapi terhambat oleh tanah.”

Sementara itu, wisatawan luar (Informan 6) dengan inisial SS tidak melihat adanya peran atau struktur tim percepatan selama berkunjung:

“Sebagai pengunjung luar, saya belum melihat ada tim percepatan wisata. Tidak tahu peran maupun kendalanya karena bukan warga setempat.”

Karang Taruna (Informan 7) dengan inisial HIP mengonfirmasi bahwa mereka tidak pernah dilibatkan dalam tim pengembangan wisata:

“Setahu saya tidak ada tim pengembangan wisata. Tidak ada peran atau kendala tim, karena memang tidak ada tim.”

Dari hasil temuan ini menunjukkan bahwa revitalisasi tim percepatan pengembangan desa wisata belum berjalan di Desa Linawan. Ketidadaan struktur tim khusus dan belum adanya pelibatan masyarakat dalam bentuk kelembagaan menjadi kendala utama. Koordinasi dengan pihak eksternal memang ada, namun belum cukup untuk membentuk sistem pengelolaan yang terstruktur dan berkelanjutan.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan

Faktor yang mempengaruhi daya tarik wisatawan di Desa Linawan dilihat dari 5 (lima) aspek yaitu. Daya tarik wisata, aksesibilitas, sarana dan prasarana, promosi dan informasi, dan Harga.

a. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata di Desa Linawan mencakup keindahan pantai yang bersih, aman untuk anak-anak, serta suasana yang cocok untuk keluarga.

Menurut Pokdarwis/pemilik dengan inisial DEM (Informan 1), destinasi ini sudah cukup dikenal melalui promosi di media sosial, dan direncanakan akan ada pengembangan pondok menjadi cottage agar bisa digunakan untuk menginap oleh wisatawan.

“Pantai bersih, aman untuk anak-anak, dan cocok untuk keluarga. Sudah cukup dikenal lewat promosi di media sosial. Rencana ke depan: kembangkan pondok jadi cottage agar pengunjung bisa menginap.”

Pemerintah desa menekankan bahwa fasilitas dan kenyamanan merupakan daya tarik utama, tetapi promosi masih belum maksimal. Mereka merencanakan peningkatan promosi serta perbaikan fasilitas dan penambahan inovasi hal ini di sampaikan oleh inisial MB selaku kepala desa (Informan 2).

“Daya tarik: fasilitas, keamanan, suasana nyaman, dan inovasi yang punya nilai jual. Belum dikenal luas karena promosi masih kurang. Upaya: tingkatkan promosi, perbaikan fasilitas, dan inovasi baru.”

Pelaku UMKM dengan inisial HP (Informan 3) mengamati bahwa pengunjung menikmati laut yang tenang seperti kolam dan merasa bebas melakukan aktivitas seperti membakar ikan. Namun, kebersihan menjadi hal yang terus diupayakan.

“Pengunjung suka lautnya karena mirip kolam; bisa bebas bawa sound, bakar-

bakar. Wisatawan luar cukup tahu. Upaya: jaga kebersihan.”

Sekretaris Dinas Pariwisata dengan inisial DYM (Informan 4) menyebutkan bahwa daya tarik Desa Linawan juga mencakup wisata bawah laut, bahari, dan jalur tracking mangrove. Pantai Modisi dan Air Terjun Botuliodu sudah difasilitasi dan dipromosikan. Mereka menekankan pentingnya promosi, fasilitas, koordinasi, dan evaluasi sebagai bentuk upaya berkelanjutan.

“Wisata bawah laut, bahari, tracking mangrove, spot diving Tri Bangsawan. Pantai Modisi dan Air Terjun Botuliodu difasilitasi dan dipromosikan. Upaya: promosi, fasilitas, koordinasi, evaluasi.”

Menurut masyarakat dengan inisial MP (Informan 5), area pantai dan kolam mandi luas dan aman, serta pernah dikunjungi wisatawan mancanegara. Pengelolaan dianggap cukup baik, tetapi mereka menyarankan penambahan fasilitas.

“Pantai dan area mandi luas; aman karena air cukup dalam dari bibir pantai. Pernah dikunjungi artis dan wisatawan mancanegara. Upaya: pertahankan sistem pengelolaan dan tambah fasilitas.”

Wisatawan lokal dengan inisial SNG (Informan 6) menilai fasilitas seperti kantin, kebersihan, dan ketertiban sudah cukup baik, dengan catatan bahwa peningkatan tetap diperlukan.

“Daya tarik: fasilitas seperti kantin, kebersihan, dan ketertiban. Sudah cukup dikenal. Upaya: jaga dan tambah fasilitas.”

Sementara itu, wisatawan luar dengan inisial SS (Informan 6) menyebutkan akses yang mudah sebagai salah satu daya tarik, tetapi fasilitas dinilai masih belum memadai.

“Daya tarik: akses mudah, jalur trans. Sudah dikenal. Upaya: benahi fasilitas yang belum memadai.”

Karang Taruna dengan inisial HIP (Informan 7) menyebutkan bahwa pantai menjadi daya tarik karena banyak orang dari luar yang tertarik berkunjung. Mereka menyarankan peningkatan pelatihan pelayanan serta perbaikan fasilitas.

“Daya tarik: wisata pantai. Banyak dari daerah lain (yang tak punya pantai) tertarik. Cukup dikenal dari media sosial. Upaya: tingkatkan pelayanan, pelatihan masyarakat, dan fasilitas.”

Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik utama Desa Wisata Linawan adalah keindahan pantai, suasana aman dan nyaman untuk keluarga, serta akses yang mudah. Namun, penguatan daya tarik masih memerlukan perbaikan fasilitas, peningkatan promosi, dan pengelolaan yang lebih optimal, termasuk pelatihan SDM serta pemanfaatan seluruh potensi wisata yang ada secara berkelanjutan.

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas menuju destinasi wisata di Desa Linawan umumnya dinilai cukup baik oleh sebagian besar informan.

Pokdarwis/pemilik dengan inisial DEM (Informan 1) menyatakan bahwa lokasi wisata sangat strategis karena berada tepat di jalan trans Sulawesi dan hanya berjarak sekitar 15 km dari ibu kota kabupaten. Destinasi ini juga dapat diakses melalui Google Maps.

“Wisata ini tepat di jalan trans, hanya 15 km dari ibu kota. Bisa diakses Google Maps.”

Pemerintah desa menilai bahwa akses menuju destinasi sudah cukup baik dan tidak mengalami hambatan berarti. Hal ini disampaikan oleh inisial MB selaku Kepala Desa (Informan 2)

“Akses sudah baik. Tidak ada hambatan.”

Namun demikian, pelaku UMKM dengan inisial HP (Informan 3) mengeluhkan kondisi jalan yang menuju lokasi wisata masih rusak, terutama jalan kecil, dan perlu segera diperbaiki.

“Perlu diperbaiki jalan-jalan yang rusak.”

Sekretaris Dinas Pariwisata dengan inisial DYM (Informan 4) juga menyatakan bahwa lokasi strategis karena berada di jalur utama jalan trans, tetapi mengakui bahwa jaraknya cukup jauh dari pusat kota, sehingga menjadi tantangan tersendiri.

“Akses bagus karena berada di jalan trans. Hanya jaraknya agak jauh dari pusat kota.”

Masyarakat dengan inisial MP (Informan 5) mengatakan bahwa tidak ada hambatan ke wisata pantai, namun akses ke air terjun masih cukup sulit karena belum adanya jalur resmi yang dibuka.

“Tidak ada hambatan ke wisata pantai. Tapi ke air terjun masih sulit karena belum resmi.”

Wisatawan lokal dengan inisial SNG (Informan 6) menilai akses cukup memadai karena berada di jalan trans, meskipun mereka mengeluhkan sulitnya akses bagi warga yang rumahnya jauh dari lokasi wisata.

“Akses sangat mudah karena wisata ini ada di jalan trans. Hambatannya hanya bagi yang rumahnya jauh dari lokasi.”

Wisatawan luar dengan inisial SS (Informan 6) menyoroti bahwa akses memang mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi, namun menyarankan adanya perbaikan dan perluasan jalan masuk ke lokasi.

“Akses mudah dijangkau lewat mobil atau motor. Saran: perluas jalan masuk ke lokasi.”

Karang Taruna dengan inisial HIP (Informan 7) menyebutkan bahwa akses mudah ditemukan dan menyarankan adanya perataan jalan dari gerbang masuk agar kenyamanan pengunjung meningkat.

“Akses bagus dan mudah ditemukan. Saran: ratakan jalan dari jalan trans ke gerbang wisata.”

Berdasarkan temuan hasil penelitian aksesibilitas menuju Desa Wisata Linawan dinilai memadai dari segi lokasi strategis dan kemudahan dijangkau melalui jalur utama serta Google Maps. Namun, akses jalan kecil menuju lokasi dan jalur menuju destinasi tambahan seperti air terjun perlu perhatian dan perbaikan. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas fisik sebagian besar baik, tetapi peningkatan infrastruktur tetap diperlukan untuk mendukung kenyamanan dan keterjangkauan bagi seluruh pengunjung.

c. Sarana dan Prasarana

Sebagian besar informan menilai bahwa sarana dan prasarana di destinasi wisata Desa Linawan masih terbatas dan perlu penambahan untuk meningkatkan kenyamanan dan minat kunjungan ulang.

Pokdarwis/pemilik dengan inisial DEM (Informan 1) menyebut fasilitas seperti WC, musala, kantin, dan pondok sudah tersedia, tetapi jumlahnya masih kurang, terutama WC yang sering antri.

“Fasilitas cukup lengkap: WC, musala, kantin, pondok. Tapi WC masih kurang dan sering antri, pondok perlu ditambah. Amenitas sangat penting untuk kenyamanan dan membuat pengunjung ingin kembali.”

Kepala desa dengan inisial MB (Informan 2) juga menyatakan bahwa fasilitas masih minim, dan menekankan pentingnya menambah toilet, wahana anak, serta tempat makan.

“Fasilitas masih kurang. Perlu ditambah toilet (MCK), wahana anak, dan tempat makan. Amenitas sangat memengaruhi minat berkunjung.”

Pelaku UMKM dengan inisial HP (Informan 3) mengakui bahwa fasilitas sangat kurang dan menekankan pentingnya penambahan oleh pengelola.

“Masih kurang sekali. Banyak yang bisa ditambah tapi itu ranah pengelola. Penting sekali.”

Sekretaris Dinas Pariwisata dengan inisial DYM (Informan 4) menyebut bahwa fasilitas standar seperti gazebo dan toilet sudah ada, namun masih diperlukan tambahan seperti spot selfie dan gazebo permanen untuk menunjang aspek 3A (Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas).

“Fasilitas standar seperti gazebo, toilet, dan parkir sudah ada. Tapi perlu tambahan seperti jetty ke laut, spot selfie, dan gazebo permanen.”

Masyarakat dengan inisial MP (Informan 5) menyatakan bahwa fasilitas memadai namun belum mencukupi jumlah pengunjung.

“Fasilitas cukup memadai, seperti toilet dan parkir. Tapi perlu ditambah karena jumlah pengunjung meningkat.”

Wisatawan luar dengan inisial SS (Informan 6) menilai bahwa fasilitas seperti WC, gazebo, dan tempat duduk tersedia namun kurang nyaman.

“WC, tempat duduk, gazebo, kantin ada. Kurangnya wisata seperti banana boat atau perahu.”

Wisatawan lokal dengan inisial SNG (Informan 6) menambahkan bahwa fasilitas kini banyak rusak sejak pengelolaan berpindah ke tangan pribadi.

“Dulu fasilitas lengkap, sekarang banyak rusak sejak dikelola pribadi dan tak lagi disokong dinas.”

Karang Taruna dengan inisial HIP (Informan 7) menyampaikan bahwa fasilitas masih kurang dan perlu ditambah terutama mushola dan tempat duduk.

“Masih kurang. Perlu ditambah mushola, tempat mandi, dan gazebo/tempat duduk.”

Temuan ini menunjukkan bahwa sarana dan prasarana di Desa Wisata Linawan belum memadai, baik dari segi jumlah, kualitas, maupun keberlanjutannya. Minimnya dukungan pemerintah, kurangnya perencanaan pengelolaan, dan perpindahan status kepemilikan turut memperburuk kondisi amenities, yang pada akhirnya mempengaruhi kenyamanan dan minat kunjungan wisatawan.

d. Promosi dan Informasi

Promosi dan penyebaran informasi tentang wisata Desa Linawan umumnya dilakukan melalui media sosial, namun pelaksanaannya masih bersifat sporadis dan belum terkoordinasi secara optimal oleh pemerintah desa. Sebagian besar promosi dilakukan oleh individu atau pengelola, bukan dari tim resmi.

Pokdarwis/pemilik dengan inisial DEM (Informan 1) menyampaikan bahwa informasi seputar wisata diketahui dari media sosial dan cerita orang lain, namun semua itu masih inisiatif pribadi, belum didukung oleh pemerintah desa.

“Wisatawan tahu dari media sosial & cerita orang lain. Informasi mudah diakses. Promosi sejauh ini inisiatif pengelola, belum ada dukungan dari desa.”

Kepala Desa dengan inisial MB (Informan 2) mengakui bahwa promosi baru sebatas perencanaan, termasuk rencana membuat pamflet dan aktif di media sosial.

“Wisatawan tahu dari medsos dan rekomendasi. Informasi mudah diakses tapi belum lengkap. Desa berencana buat pamflet dan aktif promosi medsos.”

Pelaku UMKM dengan inisial HP (Informan 3) menyebut informasi bisa didapat dari Facebook, tetapi belum ada promosi aktif dari desa.

"Informasi didapat lewat Facebook. Informasi lengkap & mudah. Tapi desa belum ada upaya promosi."

Sekretaris Dinas Pariwisata dengan inisial DYM (Informan 4) menginformasikan bahwa promosi dilakukan lewat Tourist Information Center (TIC) dan media sosial, namun mengakui bahwa promosi masih pasif dan kurang merata.

"Info disediakan lewat TIC, medsos dinas. Media sosial aktif, DM bisa direspons. Tapi flyer tidak cukup detail. Upaya desa masih kurang."

Masyarakat dengan inisial MP (Informan 5) menyebut promosi dilakukan lewat akun Facebook desa.

"Info dari Facebook. Desa buat akun resmi Facebook untuk promosi."

Wisatawan luar dengan inisial SS (Informan 6) menganggap informasi di media sosial cukup lengkap tapi perlu diversifikasi, seperti melalui website.

"Tahu dari medsos. Info belum lengkap & sulit dijangkau jika tidak aktif di sosmed. Desa seharusnya pakai website & media digital."

Wisatawan lokal dengan inisial SNG (Informan 6) juga menilai promosi masih terbatas pada lingkup masyarakat sekitar.

"Dapat info dari orang-orang terdekat & media sosial. Desa bisa promosi ke kelompok masyarakat & medsos."

Karang Taruna dengan inisial HIP (Informan 7) mengungkapkan bahwa promosi hanya dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung sendiri karena tidak ada tim khusus.

"Info dari sosial media. Info belum lengkap karena tidak ada tim promosi. Promosi dilakukan oleh masyarakat & pengunjung sendiri."

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan penyebaran informasi wisata di Desa Linawan belum memadai. Promosi masih bersifat individual, tidak terstruktur, dan belum optimal dijalankan oleh pemerintah desa. Hal ini berpotensi menghambat peningkatan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan, terutama dari luar daerah.

e. Harga

harga tiket masuk ke wisata yang ada di Desa Linawan dinilai terjangkau oleh sebagian besar informan. Harga dewasa ditetapkan sebesar Rp8.000 dan anak-anak Rp5.000, sudah termasuk biaya parkir. Meskipun begitu, ada perbedaan persepsi dari pengunjung lokal dan luar daerah mengenai kelayakan harga, yang bergantung pada kesesuaian harga dengan fasilitas yang tersedia.

Informan 1, selaku Pokdarwis/pemilik dengan inisial DEM menyebut harga sudah sesuai dan terjangkau. Namun, pengunjung lokal merasa harga masih tergolong mahal jika dibandingkan dengan fasilitas yang tersedia.

"Harga dewasa Rp8.000, anak-anak Rp5.000, sudah termasuk parkir. Terjangkau dan sesuai. Pengunjung luar anggap murah, tapi warga lokal ada yang bilang mahal."

Informan 2, selaku Kepala Desa dengan inisial MB menyampaikan bahwa harga sudah sesuai karena telah disepakati bersama Dinas, tetapi mengingat fasilitas masih kurang, harga yang dirasa mahal bisa menurunkan minat pengunjung.

"Harga masih sangat terjangkau karena disepakati bersama Dinas. Sudah sesuai. Tapi jika mahal dan fasilitas kurang, minat bisa menurun."

Informan 3, selaku Pelaku UMKM dengan inisial HP juga menilai harga sesuai, namun tetap dapat memengaruhi keputusan pengunjung tergantung situasi.

"Rp8.000 dewasa, Rp5.000 anak sudah sesuai. Kadang harga pengaruhi minat, tergantung orang."

Informan 4, selaku Sekretaris Dinas Pariwisata dengan inisial DYM menekankan bahwa harga telah ditetapkan lewat kesepakatan PKS dan sesuai dengan fasilitas yang tersedia.

"Harga ditetapkan lewat PKS: Rp8.000 dewasa (termasuk parkir), Rp5.000 anak. Wajar sesuai fasilitas. Harga sangat memengaruhi minat."

Menurut Informan 5, yang merupakan masyarakat dengan inisial MP, harga bukan menjadi masalah selama pelayanan yang diberikan tetap nyaman.

"Harga standar dan sesuai. Tidak berpengaruh selama tempat nyaman."

Informan 6, yang merupakan Wisatawan luar dengan inisial SS menyatakan tarif cukup memadai, namun menyarankan agar disesuaikan dengan kelengkapan fasilitas.

"Tarif cukup memadai. Tapi belum sesuai dengan fasilitas."

Menurut Informan 6, selaku wisatawan lokal menilai harga perlu diturunkan jika fasilitas tidak memadai.

"Harga naik tapi fasilitas rusak. Tidak seimbang. Kalau fasilitas bagus, harga tinggi pun tidak masalah."

Informan 7 yang merupakan Karang Taruna dengan inisial HIP mengakui bahwa meski harga cukup terjangkau, hal itu tetap bisa memengaruhi minat jika tidak diimbangi fasilitas.

"Harga cukup terjangkau. Sudah sesuai. Tapi harga sangat berpengaruh jika tidak seimbang dengan fasilitas."

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket masuk di Desa Linawan secara umum dianggap wajar, namun efektivitasnya dalam menarik wisatawan sangat bergantung pada kualitas fasilitas yang tersedia. Jika harga tidak diimbangi dengan amenities yang layak, maka akan berdampak negatif terhadap daya tarik wisatawan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Strategi Pengelolaan Desa Wisata di Linawan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengelolaan desa wisata di Desa Linawan meliputi beberapa aspek penting, yaitu promosi pariwisata, kemitraan dengan pihak swasta, pengembangan sumber daya manusia, pemetaan potensi wisata, dan revitalisasi tim percepatan desa.

Tabel 1. Resume Hasil Penelitian Strategi Pengelolaan Desa Wisata

Aspek	Temuan	Simpulan
Promosi Pariwisata	Promosi Desa Wisata Linawan masih tidak teratur dan kurang terkoordinasi.	Tidak Optimal
Kemitraan dengan Pihak Swasta	Tidak ada kerja sama aktif dengan pihak swasta dalam pengelolaan wisata.	Tidak Optimal
Pengembangan SDM	Belum ada pelatihan atau penguatan kapasitas pengelola dan masyarakat secara formal.	Tidak Optimal
Pemetaan Potensi Wisata	Sudah ada pendataan awal, tapi belum menyeluruh. Banyak potensi seperti air terjun belum dikelola.	Tidak Optimal
Revitalisasi Tim Percepatan	Tidak ada informasi atau aktivitas dari tim percepatan desa wisata.	Tidak Optimal

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Secara keseluruhan, strategi pengelolaan desa wisata di Desa Linawan masih dapat dikatakan belum optimal. Hal ini tercermin dari pendekatan yang

cenderung informal, kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan, serta belum tergarapnya berbagai aspek krusial dalam manajemen destinasi wisata yang berkelanjutan. dapat dipahami bahwa strategi pengelolaan desa wisata Linawan belum memenuhi prinsip dasar pengelolaan pariwisata yang terstruktur dan partisipatif, serta belum cukup didukung oleh regulasi dan perencanaan jangka panjang. Hal ini berdampak pada daya saing dan kesinambungan pengembangan desa wisata tersebut.

2. Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan

Faktor daya tarik wisatawan menjadi aspek penting dalam pengelolaan wisata, termasuk di Desa Wisata Linawan. Faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik wisatawan ke Desa Linawan meliputi daya tarik wisata, aksesibilitas, sarana dan prasarana, promosi dan informasi, serta harga.

Tabel 2. Resume hasil penelitian Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan

Aspek	Temuan	Simpulan
Daya Wisata	Tarik Pantai indah dan aman, tapi butuh pengelolaan, promosi, dan SDM.	Tidak Memadai
Aksesibilitas	Mudah dijangkau, tapi jalan menuju wisata pantai dan akses ke air terjun perlu perbaikan.	Tidak Memadai
Sarana Prasarana	dan Fasilitas seperti WC, gazebo, dan musala tersedia tapi jumlah terbatas dan kurang terawat.	Tidak Memadai
Promosi Informasi	dan Promosi dilakukan secara individu lewat media sosial, belum ada promosi resmi dari pemerintah desa.	Tidak Memadai
Harga	Harga terjangkau, tapi jika fasilitas kurang maka persepsi pengunjung bisa negatif.	Tidak Memadai

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun desa ini memiliki potensi yang baik secara alamiah dan lokasi, pengelolaan unsur-unsur pendukung belum sepenuhnya memadai untuk mendongkrak minat kunjungan wisatawan secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik wisatawan di Desa Linawan belum sepenuhnya mendukung terciptanya destinasi wisata yang berdaya saing tinggi. Penguatan dalam aspek fasilitas, promosi terstruktur, dan pemanfaatan potensi wisata yang lebih luas sangat diperlukan agar desa ini bisa menjadi tujuan wisata unggulan di masa mendatang. Keterkaitan antar dimensi ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan dan faktor-faktor daya tarik sangat berkaitan erat. Ketika strategi lemah, maka faktor daya tarik juga menjadi terbatas. Penafsiran ini menunjukkan bahwa peningkatan daya tarik wisata tidak bisa berdiri sendiri tanpa dibarengi dengan pengelolaan yang terstruktur dan sistemik.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pengelolaan desa wisata di Desa Linawan

Strategi pengelolaan meliputi promosi pariwisata, kemitraan dengan pihak swasta, pengembangan sumber daya manusia, pemetaan potensi wisata, dan peran tim percepatan desa. Namun, pelaksanaannya belum maksimal karena promosi masih bersifat mandiri, kemitraan belum resmi, pelatihan SDM belum terstruktur, dan

pemetaan potensi belum menyeluruh.

2. Faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik wisatawan ke Desa Linawan
Daya tarik wisatawan ke Desa Linawan dipengaruhi oleh lima faktor utama, namun pengelolaannya belum maksimal. Daya tarik pantai, akses, sarana prasarana, promosi, dan harga masih memiliki berbagai keterbatasan, sehingga belum mampu mendorong peningkatan kunjungan wisatawan secara signifikan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Amrin Mulia Utama, S., & Bancin, J. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In U. Saripudin (Ed.), *Widina Bhakti Persada Bandung* (Edisi Pert). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- [2] Chahyani, D. P. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Budaya Pampang Di Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 122–135. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.993>
- [3] Fasa, A. W. H., Mahardika, B., & Prasetyo, A. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Di Indonesia: Pendekatan Analisis Pestel. *Jurnal Kajian*, 27(1), 71–87.
- [4] Fatihudin, D., & Firmansyah, M. anang. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur, dan Loyalitas Pelanggan* (edisi pert). Deepublish Publisher.
- [5] Gautama, B. P., Yulawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- [6] Guritno, B., & Nugraheni, K. S. (2023). Pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Rekreasi Candi Mendut Kabupaten Magelang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 442. <https://doi.org/10.35906/jurman.v9i2.1621>
- [7] Junaid, I. (2023). Tantangan dan Strategi Pengelolaan Desa Wisata: Perspektif Peserta Pelatihan Pariwisata. *Journal of Mandalika Review*, 2(2). <https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i2.87>
- [8] Krisnawati, I. (2021). Program Pengembangan Desa Wisata Sebagai Wujud Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid dan Implementasinya. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 211–221. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v4i2.1974>
- [9] Laila, S. Y. N., Rini, D. K., Maharani, N. M. S. D., Khairiyah, N., Prasetyo, A. D., & Azzahara, A. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Potensi: Analisis SWOT Desa Wisata di Sekitar Candi Borobudur. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 14(2), 142. <https://doi.org/10.22146/jnp.100577>
- [10] Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- [11] Pasaribu, A. W., & Sinulingga, B. N. A. (2024). Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Desa Wisata Meat Kabupaten Toba Sumatera Utara. *Warta Dharmawangsa*, 18(1), 313–327. <https://doi.org/10.46576/wdw.v18i1.4304>
- [12] Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoeearth*, 4(2), 111–116. <https://doi.org/10.31764/jpe.v4i2.970>
- [13] Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*,

- [14] Sagala, T. W., Manapa, E. A., Ardhana, V. Y. P., & Lewakabessy, G. (2020). Perbandingan Implementasi Manajemen Pengetahuan pada Berbagai Industri. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(4), 327–335. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i4.69>
- [15] Sudiantini, D., & Hadita. (2022). Manajemen Strategi. In M. R. Naim (Ed.), *CV. Pena Persada* (Edisi Pert). CV. Pena Persada.
- [16] Suprobowati, D., Sugiharto, M., & Miskan, M. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata. *Urban and Regional Studies Journal*, 6(1), 53–67. <https://doi.org/10.35965/ursj.v5i1.1961>
- [17] Tewuh, G., Tawas, H., & Djemly, W. (2023). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisatawan untuk Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 590–600. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45327>
- [18] Wibowo, I. N. A. (2019). Strategi Pengelolaan Desa Wisata Penglipuran Kabupaten Bangli. *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik*, 4(2)(2), 92–96.