

**STRATEGI *TOUR GUIDE* DALAM MENINGKATKAN CITRA DESA WISATA  
LANTAN LOMBOK TENGAH MENGGUNAKAN METODE *PUSH AND PULL*  
*FACTORS***

Oleh

Dimas Agung Pratama<sup>1\*</sup>, Jumraidin<sup>2</sup>, H. Lalu Ratmaja<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Studi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Lombok, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[pratama0491@gmail.com](mailto:pratama0491@gmail.com), <sup>2</sup>[jumraidin@ppl.ac.id](mailto:jumraidin@ppl.ac.id),

<sup>3</sup>[ratmaja@ppl.ac.id](mailto:ratmaja@ppl.ac.id)

**Abstract**

*This study aims to identify and analyze the driving and pulling factors that influence tourists' decisions in choosing lantan tourism villages as tourist destinations. The research used a qualitative approach. Data was collected through observation, interviews and documentation. The results of this study were obtained six factors that attract tourists to visit Lantan Tourism Village, namely, its natural beauty, enchanting waterfalls, adequate access, supporting facilities such as toilets, prayer rooms, trash cans and gazebos are available, there are products sold such as cascara tea, handicrafts from plastic waste, banana chips, taro chips and tourists can do activities other than enjoying the scenery such as cycling, soft tracking and participating in farming and gardening community activities. The strategies obtained are promotion, information, hospitality and service and cooperation with stakeholders.*

**Keywords:** *Lantan Tourism Village, Tour Guide Strategy, Push and Pull Factors*

**PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan daerah (Rusyidi & Fedryansah, 2018). Industri pariwisata memberikan dampak yang sangat besar bagi masyarakat, terutama terhadap masyarakat yang tinggal di kawasan atau lokasi wisata. (Aliansyah & Hermawan, 2021). Menurut John Tribe, Pariwisata adalah “suatu fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang melibatkan perpindahan dan kunjungan orang ke tempat-tempat di luar tempat tinggalnya yang biasa untuk tujuan rekreasi, komersial atau tujuan lain. Sedangkan menurut KBBI, Pariwisata; Pelancongan; Turisme adalah ketika orang melakukan perjalanan dan bersenang-senang menjelajahi tempat-tempat baru. Definisi Pariwisata secara Umum yaitu ketika masyarakat, perusahaan, dan pemerintah bekerja sama untuk memastikan pengunjung mendapatkan waktu yang menyenangkan dan terlindungi. Berwisata

menghadirkan kenikmatan atas segala sesuatu yang dapat dirasakan, seperti keindahan segala sesuatu yang diciptakan oleh alam atau manusia (Anggraini, 2023).

Menurut Nuryanti, desa wisata merupakan gabungan daya tarik, akomodasi dan fasilitas pendukung yang diintegrasikan menjadi suatu model kehidupan masyarakat yang terpadu dengan tata cara dan tradisi yang sama, ditransformasikan sehingga menjadikan desa tersebut sebagai daerah tujuan wisata (Kusuma et al., 2020). Desa Wisata Lombok merupakan salah satu tempat wisata yang menarik wisatawan (Hadi & Widyaningrum, 2022). Wisatawan bisa mendapatkan pengalaman berbeda dan mendalam tentang kehidupan masyarakat lokal serta keindahan alam Pulau Lombok.

Seiring dengan meningkatnya minat wisatawan untuk mengunjungi desa-desa wisata, peran seorang pemandu wisata (tour guide) menjadi semakin penting. Kegiatan pariwisata dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu

faktor pendorong dan faktor penarik (Nasution et al., 2022). Seorang wisatawan mengunjungi suatu lokasi ditentukan oleh motivasi dan keinginan individu (faktor pendorong) serta daya tarik (*pull factor*) yang diberikan oleh objek wisata tersebut (Sinurat, 2023). Tour guide tidak hanya berperan sebagai pendamping wisatawan, tetapi juga sebagai narator yang mengenalkan budaya lokal, sejarah, dan daya tarik khusus desa kepada pengunjung. Namun, untuk menjalankan peran ini dengan efektif, tour guide perlu memahami faktor pendorong (*push factor*) dan penarik (*pull factor*) wisatawan ke desa Lantan. Dengan memahami lebih dalam tentang faktor yang mempengaruhi keputusan perjalanan, pemandu wisata dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan citra Desa Lantan sebagai tujuan wisata yang menarik. Hal ini akan berkontribusi pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan merancang program yang memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan.

Teori *Push-Pull* akan digunakan sebagai kerangka teoritis untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan (Wicaksana et al., 2023). Teori ini menawarkan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika antara faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pilihan wisatawan. Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor *push* dan *pull* yang relevan, namun belum secara khusus memfokuskan pada konteks Desa Lantan. Oleh karena itu, penelitian ini akan melengkapi literatur dengan memberikan wawasan yang lebih spesifik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Desa Lantan sebagai tujuan wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor pendorong dan penarik yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih desa Lantan sebagai tujuan wisata. Dengan

pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor ini, *tour guide* dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan citra Desa Lantan sebagai tujuan wisata yang menarik. Selain itu, penelitian ini juga akan membantu pengambil kebijakan dan pemangku kepentingan lokal dalam merancang program pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berfokus pada kebutuhan dan preferensi wisatawan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan pariwisata Desa Lantan, Lombok Tengah, serta meningkatkan pemahaman tentang peran strategis *tour guide* dalam mempromosikan dan meningkatkan citra destinasi wisata.

Hal inilah yang menarik perhatian peneliti sehingga memilih Desa Lantan sebagai lokasi penelitian. Desa wisata Lantan yang terletak di kecamatan Batukliang Utara, Lombok Tengah merupakan desa wisata yang memiliki banyak potensi wisata menarik. Desa ini dikelilingi oleh dua sungai, yaitu Sungai Babak dan Sungai Lenek yang airnya berasal dari kaki Gunung Rinjani. Desa ini memiliki potensi besar untuk menjadi tujuan wisata yang populer, namun untuk mencapai potensi tersebut, diperlukan strategi yang efektif. Desa Lantan juga terkenal dengan keberadaan 24 air terjun yang mempesona. Desa ini menjadi salah satu dari 61 desa wisata di Lombok Tengah yang mulai dikenal. Dengan potensi alamnya yang indah dan keberagaman atraksi wisata, Desa Wisata Lantan menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam dan kehidupan masyarakat lokal di kawasan tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif untuk memahami faktor-faktor yang mendorong (*push factors*) dan menarik (*pull factors*) wisatawan dalam memilih destinasi wisata agar dapat digunakan oleh tour guide dalam meningkatkan citra Desa Wisata Lantan

di Lombok Tengah. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan praktik dari perspektif subjek yang terlibat (Tahir et al., 2023). Melalui pendekatan ini, peneliti akan dapat memahami bagaimana strategi *tour guide* mempromosikan dan meningkatkan citra destinasi wisata.

Partisipan dalam penelitian ini adalah pemandu wisata lokal dan pemandu wisata dari luar Desa Wisata Lantan yang aktif atau tergabung kedalam organisasi pemandu wisata seperti Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) dan Asosiasi Pemandu Wisata Indonesia (ASPI).

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui apa saja faktor yang menarik (*pull factors*) yang ada sehingga dapat meningkatkan citra Desa Wisata Lantan. Wawancara akan dilakukan dengan *tour guide* untuk memahami strategi yang mereka gunakan dalam meningkatkan citra Desa Wisata. Wawancara akan berfokus pada pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan wisatawan, pendekatan yang mereka ambil dalam mengenalkan budaya lokal dan keunikan Desa Wisata, serta tantangan yang mereka hadapi dalam upaya meningkatkan citra destinasi. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data guna membantu menginformasikan apa yang dibicarakan dalam penelitian ini (Mumek et al., 2021). Dokumen yang akan diperoleh seperti brosur, panduan wisata, atau materi promosi lainnya akan dianalisis untuk memahami bagaimana citra Desa Wisata dipresentasikan kepada wisatawan. Analisis dokumen akan memberikan wawasan tambahan tentang upaya promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh *tour guide* dan pemangku kepentingan lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Desa Wisata Lantan

Desa wisata Lantan yang terletak di kecamatan Batukliang Utara, Lombok Tengah merupakan desa wisata yang memiliki banyak potensi wisata menarik. Desa Lantan memiliki luas wilayah sebesar 5,777,05 (Ha) yang terdapat 2,144 kepala keluarga dengan jumlah keseluruhan penduduk sekitar 3.293 jiwa yang tersebar di 5 dusun di antaranya, dusun Gubuk Makam, dusun Kesah, dusun Pemasir, dusun Rerantek, dan dusun Seriti. Sedangkan dalam hal mata pencaharian, masyarakat desa lantan sehari-hari bekerja sebagai perkebunan dan petani. Desa ini menjadi salah satu dari 61 desa wisata di Lombok Tengah yang mulai dikenal. Nama dari desa Lantan diambil dari salah satu kosa kata dari Lombok Selatan yang memiliki arti Panjang. Hal ini dikarenakan geografis desa Lantan memanjang menuju Taman Nasional Gunung Rinjani. Desa wisata Lantan diapit oleh dua sungai yaitu sungai babak dan sungai lenek yang airnya bersumber dari kaki Gunung Rinjani. Lantan dikelilingi *lansdscape* persawahan dan hutan yang menakjubkan serta 2 air terjun yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang datang. Dengan konsep *homestay* rumah warga wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam tetapi dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat dan belajar bagaimana kehidupan masyarakat asli Lantan. Hal ini sesuai dengan tagline dari Desa Wisata Lantan yaitu "*Experinece The Nature and The Life of Local People*".

#### **Komponen Produk Desa Wisata Lantan**

##### a. Be Lantaners Ecotourism

Be Lantaners dapat diartikan sebagai "Menjadi orang Lantan". Konsep Be Lantaners merupakan konsep dari ekowisata yang melibatkan 3 aspek seperti keberlanjutan lingkungan, kerbelanjutan budaya dan tradisi lokal dan peningkatan ekonomi lokal. Be Lantaners turut aktif melibatkan masyarakat lokal sebaga penggerak utama dalam menjalankan desa wisata. Diantaranya menggunakan rumah warga sebagai tempat

inap yang tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat desa tetapi nilai keluarga yang dirasakan oleh tamu dengan pemilik rumah. Selain itu dalam pembuatan makanan/minuman tradisional kami bekerja sama dengan inak-inak (ibu-ibu) di desa sebagai pengajarnya. Salah satu paket hunting *local food* kami melibatkan petani-petani didesa sebagai guide untuk menjelaskan bagaimana mendapatkan makanan lokal sehari-hari yang ada disawah. Bekerja sama dengan kelompok-kelompok masyarakat dalam menyediakan paket seperti *eco crafting*, madu trigona, dan pembuatan kripik pisang. Paket be lantanners adalah paket sederhana namun bermakna karena yang kami tawarkan adalah keseharian dari warga desa Lantan. Sehingga paket ini bersifat dimanis bergantung dari musim pertanian dan perkebunan yang ada di desa.



**Gambar 1. Kegiatan wisatawan dengan warga di sawah (Pokdarwis, 2024)**

b. Nature Tourism

Memiliki dua air terjun yang dapat dinikmati oleh tamu yang berkunjung ke desa Lantan, diantaranya yaitu air terjun Elong Tuna dan air terjun Babak Pelangi. Air pada kedua air terjun ini bersumber langsung dari Taman Nasional Gunung Rinjani. Selain itu wisatawan juga menikmati kunang-kunang dan taburan bintang di malam hari dengan melakukan kegiatan *camping* yang terdapat di dua lokasi yaitu di sumberan dan air terjun Elong Tuna.



**Gambar 2. Objek wisata yang terdapat di Desa Wisata Lantan (Pokdarwis, 2024)**

c. Lantan Local Taste

Lantan *Local taste* pertama kali di adakan pada tahun 2022 yang langsung diresmikan oleh Dinas Pariwisata Provinsi NTB dan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah. Tujuan dari event ini adalah untuk memberdayakan UMKM dan pengusaha lokal Lantan tertuma dalam bidang kuliner. Selain kuliner kami juga memperkenalkan musik gamelan, tarian dan permainan tradisional yang ada di Lantan. Dalam acara ini seluruh masyarakat yang ada di desa Lantan maupun di luar desa Lantan bisa datang langsung untuk menikmati pertunjukan atraksi yang diselenggarakan dan bisa menikmati jajanan tradisional khas desa Lantan yang telah ada sejak zaman nenek moyang dulu.



**Gambar 3. Pertunjukan musik gamelan dan tarian tradisional (Pokdarwis, 2024)**

d. Fun Bike

*Fun bike* merupakan salah satu kegiatan yang ditawarkan di Desa Wisata Lantan. Dengan hanya membayar 5000/jam, tamu dapat mengelilingi Desa Lantan yang asri menggunakan sepeda. Waktu terbaik bagi tamu untuk bersepeda

ialah Pagi hari dari jam 6-9 pagi dengan menghirup udara pagi desa yang menyegarkan atau jam 4-6 sore untuk menikmati matahari terbenam sembari melihat keindahan gunung rinjani yang dapat terlihat dari Desa Lantan.



**Gambar 4. Kegiatan bersepeda di Desa Wisata Lantan (Pokdarwis, 2024)**

e. Soft Tracking

Soft Tracking merupakan salah satu paket yang sering di pilih oleh wisatawan, pada paket ini tamu akan berjalan selama 2 jam menuju air terjun elong tuna sembari menikmati persawahan dan kebun di desa Lantan. Dalam konsep ekowisata, tamu diharapkan membawa botol air minum sendiri, mengurangi jejak plastik dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian, setiap langkah mereka menjadi bagian dari usaha pelestarian alam yang berkelanjutan.

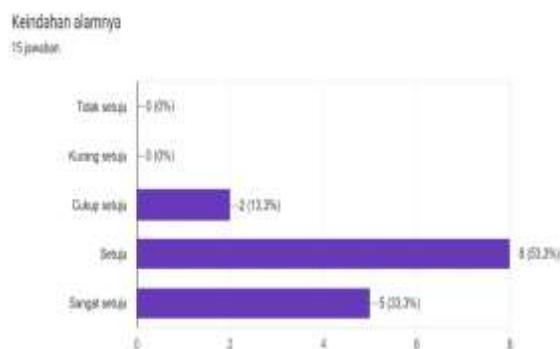
f. Crafts from Plastic Waste

Salah satu solusi dalam menangani sampah plastik di desa Lantan ialah dengan cara mendaur ulang sampah tersebut menjadi kerajinan tangan yang bernilai ekonomis seperti tas dan dompet. Usaha ini dilakukan oleh kelompok ibu-ibu yang ada di desa Lantan. Selain menjual tas dan dompet, kelompok ini juga menawarkan paket pembuatan kerajinan tangan dari sampah plastik kepada tamu yang berkunjung.

**Pull factors**

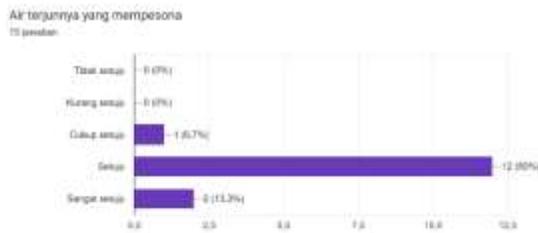
Dari observasi yang telah dilakukan, ditemukan 6 faktor yang menarik wisatawan

untuk berkunjung ke Desa Wisata Lantan, yang pertama keindahan alamnya, kedua air terjunnya yang mempesona, ketiga akses menuju Desa Wisata Lantan sudah memadai, keempat fasilitas pendukung di objek wisatanya sudah tersedia seperti toilet, mushola, tempat sampah dan gazebo, kelima terdapat produk yang dijual seperti teh cascara, kerajinan tangan dari sampah plastic, keripik pisang dan keripik talas dan yang keenam wisatawan dapat melakukan kegiatan selain menikmati pemandangan seperti bersepeda, soft tracking dan mengikuti kegiatan masyarakat berladang maupun berkebun. Dibawah ini merupakan digram persepsi tour guide yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Lantan terhadap 6 faktor yang menarik wisatawan benar adanya dan dirasakan ketikan berkunjung.



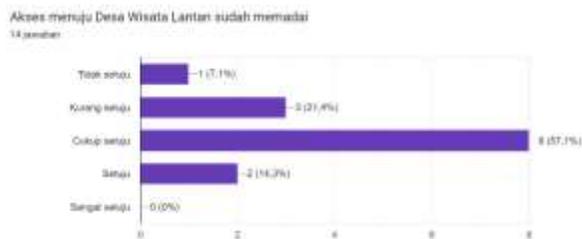
**Gambar 5. Diagram hasil kuisisioner persepsi tour guide tentang keindahan alam yang dimiliki Desa Wisata Lantan (Peneliti, 2024)**

Dari diagram diatas dapat dilihat persepsi tour guide tentang keindahan alam yang dimiliki Desa Wisata Lantan, dengan hasil 53% tour guide setuju, 33% tour guide sangat setuju dan 13% tour guide cukup setuju. Dapat disimpulkan dari hasil diagram diatas bahwa tour guide setuju akan keindahan alam dengan hasil paling tinggi yaitu 53%.



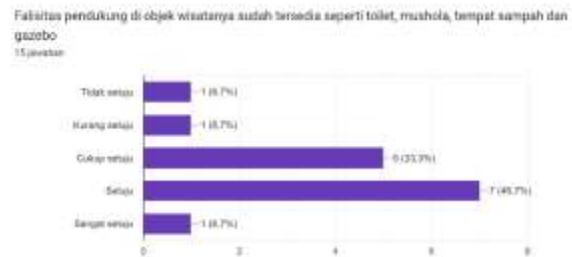
**Gambar 6. Diagram hasil kuisioner persepsi tour guide tentang air terjun di Desa Wisata Lantan, yang mempesona (Peneliti, 2024)**

Dari diagram diatas dapat dilihat persepsi tour guide tentang air terjun di Desa Wisata Lantan, yang mempesona dengan hasil 80% tour guide setuju, 13% tour guide sangat setuju dan 7% tour guide cukup setuju. Dapat disimpulkan dari hasil diagram diatas bahwa tour guide setuju akan air terjun yang mempesona dengan hasil paling tinggi yaitu 80%.



**Gambar 7. Diagram hasil kuisioner persepsi tour guide tentang akses menuju Desa Wisata Lantan yang sudah memadai (Peneliti, 2024)**

Dari diagram diatas dapat dilihat persepsi tour guide tentang akses menuju Desa Wisata Lantan yang sudah memadai, dengan hasil 57% tour guide cukup setuju, 21% tour guide kurang setuju, 14% tour guide setuju dan 7% tour guide tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil diagram diatas bahwa tour guide cukup setuju akan aksesibilitas dengan hasil paling tinggi yaitu 57%.



**Gambar 8. Diagram hasil kuisioner persepsi tour guide tentang fasilitas pendukung di objek wisata Desa Wisata Lantan (Peneliti, 2024)**

Dari diagram diatas dapat dilihat persepsi tour guide tentang fasilitas pendukung di objek wisata Desa Wisata Lantan, dengan hasil 47% tour guide setuju, 33% tour guide cukup setuju, 7% tour guide sangat setuju, 7% tour guide kurang setuju dan 7% tour guide tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil diagram diatas bahwa tour guide setuju akan fasilitas pendukung yang ada dengan hasil paling tinggi yaitu 47%.



**Gambar 9. Diagram hasil kuisioner persepsi tour guide tentang produk yang dimiliki Desa Wisata Lantan (Peneliti, 2024)**

Dari diagram diatas dapat dilihat persepsi tour guide tentang produk yang dimiliki Desa Wisata Lantan, dengan hasil 93% tour guide setuju dan 7% tour guide cukup setuju. Dapat disimpulkan dari hasil diagram diatas bahwa tour guide setuju akan produk yang ada dengan hasil paling tinggi yaitu 93%.

Wisatawan dapat melakukan kegiatan selain menikmati pemandangan seperti bersepeda, soft tracking dan mengikuti kegiatan masyarakat berladang maupun berkebun  
15 jawaban



**Gambar 10. Diagram hasil kuisioner persepsi tour guide tentang aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan di Desa Wisata Lantan (Peneliti, 2024)**

Dari diagram diatas dapat dilihat persepsi tour guide tentang aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan di Desa Wisata Lantan, dengan hasil 93% tour guide setuju dan 7% tour guide cukup setuju. Dapat disimpulkan dari hasil diagram diatas bahwa tour guide setuju akan aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan dengan hasil paling tinggi yaitu 93%.

#### **Strategi Tour Guide**

Setelah melakukan wawancara dengan *tour guide* yang pernah berkunjung dan memandu wisatawan di Desa Wisata Lantan serta merujuk kepada faktor yang menarik (*pull factors*) wisatawan berkunjung untuk menghasilkan strategi meningkatkan citra desa wisata lantan. kemudian dilakukan analisis data dengan menggabungkan hasil wawancara dan hasil observasi. Dengan demikian dihasilkan strategi meningkatkan citra desa wisata lantan. Berikut merupakan strategi yang dihasilkan:

##### a. Promosi

Promosi merupakan salah satu elemen kunci dalam meningkatkan citra sebuah destinasi wisata, termasuk desa wisata. Melalui promosi yang efektif, desa wisata dapat menarik perhatian calon wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan. Ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran, mulai dari pemasaran online seperti media sosial dan situs web, hingga promosi offline seperti brosur,

pamflet, dan iklan cetak. Kolaborasi dengan agen perjalanan, lembaga pariwisata regional, dan bahkan influencer juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Penting bagi desa wisata untuk memperhatikan target pasar potensial mereka dan mengarahkan promosi mereka sesuai dengan preferensi dan minat calon wisatawan.

##### b. Informasi

Informasi yang jelas, akurat, dan mudah diakses adalah kunci untuk memberikan pengalaman wisata yang memuaskan bagi pengunjung desa wisata Lantan. Pengunjung membutuhkan informasi tentang fasilitas, atraksi, aktivitas, acara, dan layanan yang tersedia di Desa Wisata Lantan tersebut agar mereka dapat merencanakan kunjungan mereka dengan baik. Desa wisata Lantan perlu menyediakan informasi ini melalui berbagai saluran, termasuk situs web resmi, aplikasi seluler, papan informasi di tempat-tempat strategis, dan brosur yang tersedia di pusat informasi wisata. Informasi yang diperbarui secara teratur dan dilengkapi dengan gambar yang menarik akan membantu menarik perhatian wisatawan dan membangun kepercayaan pada destinasi tersebut. Desa wisata Lantan juga dapat memanfaatkan teknologi seperti pemandu virtual atau tur 360 derajat untuk memberikan pengalaman yang lebih interaktif kepada calon wisatawan sebelum mereka benar-benar mengunjungi desa tersebut. Dengan menyediakan informasi yang komprehensif dan mudah diakses, desa wisata dapat menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pengunjung dan membangun citra positif mereka

sebagai destinasi wisata yang menarik dan terpercaya.

c. Hospitality and service

Pelayanan yang berkualitas tinggi dan keramahan yang tulus merupakan inti dari pengalaman wisata yang tak terlupakan. Ketika wisatawan merasa diterima dengan baik dan dihargai oleh penduduk setempat, mereka cenderung memiliki kesan yang lebih positif terhadap destinasi yang mereka kunjungi. Oleh karena itu, penting bagi desa wisata untuk memberikan pelatihan kepada penduduk setempat tentang keterampilan layanan pelanggan yang efektif, komunikasi yang baik, dan kesadaran akan kebutuhan wisatawan. Melalui pelatihan ini, penduduk setempat dapat belajar bagaimana memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional kepada pengunjung. Selain itu, peningkatan kualitas fasilitas akomodasi, restoran, toko souvenir, dan layanan lainnya juga merupakan bagian penting dari strategi ini. Fasilitas yang bersih, nyaman, dan berkualitas tinggi akan meningkatkan keseluruhan pengalaman wisatawan dan membantu memperkuat citra positif desa wisata Lantan.

d. Kerja sama dengan stakeholder

Kerja sama yang erat dengan berbagai pihak terkait, termasuk pemerintah daerah, lembaga pariwisata, komunitas lokal, pengusaha setempat dan agen perjalanan, merupakan kunci dalam mengembangkan dan mempromosikan Desa Wisata Lantan. Melalui kerja sama ini, Desa Wisata Lantan dapat mengakses sumber daya yang lebih besar, termasuk dana, pengetahuan, dan dukungan infrastruktur. Misalnya, dengan kerja sama dengan pemerintah daerah, desa wisata dapat memperoleh

bantuan dalam pengembangan infrastruktur seperti jalan, jembatan, dan fasilitas umum lainnya. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga pariwisata regional atau nasional dapat membantu desa wisata meningkatkan visibilitas mereka di pasar pariwisata yang lebih luas. Kerja sama dengan komunitas lokal juga penting karena mereka memiliki pemahaman mendalam tentang budaya, tradisi, dan sumber daya alam di sekitar desa wisata. Dengan berkolaborasi dengan *stakeholder*, desa wisata dapat mencapai tujuan bersama untuk meningkatkan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi mereka, sambil memperkuat citra dan daya tarik mereka sebagai destinasi wisata yang unik dan menarik. Melalui kerja sama dengan agen perjalanan, desa wisata dapat menawarkan paket wisata yang menarik dan lengkap kepada pelanggan potensial. Paket ini bisa mencakup akomodasi, transportasi, tur lokal, dan kegiatan lainnya yang ditawarkan oleh desa wisata. Dengan demikian, agen perjalanan dapat menjadi mitra strategis dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke desa wisata.

Selain itu, agen perjalanan juga dapat memberikan masukan berharga tentang tren wisata terbaru, preferensi pasar, dan strategi pemasaran yang efektif. Dengan memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman agen perjalanan, desa wisata dapat mengembangkan strategi promosi yang lebih efisien dan menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan kebutuhan wisatawan. Secara keseluruhan, kerja sama dengan agen perjalanan merupakan bagian penting dari strategi kerja sama dengan *stakeholder* yang dapat membantu

desa wisata dalam meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan kesuksesan mereka sebagai destinasi wisata yang menarik.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Desa Wisata Lantan memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang menarik. Keindahan alamnya yang memukau, keberadaan air terjun yang menawan, serta aksesibilitas yang memadai menjadi faktor utama yang menjadikan desa ini sebagai pilihan yang menarik bagi wisatawan. Selain itu, adanya fasilitas pendukung yang tersedia di objek wisata, produk lokal yang dijual, dan berbagai kegiatan yang dapat dilakukan menambah daya tarik Desa Wisata Lantan. Dengan adanya enam faktor tersebut, Desa Wisata Lantan mampu menawarkan pengalaman wisata yang beragam dan memuaskan bagi pengunjung yang mencari pengalaman wisata yang autentik dan bermakna. Pentingnya peran tour guide dalam mengelola dan mempromosikan pengalaman wisata yang komprehensif dan memuaskan juga menjadi sorotan dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dihasilkanlah sejumlah strategi yang telah diidentifikasi dan disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Lantan tersebut. Pertama, promosi yang efektif melalui berbagai saluran dapat meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian calon wisatawan. Kedua, menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses tentang fasilitas, atraksi, dan aktivitas di desa wisata akan membantu pengunjung merencanakan kunjungan mereka dengan baik. Ketiga, pelayanan yang berkualitas tinggi dan keramahan yang tulus dari penduduk setempat dapat meningkatkan kesan positif wisatawan terhadap destinasi. Keempat, kerja sama yang erat dengan berbagai pihak terkait, termasuk pemerintah daerah, lembaga pariwisata, komunitas lokal, pengusaha setempat, dan agen perjalanan,

sangat penting untuk mengembangkan dan mempromosikan desa wisata. Melalui kerja sama ini, Desa Wisata Lantan dapat mengakses sumber daya yang lebih besar dan mencapai tujuan bersama untuk meningkatkan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi mereka. Terakhir, kerja sama dengan agen perjalanan dapat membantu desa wisata dalam menawarkan paket wisata yang menarik kepada pelanggan potensial dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara efektif, Desa Wisata Lantan dapat memperkuat citra mereka sebagai destinasi wisata yang menarik, memperluas pangsa pasar mereka, dan meningkatkan keberlanjutan pariwisata dalam jangka panjang. Sehingga, upaya bersama dalam mengimplementasikan strategi ini akan memberikan dampak positif bagi pengembangan dan peningkatan citra Desa Wisata Lantan sebagai destinasi wisata yang berdaya tarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654>.
- [2] ANGGRAINI, Y. (2023). *PERAN KANTOR PENGUSAHA DALAM MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN MENYEDIAKAN INFORMASI YANG JELAS DAN MUDAH DIKUNJUNGI OLEH CALON WISATAWAN*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- [3] Hadi, M. J., & Widyaningrum, M. (2022). Pemetaan Potensi Wisata, Peluang Dan Tantangan Pengembangan Desa Wisata Pengadangan Barat, Kabupaten Lombok Timur. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 32–45.
- [4] Kusuma, S. S., Hamdani, D., Nugraha,

- D., Nurhayati, Y., & Ramdhan, R. F. (2020). Pendampingan dan pembuatan video profile untuk promosi wisata desa cisantana kabupaten kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(02), 81–88.
- [5] Mumek, F., Golung, A. M., & Rogi, S. P. (2021). Peranan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2).
- [6] Nasution, M. N. A., Syaiful, H., & Edy, A. (2022). Peranan Motivasi Sebagai Faktor Pendorong Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Menata*, 1(2), 59–79.
- [7] Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155–165.
- [8] Sinurat, A. (2023). *Persepsi Wisatawan Terhadap Push Factor Dan Pull Factor Serta Peran Pengelola Pada Objek Wisata Pantai Kerang Mas Lampung Timur*.
- [9] Tahir, R., Kalis, M. C. I., Thamrin, S., Rosnani, T., Suharman, H., Purnamasari, D., Priyono, D., Laka, L., Komariah, A., & Indahyani, T. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: Mengumpulkan Bukti, Menyusun Analisis, Mengkomunikasikan Dampak*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- [10] Wicaksana, R. S., Heksaputra, D., Syah, T. A., & Nur'aini, F. F. (2023). Pendekatan K-Means Clustering Metode Elbow Pada Analisis Motivasi Pengunjung Festival Halal JHF# 2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4162–4176.