

## ABSTRAK

Desa Wisata Pentingsari dari segi umur masih sangat tergolong muda dibandingkan dengan desa wisata yang lain di Kabupaten Sleman. Desa Wisata Pentingsari berdiri pada awal tahun 2008 dengan menawarkan daya tarik berupa alam pedesaan dan adat istiadat budaya setempat dengan keramah-tamahan penduduknya. Namun demikian, jumlah kunjungan wisatawan ke desa wisata Pentingsari masih mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi pemasaran desa Wisata Pentingsari melalui bauran pemasaran ditinjau dari capacity produk yang ditawarkan, jejaring dengan stakeholder, serta pengembangan produk dan sumber daya manusianya.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik-teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diperlukan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana partisipan tidak diambil secara acak, hal ini dilakukan untuk menyeleksi informasi dari suatu kasus tertentu dan berfokus pada kedalamannya.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukan Desa Wisata Pentingsari untuk meningkatkan kunjungan wisatawan meliputi keunggulan product yang memiliki keindahan alam pedesaan dengan lingkungan yang sejuk, masyarakat yang ramah serta rangkaian kegiatan yang dibuat atraktif antara lain paket wisata live in di desa wisata, outbond, camping, atraksi budaya maupun proses workshop home industri sebagai sebuah produk wisata yang dijual; harga paket wisata di desa wisata pentingsari dinilai lebih murah jika dibandingkan dengan paket wisata kunjungan ke destinasi pariwisata yang lain; lokasi yang mudah dijangkau baik dari pusat Kota Yogyakarta maupun dari Bandara Adi Sucipto dengan kondisi jalan yang beraspal bagus; jangkauan promosi berskala nasional dan global; serta peran pemerintah yang terus mendorong pengembangan desa wisata. Sedangkan hambatan yang ditemukan antara lain : belum standarnya homestay yang digunakan antara satu homestay dengan yang lainnya; belum tersedianya transportasi menuju desa wisata pentingsari dan masih kurangnya rambu-rambu penunjuk arah, jumlah dan kompetensi sumberdaya manusia pengelola desa wisata belum memadai, pengelolaan Desa Wisata bersifat tradisional dan mengandalkan ketokohan dengan administrasi yang belum professional. Rekomendasi dari penelitian ini antara lain : perlunya penyeragaman kualitas homestay meskipun secara bertahap; perlunya adanya diversifikasi harga untuk setiap segmen pasar yang disasar karena setiap segmen memerlukan sumber daya dan pelayanan yang berbeda misalnya wisatawan pelajar, karyawan perusahaan dan wisatawan asing perlu dibedakan tariff dan pelayanannya; perlunya peningkatan kompetensi Sumber Daya Manusia pengelola Desa Wisata dan beralih menggunakan manajemen professional dalam mengelola desa wisata serta peningkatan peran pemerintah dalam mendorong perkembangan desa wisata menjadi salah satu destinasi wisata.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Desa Wisata Pentingsari.

## **ABSTRACT**

*The Pentingsari Tourism village is still young compares with other tourism villages in Sleman Regency. This tourism village which has been founded in the early 2008 offers attractions such as village landscape, cultural tradition and people's hospitality. The number of tourists visiting the Pentingsari Tourism Village, however, has continually increased each year. This study aims to see what the marketing strategy of the Pentingsari Tourism Village is and how it can significantly draw more tourists through the marketing mix of the product capacity offered, the network with its stakeholders, the product development and human resources.*

*This study is a qualitative descriptive study. The data are collected through in-depth interview, observation and documentation. Using the purposive sampling method, which the participants are not randomly selected, it aims to select information from one particular case and sharpen the focus.*

*This study shows that the Pentingsari Tourism Village's marketing strategy to increase tourist visit are the excellent product of its natural beauty of village landscape with cool environment, the people's hospitality and the series of attractive activities offered such as live in tourism village tour package, outbond, camping, cultural attraction, home industry workshop; the prices of tour packages that relatively lower compares with the prices of other destination tour packages; the ease of access with a good asphalted road either from downtown Yogyakarta or from the AdiSucipto airport; a broad marketing coverage, nationally and globally; and also the support of the government that encourages the development of tourism village. However, some obstacles are found, which are no standard of homestay is implemented yet; transportation to the Pentingsari Tourism Village is not yet available; lack of signage; lack of the number of human resources in managing the tourism village and they are still incompetent in running a professional management and business administration and still depends on the village's strong figure.*

*Therefore, this study recommends that it needs a quality standard of homestay, which can be developed gradually; a price diversification for every target market i.e. students, employees, foreign tourists, for each of them needs different resources and services, and therefore the price and service should be made differently; a capacity building of human resources in managing the tourism village professionally; and the increase of government's role in encouraging the development of tourism village as one of tourism destinations.*

*Keywords : marketing strategy, the pentingsari tourism village.*