**PROMOTION OF TOURIST VISITS AT THE SILOKEK GEOPARK,
SIJNJUNG DISTRICT, WEST SUMATRA PROVINCE**

Oleh : Fidya Fadillah

Email : fidya.fadillah0962@student.unri.ac.id

Pembimbing: Dr. Febri Yuliani, S.Sos., M.Si

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Silokek Geopark is one of the geoparks located in the Sijunjung Regency, West Sumatra Province. The various tourism potentials owned by the Silokek Geopark tourist attraction are the initial capital for tourism development in the area. However, relying on natural and cultural potential alone is not enough to make tourists visit, therefore marketing activities are needed in the form of promotions. Promotion is one of the activities of introducing a tourist attraction so that it can be known by the wider community both domestically and internationally. This study aims to determine promotional efforts in increasing tourist visits at the Silokek Geopark tourist attraction and to find out the obstacles in increasing promotion at the Silokek Geopark. This study uses a qualitative method with a descriptive approach to describe the actual situation by collecting data from observation, documentation and interviews. The key informants in this study were the Silokek Geopark tourist attraction manager and the Sijunjung Regency Tourism Office. From this study it can be seen that the promotions carried out by Silokek Geopark are individual sales, advertising, sales promotion, direct marketing, and public relations.

Keywords: Promotion, Tourism Object, Silokek Geopark

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumatera Barat merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki banyak potensi sumber daya alam seperti keindahan alam yang sangat menarik, serta pantai-pantai yang indah, gunung, air terjun dan danau. Keindahan alam Sumatera Barat yang berpotensi dan dapat dimanfaatkan sebagai area wisata yang berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat setempat. Kabupaten Sijunjung adalah salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki bermacam-macam obyek wisata. Memiliki kawasan obyek wisata yang terdiri dari beraneka ragam obyek wisata alam, obyek wisata budaya, dan objek wisata minat khusus yang tersebar diberbagai kecamatan yang berada di Kabupaten Sijunjung. Berikut merupakan data objek wisata yang ada di kabupaten sijunjung :

Serta saat ini terdapat 15 geopark Nasional di Indonesia, beberapa diantaranya yaitu : Geopark Gunung Kaldera Toba (Sumatera Utara), Geopark Gunung Merangin (Jambi), Geopark Gunung Belitung (Bangka Belitung), Geopark Gunung Bojonegoro (Jawa Timur), Geopark Gunung Tambora (Nusa Tenggara Barat), Geopark Gunung Maros (Sulawesi Selatan), dan Geopark Gunung Raja Ampat (Papua). Geopark Silokek (Sumatera Barat), Geopark Ngarai Sianok-Maninjau (Sumatera Barat) dan Geopark Sawahlunto (Sumatera Barat), Geopark Natuna (Kepulauan Riau), Geopark Pongkor (Jawa Barat), Geopark Karangsambung-Karangbolong (Jawa Tengah), Geopark Banyuwangi (Jawa

Timur), dan Geopark Meratus (Kalimantan Selatan).

Pada saat ini Silokek merupakan salah satu daerah Kawasan wisata alam dan daerah wisata potensial yang dimiliki oleh Kabupaten Sijunjung. Oleh karena itu pemerintah daerah Kabupaten Sijunjung ingin menjadikan Wisata Geopark Silokek ini menjadi daya tarik masyarakat luar agar mengunjungi Kabupaten Sijunjung. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai daya Tarik objek wisata di Geopark Silokek :

Dapat diketahui bahwa pemandangan alam yang ada didalam Goa yang dihiasi oleh *Stalaktit* dan *Stalakmit* adalah salah satu daya tariknya objek wisata Geopark Silokek, selain itu dikawasan Geopark Silokek juga mengalir sungai Batang Kuantan. Aliran sungai tersebut juga digunakan sebagai salah satu daya tarik wisata arung jeram.

Geopark Silokek menyimpan banyak sekali keunikan serta tempat wisata yang patut dikembangkan agar menjadi tempat tujuan wisata bagi wisatawan local maupun mancanegara. Keunikan tersebut menjadi daya Tarik pengunjung untuk berkunjung ke Geopark Silokek. Berikut ini adalah data jumlah kunjungan wisatawan ke geopark Silokek :

Tabel 1.3

Tabel Jumlah kunjungan wisatawan di Geopark

Silokek Kabupaten Sijunjung

Tahun	Kunjungan
2017	5.734 orang
2018	7.187 orang
2019	12.434 orang

2020	14.889 orang
2021	6.533 orang

Sumber : Dinas Pariwisata Kab.Sijunjung

Berdasarkan tabel 1.3

Menunjukkan bahwa jumlah pengunjung di objek wisata Geopark Silokek pada tahun 2017 berjumlah 5.734 orang pengunjung, sedangkan pada tahun 2018 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 7.187 orang pengunjung. Pada tahun 2019 juga mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 12.434 orang pengunjung. Wisatawan yang ke Kabupaten Sijunjung setiap tahun selalu meningkat dari tahun 2017 sampai 2020 dikarenakan objek wisata di Kabupaten Sijunjung sudah dikelola dengan baik dan fasilitas sudah memadai dari pada sebelumnya dan pada tahun 2021 wisatawan mengalami penurunan kunjungan di Kabupaten Sijunjung disebabkan karena kebijakan pemerintah dalam pemulihan covid-19.

Terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Geopark Silokek mengalami ketidak stabilan untuk itu diperlukan kembali pengembangan promosi wisata untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan ke objek wisata. Dalam rangka mendukung pengembangan pariwisata Geopark Silokek, maka dibentuklah Peraturan Bupati Sijunjung Nomor 10 Tahun 2019 yang relevan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Pengelolaan dan Perlindungan Lingkungan Hidup.

Maka dari itu dibentuklah Manajemen Badan Pengelola Geopark Ranah Minang Silokek yang ditandai melalui SK Bupati Sijunjung (Nomor: 188.45/404/KPTS-BPT-2018) pada

tanggal 20 September 2018. Program dan kegiatan dirancang dan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Geopark Ranah Minang Silokek sudah memiliki aturan yang jelas yang mengatur tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2019 Tentang Pengembangan taman bumi atau Geopark. Berdasarkan pada Surat Keputusan pembentukan Pokdarwis di Nagari Silokek Nomor: 188.45/528/KPTS-BPT-2019 Tentang Penetapan Kelompok Sadar Wisata yang bertanggung jawab mengenai Geopark Silokek. Terdapat 4 pokdarwis di Nagari Silokek, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.4

Tabel Nama Ketua Pokdarwis

No	Nama Pokdarwis	Ketua Pokdarwis
1.	Pokdarwis Sangkiamo	Andre Agustin
2.	Pokdarwis Muko-muko	Syamsuis
3.	Pokdarwis Batang Taye	Ramadijal S.P
4.	Pokdarwis Pintu Ngalau	Maryaman (Dt. Kali Bandaro)

Sumber: SK Bupati Sijunjung No. 188.45/528/KPTS-BPT-2019

Ketua Pokdarwis ini dipilih berdasarkan musyawarah bersama saat pembentukan Pokdarwis di Nagari Silokek di Balai-balai Nagari tahun 2019. Awal pembentukan Pokdarwis mulai dari usulan masyarakat yang ingin membentuk Pokdarwis berdasarkan pada potensi wisata yang ada di nagarinya dan keinginan untuk berpartisipasi mengembangkan wisata di nagarinya. Berawal dari usulan ini kemudian diusulkan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten

Sijunjung. Penetapan Pokdarwis Geopark Ranah Minang Silokek di Nagari Silokek Kabupaten Sijunjung ditetapkan secara resmi setelah dikeluarkannya SK Bupati Sijunjung No. 188.45/528/KPTS-BPT2019 tentang Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Sijunjung.

Tujuan dari pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan posisi dan peran masyarakat
2. Membangun dan menumbuhkan sikap
3. Memperkenalkan,

Berbagai potensi wisata yang dimiliki oleh destinasi wisata Geopark Silokek merupakan modal awal untuk pengembangan kepariwisataan di daerah tersebut. Namun, dengan mengandalkan potensi alam dan budaya saja tidak cukup untuk membuat wisatawan berkunjung, maka dari itu diperlukan kegiatan pemasaran berupa promosi untuk menarik minat para wisatawan untuk berkunjung.

Promosi merupakan salah satu kegiatan mengenalkan suatu objek wisata agar dapat diketahui oleh masyarakat luas baik domestik maupun internasional. Promosi dapat mempermudah para wisatawan untuk mencari informasi mengenai objek wisata yang ada. Oleh karena itu, diperlukan pelaksanaan promosi agar para wisatawan mengenal objek wisata Geopark Silokek. Saat ini pelaksanaan promosi yang sangat berpengaruh untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Geopark Silokek yaitu promosi melalui media cetak dan media elektronik, adapun media elektronik yang digunakan berupa media sosial.

Oleh karena itu, dalam memasarkan produk, hendaknya pihak Geopark

Silokek mampu mempromosikan destinasi wisata Geopark Silokek melalui unggahan dimedia sosial, baik melalui facebook, instagram, maupun Youtube serta menambah follower-nya sehingga destinasi wisata tersebut semakin banyak yang melihat dimedia sosial.

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pelaksanaan Bauran Promosi di Destinasi Wisata Geopark Silokek Kabupaten Sijunjung Provinsi Sumatera Barat”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan promosi dalam meningkatkan kunjungan para wisatawan ke objek wisata Geopark Silokek ?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam melaksanakan promosi di Geopark Silokek

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfocus serta menghindari pembahasan terlalu luas, maka penulis perlu membatasi permasalahannya. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu pada Pelaksanaan Bauran Promosi di Destinasi Wisata Geopark Silokek Kabupaten Sijunjung Provinsi Sumatera Barat.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui promosi yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan para wisatawan di destinasi wisata Geopark Silokek.
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam melaksanakan promosi di Geopark Silokek.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi akademik
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengaruh serta strategi promosi suatu destinasi wisata.
2. Manfaat bagi penulis
Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan serta informasi yang diperoleh dari penelitian ini.
3. Manfaat bagi pembaca
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada pihak-pihak yang mempunyai perhatian dalam kepariwisataan, serta dapat menambah wawasan bagi pembaca, khususnya kepada Wisata Geopark Siloek , agar penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagaimana perlunnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

Menurut Muljadi dan Andri Warman (2014) Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata atau tour yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, keluar tempat tinggalnya sehari-hari bersifat sementara dengan suatu alasan apa pun kecuali melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji.

2.2 Promosi Pariwisata

Promosi yaitu mendiseminasikan produk/jasa kepada masyarakat luas. Promosi merupakan teknik komunikasi yang secara penggunaannya atau penyampaiannya dengan menggunakan media seperti: pers, televisi, radio, papan nama, poster dan lain-lain, yang tujuannya untuk menarik minat konsumen

terhadap hasil produksi suatu perusahaan.

2.2.1 Tujuan Promosi

Menurut Yoeti (2003) Promosi Pariwisata adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memberitahu, membujuk, atau mengingatkan calon wisatawan. Kegiatan yang dilakukan tersebut hendaknya menggunakan *promotion materials* (bahan-bahan promosi) yang baik agar kesan terhadap produk yang dihasilkan dapat memenuhi keinginan *potensial tourist* (wisatawan potensial). *potensial tourist* diharapkan dapat menjadi *actual tourist* (wisatawan yang jadi berangkat) dengan membeli atau mengunjungi daerah tujuan wisata yang mereka pilih. Tujuan utama dari promosi adalah sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa :
 - a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
 - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
 - c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
 - d. Menjelaskan cara kerja suatu produk
 - e. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
 - f. Meluruskan kesan yang keliru
 - g. Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
 - h. Membangun citra perusahaan
2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*), untuk :
 - a. Membentuk pilihan merek

- b. Mengalihkan pilihan ke merek tertentu
 - c. Menggubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
 - d. Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga
3. Mengingatkan (*reminding*), terdiri atas :
- a. Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - b. Mengingatkan pembeli tentang tempat yang menjual produk
 - c. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi sangat berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal suatu produk, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukainya, yakin, dan akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

2.2.2 Kegiatan Promosi

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotions*) destinasi baru.
3. Acara dan Pengalaman (*events and Experiences*)
4. Kehumasan dan publisitas (*Public Relations and Publicity*)
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)
6. Pemasaran dari mulut-kemulut (*Word-of-mouth Marketing*)
7. Penjualan secara personal (*Personal Selling*)

2.3 Bauran Promosi

Bauran promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk

perusahaan lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut (Tjiptono dalam Ismanto, 2020, hlm. 86). Dengan demikian, bauran promosi adalah berbagai alat, upaya, atau bermacam hal tertentu yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan berbagai nilai lebih yang terdapat pada produk mereka untuk meyakinkan konsumen membeli dan berlangganan.

Bauran Promosi Menurut Fandy Tjiptono terdiri atas :

1. *Personal Selling*
2. *Mass Selling*
 1. Periklanan
 2. *Publisitas*
3. *Sales promotions* (Promosi Penjualan)
4. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)
 - a. *Press relations*
 - b. *Product publicity*
 - c. *Corporate communication*
 - d. *Lobbying*
 - e. *Counselling*
5. *Direct Marketing*

2.4 Bauran yang berpengaruh untuk jasa pariwisata

1. Produk
2. Harga
3. Distribusi
4. Promosi

Lima saran promosi utama menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah :

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
3. Penjualan Personal (*Personal selling*)
4. Hubungan masyarakat (*public relations*)
5. Pemasaran Langsung (*Direct marketing*)

5. Sumber Daya Manusia
6. Bukti Fisik
7. Proses

2.5 Wisatawan

Yoeti (2006) mendefinisikan wisatawan sebagai siapapun yang melakukan perjalanan ke destinasi yang bukan merupakan tempat tinggalnya untuk sementara waktu dengan alasan apapun tanpa memiliki jabatan atau pekerjaan di tempat yang ia kunjungi. Menurut WTO (Kusumaningrum, 2009:17) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:

- a) Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.
- b) Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam.
- c) Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

2.6 Geopark

Geopark merupakan gabungan dari 2 kata, *Geo* yang berarti Bumi, dan *park* yang berarti Taman, secara harfiah berarti Taman Bumi. *Geopark* adalah sebuah kawasan yang memiliki unsur-unsur geologi di mana masyarakat setempat diajak berperan serta untuk melindungi dan meningkatkan fungsi warisan alam, termasuk nilai arkeologi, ekologi dan budaya yang ada di dalamnya. Istilah Geopark merupakan singkatan dari “*Geological Park*” yang

diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia sebagai Taman Geologi atau taman bumi. Taman bumi adalah wilayah terpadu yang terdepan dalam perlindungan dan penggunaan warisan geologi dengan cara yang berkelanjutan, dan mempromosikan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang tinggal di sana.

Pengertian Geopark menurut GGN UNESCO (2004) adalah sebuah kawasan yang memiliki unsur-unsur geologi terkemuka (*outstanding*) - termasuk nilai arkeologi, ekologi dan budaya yang ada di dalamnya - dimana masyarakat setempat diajak berperan-serta untuk melindungi dan meningkatkan fungsi warisan alam. Tujuan lainnya adalah untuk mengambil manfaat, menggali, menghargai dan mengembangkan warisan geologi tersebut, juga untuk pendidikan dan ilmu kebumihan secara luas.

Pengertian Geopark sesuai dengan *Guideline and Criteria Geopark* GGN UNESCO dapat dipahami melalui beberapa aspek (Samodra,2012), yaitu sebagai berikut :

1. Kawasan
2. Sarana
3. Kawasan lindung
4. Kawasan pengembangan geowisata
5. Sarana kerja sama
6. Tempat uji

2.6.1 Komponen Geopark

Geopark didesain dengan focus dengan tiga komponen utama, yaitu :

1. Perlindungan dan konservasi,
2. Pembangunan infrastruktur yang berkaitan dengan pariwisata
3. Pembangunan sosial ekonomi menggunakan pembangunan wilayah berkelanjutan.

Pembangunan geopark dilaksanakan menurut prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan, dimana kerangka pembangunan geopark yang berkelanjutan pada dasarnya disusun oleh keberlanjutan lingkungan, keberlanjutan ekonomi, dan keberlanjutan sosial budaya yang dilakukan melalui pengembangan masyarakat, yaitu mendorong masyarakat menjadi actor utama dalam pembangunan geopark serta meningkatkan pemahaman alam dan budaya yang terkandung di Kawasan geopark. (Oktariadi, 2015).

Dalam pengembangan geopark memerlukan beberapa hal penting, yaitu :

1. Warisan geologi berskala internasional
2. Pengelolaan professional.
3. Visibilitas
4. Jejaring

2.6.2 Syarat Geopark

Syarat suatu Kawasan dapat ditetapkan sebagai Kawasan geopark nasional menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No 9 Tahun 2019, pasal 9 dan 11, sebagai berikut :

1. Kawasan Geopark
2. Memiliki warisan geologi (*geoheritage*)
3. Terdapat pengelola geopark
4. Kawasan memiliki rencana induk geopark
5. Menyusun proposal pengusulan geopark nasional.
6. Memenuhi pedoman teknis pengembangan geopark nasional
7. Mendapat rekomendasi dari gubernur di wilayah geopark
8. Mendapatkan rekomendasi dari komite nasional geopark Indonesia

2.6.3 Peran Geopark

Partisipasi masyarakat local dalam kegiatan geopark secara terus menerus merupakan strategi baru untuk mengenalkan geopark sebagai upaya dalam peningkatan pariwisata. Geopark membuka peluang dalam penelitian dan Pendidikan dan juga memiliki potensi dalam mengembangkan ekonomi setempat, yang dapat meningkatkan lapangan kerja. Geopark juga dapat dikembangkan menjadi objek dan daya Tarik wisata serta dapat dijadikan pembuatan barang kerajinan dan cenderamata.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sesuai metode penelitian deskriptif kualitatif yang berusaha menggambarkan secara jelas tentang pengaruh promosi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena sosial atau alam secara sistematis, faktual, dan akurat. Penelitian ini juga sering digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai berbagai peristiwa yang sedang terjadi di masyarakat (Wardiyana, 2006).

Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian
2. Waktu Penelitian

3.3 Jenis dan Sumber Data

- 3.3.1 Data Primer
- 3.3.2 Data Sekunder

3.4 Key Informan

Key informan yaitu seseorang atau beberapa orang yang paling banyak menguasai informasi mengenai objek yang sedang diteliti. Syarat key informan adalah irang yang terlibat langsung dan menguasai dalam kegiatan pengelolaan data serta paham terhadap lingkungannya. Oleh karena itu, key informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dianggap mengetahui secara pasti gambaran Geopark Silokek. Key Informan dan informan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bapak Mayarman (Pengelola objek wisata Geopark Silokek)
2. Bapak Novrizal (Dinas Pariwisata bidang pemasaran dan promosi pariwisata Kab.Sijunjung).
3. Pengunjung 1
4. Pengunjung 2
5. Pengunjung 3
6. Pengunjung 4
7. Pengunjung 5

3.5 Teknik Pengumpulan Data

- 3.5.1 Observasi
- 3.5.2 Wawancara
- 3.5.3 Dokumentasi.

3.6 Teknik Analisis Data

Sesuai dengan topik masalah dan tujuan penelitian, teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah teknik deskriptif kualitatif. Sesuai dengan kaidah analisis kualitatif, data yang terdiri dari observasi dan wawancara dianalisis secara terus menerus selama proses pengumpulan data di lapangan berlangsung (Moleong, 2000). Pada Teknik analisis data ini, penelitian ini berfokus pada identitas *Promosi Kunjungan Wisatawan di Geopark Silokek Kabupaten Sijunjung Provinsi Sumatera Barat*, yang telah sesuai dengan kerangka berfikir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.1 Pelaksanaan Promosi melalui sales promotions (promosi penjualan)

4.1.1.1 Potongan Harga atau Diskon

Diskon atau potongan harga yaitu salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan pengelola objek wisata Geopark Silokek untuk mempromosikan objek wisatanya. Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai pelaksanaan potongan harga yang dilakukan oleh pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mengenai pemberian potongan harga atau diskon pihak Dinas Pariwisata menyerahkannya kepada pokdarwis . tetapi Dinas Pariwisata menyarankan agar memberikan potongan harga atau diskon dihari-hari tertentu dan untuk anak umur 5 tahun kebawah tidak membayar, serta bagi beberapa orang yang membawa rombongan.

Berikut wawancara peneliti dengan informan mengenai harga masuk ke Geopark Silokek :wawancara diatas dapat diketahui bahwa tiket masuk Geopark Silokek dan weekday itu berbeda. Saat weekend tiket masuk Geopark Silokek sebesar Rp15.000/orang sedangkan saat weekday Rp10.000/orang, dan anak-anak umur 5 tahun kebawah gratis atatu tidak membayar. Untuk diskon lainnya pihak Geopark Silokek memberikan diskon kepada pengunjung yang rombongan dan memberikan diskon kepada pengunjung yang sudah reservasi objek wisata lainnya.

Berikut wawancara peneliti dengan informan mengenai berapa

potongan harga yang diberikan oleh pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pihak Geopark Silokek memberikan potongan harga sebesar Rp5.000 tergantung pembelian tiket dari pengunjung, untuk yang membawa rombongan maka yang membawa rombongan tersebut tidak ikut membayar atau gratis.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan pengunjung mengenai diskon yang diberikan pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pengunjung diatas dapat diketahui bahwa pengunjung yang mendapatkan diskon hanya pengunjung yang membawa anak dibawah umur 5 tahun, selebihnya untuk pengunjung yang berkunjung dihari weekend itu membayar Rp15.000/ orang saja.

4.1.1.2 Perlombaan

Gambar diatas merupakan salah satu perlombaan tingkat Internasional yang di adakan di Geopark Silokek pada tahun 2019. Event *Director Silokek Geofest Rafting World Cup (SGRWC) 2019* terselenggara berkat kolaborasi antara Federasi Arung Jeram Indonesia (FAJI) dan Pemerintah Daerah Sijunjung yang memang ingin mempromosikan Geopark Silokek.

Berikut ini adalah wawancara peneliti dengan informan mengenai perlombaan yang diadakan pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa perlombaan yang diadakan di Geopark Silokek adalah lomba senam tingkat kabupaten, lomba arum jeram, lomba Geopark Run, lomba esai mengenai cerita sungai Batang Kuantan yang diadakan gratis dan terbuka untuk umum. Serta

beberapa perlombaan lainnya yang diadakan lewat event atupun festival.

Berdasarkan wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa perlombaan yang dilakukan pihak Geopark Silokek untuk mempromosikan objek wisata Geopark Silokek sudah bekerjasama dengan Disarpura Kabupaten Sijunjung. Salah satu kegiatan perlombaan yang dilakukan adalah lomba arum jeram Internasional (*International Rafting*) yang diikuti oleh berbagai negara seperti Malaysia.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai perlombaan yang diikuti pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa perlombaan yang diikuti oleh pihak Geopark Silokek yaitu perlombaan pada API Awards (Anugrah Pesona Indonesia) tahun 2022 dan mendapatkan peringkat ke empat pada acara tersebut. Pihak Geopark Silokek dan Dinas Pariwisata mengirim delapan kategori dan hanya dua yang lolos, yaitu Geopark Ranah Minang Silokek pada kategori Eko Wisata dan kopi Carano Ameh pada kategori minuman tradisional. Penilaian acara tersebut dinilai berdasarkan banyaknya vote sms, like dan subscribe Youtube dan like serta komentar di akun ayo jalan jalan indonesia.

4.1.1.3 Hadiah atau Souvenir

Berikut wawancara peneliti dengan informan mengenai hadiah dan souvenir yang diberikan pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa pihak Geopark Silokek memberikan Hadiah kepada peserta yang menang dalam perlombaan yang diadakan di Geopark Silokek, dan memberikan Souvenir kepada pengunjung yang ikut berpartisipasi dalam perlombaan tersebut.

Berikut wawancara peneliti dengan informan mengenai bentuk hadiah dan souvenir yang diberikan oleh pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa Dinas Pariwisata mengadakan pelatihan khusus kepada masyarakat setempat agar dapat menambah penghasilan dan membuat souvenir yang diidentik dengan Geopark Silokek. Hadiah yang diberikan berupa uang, piagam, tropi, gantungan kunci, dan stiker. Souvenir yang dijual sudah disediakan tempat khusus untuk membeli souvenir, souvenir berupa gantungan kunci, baju sablon geopark silokek, tas, stiker dan juga menjual kopi tradisional yang merupakan peringkat ke empat dari Api Award 2022 yaitu kopi carano ameh.

Berikut merupakan wawancara peneliti dengan informan mengenai pelatihan souvenir dari pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa pembuatan souvenir terhenti semenjak adanya covid-19. Karena pada masa pandemic covid-19 tidak dibolehkan adanya kerumunan. Souvenir yang dibuat berupa tikar pandan, gantungan kunci, dan masih banyak ragam lainnya. Hasil dari pembuatan souvenir tersebut dijual kepada wisatawan dan dimasukkan ke kas pengelola objek wisata Geopark Silokek.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan Geopark Silokek mengenai souvenir di Geopark Silokek :

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dengan pengunjung diatas dapat diketahui bahwa souvenir yang disediakan oleh pihak Geopark Silokek sudah menarik dan unik karena menggunakan bahan-bahan lokal dan dikerjakan langsung oleh penduduk Geopark Silokek serta harganya yang

terjangkau dan standar, dan sudah ada rumah atau tempat khusus untuk souvenir.

Adapun hasil dari pelaksanaan promosi Geopark Silokek melalui *Sales Promotion*, sebagai berikut :

1. Potongan harga atau Diskon
2. Perlombaan, seperti :
 1. Event
Director Silokek Geofest Rafting World Cup (SGRWC)
 2. Lomba *Story of Batang Kuantan River*
 3. Lomba *Geopark Run*
 4. Lomba API Awards
(Anugrah Pesona Indonesia)
3. Hadiah atau Souvenir

4.1.2 Pelaksanaan promosi melalui *Public Relations* (hubungan masyarakat)

4.1.2.1 Event

Gambar diatas merupakan salah satu Event Minang Geopark Run di Ranah Lansek Manih pada 3-4 Desember 2022 .Dengan adanya Minang Geopark Run di Geopark Ranah Minang Silokek ini juga meningkatkan ekonomi masyarakat terhadap event tersebut serta meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan luar negeri ke Geopark Ranah Minang Silokek

Berikut merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai event :

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa kegiatan event sudah ada di kalender acara tahunan, dan pengelola Geopark Silokek akan memberikan informasi pada saat kegiatan event berlangsung.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan event yang sudah berjalan yaitu event Minang Geopark Run (MGR) sebanyak

500 peserta dari dalam negeri dan di luar negeri. Event lainnya seperti event Festival lansek manih, event *G-EXPO (Geology Exposure)*, dan festival Geofest Silokek.

4.1.2.2 Pameran

Pameran merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukakn oleh sebuah individu maupun kelompok dalam mempromosikan objek wisata yang bertujuan untuk menambah kunjungan wisatawan untuk datang berkunjung ke objek wisata tersebut.

Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan pihak Geopark Silokek mengenai pameran yang dilakukan pihak Geopark Silokek:

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa pameran yang dilakukan oleh pihak Geopark Silokek yaitu acara Pameran dan Symposuim Asia Pasifik Geopark Network (APGN) pada tahun 2019 di Lombok yang diikuti oleh Geopark Negara Asia Pasifik dan beberapa Geopark yang berada di Indonesia.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai pameran yang dilakukan pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa selain mengikuti pameran di APGN pihak Geopark Silokek juga melakukan pameran di festifal Lansek Manih Sijunjung dengan tema pameran spot foto dan potrek Geopark Silokek.

4.1.2.3 Sponsor

Sponsor adalah bentuk dukungan dengan tujuan menaikkan citra diri, Sponsorship juga diartikan sebagai bentuk dukungan finansial atau materi yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau individu kepada suatu acara, kegiatan, atau organisasi dalam rangka memperoleh keuntungan atau

meningkatkan citra merek. Salah satu organisasi yang menjadi sponsor objek wisata Geopark Silokek yaitu dari pihak BCA (Bank Central Indonesia) pihak BCA merupakan donator utama dalam melaksanakan berbagai kegiatan pengelola atupun pokdarwis. Pokdarwis menjalankan kegiatan bersama dengan program BCA yakni Bakti BCA.

Gambar diatas merupakan salah satu bukti dari sponsor yang diberikan oleh Bank Central Indonesia yaitu berupa pelengkapan sarana dan prasarana objek wisata Geopark Silokek.

Berikut ini adalah wawancara peneliti dengan informan mengenai sponsor Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa BCA merupakan salah satu sponsor utama dalam kemajuan sarana dan prasarana Geopark Silokek. Hal tersebut terbukti dengan adanya Bakti BCA di papan informasi dan home stay Geopark Silokek.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai bentuk sponsor kepada pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa bentuk dari sponsor yang diberikan Bank BCA kepada pihak Geopark Silokek untuk kemajuan objek wisata Geopark Silokek yaitu berupa perlengkapan saran dan prasarana seperti papan informasi, tempat sampah, alat penyemprotan disinfektan,penyediaan homestay, dan lain sebagainya.

Kemampuan komunikasi Pengelola dan Dinas Pariwisata untuk mencari sponsor dengan mengedepankan keunggulan wisata Geopark Silokek dapat memberikan Pokdarwis modal untuk melakukan berbagai kegiatan. Pokdarwis dapat

bekerjasama dengan BCA, dengan modal yang ada untuk bekerjasama dan mencapai tujuan Pokdarwis yaitu untuk kelengkapan prasarana wisata seperti penyediaan papan Informasi di kawasan wisata Geopark Ranah Minang Silokek.

4.1.2.4 Kerja sama

Gambar diatas merupakan salah satu Kunjungan Sekolah ke kawasan Geopark Ranah Minang Silokek Nagari Silokek yang merupakan program bersama Badan Pengelola dengan Pokdarwis. Program ini selain memperkenalkan Geopark kepada siswa juga mengedukasi kecintaan siswa terhadap alam untuk menjaga dan merawat alam. Program ini adalah program dengan efek timbal balik yang sebelumnya juga sudah dilakukan kunjungan Geopark Goes to School.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai Kerja sama yang dilakukan oleh pihak Geopark Silokek;

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pihak Geopark Silokek selalu melakukan Kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Sijunjung. Pihak Geopark juga sering melakukan pelatihan di Dinas Pariwisata Sijunjung, pelatihan yang diikuti seperti pelatihan pembuatan souvenir, pelatihan menjadi tourguide untuk melatih public speaking serta pelatihan arum jeram yang dilakukan di Sungai Batang Kuantan.

Berikut merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai Kerjasama yang dilakukan oleh pihak Geopark Silokek:

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Geopark Silokek sudah melakukan Kerjasama dengan beberapa pihak lainnya. Sudah cukup banyak Kerjasama yang dilakukan oleh pihak Geopark Silokek

dalam pelaksanaan promosi Geopark Silokek, salah satu bentuk kerjasamanya yaitu bekerjasama dengan Bank BCA untuk melengkapi sarana dan prasarana yang mendukung kemajuan Geopark Ranah Minang Silokek. Selain itu pengelola Geopark Silokek juga bekerjasama dengan Badan Pendidikan dan Kebudayaan (Disdikbud) Sijunjung, yang terbukti dengan penandatanganan MoU oleh Kepala BP Geopark Silokek, Sekretaris Disdikbud dan beberapa perwakilan SD dan SMP, sehingga sampai sekarang masih berjalannya program *School Goes To Geopark* untuk mengajak anak-anak belajar di alam.

Adapun hasil dari pelaksanaan promosi Geopark Silokek melalui *Public Relations*, sebagai berikut :

1. Event, seperti :
 1. Event Minang Geopark Run (MGR)
 2. Festival lansek manih
 3. Festival geofest
 4. Event G-EXPO (Geology Exposure)
2. Pameran
 1. Pameran Symposuim Asia Pasifik Geopark Network (APGN)
3. Sponsor
 1. BCA (Bank Central Indonesia)
4. Kerja sama
 1. Disparpora
 2. BCA dibuktikan dengan adanya Bakti
 3. Disdikbud (Badan Pendidikan dan Kebudayaan)

4.1.3 Pelaksanaan promosi melalui *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

4.1.3.1 Telepon, direcmail, dan internet

Gambar diatas merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan Geopark Silokek melalui direct marketing, directv marketing yang dilakukan yaitu promosi melalui website resmi Geopark Silokek.

Berikut merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai bagaimana pelaksanaan promosi melalui direct marketing:

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa pihak Geopark Silokek hanya melakukan direct marketing melalui website.

Berikut ini adalah wawancara peneliti dengan informan mengenai direct marketing yang dilakukan pihak Geopark Silokek :

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa pihak pengelola dan Dinas Pariwisata hanya menggunakan website untuk mengupdate berita terbaru mengenai Geopark Silokek.

4.1.3.2 Word Of Mouth atau Pemasaran dari mulut ke mulut

Komunikasi dari mulut ke mulut merupakan komunikasi yang sangat mudah untuk dilakukan karena setiap orang berbicara dengan yang lainnya, saling bertukar pikiran, bertukar informasi, dan saling berkomentar. Begitu juga dengan Sebagian wisatawan yang sudah pernah mengunjungi objek wisata Geopark Silokek di mana wisatawan tersebut akan memberitahu kerabat-kerabatnya maupun teman-temannya tentang sesuatu yang menarik ataupun kurang menarik ketika berkunjung ke Geopark Silokek.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai Word Of Mouth yang dilakukan :

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pelaksanaan promosi Word of Mouth yang dilakukan pihak pengelola Geopark Silokek yaitu

melalui tourguide dan driver yang membawa rombongan, selanjutnya dilakukan oleh wisatawan yang secara tidak langsung telah menyampaikan kepada saudara-saudaranya.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan pengunjung mengenai promosi dari word of mouth :

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pengunjung diatas dapat diketahui bahwa promosi dari mulut ke mulut sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung ke Geopark Silokek, karena informasi yang di dapatnya melalui teman atau kerabatnya merupakan salah satu pilihan yang membuatnya mengambil keputusan untuk berkunjung ke Geopark Silokek.

Adapun hasil dari pelaksanaan promosi Geopark Silokek melalui *Direct Marketing* sebagai berikut :

1. Telepon,direcmail, dan internet (website)
2. word of mouth atau pemasaran dari mulut ke mulut

4.2 Kendala yang dihadapi dalam upaya meningkatkan promosi Geopark Silokek Kabupaten Sijunjung

Sebagai salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Sijunjung , Geopark Silokek tentunya tidak terlepas dari berbagai kendala dan hambatan yang dihadapi saat mempromosikan objek wisata Geopark Silokek kepada masyarakat. Dengan adanya kendala tersebut maka secara tidak langsung memberikan dampak negative terhadap Geopark Silokek.

Adapun kendala-kendala yang terjadi yaitu :

- a. Keterbatasan anggaran yang dimiliki Geopark Silokek
- b. Kurangnya Sumber Daya Manusia yang kompeten atau profesional
- c. Kurangnya partisipasi dan kesadaran masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Judisseno, Rimsky K.2019. *Branding destinasi dan promosi pariwisata*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Isdarmanto.2017.*Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, Yogyakarta: Gerbang Media Aksara

Utama, I Gusti Bagus Rai.2017. *Pemasaran Pariwisata*.Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, Fandy.2008. *Strategi Pemasaran-edisi III*, Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler, Philip; Armstrong, Gary.2004. *Dasar-dasar Pemasaran- edisi kesembilan Jilid 2*, Jakarta: Indeks.

Harini, Rika.2020.*Valuasi ekonomi di Kawasan Geopark*,Indonesia: Gadjah Mada University Press.

Sugiono.2009. *Metodelogi penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran* Jakarta, Erlangga.

Yoeti, Oka, A.,. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa.

Satori, Djam'an & Komariah, Aan. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* Bandung, Jawa Barat, ALFABETA Bandung.

Jurnal /Karya Ilmiah

Ully, Nyanyu & Sari, Rizka Permata.2021.*Peran promosi dalam meningkatkan wisata di Pendestrian Kota Pelambang*. JPD Volume 1 No.1: Politeknik Darussalam

Puspita, Ajeng & Santoso,Edi.2019.*Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya*. Jurnal Komunikasi Global, Volume 8, Nomor 1: Ilkom Universitas Jenderal Soedirman.

Fistiani , Bella & Vestikowati, Endah & Nursetiawan, irfan.2020. *Pelaksanaan Promosi Objek Wisata di Kecamatan Cijeungjing oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Ciamis*.Jurnal Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia.

Prastiani, N., & Pratiwi, R. Z. (2020). *Promosi dan pemasaran pariwisata objek wisata Tirta Sinongko dalam upaya menarik wisatawan*. PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 5(1), 38.

Surya, D. E., & Rangga, D. A. (2020). *Promosi Destinasi Wisata Ciletuh Pelabuhan Ratu Unesco Global Geo Park Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Bagi Masyarakat Dan Wisatawan*. Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi

RODLI ALFARIZI. (2019). *Upaya Dan Kendala Dalam Pengembangan Pariwisata Di Perkampungan Adat Nagari Sijunjung*. 180. <http://scholar.unand.ac.id/51539/0Ahttp://scholar.unand.ac.id/51539/5/SKRIPSI FULL OKE.pdf>

Perundang - Undangan

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009
Tentang Kepariwisata.
Undang-Undang Republik
Indonesia.

Peraturan Bupati Sijunjung Nomor 10
Tahun 2019 Tentang Konservasi
Lingkungan Hidup di Kawasan
Geopark Silokek.