

## **LAMPIRAN**

### **LAMPIRAN 1**

Pedoman wawancara wisata Taman Mahoni

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan wisata Taman Mahoni?
2. Apa yang ditawarkan wisata ini kepada pengunjung?
3. Bagaimana strategi harga/biaya yang dilakukan dalam menarik kunjungan wisatawan?
4. Bagaimana posisi lokasi dan akses jalan dari wisata Taman Mahoni?
5. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan?

Pedoman wawancara untuk pengunjung wisata Taman Mahoni

1. Apa yang ada lihat dari tempat ini dan darimana anda mengetahui?
2. Bagaimana dengan harga yang di terapkan pada Taman Mahoni ini secara keseluruhan?
3. Bagaimana menurut anda posisi dan akses untuk sampai ke Taman Mahoni?
4. Bagaimana upaya promosi dari Taman Mahoni yang ada ketahui?

## LAMPIRAN 2

Transkrip hasil dengan Ketua karangtaruna Desa Kendal

Nama Informan : Bagus Rillo

Jabatan : Ketua Karangtaruna

Umur : 27 tahun

Hari : Minggu, 5 Juli 2020

- 1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan wisata Taman Mahoni?**

“Ya kami melakukan penjualan wisata ini dengan melakukan promosi melalui media sosial dan dari mulut kemulut. Kita tidak ada strategi khusus ya paling memberitahu secara jelas apa yang kita tawarkan, biaya yang tidak begitu besar, tempat yang pastinya nyaman karena ini adalah sebagai kawasan bahagia, kita ingin setiap orang yang datang kesini benar-benar bahagia ketika disini maupun sesudah dari sini dan promosi yang selalu kita lakukan melalui media sosial desa yang mencakup taman mahoni ini serta dari mulut ke mulut ketika kita bertemu dengan seseorang yang belum tau tentang wisata yang kami punya, ya syukur-syukur bukan Cuma didengarkan tapi, mereka benar-benar datang.”
- 2. Apa yang ditawarkan wisata ini kepada pengunjung?**

“Taman mahonia adalah produk wisata yang menawarkan kebahagiaan ketika sudah masuk di dalamnya, dengan sebutan kawasan bahagia yang mencakup tiga tempat, ruang Sudut Baca, Taman Expresi dan Taman Mahoni yang semuanya ada pada satu area yang saling bersebelahan. Yang berbeda dari wisata ini dengan yang lain yaitu, Taman Mahoni ini memang tempat wisata pada umumnya tapi bisa juga untuk sekedar ngopi dengan memesan menu di cafe literasi sambil membaca buku yang di gratiskan untuk semua pengunjung. Kemudian tempat yang sejuk dengan rindangnya pohon mahoni yang berseblahan langsung dengan Bengawan Solo, *free* biaya parkir, ada outbound untuk semua usia, gazebo jumbo, pemandangan sunset dan *motor cross* pada hari Jumat sore. Dan saya rasa itu salah satu hal yang mampu menjadi daya tarik tersendiri untuk pengunjung datang kemari karena kita punya sesuatu yang berbeda dari yang lain. Cuman kita belum ada seragam aja biar terlihat sedikit berkelas.”
- 3. Bagaimana strategi harga/biaya yang dilakukan dalam menarik kunjungan wisatawan?**

“Kami menentukan harga juga melihat ekonomi masyarakat pedesaan, kami memberikan harga yang relatif lebih murah juga sebagai upaya untuk menarik pengunjung supaya mau datang kemari. Kalau kita patok dengan harga mahal malah tidak ada yang datang, ya menyesuaikan dengan apa yang kami tawarkan dan melihat kemungkinan rata-rata ekonomi calon pengunjung juga.”

**4. Bagaimana posisi lokasi dan akses jalan dari wisata Taman Mahoni?**

“Taman ini memang berada pada tempat yang strategis, mudah diakses oleh segala macam kendaraan umum akses jalan untuk menuju kesinipun terbilang baik baik saja. Sebagian ada yang cor dan aspal. Kami brani untuk membuka tempat wisata ini juga karena melihat lokasi dan jalan yang memang sudah memadai namun tidak mulus, ada beberapa yang berlubang. Lokasinya juga dekat dengan pemukiman warga. Dan lahan parkir yang cukup luas dengan memanfaatkan tanggul dan lahan kosong yang ada di sebelah taman.”

**5. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan?**

“Kalau untuk promosi wisata ini kami melakukan dari mulut-kemulut sama media sosial. Kalo dari mulut-kemulutnya ya pas kami lagi ngopi lalu bertemu orang baru, sambil ngobrol kami sisipi informasi tentang wisata kami. Kami menyampaikannya mengalir saja, tidak terlalu detail dikhawatirkan yang mendengar bosan. Atau ketika ada kerabat yang datang dari luar daerah, biasanya langsung saja kita ajak untuk melihat wisatannya. Nah, dari situ nanti kan mereka akan menyampaikan apa yang mereka tau dari wisata ini ke teman-temannya. Lalu untuk promosi pada media, Taman Mahoni belum memiliki media sendiri. Jadi, ketika promosi yang memuat ya media Desa Kendal. Kan Taman Mahoni ini juga di kelola BUMDES bukan milik swasta, jadi tidak masalah menggunakan media desa sebagai sarana promosi. Meskipun kami menggunakan media desa tetap banyak pengunjung yang datang karena media promosi ini. Terutama pada media sosial facebook sebab, sebagian besar ibu-ibu yang suka melihat dan berkomentar seputar postingan kami. Akhirnya datang kemari sambil ngajak keluarganya.”

### LAMPIRAN 3

Transkrip hasil dengan admin media sosial Desa Kendal

Nama Informan : Ludi Ifranda

Jabatan : Ketua Karangtaruna

Umur : 34 tahun

Hari : Minggu, 5 Juli 2020

- 1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan wisata Taman Mahoni?**

“Untuk Wisata Taman mahoni, komunikasi yang kami bangun adalah pemasaran tempat wisata ini dengan melakukan promosi yang kami muat pada media sosial. Kami berharap dari sini banyak pengguna media sosial yang tau sehingga mampu meningkatkan pengunjung meskipun tidak langsung banyak. Disilain kami juga sampaikan kepada teman kami tentang wisata ini, biasaya pas ngopi bareng teman teman alumni. Kami mengenalkan wisata ini sebagai produk wisata yang menawarkan tempat yang nyaman, harga yang terjangkau dan posisi yang mudah dijangkau pula, kan tempat ini ada di sisi kiri jalan utama kalau dari arah timur. Untuk pengunjung sendiri selalu naik ya dari waktu ke waktu, dalam sehari saja kadang pengunjung bisa sampai 250 Orang kalau dilihat dari jumlah pendapatan jukir yang sempat ada beberapa hari lalu karena kami sendiri tidak ada rekap harian pengunjung.”
- 2. Apa yang ditawarkan wisata ini kepada pengunjung?**

“Taman Mahoni adalah tempat wisata yang menawarkan wisata yang murah, ndeso rasa kutho. Ada outbound seperti *flying fox*, *wall climbing* dan jembatan gantung untuk anak dan dewasa, ada persewaan ATV untu dewasa dan anak juga, kemudian ada café literasinya sambil pesan juga bisa baca buku yang di sediakan gratis, pemandangan Bengawan Solo yang bisa di gunakan untuk spot foto saat menjelang *sunset*. Tentunya hal demikian ini tidak banyak dimiliki tempat wisata yang ada di pedasaan lainya. Ditaman ini juga untuk biaya masuknya gratis. Hal ini sebagai upaya untuk promosi guna menarik pengunjung, dan kami belum tau sampai kapan akan tetap digratiskan untuk biaya parkir dan toilet umumnya. Kami rasa tempat wisata ini berbeda dengan yang lain, dan menjadikan pengunjung semakin ramai berdatangan.”
- 3. Bagaimana strategi harga/biaya yang dilakukan dalam menarik kunjungan wisatawan?**

“ kami memberikan harga yang sesuai dengan identitas kawasan ini yaitu kawasan bahagia. Jangan sampai ada pengunjung yang tidak bahagia ketika sudah sampai di tempat ini, apalagi mikir biaya, kan biaya sudah kita bikin cukup merakyat, bahkan masuk saja gratis, mau ke toilet juga seikhlasnya, parkir juga tidak pasti. Kalaupun ada yang narik parkir juga cuma 2000 saja. Untuk wahana yang ada seperti outbound Cuma ditarif 10.000 saja dan diperuntukan semua usia, lalu ATV juga Mulai 5.000-10.000 terus menu yang ada di *café* literasi mulai dari 3.000. Apa yang kami berikan ini juga sebagai upaya agar pengunjung loyal dan mampu menarik pengunjung lebih banyak lagi. Lebih penting dari itu, supaya mereka merasakan kenyamanan dari yang kami tawarkan berupa wisata yang menyenangkan.”

**4. Bagaimana posisi lokasi dan akses jalan dari wisata Taman Mahoni?**

“Untuk soal lokasi kita tidak merencanakan untuk menggunakan tempat ini sebagai tempat wisata pada awalnya. Tapi, karena tempat ini sering digunakan untuk hal yang tidak benar akhirnya kami bersihkan dan kami kembangkan untuk menjadi tempat wisata. Memang benar lokasi ini sangat strategi, mudah dijagau dan akses untuk sampai pada tempat ini juga tergolong mudah. Lokasi yang kami tempati sebagai Taman Mahoni ini sangat menguntungkan dimana lokasi yang memang memiliki banyak kelebihan dimata pengunjung. Dengan dengan pedesaan, akses jalan mudah dan tempat wisata yang bersebelahan langsung dengan Bengawan Solo yang Membuat nuansa Taman Semakin indah dan sejuk.”

**5. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan?**

“Promosi yang kami lakukan sangat mempertimbangkan banyak unsur seperti: grafis, pemilihan kata, momen, dan pesan yang kami bangun ini informatif atau tidak. Karena keberhasilan dari promosi dalam membujuk sehingga mereka tertarik tidak terlepas dari itu tadi. Misalkan semuanya sudah bagus kecuali, grafis/desain promosinya yang melihat bisa berpresepsi bahwa apa yang kami sampaikan juga biasa-biasa saja. Kami sendiri memiliki 4 media yang kami pakai untuk sarana promosi, seperti facebook, instagram, youtube dan blog. Dan yang paling dominan mendapat respon itu facebook, kalau lagi aktif ya langsung saya balas kalo ada pesan/komentar yang masuk. Cuma untuk jam pastinya kapan kita aktif dan off masih belum terjadwal. Tapi dalam sehari saya biasanya mengirim satu sampai tiga postingan, ya supaya pengguna media sosial selalu bisa memantau tentang sesuatu yang ada di Desa Kami salah satunya Taman Mahoni ini. Kami juga tidak hanya menggunakan media sosial sebagai upaya promosi, kami juga

mempromosikan lewat souvenir baju dan menyampaikan secara langsung apa yang desa Kendal punya kepada setiap orang yang belum tau kendaldan mau untuk mendengarkan. Dari kedua upaya promosi tersebut saya rasa seimbang dalam mengajak orang untuk mau berkunjung ke Kendal. karena Desa Kendal sendiri sudah banyak yang mengenal sejak di banggunya Bendung Gerak Babat yang menghubungkan Desa Kendal dengan Desa Simorejo.”

## LAMPIRAN 4

Transkrip hasil dengan pengunjung wisata Taman Mahoni

Nama Informan : Ida

Umur : 37 tahun

Hari : Minggu, 5 Juli 2020

**1. Apa yang ada lihat dari tempat ini dan darimana anda mengetahui?**

“ iya mas, ini itu tempat wisata yang menyenangkan dan sejuk didalamnya. Iya soalnya ini kan juga bersebelahan sama bengawan solo jadi anginnya sejuk. Tempat ini menurut saya tempat wisata yang sekaligus bisa jadi tempat edukasi untuk anak-anak kami, lebih mengenal alam dengan outboundnya dan buku-buku yang di sediakan sebagai edukasi literasi sejak dini. Wisata ini berbeda dengan wisata yang lain, saya sendiri tertarik datang karena memang bagus dan akseng untuk menuju kesini juga mudah.”

**2. Bagaimana dengan harga yang di diterapkan pada Taman Mahoni ini secara keseluruhan?**

“saya juga kaget awalnya kok gratis gitu ya untuk masuknya, padahal sudah bagus wisatanya. Wahana yang di tawarkan juga sangat memahami kantong. Makanan dan wahana yang di sediakan juga relatife murah. Menurut saya wisata ini sangat menarik, lain waktu saya akan kesini lagi dan merekomndasikan kepada teman-teman yang lain kalo ada tempat wisata yang memberikan ruang yang luas, nyaman dengan gratis masuknya.”

**3. Bagaimana menurut anda posisi dan akses untuk sampai ke Taman Mahoni?**

“ Tempat ini sangat mudah diakses mas, tempatnya juga disebelah jalan utama persis. Tidak susah untuk bisa sampai ke sini, bahkan untuk jalannyapun bis saja bisa masuk. Iya dengan kemudahan akses dan lokasi seperti initentunya memberikan kemudahan untuk siapapu yang mau berkunjung ke taman ini. Arean parkir yang di sediakan juga luas, cukup menampung banyak orang. Hanya saja parkirannya sisi timur ini tempat parkirnya panas, tidak ada penutup atasnya.”

**4. Bagaimana upaya promosi dari Taman Mahoni yang ada ketahui?**

“Yang saya tau itu dari facebook, karena saya pengguna facebook dan mengikuti media sosial kendalifornia milik Desa Kendal. Saya sendiri memang sering melintasi daerah Kendal sini dan baru tau dari media sosial kalau Desa Kendal Punya wisata Taman Mahoni. Saya lihat di facebook itu

keliatanya bagus akhirnya saya kesini dan ini yang keduakalinya saya kesini. Untuk media promosi dari facebook saya akui bagus gambar yang di tampilkan dan pesannya itu sangat mudah sekali untuk dipahami. Orang lain juga pasti akan tertarik datang kesini kalau sudah melihat postingan yang di unggah oleh facebook Kendalifornia.”



## Lampiran 5

Foto Kepala Desa Kendal



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2020

## Lampiran 6

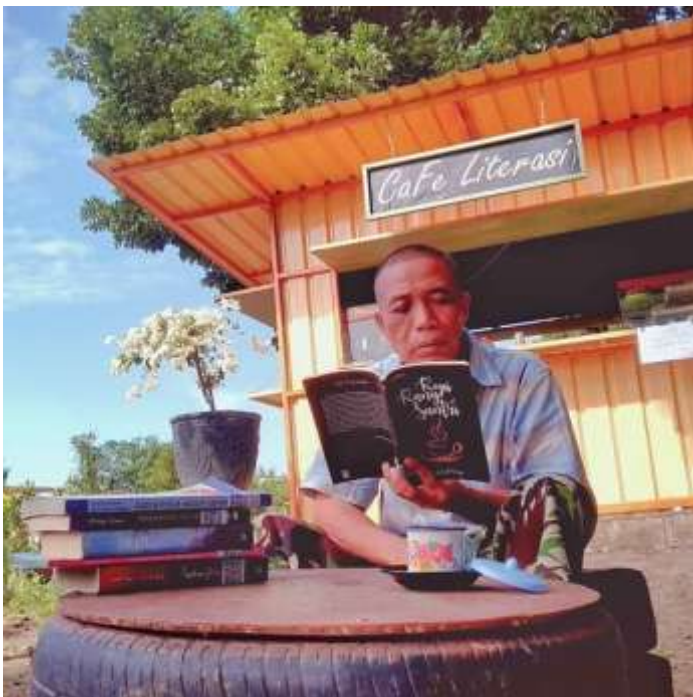
Jalan Poros Desa Kendal menuju Taman Mahoni



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2020

## Lampiran 7

### Café Literasi di Taman Mahoni



Sumber: dokumentasi peneliti dan Ludi Ifranda 2020

## Lampiran 8

### *Outbound* Taman Mahoni



Sumber: Dokumentasi peneliti 2020

## Lampiran 9

ATV dan *sunset* di Taman Mahoni



Sumber: Dokumentasi peneliti 2020