

PENINGKATAN WAKTU KUNJUNG PADA WISATAWAN EKOWISATA KUPU-KUPU, GUNUNG BETUNG, LAMPUNG

Gita Paramita Djausal^{1*}, Jeni Wulandari², Nur Efendi³, Arifah Nurhidayah⁴, Syabilla Triyana Putri⁵

^{1,2,3,4,5} Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Artikel

Diterima : 22 Juli 2023

Disetujui : 05 Januari 2024

Terbit : 29 Februari 2024

*Email :

gita.djausal@fisip.unila.ac.id

Abstrak

Dalam kunjungan wisata pada destinasi ekowisata, perlu dilakukan pendekatan (strategi) agar pengunjung mengetahui ragam kegiatan yang dapat dilakukan melalui media informasi yang tersedia (baik secara analog ataupun digital) dikarenakan hal tersebut juga dibutuhkan untuk transfer pengetahuan mengenai kelestarian lingkungan. Taman Kupu-Kupu Gita Persada dikelola oleh Yayasan Sahabat Alam memerlukan peningkatan waktu kunjung hal ini dikarenakan dalam ekowisata memungkinkan terjadi transfer pengetahuan terkait isu lingkungan kepada wisatawan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam dua tahap, persiapan dan pelaksanaan kegiatan. Pada persiapan terkait penentuan jadwal dan pembagian kerja tim. Pada pelaksanaan, pembuatan *flyer* sebagai media informasi dan pelaksanaan pendampingan peningkatan waktu kunjung. Para pengunjung menyatakan bahwa *flyer* menyediakan informasi yang dibutuhkan dan 90% pengunjung menyatakan perlu disediakan *flyer* sebagai media informasi. Hal ini menekankan *flyer* memberikan manfaat pada mitra dan lebih lanjut dapat dimanfaatkan bagi calon wisatawan dan wisatawan untuk meningkatkan waktu kunjung.

Kata Kunci: media informasi, *flyer*, ekowisata, waktu kunjung wisatawan

Abstract

In tourist visits to ecotourism destinations, it is necessary to take an approach (strategy) so that visitors know the various activities that can be carried out through the available information media (both analog and digital) because this is also needed to transfer knowledge about environmental sustainability. The Gita Persada Butterfly Park is managed by the Yayasan Sahabat Alam which requires an increase in visiting time, this is because ecotourism allows for the transfer of knowledge related to environmental issues to tourists. Implementation of activities carried out in two stages, preparation and implementation of activities. In preparation related to determining the schedule and division of teamwork. In implementation, making flyers as information media and implementing assistance to increase visiting time. The visitors stated that the flyer provided the information needed and 90% of visitors stated that it was necessary to provide a flyer as a medium of information. This emphasizes that flyers provide benefits to partners and can further be utilized by potential tourists and tourists to increase visit time.

Keywords: information media, *flyers*, ecotourism, visiting time of tourists

Permasalahan pada mitra adalah kurangnya media informasi yang memuat ragam aktivitas yang dapat dilakukan di area wisata. Menekankan pentingnya pendampingan pembuatan konten produk untuk mengoptimalkan pemasaran sebagai sarana komunikasi (Pratami dkk., 2022). *Physical evidence* dan komponen destinasi wisata yang perlu diperhatikan lebih lanjut terkait dengan promosi baik melalui *website* maupun media sosial (Primadi dkk., 2021). Hal yang juga menjadi permasalahan di Desa Gubugklakah, inkonsistensi dalam penyajian promosi destinasi wisata (Zulaikha dkk., 2022).

Penyelenggaraan pendampingan peningkatan waktu kunjung pada wisatawan ekowisata kupu-kupu di Bandar Lampung melalui pemanfaatan media informasi ini memiliki tujuan untuk memberikan pendampingan pembuatan media informasi mengenai aktivitas wisata yang dapat dilakukan di area wisata. Adapun media informasi yang dibuat adalah media cetak. Hal ini dipertimbangkan agar media dapat diakses di luar dan di dalam area wisata, tanpa harus mengakses jaringan internet.

KAJIAN EKOWISATA

Kerangka untuk memahami ekowisata terdapat empat istilah industri pariwisata yang dapat dipahami, yaitu (1) pariwisata berbasis alam, (2) pariwisata berkelanjutan, (3) konservasi mendukung pariwisata, dan (4) pariwisata sadar lingkungan (Buckley, 1994). Pariwisata sadar lingkungan yang dikenal dengan ekowisata ini meliputi perilaku dan sikap dari tiap wisatawan atau pengunjung, serta pembelajaran dan etika yang diberikan oleh pengelola destinasi ekowisata.

Penyediaan informasi untuk wisatawan memiliki empat diagram berdasarkan sumber informasi dan tipe informasi. Pada kegiatan ini, tim mengembangkan brosur yang pada kategori sumber informasi komersial dan bertipe *impersonal*. Brosur berisikan informasi mengenai daya tarik destinasi wisata.

Tabel 1. Klasifikasi sumber informasi pariwisata

<u>Source of Information</u>	<u>Type of Information</u>	
	<i>Impersonal</i>	<i>Personal</i>
<i>Commercial</i>	<i>Brochures</i> <i>Guide books</i> <i>Local tourist offices</i> <i>State travel guides</i>	<i>Auto clubs</i> <i>Travel agents</i>
<i>Noncommercial</i>	<i>Magazines</i> <i>Newspaper</i>	<i>Friends or relatives</i> <i>Highway welcome centers</i> <i>Personal experience</i>

Sumber: Fodness & Murray, 1997

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini terdiri dua tahap kegiatan, pra kegiatan dan pelaksanaan kegiatan. Adapun, tahapan tersebut dijabarkan di bawah ini:

- a. *Tahap pertama* kegiatan PKM akan melibatkan metode observasi berupa pengamatan langsung. Pada tahap ini juga akan dilakukan wawancara terhadap pengelola ekowisata.

- b. *Tahap kedua* kegiatan PKM yaitu lokakarya guna menyampaikan informasi penting mengenai aktivitas yang dapat dilakukan di ekowisata dengan audiens pengunjung wisatawan

Tabel 2. Kegiatan pada Tahapan Metode

No	Kegiatan	Deskripsi
Tahap pertama		
1	Konsolidasi Tim PKM	Penyamaan persepsi anggota tim tentang pelaksanaan PKM
2	Observasi Awal PKM	Pelaksanaan observasi awal dengan metode wawancara tentang kebutuhan media informasi
Tahap kedua		
3	Penyusunan Materi dan Instrumen Kegiatan	Penyusunan instrumen dan materi kegiatan berdasarkan hasil observasi awal
4	Pelaksanaan	Pelaksanaan pendampingan media informasi yang menyediakan informasi bagi pengunjung

Sumber: Data Diolah oleh peneliti, 2023

Yayasan Sahabat Alam adalah pengelola Taman Kupu-Kupu Gita Persada Lampung (TKGP). Destinasi ini merupakan taman konservasi kupu-kupu Sumatra terbuka berada di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Latar belakang dukungan terhadap pelestarian kupu-kupu, maka destinasi ini memiliki pasar potensial jika memiliki model eduwisata, dengan target pasar siswa sekolah (Dharma dkk., 2022).

Secara sederhana evaluasi dilakukan sebelum (*pre evaluation*) tahapan kegiatan dilakukan, dan setelah (*post evaluation*) tahapan kegiatan dilakukan. Tujuan *pre evaluation* adalah untuk mengetahui kondisi awal sebelum kegiatan PKM baik materi dan proses stimuli dilakukan. Sedangkan *post evaluation* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan yang terjadi pada media informasi yang disediakan.

Dalam pelaksanaan kegiatan, peserta yang mengikuti kegiatan ini sejumlah 20 orang; dengan latar belakang, terdapat 5 orang (25%) sudah pernah mengunjungi Taman Kupu-Kupu Gita Persada dan 15 orang (75%) belum pernah mengunjungi Taman Kupu-Kupu Gita Persada sebelumnya (kunjungan perdana ketika kegiatan).

PEMBAHASAN

Persiapan kegiatan

Pada tahap pertama ini, tim melakukan konsolidasi internal mengenai hal-hal yang perlu dipersiapkan. Hal tersebut adalah penentuan jadwal dan juga pembagian kerja. Jadwal terkait kunjungan sebelum kegiatan dan juga jadwal pelaksanaan. Pembagian kerja dilakukan berdasarkan kemampuan masing-masing tim.

Pada kunjungan pertama, tim melakukan wawancara dengan pengelola Taman Kupu-Kupu Gita Persada Lampung untuk mengetahui ragam aktivitas dan juga kemungkinan informasi yang dibutuhkan oleh para calon pengunjung dan juga pengunjung di lokasi sebelum beraktivitas.

Dilanjutkan dengan observasi langsung pada lokasi wisata, untuk mendapatkan foto sebagai ilustrasi visual bagi para pengunjung.

Pelaksanaan kegiatan

Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada bulan Juni-Juli 2023. Berdasarkan informasi yang didapat, informasi yang disajikan dapat berupa teks dan gambar. Teks memberikan informasi narasi mengenai: (1) sejarah pendirian, (2) tujuan ekowisata (dalam hal ini tujuan pelestarian kupu-kupu), (3) alamat lokasi dan nomor kontak, dan (4) penjelasan aktivitas wisata. Dalam informasi gambar dapat memuat mengenai *branding* dan ilustrasi kegiatan wisata.



Gambar 2. Ilustrasi rancangan brosur yang akan dibuat
Sumber: Data Diolah oleh peneliti, 2023

Kegiatan ini merupakan program kemitraan antara Yayasan Sahabat Alam Taman Kupu-Kupu Gita Pesada dan Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Lampung. Penjelasan oleh Dr. Nur Efendi dan Dr. Jeni Wulandari terkait pentingnya membangun kerja sama dengan pengelola ekowisata di Provinsi Lampung dan keterlibatan perguruan tinggi dalam pengembangannya. Pengelola Taman Kupu-Kupu Gita Persada, Dr. Herawati Soekardi menjelaskan tentang Taman Kupu-Kupu dan mengenalkan Taman Kupu-Kupu Gita Persada kepada peserta. Dilanjutkan oleh Gita Paramita Djausal, S.IP., M.A.B. yang menjelaskan ekowisata dan pengenalan tentang kupu-kupu, serta pemanfaatan media informasi cetak (*flyer*) dalam kegiatan ini dapat menjadi sumber pengetahuan. Sesi akhir peserta diminta berpartisipasi mengisi *posttest* kegiatan PKM untuk memperoleh umpan balik dari sisi materi, pembicara, dan keseluruhan kegiatan.

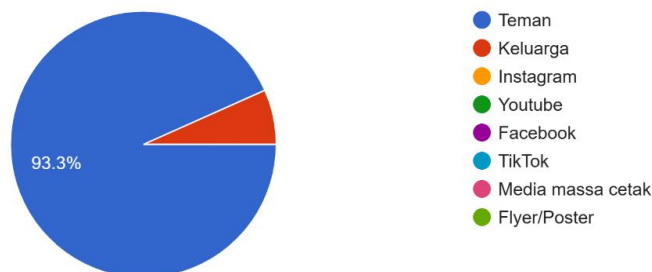


Gambar 3. Penjelasan mengenai ekowisata dan Taman Kupu-Kupu Gita Persada oleh Dr. Herawati Soekardi didampingi Gita Paramita Djausal, M.A.B.

Sumber: Dokumentasi tim, 2023

Berdasarkan pengisian pre-test kegiatan PKM, pertanyaan *anda mendapat informasi tentang Taman Kupu-Kupu Gita Persada berasal dari* diberikan kepada 15 orang pengunjung perdana (*first time visitor*). Diketahui bahwa 93.3% (14 orang) mendapatkan informasi dari teman dan 6.7 % (1 orang) mengetahui dari keluarga. Promosi ialah serangkaian kegiatan untuk mengomunikasikan, memberi pengetahuan dan menyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk (Handayani & Dedi, 2017). Pada perolehan informasi masih berperan pemasaran *word-of-mouth*.

Anda mendapat informasi tentang Taman Kupu-Kupu Gita Persada berasal dari
15 responses



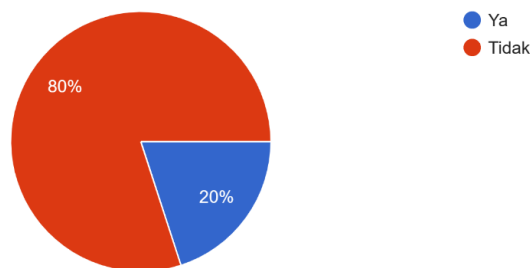
Gambar 4. Hasil pretest mengenai sumber informasi

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti, 2023.

Dari pertanyaan pre-test berikutnya hanya ditanyakan kepada pengunjung pertama, *apakah anda mengetahui yang dapat dilakukan di Taman Kupu-Kupu Gita Persada*, terdapat sebanyak 80% (12 orang) peserta belum mengetahui kegiatan yang akan dilakukan. Namun ada 20% (3 orang) peserta yang sudah mengetahui kegiatan yang akan dilakukan di Taman Kupu-Kupu Gita Persada (ilustrasi pada Gambar 7.). Adapun aktivitas yang dapat dilakukan di area tersebut, mempelajari tentang kupu-kupu, menikmati kupu-kupu (*butterfly watching*), jalan di sekitar area (*jungle tracking/forest bathing*), bermain di *playground*, dan berkumpul dengan teman/keluarga.

Apakah anda mengetahui yang dapat dilakukan di Taman Kupu-Kupu Gita Persada?

15 responses



Gambar 5. Hasil pretest mengenai pengetahuan wisatawan terkait aktivitas.

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti, 2023.

Pertanyaan yang diberikan kepada pengunjung lainnya, *alasan anda mengunjungi kembali Taman Kupu-Kupu Gita Persada*, respon dari para pengunjung adalah karena *tempat sejuk dan asri, ingin melihat kupu-kupu, ingin mengetahui tentang kupu-kupu, ingin liburan dan foto-foto, dan dibujuk teman*. Mereka adalah pengunjung yang sudah pernah datang (*revisit*).

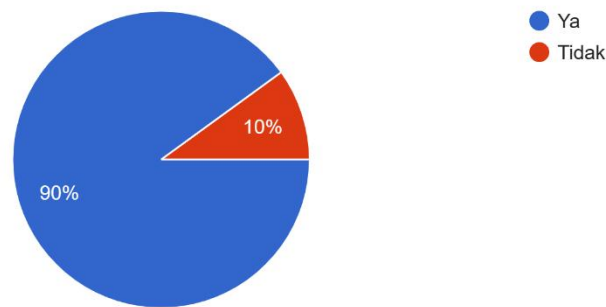


Gambar 6. Flyer cetak

Sumber: Dokumantasi tim, 2023. (Dokumentasi tim, 2023)

Lebih lanjut, pada saat kegiatan berlangsung, peserta (pengunjung) diberikan hasil cetak *flyer* yang telah didesain berdasarkan masukan dan diskusi dari pengelola. Desain dibuat pada media kertas *artpaper* berukuran A5 (21 cm x 14,8 cm) dengan 2 sisi untuk memanfaatkan ruang kertas dan memberikan informasi yang lengkap kepada pengunjung. Berdasarkan pengisian post-test kegiatan PKM 90% peserta memerlukan flyer (versi cetak) untuk mendapatkan informasi tentang tempat ini karena menurut para peserta dengan adanya flyer mereka dapat lebih mudah mendapatkan informasi mulai dari edukasi ekowisata sampai berbagai fasilitas yang disediakan di Taman Kupu-Kupu Gita Persada.

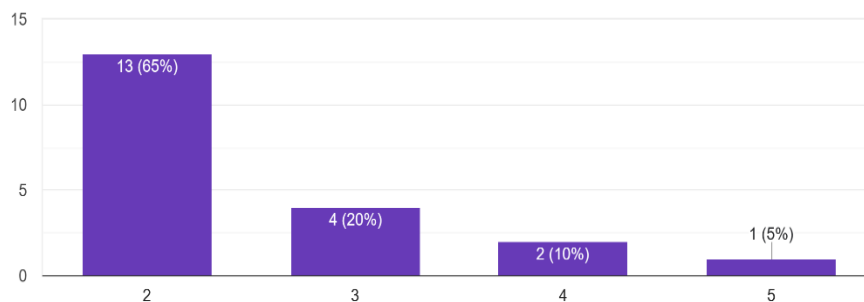
Apakah perlu menyediakan informasi dalam bentuk flyer (versi cetak)?
20 responses



Gambar 7. Hasil Post test keperluan akan flyer
Sumber: Data primer diolah oleh peneliti, 2023.

Dari 20 peserta PKM semuanya menunjukkan 100% setuju bahwa flyer (versi cetak) dapat memberikan informasi tambahan tentang Taman Kupu-Kupu Gita Persada dan para wisatawan pun membutuhkannya. Flyer adalah lembaran yang tercetak secara tunggal (tidak ada lipatan) dan digunakan untuk menarik perhatian publik terhadap sebuah acara, pelayanan, produk ataupun ide. Sehingga untuk seterusnya TKGP akan selalu menyediakan flyer dengan harapan dapat meningkatkan *engagement* masyarakat terhadap taman edukasi ini.

Berapa lama harapan anda durasi kunjungan di Taman Kupu-Kupu Gita Persada setelah menerima informasi dari flyer?
20 responses



Gambar 8. Durasi Kunjungan Taman Kupu-Kupu Gita Persada
Sumber: Data primer diolah oleh peneliti, 2023.

Di akhir kegiatan, respon dari para pengunjung terdapat peningkatan, yang tadinya paling rendah rencana menghabiskan waktu hanya 1 jam, setelah kegiatan terdapat 65% (13 orang) yang berencana menghabiskan waktu 2 jam dan paling lama terdapat 5% (1 orang) yang berencana menghabiskan waktu 5 jam. Hal ini menekankan pentingnya menyediakan informasi terkait daya tarik destinasi wisata, baik informasi secara cetak maupun daring. Lebih lanjut, dalam pengelolaan tujuan wisata, perlu pendampingan lebih lanjut, jika tidak, maka kasusnya sama lagi dengan pelatihan-pelatihan yang sudah pernah ada sebelumnya, seperti hal yang terjadi pada kegiatan yang didampingi oleh tim PKM FEB UP tahun 2017 (Fujianti dkk., 2020).

SIMPULAN

Taman Kupu-Kupu Gita Persada menyediakan lingkungan yang cocok untuk pemeliharaan dan perlindungan berbagai spesies kupu-kupu dan tumbuhan yang menjadi tempat tinggal kupu-kupu. Kesesuaian lingkungan ini mendorong keanekaragaman hayati dan membantu dalam konservasi spesies langka atau terancam punah. Sebagai destinasi ekowisata, Taman Kupu-Kupu Gita Persada memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk belajar tentang kehidupan kupu-kupu, ekosistem, dan pentingnya konservasi. Melalui interaksi langsung dengan kupu-kupu dan lingkungannya, pengunjung menjadi lebih sadar akan pentingnya melestarikan lingkungan. Destinasi ekowisata Taman Kupu-Kupu Gita Persada dapat menjadi model yang efektif dalam menggabungkan pariwisata, konservasi alam, dan partisipasi masyarakat setempat. Melalui pengelolaan yang tepat, taman kupu-kupu ini memiliki potensi untuk memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan, penduduk setempat, dan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buckley, R. (1994). A Framework for Ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 661–669.
- Dharma, F. A., Ardiansyah, S., Susilo, J., Syahputri, A. D., & Susanto, A. I. (2022). Rancang Bangun Wisata Edukasi Telur Asin dengan Pendekatan Sociopreneur. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(1), 39–47.
- Fodness, D., & Murray, B. (1997). Tourist information search. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 503–523. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00009-1)
- Fujianti, L., Nelyumna, Amyulianthy, R., & Mahardiyanti, A. (2020). Peningkatan Keahlian Pembukuan UMKM Kuliner Binaan PT Sinar Sosro Cempaka Putih Jakarta. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(1), 78–88. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i1.1571>
- Handayani, E., & Dedi, M. (2017). Pengaruh Promosi Wisata Bahari dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 7(2), 151–160. <https://doi.org/10.55601/JWEM.V7I2.494>
- Mongabay.co.id. (2016, Desember 30). *PT Pos Abadikan Kupu-kupu Temuan Wallace dalam Prangko Baru*. <https://www.mongabay.co.id/2016/12/30/pt-pos-abadikan-kupu-kupu-temuan-wallace-dalam-prangko-baru/>
- Mulyadi, & Tuzzahara Alkaf, F. (2020). Pemetaan Potensi Ekonomi Berbasis Budaya Usaha Mikro Kecil Menengah Setu Babakan. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 1(2), 71–79. <https://doi.org/10.35814/suluh.v1i2.1148>
- Pe'er, G., & Settele, J. (2008). Butterflies in and for conservation: Trends and Prospects. *Israel Journal of Ecology & Evolution*, 54(1), 7–17. <https://doi.org/10.1560/IJEE.54.1.7>
- Penggie, D. (2013). *Mengenal kupu-kupu*. Pandu Aksara Publishing.
- Pratami, D. K., Saputra, A., Budiati, A., Aulena, D. N., Nafisa, S., & Mulyani, L. (2022). PKM Pengembangan Usaha Desinfektan dan Antiseptik Berbahan Daun Bidara pada Aspek Produksi dan E-Marketing. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.35814/SULUH.V4I1.3512>
- Primadi, R., Simanjuntak, M., & Muflikhati, I. (2021). FAKTOR PENENTU KEPUASAN DAN MINAT KUNJUNG ULANG EKOWISATA. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.1.110>
- Siregar, H., & Jatmiko, AR. (2020). “Agrifun” untuk Keberlangsungan Usaha BUMDes Karangrejo, Kecamatan Borobudur. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 1(2), 59–70. <https://doi.org/10.35814/suluh.v1i2.1027>
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2022). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168–174. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2158