

## Strategi Promosi Wisata *Mai Te Wuna* sebagai Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Muna

<sup>1)\*</sup>Zulzaman, <sup>2)</sup>Bahtiar, <sup>3)</sup>Akhmad Marhadi

Program Studi Kajian Budaya Pascasarjana Universitas Halu Oleo, Kendari  
Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Halu Oleo, Kendari  
Jurusan Antropologi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Halu Oleo, Kendari

Corresponding Author: \*Zulzaman ([zulzamangmni@gmail.com](mailto:zulzamangmni@gmail.com))

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi promosi *Mai te Wuna* sebagai daya atrik wisatawan di Kabupaten Muna. Teori yang digunakan untuk membaca data dalam penelitian ini adalah mengacu pada pemikiran Stephen K. Sanderson (2003) tentang infrastruktur material. Metode yang digunakan, yaitu metode etnografi Sanderson, di mana data diperoleh melalui observasi, wawancara serta melakukan pengamatan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan promosi wisata, dan selanjutnya semua objek penelitian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian mengenai promosi wisata *Mai te Wuna* sebagai daya tarik wisatawan di Kabupaten Muna ini menunjukkan masih berfokus pada pembenahan sarana dan prasarana seperti jalan, air bersih, dan penataan lokasi objek wisata. Adapun untuk menarik simpati para wisatawan masih dibutuhkan promosi wisata melalui TV, radio, website, dan media sosial lainnya dan untuk menopang segala pengembangan infrastruktur menuju objek wisata yang ada di Kabupaten Muna masih menyesuaikan dengan kebutuhan anggaran daerah yang tersedia. Pembangunan sektor pariwisata yang berkelanjutan akan menyandingkan ekologi masyarakat setempat demi menjaga kultur dan budaya tradisionalnya. Hal ini menjadi sangat penting bagi masyarakat Muna untuk meminimalisir jiwa dan mental masyarakat Muna yang belum sepenuhnya siap menerima kebudayaan asing yang datang secara tiba-tiba. Dengan tetap mempertahankan nilai-nilai budaya, adat-istiadatnya yang ada akan menjadi benteng pertahanan dari masuknya budaya-budaya dari luar.

**Kata kunci:** promosi Wisata, *Mai Te Wuna*, Wisatawan, Kabupaten Muna

**Abstract:** *The research aim was to analyze and describe the strategy promotion of Mai Te Wuna as a tourist attraction in Muna Regency. The theory for reading data was Stephen K. Sanderson's thinking (2003) about material infrastructure. The method used, namely Sanderson's ethnographic method, where data obtained through observation and interviews, and observing things related to tourism promotion, then all the research objects were analyzed qualitatively descriptive. The results of the research about the promotion of Mai Te Wuna as a tourist attraction in Muna Regency still focus on improving facilities and infrastructure such as roads, clean water, and structuring the location of tourist attractions. Meanwhile, to attract the sympathy of tourists was made tourism promotion through TV, radio, websites and other social media and to support the*

*development of infrastructure development towards tourism objects in Muna Regency, it still adapts to the needs of the available regional budget. The development of a sustainable tourism sector will juxtapose the ecology of local communities in order to preserve their culture and traditional culture. This has become very important for the Muna community to minimize the soul and mentality of the Muna community who are not fully prepared to accept the sudden foreign culture. By maintaining cultural values, the customs and customs that exist will be a stronghold of the entry of cultures from the outside.*

**Keywords:** *Tourism Promotion, Mai Te Wuna, Tourist, Muna Regency*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini, dengan kemajuan di bidang pariwisata sangatlah pesat. Berdasarkan berbagai indikator perkembangan di tahun-tahun mendatang peranan pariwisata diprediksi akan semakin meningkat. Oleh karena itu, banyak yang harus dilakukan untuk mengembangkan potensi-potensi wisata khususnya di Indonesia. Hal ini juga di karenakan sektor pariwisata sangatlah penting mengingat sektor pariwisata ikut mendorong pengembangan suatu daerah khususnya daerah yang memiliki potensi wisata sangat besar serta mendatangkan devisa yang cukup besar bagi daerah yang dikunjungi wisatawan, termasuk juga meningkatkan pendapatan negara. Mappi dalam Pradikta (2013: 14) menyatakan bahwa obyek wisata merupakan perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya atrik untuk dikunjungi wisatawan. Obyek wisata alam adalah obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat karena tertarik oleh sesuatu yang menraik di daerah tersebut.

Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) yang merupakan penggerak utama sektor kepariwisataan membutuhkan kerjasama seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari masyarakat dan Pemerintah. Kerjasama langsung dengan kalangan usaha maupun dari pihak swasta. Keberadaan ODTW merupakan mata rantai terpenting dalam kegiatan wisata. Hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya tarik yang dimiliki obyek wisata tersebut. Dalam upaya mendukung program pemerintah pusat, perlu dilakukan pemerataan destinasi wisata dan sumber daya bagi semua daerah tujuan wisata yang ada di seluruh Indonesia. Keberpihakan untuk menumbuhkan potensi wisata daerah merupakan salah satu strategi mengurangi tingkat kesenjangan ekonomi antara pusat dan daerah. Salah satu pulau di Indonesia yang mempunyai banyak keanekaragaman budaya dan potensi wisata yang sangat menarik adalah pulau Muna yang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Tenggara.

Salah satu program unggulan pemerintah daerah Kabupaten Muna dalam hal ini program Bupati Muna

adalah pariwisata dengan ungkapan *Mai te Wuna* yang digaungkan oleh pemerintah daerah Kabupaten Muna sejak tahun 2017.

Promosi diartikan dengan aktivitas promosi yang berguna menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan target sasaran untuk loyal kepada produk yang tawarkan (Tjiptono, 2001: 219). Hurriyati (2010) mengatakan, promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Kegiatan promosi pariwisata merupakan program pemerintah untuk memperkenalkan budaya, keindahan alam dan pariwisata Indonesia. Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain (Yoeti, 1985: 103).

Program promosi wisata *Mai Te Wuna* tersebut merupakan sebuah langkah tepat yang mesti dilakukan untuk meningkatkan promosi berbagai objek wisata, baik dalam bentuk buku panduan wisata Kabupaten Muna ataupun dengan melakukan promosi melalui media massa, meningkatkan kuantitas dan kualitas fasilitas di objek wisata yang ada di tanah Muna, menjaga keasrian dan kelestarian objek wisata, menjaga keamanan dan kenyamanan objek wisata agar para wisatawan merasa betah dan aman selama tinggal di daerah objek wisata yang ada di Kabupaten Muna, mendirikan lembaga-lembaga pendidikan yang berhubungan dengan

kepariwisataan untuk mencetak tenaga terdidik dan terlatih dalam bidang pariwisata, meningkatkan prasarana dan sarana transportasi yang memperlancar perjalanan menuju lokasi objek wisata yang ada di Kabupaten Muna, meningkatkan kualitas cinderamata yang akan dibeli oleh para wisatawan, memasyarakatkan program Sapta Pesona Pariwisata, yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan baik yang berhubungan dengan kesan tentang berbagai hal yang terdapat di objek wisata maupun berhubungan dengan cinderamata yang khas.

Untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi promosi *Mai Te Wuna* sebagai daya tarik wisatawan di Kabupaten Muna diperlukan beberapa landasan berpikir secara teoretis, yakni teori infrastruktur material menurut Sanderson yang menyatakan bahwa proses yang berlangsung dalam *setting* sistem sosial sangat ditentukan oleh komponen pendukung yakni infrastruktur materialis, seperti teknologi, ekonomi, ekologi, dan demografi. Jenis teknologi dan sistem ekonomi yang berbeda akan melahirkan jenis pola-polasosial yang berbeda pula (Sanderson 2000: 7).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan sampel bertujuan (*purposive sampling*) karena dilakukan dalam lembaga pemerintah dan masyarakat, yaitu di Kabupaten Muna. Ada 9 (sembilan informan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pemangku kebijakan (3 orang), dan tokoh

masyarakat (6 orang). Sebagaimana lazimnya dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama dalam melaksanakan kegiatan pengumpulan data dan menghimpun data dengan ikut terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diteliti. Maka dalam usaha mencari dan mengumpulkan data ini, peneliti melakukan tiga teknik yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan memaparkan data dan informasi yang diperoleh sebagaimana adanya, selanjutnya dilakukan interpretasi sesuai dengan kecenderungan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisis Miles dan Huberman (2014), yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (verifikasi).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan promosi wisata, pemerintah daerah Kabupaten Muna membuka dan mempromosikan objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Muna dengan ungkapan atau kalimat *Mai Te Wuna* yang merupakan suatu hal terpenting untuk menarik simpatisan wisatawan baik dari lokal, nasional maupun wisatawan mancanegara. Melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), pemerintah daerah Kabupaten Muna dengan ungkapan *Mai Te Wuna* telah mempromosikan beberapa objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Muna, akan tetapi dalam segi promosi wisata yang dimaksud belum dilakukan secara maksimal.

RPJMD menjadi dokumen yang dijadikan rujukan dalam

Penyusunan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RPKD) pada setiap tahun, serta dijadikan pedoman bagi Satuan Kerja Perangkat Daerah dalam menyusun Rencana Strategis (Renstra) SKPD. RPJMD Kabupaten Muna dalam penyusunannya melibatkan serangkaian pendekatan yakni teknokratik, partisipatif, koordinatif, serta pendekatan politik dan *bottom up-top down*.

Keberadaan promosi wisata merupakan suatu hal penting dalam pengembangan pariwisata karena dalam industri pariwisata tidak hanya berdasarkan pada atraksi wisata alam melainkan juga atraksi budaya masyarakat itu sendiri, seperti permainan tradisional dalam hal ini layang-layang, perkelahian kuda dan tarian tradisional. Untuk itu, budaya merupakan suatu hal yang vital atau hal yang mendasar dijadikan sebagai penopang atau penunjang dalam dunia pariwisata utamanya dengan sifat dan karakter dalam mengembangkan pariwisata. Hal itu tentunya seperti di Kabupaten Muna, Provinsi Sulawesi Tenggara, masyarakatnya memiliki sifat sosial yang tinggi, adat istiadat dan kebudayaan yang masih tersimpan sebagai kekayaan tradisional orang Muna sendiri yang sampai saat ini menjadi permasalahan dalam menarik minat para wisatawan untuk berkunjung di Kabupaten Muna.

Hal ini sebagaimana pendapat Sanderson (2003) tentang infrastruktur material sebagai aspek evolusi sosio-kultural yang dimana proses perubahan bentuk dari sosio-kultural beralih ke bentuk yang lain. Dengan mengkonseptualisasikan bahwa evolusi sosio-kultural adalah sebuah proses perubahan yang bersifat kualitatif daripada kuantitatif.

Perubahan kuantitatif adalah perubahan dari jumlah yang kurang menjadi jumlah yang lebih atau sebaliknya. Sebaliknya perubahan kualitatif adalah perubahan di mana satu jenis atau bentuk baru menggantikan jenis atau bentuk yang lama. Tentu saja, perubahan kualitatif itu sendiri adalah hasil dari serangkaian perubahan kuantitatif yang terjadi sebelumnya. Ketika perubahan-perubahan kuantitatif terakumulasi dalam waktu tertentu, maka ia akhirnya akan menghasilkan suatu transformasi yang diistilahkan dengan perubahan kualitatif. Evolusi sosio-kultural meliputi baik seluruh sistem sosio-kultural maupun komponen-komponen terpisah dari sistem tersebut. Yang biasanya terjadi adalah bahwa perubahan berawal dari dari satu komponen (sub-komponen) dan perubahan ini menimbulkan perubahan-perubahan pada komponen yang lain. Seluruh mata rantai sebab dan akibat bergerak sehingga akhirnya menghasilkan transformasi pada seluruh sistem sosio-kultural yang ada di masyarakat.

Pariwisata tidak akan berkembang apabila orang lain tidak mau berkunjung karena buta dengan informasi-informasi mengenai pariwisata tersebut. Oleh karena itu diperlukan berbagai promosi-promosi pariwisata. Promosi merupakan kegiatan yang lebih banyak mencakup mendistribusikan bermacam-macam saluran seperti: TV, radio, majalah, bioskop, website baik pada sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata, karena memiliki banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum mempunyai waktu senggang untuk bepergian sebagai wisatawan

maupun *actual tourist*, yaitu orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tujuan tertentu dengantujuan mentransfer informasi dan mempengaruhi calon-calon wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah tujuan wisata. Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda.

Kabupaten Muna memiliki potensi wisata yang beragam jenis, keindahan maupun keunikan yang hampir tersebar pada semua kecamatan. Selain itu, adanya peluang pengembangan dan nilai jual memiliki segmen pasar mulai dari lokal, nasional/nusantara hingga internasional. Potensi keunikan dan keindahan alam, nilai-nilai sejarah, kekayaan dan keragaman budaya, dan daya tarik atraksi minat khusus merupakan item-item wisata yang dapat dijadikan sebagai sektor andalan dalam mendukung pembangunan daerah.

Strategi promosi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata memperkenalkan pesona dan daya tarik alam Kabupaten Muna keluar dari Sulawesi. Promosi melalui festival dan iklan diberbagai stasiun televisi adalah program strategis dalam memperkenalkan dan mempromosikan pesona kebudayaan dan panorama alam di Kabupaten Muna. Hal ini menjadi program positif yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam mengundang wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke setiap objek wisata yang ada di Kabupaten Muna.

*Brand* pariwisata yang dimiliki suatu destinasi atau kawasan maupun obyek wisata tertentu yang menjadi atribut pengenal dirinya merupakan bagian dari komponen sistem produk pariwisata yang luas. *Brand* pariwisata yang dimiliki tersebut kemudian diubah menjadi ungkapan *Mai Te Wuna*. Suatu tempat wisata pada umumnya didapat dari keunikan produk dan integrasi antar produk wisata (alam, budaya dan buatan) yang ada pada suatu daerah tertentu.

Kawasan peruntukan wisata yang ada di Dinas Pariwisata Kabupaten Muna antara lain terdiri atas:

(1) Wisata alam, yakni bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rihaniah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam, seperti berupa gua, danau, dan lain-lain.

(2) Wisata Bahari, yakni sebuah kegiatan untuk menghabiskan waktu dengan beraktivitas sekaligus menikmati indahny suasana di laut dan wilayah sekitarnya. Secara sederhana, wisata bahari bisa pula diartikan sebagai pariwisata di laut dan di seputar pantai pasir putih dan terumbu karang.

(3) Wisata Budaya, yakni kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik budaya dengan memanfaatkan potensi budaya di tempat yang dikunjungi

tersebut, contohnya berupa atraksi perkelahian kuda, benteng, masjid tua, dan lain-lain.

Dampak pembangunan infrastruktur dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi di suatu daerah, dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi sendiri juga dapat menjadi tekanan bagi infrastruktur. Pertumbuhan ekonomi yang positif akan mendorong peningkatan kebutuhan akan berbagai infrastruktur. Salah satu perannya adalah sebagai penggerak di sektor perekonomian dan pariwisata yang nantinya akan menjadi pendorong berkembangnya sektor-sektor kewirausahaan bagi masyarakat. Pembangunan jalan sangat tidak kalah penting dan diperlukan sebagai alat penghubung suatu tempat dengan tempat wisata yang lain. Keamanan kawasan objek wisata di Kabupaten Muna merupakan kendala atau faktor yang memperlambat dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Muna. Keamanan ini termasuk keamanan dalam pemanfaatan obyek wisata. Keamanan dalam pemanfaatan obyek wisata, dapat berupa belum adanya tanda-tanda larangan pada kawasan-kawasan wisata alam, begitupun juga minimnya petugas keamanan pada destinasi wisata. Sehingga keamanan hanya bergantung dari kewaspadaan para wisatawan, sementara tidak sedikit wisatawan yang belum mengenal destinasi yang dikunjungi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori infrastruktur material menurut Stephen K. Sanderson, karena Stephen K. Sanderson melihat infrastruktur material sebagai sistem sosial yang ditentukan oleh beberapa komponen pendukung eksistensi kehidupan manusia yang berkaitan dengan

kondisi praktis-material antara lain sistem teknologi, ekologi, dan demografi. Bagian terpenting dari kehidupan manusia adalah adaptasi terhadap lingkungan fisik, dan ini harus dilakukan dengan menciptakan teknologi dan sistem ekonomi.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta analisa data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) Dinas Pariwisata Kabupaten Muna telah mengemnyelenggarakan dan mengembangkan obyek wisata, memberdayakan usaha pariwisata, dan mengelola promosi pariwisata. (2) Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Muna dalam upaya pengentasan kemiskinan melalui sektor pariwisata adalah kurangnya sumber daya manusia, kurangnya anggaran dana pada program pengembangan destinasi wisata dan kurangnya dukungan masyarakat dalam pengembangan pariwisata.

### DAFTAR PUSTAKA

Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.

Pradikta, Angga, 2013. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*.

Miles, M. B, Huberman, A. M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.

Tjiptono, Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sanderson, K. Stephen. 2003. *Sosiologi Macro, Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Yoeti, Oka A. 1983. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradaya Paramita.