

Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Arung Jeram Ranau Desa Rantau Nipis Kec.Banding Agung Oku Selatan

Afta Apriansyah, Muhammad Renaldi, Mardian Herri Pratama, Desy Misnawati

Universitas Bina Dharma, Palembang, Indonesia

Email korespondensi: aftaapriansyah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Arung Jeram Desa Rantau Nipis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif yaitu prosesnya dengan memilih objek penelitian lalu dilanjutkan dengan perumusan masalah dan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan suatu penelitian, lalu mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan perumusan masalah. Beberapa teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal yang harus dilakukan dalam pemasaran Destinasi Wisata Arung jeram ini menggunakan strategi pemasaran melalui media sosial dengan cara memposting kegiatan arung jeram di sosial media.

Kata-kata Kunci: Strategi; Pemasaran wisata; Arung jeram; Rantau nipis

ABSTRACT

This study aims to determine the Marketing Strategy of White Water Rafting Destinations in Rantau Nipis Village. The method used in this study is a qualitative descriptive method, namely the process by selecting the object of research and then proceeding with the formulation of the problem and asking several questions related to a study, then collecting data related to the formulation of the problem. Some of the techniques used for data collection are observation, interviews, and documentation. The thing that must be done in marketing this white water rafting destination is to use a marketing strategy through social media by posting white water rafting activities on social media.

Keywords: Strategy; Tourism marketing; Arung jeram; Rantau nipis

Korespondensi: Afta Apriansyah. Universitas Bina Darma Palembang. Jl. Ahmad Yani No. 3 Palembang. Email: aftaapriansyah@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sumber pemasukan terbesar di Indonesia. Pembangunan dan perkembangan sektor pariwisata dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Yang mana hal ini dibuktikan pada tumbuhnya beberapa destinasi wisata baru setiap tahun. Sehingga upaya pembangunan daerah dengan memanfaatkan sektor pariwisata menjadi sesuatu yang menjanjikan. Beberapa daerah di Indonesia telah berhasil mendapat perhatian masyarakat berkat potensi pariwisata yang dimiliki. Daya tarik pariwisata menghantarkan daerah tersebut menjadi destinasi tujuan saat musim liburan tiba. Tempat wisata merupakan objek yang memiliki keadaan alam dan sumber daya wisata yang dapat dibangun dan dikembangkan oleh masyarakat sehingga mempunyai keistimewahan yang dapat menarik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Sumatera Selatan terdapat tempat wisata yang cukup banyak dan bermacam-macam mulai dari wisata Sejarah, Wisata alam maupun Religi. Ranau menjadi salah satu wilayah di Sumatera Selatan yang mempunyai kekayaan alam yang melimpah dan mempesona. Di Ranau terkenal dengan danau nya yang mana Danau Ranau menjadi danau terluas kedua setelah Danau Toba di Sumatera dan berdampingan dengan gunung Seminung. Air Danau Ranau juga mengalir ke sepanjang sungai Selabung menuju sungai Ogan. Selain Danau Ranau ada juga tempat wisata yang dapat dijadikan sebagai objek tujuan tempat wisata liburan di Ranau salah satu nya yaitu rafting (arung jeram).

Objek wisata arung aeram ini berlokasi di desa Rantau Nipis dusun VI kec. Banding Agung kab. Oku Selatan. Wisata Arung Jeram adalah olahraga yang menguji adrenalin, Wisata arung jeram ini dikelola oleh Ranau Rafting sebuah Kelompok/Komunitas yang bergerak mengurus wisata arung jeram dan merupakan sebagai tempat berlibur di kawasan wisata Ranau. Ranau Rafting berdiri sejak tahun 2013. Destinasi wisata arung jeram sungai Selabung adalah menjadi objek wisata yang cukup di gemari di Ranau Oku Selatan. Daya tarik utama dari wisata arung jeram Ranau Rafting adalah selain jeram-jeramnya yang menantang, air yang bersih, debit air bisa di atur dan juga terdapat banyak titik/spot wisata alam di sepanjang jalur , salah satunya adalah "Green Canyon" atau lebih sering disebut kukup oleh warga sekitar dan air terjun Niagara.

Untuk menuju ke tempat wisata Ranau Rafting dari pusat kota Muaradua, butuh waktu sekitar 1 jam untuk menempuhnya. Untuk ke destinasi kawasan wisata arung jeram, kita akan melintasi beberapa objek wisata yaitu wisata Danau Ranau dan Air Terjun Niagara. Setelah berada di lokasi Ranau Rafting, sebelum melakukan kegiatan rafting di sungai selabung peserta arung jeram akan melakukan pemanasan yang akan di pandu oleh instruktur. Beberapa alat yang akan digunakan akan di jelaskan oleh instruktur. Seperti, perahu karet yang mana posisi badan dengan keadaan duduk di atas perahu, antisipasi jika perahu terbalik, dayung, dan jaket pelampung. Selain itu, pemandu juga akan menjaga kenyamanan dan menjelaskan bahwa keselamatan adalah nomor satu.

Ranau Rafting sungai selabung memiliki perahu karet bermuatan 6 orang. Dimana setiap perahu akan terdapat 1 orang instruktur. Untuk mengarungi deras nya sungai selabung Track 3 KM membutuhkan waktu 1 jam seangkan untuk track 12 Km menmpuh waktu kurang lebih 4 jam. Sepanjang perjalanan dalam mengarungi sungai Selabung, peserta akan beradrenalindi jeram-jeram sungai Selabung dan mengabadikan momen dengan pemandangan alam dan dinding sungai sampai dengan tempat akhir dan diantar kembali ke Rest point untuk melepas penat dan bersantai, dan terpadapat ruang ganti, kamar mandi untuk bersih-bersih. Objek wisata

Arung Jeram Ranau Rafting akan banyak berkunjung wisatawan dari dalam dan luar kota jika tiba hari libur panjang. Usia minimum untuk dapat mengikuti wisata arung jeram ini adalah anak usia 5 tahun. Pengetahuan wisatawan terhadap destinasi wisata Arung Jeram masih sangat rendah. Minimnya usaha untuk memperkenalkan objek wisata arung jeram kepada masyarakat hal tersebut membuat masyarakat kurang begitu mengetahuinya. Ranau rafting ini perlu di kenalkan kepada masyarakat karena wisata Arung Jeram Ranau OKU Selatan memiliki sumber daya wisata yang baik dengan keindahan pemandangan dan kebersihan yang terpelihara.

Wisata Arung Jeram menjadi salah satu desa untuk di tingkatkan media promosi nya ke khalayak banyak. Promosi adalah salah satu usaha penjual mengemas dan memasarkan produk nya sehingga pembeli dapat tertarik untuk membeli produk yang di pasarkannya. Tahap-tahap perubahan ada empat yaitu perubahan knowledge (pengetahuan), sikap, dan perilaku menurut (Soemanagara, 2008). Promosi pemasaran di lakukan perusahaan untuk mengenalkan kelebihan dari produk mereka agar diminati konsumen. Ada 5 (lima) promosi yang pertama iklan, penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan menyebarkan ke publik, dan berjualan secara langsung. Setiap sesuatu pasti ada kelebihan dan kelemahannya. Dari lima promosi itu kini mulai peraktekan dalam berbagai cara pendekatan terhadap konsumen, Menurut (Amanah & Harahap, 2018).

Dari tahun ke tahun perkembangan sangat pesat dengan adanya internet calon konsumen dapat melakukan jual beli melalui media sosial yang mana konsumen tidak harus datang ke tempat atau bertatapang langsung. Laporan dari Tetra Pax Indeks 2017 ada sekitar 132 juta yang menggunakan internet. Yang di sebabkan meningkatnya pengguna internet. Bahkan setengah dari itu pengguna media sosial atau sekitar di persentase 40%. Menurut (Yudhianto, 2017) pada tahun 2016 banyak peningkatan pengguna internet sekitar 51% atau 45 juta yang menggunakannya. Banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial tiap harinya. Dengan adanya media sosial menjadi meningkatnya produk atau jasa dalam pemasarannya. Yang mana sekarang bisa memasarkan iklan secara langsung di media sosial pribadi tanpa harus seperti dulu yang menggunakan televisi, radio, maupun koran. Sangat bertolak belakang dengan media tv, radio, koran yang hanya bersifat searah, sedangkan media sosial bisa langsung berkomentar atau menulis pesan secara langsung.

Waktu penggunaan media sosial dalam pemasaran lebih efisien dan menghemat biaya. Suatu perusahaan juga dapat mengurangi besarnya kerugian yang disebabkan oleh promosi yang tidak efektif dan efisien ini disebut sebagai Strategi komunikasi pemasaran (Soemanagara, 2008). Namun dengan bertambahnya teknologi internet media sosial banyak media sosial bersaing dengan keunggulan fitur masing-masing. Media sosial awal-awal muncul facebook lalu dengan Twitter dan baru-baru ini muncul lagi media sosial yaitu instagram. Selain itu, Instagram dapat disebut sebagai media sosial untuk berbagi kegiatan berupa foto dan video, menggunakan filter digital, geotagging, geolocation, dan membaginya ke berbagai layanan jejaringan sosial lainnya. Fitur lainnya dari Instagram adalah kita dapat terhubung satu sama lain dengan cara mengikuti akun masing-masing (*follow*).

Setiap upload, instagram dapat menceritakan kisah dari foto atau video tersebut. Kemudian ada “tanda pagar” menjadi ciri sosial media tersebut. “tanda pagar” adalah tanda khusus yang dimana kita lebih mudah mencari atau menemukan sesuatu yang kita cari. Dan juga lambang hati di simbolkan untuk menyukai foto atau video di instagram (Druzdzel & Flynn, 2011). Sarana yang di berikan instagram lebih memudahkan pariwisata mencari informasi dimana lokasi atau tempat yang akan mereka kunjungi. Dan mereka dapat mengupload foto dan video mereka di intagram masing-masing agar destinasi atau tempat wisata lebih cepat menyebar luas (Rukmini & Suastini, 2016). Pemasaran yang kurang optimal sehingga menyebabkan

fenomena tersebut terjadi. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk membuat laporan mengenai “Strategi Pemasaran Destinasi Wisata ARUNG JERAM Ranau Desa Rantau Nipis kec. Banding Agung Oku Selatan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Melakukan sesuatu dengan data, membentuk data, menjadi rangkuman yang dapat di kelola menemukan pola dan tema agar mudah di ceritakan kepada orang lain, menurut Bogdan dan Biklen dalam Lexy J Moleong (2016). Penelitian ini di fokuskan pada komunikasi pemasaran destinasi wisata arung jeram di Ranau OKU Selatan. Penelitian ini di lakukan untuk mengenalkan destinasi pariwisata yang ada di ranau. Menurut Sugiyono (2017) pengertian objek penelitian adalah suatu sumber yang dapat di teliti untuk di pelajari dan di tarik setiap kesimpulannya. Penjelasan di atas, sumber penelitian yang memfokuskan pada tujuan penelitian. Sumber penelitian yang diteliti adalah aspek komunikasi pemasaran destinasi wisata Arung Jeram Desa Rantau Nipis Kec. Banding Agung OKU Selatan. Menyimpulkan suatu penelitian sebagai sumber, yang artinya orangsumber penelitian di manfaatkan agar mendapatkan informasi dari kondisi dan situasi penelitian., Moleong (2010).

Data penelitian bersumber pada yang kelompok Destinasi sadar wisata Arung Jeram yang ada di Desa Rantau Nipis kec. Banding Agung. Oku Selatan. Menurut Husaini Udan Purnomo S.A. (2014) wawancara adalah percakapan 2(dua) orang atau lebih untuk mengambil suatu data atau kejadian yang di perlukan. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi untuk menggalih masalah yang akan di teliti, dan juga dapat menggali sesuatu secara detail dan menjurus (Sugiyono, 2017). Dilakukan dengan mewawancarai yang teratur kepada narasumber yang telah ditetapkan agar mendapatkan sebuah informasi yang lebih jelas dan detail dalam penelitian.

Mencari data-data di lapangan yang akan di teliti mengamati segala sesuatu, ruang, waktu, tempat, benda, pelaku, dan peristiwa. Penelitian ini di lakukan langsung di destinasi Arung Jeram Ranau Oku Selatan. Menurut Djam’an Satori dan Aan Komari (2007). Sebuah data yang berbentuk visual/gambar agar mendukung, menambah kepercayaan, dan pembuktian bahwa destinasi Arung Jeram sangat indah, menurut Djam’an Satori dan Aan Komariah (2017). Melakukan sesuatu dengan data, membentuk data, menjadi rangkuman yang dapat di kelola menemukan pola dan tema agar mudah di ceritakan kepada orang lain, menurut Bogdan dan Biklen dalam Lexy J Moleong (2016).

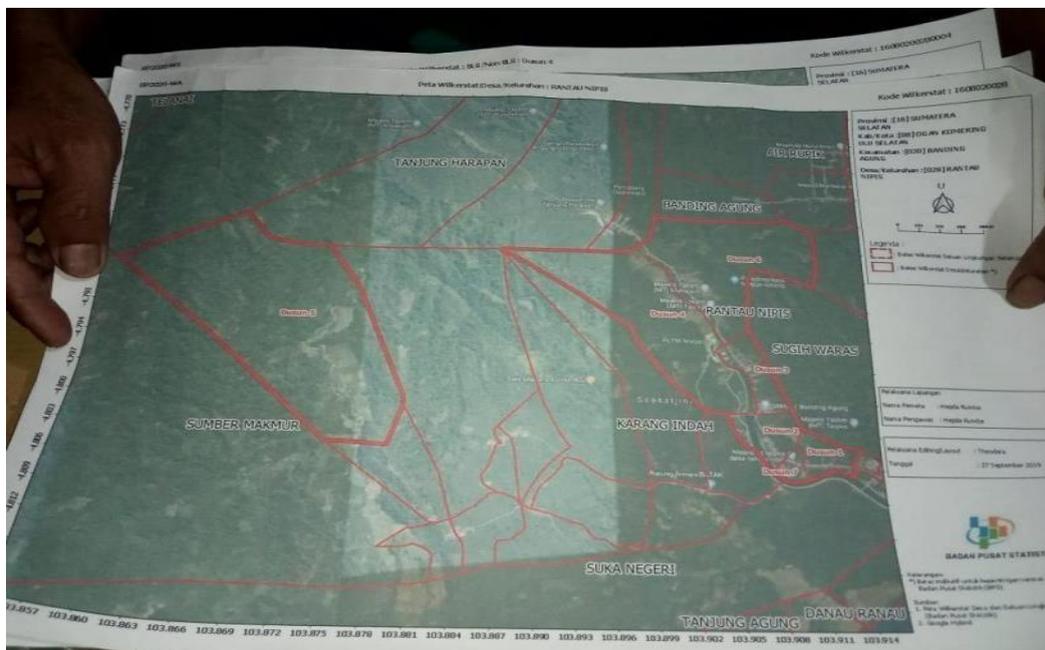
Reduksi data ialah merangkum atau memilih yang penting nya saja untuk menentukan pola dan tema untuk mereduksi sebuah data, menurut Sugiyono (2017). Penelitian kualitatif dengan teks naratif ada berbagai macam penyajian yaitu Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan. Setelah data disiapkan yang juga dalam rangkaian analisis data, maka proses selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Menurut Salim dan Syahrums (2016), Proses verifikasi dalam hal ini adalah tinjauan ulang terhadap catatan lapangan, tukar pikiran dengan teman sejawat untuk mengembangkan “kesepakatan intersubjektivitas”.

Teknik triangulasi dapat di gunakan peneliti untuk pengembangan validitas. Menurut (William Wiersma dalam Sugiyono 2014:125), “*Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures*”. Terdapat tiga triangulasi dalam keabsahan data, yakni

triangulasi sumber, triangulasi pengumpulan data dan triangulasi waktu (Sugiyono 2017:73). Triangulasi dibagi menjadi tiga, antara lain (1) Menguji suatu data dengan cara mengecek dari beberapa narasumber atau di sebut dengan Triangulasi sumber. (2) Menguji suatu data dengan cara kepada sumber langsung dengan gaya teknik berbeda di sebut dengan Triangulasi teknik. (3) Mengambil data dengan cara mengatur waktu yang di tentukan oleh narasumber disebut dengan Triangulasi waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa rantau nipis termasuk desa tertua yang ada di kecamatan Banding Agung yang berdiri sekitar tahun 1945. Desa Rantau Nipis pada awal berdirinya di pimpin oleh Debui sampai tahun 1958. Kemudian dilanjutkan oleh Tamrin di tahun 1992. Selanjutnyadipimpin oleh Buyung tahun 1992. Pada tahun 2008-2014 di pimpin oleh Khairul Anam, lalu kemudian di pimpin oleh Suherman sejak tahun 2015 hingga sekarang. Dari 21 desa yang ada di Kec. Banding Agung Rantau Nipis adalah salah satu nya yang berjarak kisaran 60 KM dari ibu kot akabupaten dan jarak ke ibu kota provinsi 480KM. selain itu Desa Rantau Nipis mempunyai potensi wisata alam yaitu air terjun dan wahana rafting.



Gambar 1. Denah Lokasi Rantau Nipis

Objek wisata Arung jeram ini berlokasi di desa Rantau Nipis dusun VI kec. Banding Agung kab. Oku Selatan. Wisata arung jeram adalah olahraga yang menguji adrenalin, wisata arung jeram ini dikelola oleh Ranau Rafting sebuah kelompok/komunitas yang bergerak mengurus wisata arung jeram dan merupakan sebagai tempat berlibur di kawasan wisata Ranau. Berdiri sejak tahun 2013, berlokasi di dusun VI Niagara desa Rantau Nipis, Kecamatan Banding Agung, Kabupaten OKU Selatan. Destinasi wisata arung jeram sungai selabung adalah salah satu objek wisata yang di gemari di Ranau OKU Selatan. Daya tarik utama dari wisata arung jeram Ranau Rafting adalah Selain jeram-jeramnya yang menantang juga terdapat banyak titik/spot wisata alam di sepanjang jalur, salah satunya adalah "Green Canyon" atau lebih sering disebut kukup oleh warga sekitar dan Air Terjun Niagara.

Untuk menuju ke tempat wisata Ranau Rafting dari pusat kota Muaradua, butuh waktu sekitar 1 jam untuk menempuhnya. Perjalanan menuju kawasan wisata arung jeram, kita akan melintasi beberapa objek wisata yaitu wisata Danau Ranau dan Air Terjun Niagara. Setelah berada di lokasi RanauRafting, sebelum melakukan kegiatan rafting di sungai selabung peserta arung jeram akan melakukan pemanasan yang akan di pandu oleh instruktur. Beberapa alat yang akan digunakan akan di jelaskan oleh instruktur. Seperti, perahu karet yang mana posisi duduk di atas perahu, cara menyelamatkan diri jika perahu terbalik, dayung, dan jaket pelampung. Selain itu, pemandu juga akan menjaga kenyamanan dan menjelaskan bahwa keselamatan adalah nomor satu. Ranau Rafting sungai selabung memiliki perahu karet bermuatan 6 orang. Dimana setiap perahu akan terdapat 1 orang instruktur. Untuk mengarungi derasnya sungai selabung Track 3 KM membutuhkan waktu 1 jam sedangkan untuk track 12 Km menempuh waktu kurang lebih 4 jam. Sepanjang perjalanan dalam mengarungi sungai Selabung, peserta akan berhadapan dengan jeram-jeram sungai Selabung dan mengabadikan momen dengan pemandangan alam dan dinding sungai sampai dengan tempat akhir dan diantar kembali ke rest point untuk melepas penat dan bersantai, dan terdapat ruang ganti, kamar mandi untuk bersih-bersih. Objek wisata arung jeram Ranau Rafting akan banyak dikunjungi wisatawan dari dalam dan luar kota jika tiba hari libur panjang. Usia minimum untuk dapat mengikuti wisata arung jeram ini adalah anak usia 5 tahun.



Gambar 2. Kegiatan Arung Jeram

Program penelitian ini banyak sekali mendapat manfaat bagi masyarakat dan juga pengurus wisata *rafting* karena program ini berhasil membuat perubahan bagi desa Rantau Nipis sebagai desa wisata. Dengan adanya pengambilan foto, mengenai Desa Rantau Nipis sebagai desa wisata rafting mulai mendapat respon dan peningkatan wisatawan ke *rafting*, tidak hanya itu banyak sekali para wisatawan yang menanyakan tempat lokasi *rafting* ini melalui media sosial pribadi saya. Sehingga mulai ada peningkatan signifikan mengenai desa ini sebagai desa wisata yang akan di kenal oleh seluruh penjuru dunia serta branding awareness di instagram @RanauRaftingadventure besar harapan saya program ini tidak hanya berhenti di peneliti tetapi program ini di teruskan oleh masyarakat desa agar wisata *rafting* semakin di kenal luas oleh dunia. Dengan program-program yang sudah peneliti buat bersama masyarakat desa dan pengurus *rafting* memanfaatkannya dengan baik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data dan hasil riset data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka komunikasi pemasaran destinasi wisata arung jeram ranau rafting. Desa Rantau Nipis merupakan salah satu desa yang menjadi desa branding wisata dalam melakukan branding seperti membuat video company profile Desa Rantau Nipis kemudian memposting di instagram dalam membangun citra positif desa dari penilaian orang lain dan mampu bersaing melalui media sosial tentang desa Rantau Nipis ini untuk di kenal khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 11(3), 207. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9789>
- Druzdzel, M. J., & Flynn, R. R. (2011). Decision support systems. *Understanding Information Retrieval Systems: Management, Types, and Standards*, November, 461– 472. <https://doi.org/10.1177/0193841x8500900105>
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar. (2014). *Metodologi penelitian sosial*. Bumi Aksara.
- Lexy J Moleong. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Lexy J Moleong. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Moloeng, L.J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Salim dan Syahrums. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan)*. Bandung: Citapustaka Media.
- Soemanagara. (2008). *strategy pemasaran di media sosial instagram*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, hal. 338.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, C