

Upaya Menambah Daya Tarik Objek Wisata Melalui Rancangan Spot Foto Pantai Pasteran Gondo Mayit Blitar

Arif Zunaidi^{1*}, Misbahul Munir¹, Abdul Qodir Zailani¹, Nur Muhammad¹, Darmansyah¹, Miftahul Fanani¹, Fahimatul Ilmiyah¹, Nisaul Karimah¹, Rahma Indika¹, Nabilla Ayu Febrianti¹

¹Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Jl. Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kabupaten Kediri 64127 Jawa Timur

*E-mail : arifzunaidi@iainkediri.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i2.16550>

Naskah diterima 27 Juli 2022, Revisi 15 Oktober 2022, Terbit 29 Oktober 2022

Abstrak

Daya tarik dalam objek wisata merupakan salah satu modal utama yang harus dimiliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan objek wisata. Guna meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata Pantai Pasteran Gondo Mayit maka tim KKN 108 IAIN Kediri berinisiatif untuk bekerjasama dengan pemerintah desa menambah spot foto di lokasi objek wisata. Harapannya, dengan adanya spot foto ini akan menambah kunjungan wisata yang pada nantinya berdampak pada naiknya pendapatan daerah yang diperoleh dari tiket masuk dan parkir. Selain itu, bertambahnya pengunjung juga akan berdampak pada naiknya pendapatan pedagang yang berasal dari warga Desa Tambakrejo. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah PAR (*Participatory Action Research*), yakni melihat kebutuhan dari lokasi pengabdian dan juga partisipasi masyarakat. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah berhasil dilakukan dengan mengajak warga desa dalam berpartisipasi untuk membuat spot foto guna menambah daya tarik objek wisata.

Kata Kunci : pengembangan objek wisata, daya tarik wisata, promosi, kunjungan wisata

Abstract

A tourist attraction is one of the main assets that must be owned in an effort to increase and develop a tourist attraction. In order to increase tourist visits to the Pasteran Gondo Mayit beach tourism object, the KKN 108 IAIN Kediri team took the initiative to cooperate with the village government to add photo spots at the tourist attraction location. It is hoped that the existence of this photo spot will increase tourist visits, which in turn will have an impact on increasing regional income obtained from entrance tickets and parking. In addition, the increase in visitors will also have an impact on increasing the income of traders from Tambakrejo village. The method used in this service activity is called PAR (Participatory Action Research), which looks at the needs of the service location and also community participation. Overall, this activity has been successfully carried out by inviting villagers to participate in making photo spots to increase the attractiveness of tourist objects.

Key Words : development of tourist attractions, tourist attractions, promotion, tourist visits

PENDAHULUAN

Pada hakekatnya daya dukung suatu objek wisata mempengaruhi daya tarik wisatawan untuk berkunjung (Kardini & Ari Sudiartini, 2020). Ada beberapa faktor mengapa objek wisata menjadi menarik bagi wisatawan, diantaranya lokasi, kualitas pelayanan aktivitas wisata, intensitas, pengaruh wisatawan, kualitas dan pemulihan alam, dan tingkat pengelolaannya (Heryati, 2019). Daya tarik pada objek wisata merupakan salah satu aset penting yang harus dimiliki dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan objek wisata (Wiseza, 2017), karena potensi dan daya tarik objek wisata inilah yang menjadi daya tarik pengunjung atau wisatawan ke destinasi tersebut (Suarto, 2017).

Daya tarik wisata dan objek wisata merupakan bentukan dan fasilitas yang berkaitan yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi suatu daerah atau lokasi tertentu (Ardiansyah & Iskandar, 2022). Daya tarik yang belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial yang tidak dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai mengalami jenis pengembangan tertentu (Helpiastuti, 2018). Suatu daya tarik wisata yang menarik bagi wisatawan harus memenuhi syarat-syarat pengembangan wilayah, yaitu *What to see, What to do, What to buy, What to arrived dan What to say* (Wahyuni, 2020).

Guna menjadikan sebuah objek wisata yang dapat diterima oleh wisatawan maka diperlukan

sebuah konsep yang matang agar pengembangannya dapat memberikan efek positif bagi perkembangan objek wisata tersebut, juga bagi lingkungan sekitarnya (Setyawan, 2019). Jika berbicara pariwisata secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk menikmati daya tarik objek wisata (Hamuna & Tanjung, 2018). Sehingga mau tidak mau, pengembangan wisata selalu diarahkan dengan daya tariknya.

Blitar adalah salah satu kabupaten di Jawa Timur yang menyimpan banyak lokasi wisata yang layak untuk dijadikan destinasi wisata. Mulai dari situs budaya, situs bersejarah dan beberapa objek wisata yang layak untuk dikunjungi. Salah satu objek wisata yang saat ini tengah dikembangkan menjadi destinasi wisata adalah pantai Pasetran Gondo Mayit. Sebagai tujuan destinasi wisata baru, lokasi ini tergolong tertutupi oleh lokasi di sekitarnya, yaitu pantai Tambakrejo.

Pantai Pasetran Gondo Mayit terletak tepat di daerah pesisir pantai selatan Kabupaten Blitar. Lokasi pantai ini terletak di Desa Tambak Rejo, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Lokasi ini yang berada di lokasi dari KKN 108 dari IAIN Kediri yang dijadikan sebagai pengabdian kepada masyarakat. Untuk menjadi sebuah destinasi wisata unggulan maka dibutuhkan sebuah kualitas produk dan pelayanan sehingga memudahkan wisatawan untuk datang ke tempat tersebut dan merasa nyaman berada di tempat wisata tersebut (Utama *et al.*, 2013). Untuk itu dibutuhkan pembangunan daya tarik tempat wisata sehingga dapat menarik wisatawan asing, baik lokal ataupun dari daerah lain.

Keberhasilan dari objek wisata tergantung dari banyak tidaknya jumlah pengunjung yang berada di lokasi tersebut (Fanggidae *et al.*, 2020). Dengan semakin meningkatnya jumlah pengunjung, maka objek pariwisata tersebut dinyatakan berhasil dalam mengembangkan rasa nyaman dan kemanannya bagi para pengunjungnya (Syahadat, 2005). Menurut teori *User Generated Content* (UGC), media sosial dapat membangkitkan minat terhadap produk dan destinasi pariwisata serta berpotensi untuk melanjutkan, mengembangkan, dan menciptakan citra baru destinasi wisata di Instagram (Nurjanah, 2018).

Kurangnya perhatian pemerintah dalam mengelola dan melihat potensi wisata baru, menjadi peluang besar bagi masyarakat, media sosial sebagai sarana komunikasi sekaligus sarana

untuk mempromosikan potensi daerah wisata, berdasarkan fenomena yang ada saat ini. Berdasarkan hal tersebut maka promosi pariwisata dikembangkan oleh masyarakat itu sendiri, baik secara fisik maupun individu, satu atau dua orang, atau secara berkelompok dalam bentuk komunitas, atau yang dikenal dengan *virtual community*, yaitu orang-orang yang ingin mencapai tujuan tertentu dalam mencari peluang baru dan ingin menjalin hubungan sosial dan ekonomi dengan orang lain (Nurjanah, 2018).

Fotografi dan media sosial telah berkembang menjadi perantara teknologi dalam penciptaan dan penyebaran gambar tujuan wisata (Respatiningsih & Kurniawan, 2020). Menurut Akehurst, salah satu alat promosi yang paling efektif dalam industri pariwisata adalah penggunaan gambar di media sosial (Rusata, 2019). Gambar di media sosial adalah alat promosi; hal ini terjadi karena ketidaksadaran menggunakan keputusan yang mereka buat, sehingga wisatawan yang merencanakan perjalanan dapat terpengaruh (Rusata, 2019). Dampaknya, ketika semakin banyak spot foto itu digunakan untuk berswafoto dan dipamerkan di media sosial, maka akan mengundang wisatawan lain untuk berkunjung dan menjajal lokasi wisata tersebut (Febriyanti, 2017).

Untuk mempertahankan jumlah pengunjung dan juga meningkatkan kunjungan wisatawan, maka diperlukan pengelolaan dan pengembangan objek wisata yang dapat diterima oleh wisatawan (Nurlina *et al.*, 2021). Secara lokasi, objek wisata pantai Pasetran Gondo Mayit ini memiliki faktor utama dari sebuah objek wisata (Helpiastuti, 2018), diantaranya adalah *something to see* atau sesuatu yang menarik untuk dilihat. Kedua, *something to do* atau sesuatu yang dapat dikerjakan di lokasi pantai tersebut. Masyarakat sekitar dituntut untuk menyediakan pernik-pernik yang dapat dibeli oleh pengunjung dan juga sesuatu yang dapat dimakan dan dinikmati di lokasi tersebut (Sunarti & Hakim, 2017).

Melihat adanya kebutuhan tersebut maka kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan wisata pantai Pasetran Gondo Mayit ini menjadi salah satu destinasi wisata yang layak untuk diperhitungkan. Dengan membuat spot foto yang menarik, diharapkan lokasi ini menjadi daya tarik wisatawan dan juga menjadi sarana untuk mempromosikan daerah wisata ini.

METODE

Pembuatan spot foto di lokasi pantai Pasetran Gondo Mayit ini merupakan bagian dari pembangunan potensi objek wisata sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan dan juga berdampak pada pendapatan masyarakat yang bekerja sebagai pedagang di sekitar lokasi wisata.

Lokasi Kegiatan Pengabdian

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Pantai Pasetran Gondo Mayit yang terletak di Desa Tambakrejo Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar.

Waktu Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 15-20 Agustus 2022 dengan tim pelaksana sejumlah 10 peserta. Kesepuluh peserta pengabdian ini merumuskan dan mengkonsep tentang spot foto yang akan dibuat dan di pasang di pantai Gondo Mayit.

Kelompok Sasaran

Sasaran dari kegiatan ini adalah kelompok masyarakat yang mengelola dan aktif di sekitar lokasi wisata. Kelompok tersebut merupakan masyarakat yang paling berdampak jika lokasi wisata ramai dan banyak pengunjung. Dengan banyaknya jumlah pengunjung, maka kegiatan ekonomi di sekitar wisata akan semakin meningkat.

Media yang digunakan

Sesuai dengan tema yang diusung oleh tim pengabdian, yaitu pembuatan spot foto guna menarik wisatawan, maka bahan yang dibutuhkan adalah :

- 1) Kayu sisa bekas produksi
- 2) Papan kayu
- 3) Cat

Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang melibatkan peserta KKN kelompok 108 dan masyarakat desa ini terdiri atas tiga hal, program awal, program inti dan program akhir. Pada program awal ini maka tim pengabdian melakukan sosialisasi kepada beberapa tokoh masyarakat, baik perangkat desa atau pun tokoh masyarakat. Tujuannya adalah memperoleh dukungan niat dan inisiatif tim pengabdian sehingga mendapatkan dukungan dari mereka dan juga bantuan jika terjadi kendala selama kegiatan

pengabdian ini berlangsung. Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat merencanakan dan juga melaksanakan program berupa pembangunan spot foto di objek wisata sehingga menambah daya tarik wisata pantai Pasetran Gondo Mayit ini.

Pelaksanaan dari program inti ini memerlukan sebuah perencanaan karena dalam pengerjaannya membutuhkan tahapan-tahapan pengerjaan. Dengan perencanaan ini pengerjaan diharapkan lebih teratur dan terinci sesuai *timeline* yang sudah disepakati. Pada tahap akhir, tim pengabdian mengevaluasi kegiatan dari program kerja ini sehingga dapat diketahui kekurangannya dimana. Selain itu tim juga mengadakan silaturahmi dengan warga sekitar tentang kegiatan yang sudah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Diharapkan dengan diadakannya KKN, seorang mahasiswa semakin matang dalam disiplin keilmuannya. KKN juga berupaya untuk mewujudkan pendidikan yang lebih efektif, yaitu pendidikan yang dialami langsung oleh mahasiswa, sehingga tidak hanya materi, tetapi yang lebih penting adalah penerapan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah yang harus diterapkan di masyarakat. Manfaat yang didapat dari kegiatan pengabdian ini, antara lain:

1. Kesejahteraan masyarakat meningkat karena bertambahnya destinasi wisata di sekitar mereka dan usaha mereka menghasilkan.
2. Melestarikan lingkungan sehingga objek wisata ini mendapatkan perhatian lebih baik dari pemerintah atau pun warga desa.
3. Memberikan kepuasan dan kebanggaan bagi masyarakat atas destinasi wisata yang mereka miliki.
4. Mendorong kunjungan wisata sehingga berdampak bagi pendapatan masyarakat lokal.
5. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan wisata berbasis komunitas.

Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi kegiatan dilakukan bersama dengan beberapa tokoh, baik pemerintah desa atau pun tokoh masyarakat. Sosialisasi ini dilakukan guna membahas tentang program yang ingin dilaksanakan, diantaranya menyampaikan *road map* kegiatan penambahan spot foto di lokasi.



Gambar 1. Pertemuan dengan Kepala Desa



Gambar 3. Spot Foto yang Telah Terpasang

Menentukan Lokasi Spot Foto

Setelah mendapatkan persetujuan dari tokoh masyarakat, selanjutnya tim melakukan observasi lokasi guna menentukan letak paling strategis dari spot foto yang akan dibangun. Akibat lokasi pantai Pasetran Gondo Mayit ini berada di pesisir pantai selatan yang secara ombak dikenal memiliki kekuatan yang besar, sehingga penentuan lokasi spot foto ini juga memerlukan pertimbangan agar awet dan tahan dari ombak laut. Selain itu, penentuan lokasi ini juga mempertimbangkan strategis atau tidaknya lokasi spot foto. Dengan pertimbangan ini maka wisatawan yang datang akan tertarik dan mengabadikan kedatangan mereka di depan spot foto yang dibangun ini. Penetapan lokasi sangat mempengaruhi keberhasilan pemilihan tempat (Hidayat, 2016). Seperti halnya pemilihan lokasi bisnis, pemilihan lahan dan lokasi bisnis yang tepat juga akan mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha atau tidak (Fitriyani et al., 2019). Sehingga penentuan lokasi ini sangat penting dilakukan dalam pemasangan spot foto.

Pembuatan Spot Foto

Berdasarkan kesepakatan oleh tim pengabdian, spot foto yang dipilih adalah gapura yang memiliki beberapa kata unik di kanan kirinya. Tulisan-tulisan unik ini diharapkan dapat mengundang para wisatawan milenial dan Generasi Z yang memiliki ketertarikan berfoto yang memiliki nilai estetika dan layak untuk dipamerkan di media sosial yang mereka miliki. Hal pertama yang dilakukan untuk membuat spot foto ini adalah dengan mencari beberapa bahan yang dibutuhkan, yaitu papan bekas produksi, kayu sebagai panjang dan cat pewarna.

Pemilihan papan bekas produksi dimaksudkan untuk memudahkan dalam pemilihan bahan, sekaligus untuk mencari nilai artistiknya sehingga ketika dipasang menghasilkan nilai seni. Sedangkan cat pewarna digunakan memberikan warna kecerahan dan sekaligus memberikan keindahan bagi kayu-kayu yang digunakan. Setelah bahan-bahan tersedia, tim mulai mengkosep bentuk dari bahan-bahan tersebut. Setelah pemasangan spot foto tersebut, kemudian tim pengabdian mulai mencoba untuk digunakan dan mulai dishare di media sosial masing-masing dengan menambahkan hastag dari lokasi tempat wisata tersebut. Melalui pelaksanaan program ini dan terpasangnya spot foto ini maka masyarakat luas dapat melihat dan tertarik untuk segera berkunjung dan mencoba spot foto yang sudah terpasang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pembangunan spot foto di lokasi wisata Pasetran Gondo Mayit ini secara keseluruhan dapat dinilai telah berhasil. Hal tersebut dapat dibuktikan dari telah berdirinya spot foto tersebut di lokasi yang strategis dan dapat terlihat oleh wisatawan yang hadir di lokasi tersebut. Hal ini menjadi syarat utama agar objek wisata ini dapat diketahui oleh masyarakat luas. Hal termasuk bagian dari promosi mengenalkan objek wisata Pasetran Gondo Mayit kepada khalayak umum. Selain itu, tim pengabdian juga telah meyakinkan kepada masyarakat dan tokoh masyarakat, bahwa pembangunan spot foto ini akan memberikan dampak positif bagi peningkatan pengunjung objek wisata dan juga

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I., & Iskandar, H. (2022). Analisis Potensi Ekowisata Di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Dengan Menggunakan Metode Analisis Ado – Odtwa. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2621–2630. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/1137>
- C Fanggidae, R. P., Leliana Bere, M. R., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana Measurement of Tourist Satisfaction Level on Tourism Facilities in Lasiana Beach. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1), 53–66.
- Febriyanti, S. N. (2017). Instagramable: Antara Ekspektasi Dan Realita (Penerimaan Netizen Terhadap Foto Objek Wisata Di Instagram). *Prosiding Seminar Dan Call For Paper*. [https://doi.org/10.1016/s0899-9007\(99\)00263-4](https://doi.org/10.1016/s0899-9007(99)00263-4)
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Hamuna, B., & Tanjung, R. H. R. (2018). Deteksi Perubahan Luasan Mangrove Teluk Youtefa Kota Jayapura Menggunakan Citra Landsat Multitemporal. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 115. <https://doi.org/10.22146/mgi.33755>
- Harjo, B. (2017). Model Membangun Desa Mandiri. *Jurnal Sosial Dan Humanis Sains*, 2(1), 27–35.
- Helpiastuti, S. B. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember). *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1), 13–23. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/download/13837/7204/>
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56–74. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIIEP/article/view/10>
- Hidayat, M. (2016). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.17509/thej.v1i1.1879>
- Kardini, N. L., & Ari Sudiartini, N. W. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan Dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Di Pantai Tanjung Benoa. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(1), 106–125. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i1.7>
- LPPM. (2020). *Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata Berbasis Participatory Action Reaseach*. IAIN Kediri.
- Nurjanah, N. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru. *Medium*, 6(2), 39–50. [https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6\(2\).2412](https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6(2).2412)
- Nurlina, N., Pratama, Y. S., & Andiny, P. (2021). Strategi Pengembangan Industri Pariwisata (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Rukui Kabupaten Aceh Tamiang). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3195>
- Respatiningsih, H., & Kurniawan, B. (2020). Penerapan Virtual Tour Sebagai Strategi Promosi di Era New Normal (Studi Kasus di Destinasi Digital Pasar Inis Purworejo). *Seminar Nasional Kepariwisataan*, 1(1), 83–94.
- Rusata, T. (2019). Aktivasi Promosi Pariwisata Di Media Sosial Sudi Kasus Kabupaten Belitung. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(2), 277–292.
- Setyawan, A. D. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Harga Terhadap keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), 1–19. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5830>
- Suarto, E. (2017). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot. *Jurnal Spasial*, 3(1), 19–24. <https://doi.org/10.22202/js.v3i1.1597>
- Sunarti, S. W. R., & Hakim, L. (2017). Penerapan Sapta Pesona Pada Desa Wisata (Analisis Persepsi Wisatawan atas Layanan Penyedia

- Jasa di Kampung Wisata Kungkuk, Desa Punten, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(2), 195–202. <https://media.neliti.com/media/publications/187115-ID-penerapan-sapta-pesona-pada-desawisata.pdf>
- Syahadat, E. (2005). The Factors Which Are Influences To A Tourism Visitor In Gede Pangrango National Park (Gnp). *Jurnal Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan*, 3(1), 1–14.
- Utama, S., DS, A. H., & Hidayat, W. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 261–274.
- Wahyuni, S. (2020). Analisis Pola Daya Tarik Wisata Berdasarkan Potensi Sumberdaya (Supply) Sebagai Aset Dan Daya Tarik Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 13–22. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.14>
- Wiseza, F. C. (2017). Faktor-faktor yang mendukung pengembangan obyek wisata Bukit Khayangan di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. *Nur El-Islam*, 4(1), 89–106.