

Open Trip Sebagai Upaya Pengenalan dan Promosi Potensi Wisata Desa Pengadangan

Lingga Raditya Rahman^{1*}, Mesi Anggraini², Nia Azhari³

^{1,2,3} Universitas Hamzanwadi, Jl. Cut Nyak Dien No.85, Pancor, Kec. Selong, Kabupaten Lombok Timur, NTB.

E-mail: Dullganteng22@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7383>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 01 Jul 2026

Revised: 07 Jul 2026

Accepted: 13 Jul 2026

Kata Kunci:

Desa Pengadangan,
Wisata Alam, Open
Trip, Promosi Wisata.

Keywords:

Pengadangan
Village, Natural
Tourism, Open Trip,
Tourism Promotion.

ABSTRACT

Desa pengadangan memiliki beragam potensi wisata, mulai wisata alam, wisata buatan, hingga wisata budaya. Namun demikian, wisata alam di desa ini kurang menonjol dibandingkan wisata budayanya yang sangat kental dan lebih dikenal masyarakat luas. Kondisi tersebut menyebabkan potensi alam desa pengadangan belum tergali dan terpromosikan secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan potensi wisata alam desa pengadangan melalui program open trip sebagai strategi promosi wisata berbasis komunitas. Program ini dirancang untuk menyuguhkan destinasi alam yang ada di desa agar lebih dikenal oleh wisatawan. Pendekatan yang dilakukan adalah kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi target pasar wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah mengikuti dan mengetahui informasi program open trip, mayoritas responden menyatakan lebih memahami keberadaan wisata alam di desa pengadangan. Selain itu, responden juga menunjukkan ketertarikan yang tinggi untuk mengikuti program open trip yang dipromosikan. Hal ini mengindikasikan bahwa open trip efektif sebagai media pengenalan dan peningkatan minat wisata terhadap potensi alam desa.

Pengadangan village has various tourism potential, including natural, artificial, and cultural attractions. However, its natural tourism has received less attention compared to its rich cultural heritage, which is more widely recognized by the public. As a result the village's natural tourism potential has not been fully explored or effectively promoted. This study aims to introduce the natural tourism potential of Pengadangan village through an Open Trip program as a Community-Based Tourism promotion strategy. The program was designed to showcase the village's natural attractions and increase their visibility among tourists. This research employed a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to respondents representing the target tourism market. The results indicate that after participating in and learning about the Open Trip program, most respondents had a better understanding of the natural tourism potential of Pengadangan village. In addition, respondents showed a high level of interest in joining the promoted Open Trip program. These findings suggest that the Open Trip program is an effective medium for introducing tourism destinations and increasing tourists' interest in the village's natural attraction.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Lingga Raditya Rahman, et al. (2026), Open Trip Sebagai Upaya Pengenalan dan Promosi Potensi Wisata Desa Pengadangan, 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7383>

PENDAHULUAN

Perkembangan Desa Pengadangan terletak di Kecamatan Pringgasela yang begitu kaya akan potensi alam, budaya dan sejarahnya. Desa ini memiliki luas 84,53 km², jumlah penduduk 11,854 jiwa. Desa pengadangan ini juga merupakan bagian dari kawasan Taman Nasional Gunung Rinjani (TNGR).

Desa Pengadangan adalah salah satu desa yang terkenal dengan adat budayanya yang begitu sangat kental, setiap adat kebudayaan dilakukan dengan sangat sakral oleh seluruh lapisan masyarakat

pengadangan. Ada banyak sekali adat budaya yang masih di lestarikan oleh masyarakat Desa Pengadangan yaitu ada Metu Telu dan masih banyak sekali acara-acara yang khusus memperkenalkan budaya salah satunya festival pesona budaya di Desa Pengadangan. Dengan begitu Desa Pengadangan terkenal dengan adat budaya daripada wisata nya, padahal banyak sekali destinasi wisata di pengadangan yang belum banyak orang ketahui. Keindahan alam yang masih begitu alami sangat cocok menjadi tujuan destinasi wisatawan luar. Oleh karena itu perlu ada pengambilan solusi berupa pengembangan pariwisata budaya yang menerapkan prinsip keberlanjutan dan mendorong partisipasi masyarakat dalam mengembangkan Desa Pengadangan sebagai Desa Wisata (Ikang Murapi, 2022). Kurangnya promosi dari pengelola wisata-wisata yang ada di desa pengadangan juga menjadi alasan wisata disini tidak terlihat oleh orang luar, sementara para wisatawan lebih tertarik ke wisata yang sedang viral.

Maka dari itu kami dari KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang berada di Desa Pengadangan mencoba memperkenalkan dan mempromosikan wisata-wisata yang ada di Desa Pengadangan melalui program 'Open Trip'. Pada *open trip* ini kami menawarkan kegiatan camping bersama dan keliling ke spot destinasi wisata yang masih alami. Open trip sendiri adalah kegiatan perjalanan kelompok dalam satu tim. Rudiana (dalam Agmasari, 2018) mendefinisikan *open trip* sebagai perjalanan wisata gabungan, wisatawan dari latar belakang berbeda bergabung dalam satu rombongan untuk membagi biaya transportasi, akomodasi dan konsumsi. Hal ini menekan pengeluaran sehingga perjalanan menjadi lebih ekonomis.

Dari program kerja ini kami berharap wisata yang ada di Desa Pengadangan bisa dilihat oleh orang luar dan bisa berkelanjutan untuk Desa Pengadangan.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei atau kuesioner untuk pengumpulan data yang di perlukan. Responden pada penelitian ini adalah para wisatawan yang datang berwisata ke Desa Pengadangan dan mahasiswa mahasiswi. Responden yang dipilih tersebut sesuai dengan kebutuhan untuk memperoleh data yang valid.

Penelitian dilakukan di Desa Pengadangan ini karena destinasi wisata yang ada disini masih terbilang baru dan belum berkembang sehingga banyak wisatawan yang datang untuk tujuan berwisata. Studi Matzler et al. (2020) mengatakan bahwa fokus pada lokasi yang spesifik menghasilkan data yang lebih relevan untuk pengembangan pemasaran wisata tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data Demografis Responden Berdasarkan Usia

Tabel 1. Data Demografis Responden

No.	Usia Responden	Persentase (%)
1.	18 tahun	15 %
2.	20 tahun	34,9 %
3.	22 tahun	22,8%
4.	24 tahun	27,3%

Berdasarkan hasil dari data di atas, mayoritas responden memiliki rentang usia 20 tahun dengan persentase 35,8%, usia 24 tahun memiliki persentase 27,3%, usia 22 tahun memiliki persentase 22,8%, dan usia 18 tahun memiliki persentase 15%. Dari data di atas menunjukkan bahwa responden berada di usia produktif yang merupakan target dari promosi potensi wisata berbasis *open trip*.

Data Persentase Minat Wisatawan Mengikuti Open Trip di Desa Pengadangan

Tabel 2. Data Persentase Minat Wisatawan

No	Tingkat minat	Persentase (%)
1	Tidak berminat	2,0
2	Sedikit berminat	21,8
3	Berminat	67,3
4	Sangat berminat	9,9

Dari sisi minat berwisata, sebagian besar responden menyatakan berminat untuk mengunjungi desa pengadangan dengan persentase 67,%, sedangkan 9,9% menyatakan sangat berminat. Responden yang sedikit berminat sebesar 21,8%, dan hanya 2% yang menyatakan tidak berminat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa desa pengadangan memiliki daya tarik wisata yang cukup tinggi sehingga berpotensi dikembangkan sebagai destinasi wisata melalui program Open trip, dengan dukungan promosi yang lebih intensif serta pengembangan fasilitas dan paket wisata yang menarik..

Data Biaya Pelaksanaan Paket Open Trip Mempengaruhi Minat Wisatawan

Tabel 3. Data Biaya Mempengaruhi Minat Wisatawan

No	Pilihan Responden	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0,0%
2	Tidak setuju	9,9 %
3	Setuju	55,4%
4	Sangat Setuju	35,7%

Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden menganggap biaya sebagai salah satu hal yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan dalam mengikuti kegiatan open trip. Hal ini ditunjukkan dengan data diatas, yaitu 55,4% jumlah responden menyatakan setuju dan 34,7% menyatakan sangat setuju. Sementara itu 9,9% responden tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa biaya memang menjadi faktor penting dalam memilih Open Trip ..

Pembahasan

Mengapa Open Trip Menarik Bagi Wisatawan

Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa tingkat minat wisatawan terhadap kegiatan Open trip di desa Pengadangan tergolong tinggi. Tingginya minat wisatawan juga di pengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, pada kegiatan Open Trip ini menawarkan pengalaman yang berbeda karena peserta ikut terlibat dalam segala hal seperti membangun tenda bersama, menyiapkan makan malam bersama, dan ikut dalam setiap kegiatan di alam terbuka. Aktivitas inilah yang menjadi pembeda dan menciptakan rasa kekeluargaan dan rasa kebersamaan. Kedua, keindahan alam Desa Pengadangan dan cuaca yang sejuk menjadi daya tarik utama, serta suasana pedesaan yang masih asri sangat cocok untuk tempat rekreasi. Ketiga, Wisatawan saat ini cenderung mencari pengalaman yang edukatif dan autentik, sehingga Open Trip tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memperkenalkan budaya lokal yang ada di Desa Pengadangan. Oleh karena itu kegiatan Open Trip ini memiliki nilai tambah dibandingkan wisata yang hanya berfokus pada hiburan dan rekreasi semata.

Pengalaman Wisatawan Selama Mengikuti Open Trip

Dari tingginya minat tersebut juga terlihat dari program Open Trip yang sudah dilaksanakan sesuai dengan rancangan yang sudah kami buat dan diminati sebagian wisatawan lokal. Selama kegiatan berlangsung, peserta diajak menikmati berbagai aktivitas seperti camping, mengunjungi air terjun semporonan dan sungai air seleong, grill, live musik, serta membuat api unggun saat malam hari. Pengalaman tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengenal potensi wisata alam desa Pengadangan secara langsung sehingga tujuan program sebagai media promosi wisata dapat tercapai. Dan pelaksanaan kegiatan Open Trip ini sebagian besar peserta memperoleh pengalaman yang positif, salah satu pengalaman yang paling berkesan adalah kegiatan mendirikan tenda bersama, dimana kegiatan ini menjadi hal baru bagi sebagian peserta yang belum pernah camping. Kegiatan makan malam bersama juga memberikan pengalaman yang positif karena menambah nilai sosial dan kebersamaan. Selain itu peserta juga menikmati keindahan alam sekitar, pemandangan city light sangat indah dari ketinggian.

Pengaruh Biaya terhadap Minat Wisatawan

Selain itu biaya adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan seseorang mengikuti kegiatan Open Trip. Dari hasil kuesioner diatas menunjukkan bahwa sebesar 55,4% mengatakan setuju bahwa tarif biaya sangat mempengaruhi minat wisatawan dan sebesar 35,7% menyatakan sangat setuju. Dan oleh karena itu, pada pelaksanaan program Open Trip Explore Pengadangan, tarif yang dikenakan sebesar Rp.250.000,00 per 3-5 orang. Tarif tersebut telah mencakup seluruh kebutuhan peserta, seperti transportasi pulang-pergi, konsumsi, perlengkapan camping, dokumentasi, serta berbagai aktivitas lainnya yang telah disusun dalam program ini. Dengan begitu, peserta hanya perlu hadir di titik kemudahan sekaligus nilai yang sebanding dengan fasilitas dan pengalaman yang diperoleh oleh wisatawan yang mengikuti program Open Trip ini.

Meskipun demikian, masih terdapat sebagian responden yang mempertimbangkan biaya transportasi menuju lokasi, biaya konsumsi tambahan, maupun perlengkapan pribadi. Oleh karena itu harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan peserta sekaligus memperbesar kemungkinan mereka untuk mengikuti kegiatan Open Trip dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain.

Kendala Dalam Pelaksanaan Open Trip

Selama pelaksanaan kegiatan terdapat beberapa kendala yang di alami. Pertama, akses jalan. Akses jalan yang belum memenuhi standar menjadi salah satu kendala menuju titik lokasi, dan lampu penerangan jalan masih perlu di tingkatkan agar mampu memberikan kenyamanan untuk wisatawan yang datang. Kedua, promosi wisata masih sangat terbatas sehingga informasi mengenai Open Trip belum terjangkau oleh wisatawan luar.

SIMPULAN

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa program Open Trip merupakan salah satu strategi yang efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan potensi wisata alam Desa Pengadangan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki minat yang tinggi untuk mengikuti kegiatan Open Trip, dengan 67,3% responden menyatakan berminat dan 9,9% menyatakan sangat berminat. Hal ini menunjukkan bahwa konsep wisata berbasis pengalaman melalui kegiatan camping, eksplorasi destinasi alam, serta interaksi dengan budaya lokal mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap Desa Pengadangan. Selain itu, biaya juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam mengikuti program Open Trip. Sebagian besar responden menyatakan bahwa harga yang terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan menjadi pertimbangan utama dalam memilih paket wisata. Oleh karena itu, penyusunan paket wisata yang menarik dengan harga yang kompetitif perlu terus dipertahankan agar mampu menarik lebih banyak wisatawan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperhatikan, seperti kondisi akses jalan menuju lokasi wisata yang belum optimal serta promosi yang masih terbatas. Perbaikan infrastruktur dan perluasan strategi promosi melalui media digital maupun kerja sama dengan berbagai pihak diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan wisata Desa Pengadangan. Secara keseluruhan, program Open Trip tidak hanya berhasil memperkenalkan potensi wisata alam Desa Pengadangan kepada masyarakat, tetapi juga memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai salah satu program wisata berkelanjutan yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan serta memberikan dampak positif bagi perekonomian dan pengembangan pariwisata desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada ibu bapak dosen dalam bimbingan, arahan, dan masukan yang telah di berikan selama ini. Terima kasih kepada semua teman-teman yang telah memberikan dukungannya selama penulisan artikel ini yang sudah menjadi tempat untuk berdiskusi terkait tentang artikel ini. Terima kasih untuk Artikel ini tidak akan erwujud tanpa bantuan dari banyak pihak. Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

REFERENSI

- Alfurizqi, S. M. P., & Aji, G. G. (2025). Motif wisatawan pengguna jasa open trip travel (Studi fenomenologi pada Generasi Z Urban). *The Commercium*, 9(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/72072>
- Amri, A. I. S., Hamdiah, H., Utami, F. N., Beatrice, A., & Auliah, S. R. (2025). Penerapan strategi paket open trip dan kualitas pelayanan jasa dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen PT. Romi Tour and Travel sebagai agen biro perjalanan wisata. *Manajerial dan Bisnis Tanjungpinang*, 8(2). <https://journal.stie-pembangunan.ac.id/index.php/manajerial/id/article/view/2539>
- Gunandar, K. J. (2026). Peran emosi dan kepraktisan dalam video promosi open trip terhadap keputusan pemesanan Generasi Z. *Design Spectrum*, 1(2). <https://doi.org/10.28932/ds.v1i2.13856>
- Handayani, I., & Hairunnisa. (2023). Analisis manajemen komunikasi Kapal Pesut Etam untuk promosi wisata Kota Samarinda. *Media Bina Ilmiah*, 17(12). <https://doi.org/10.33758/mbi.v17i12.557>

- Haryani, A., & Rimenda, T. (2025). Pengaruh involvement dan electronic word of mouth (e-WOM) terhadap minat Generasi Z memilih open trip saat berwisata. Prosiding Seminar Nasional Inovasi Vokasi. <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/sniv/article/view/373>
- Hasan, A., Hamdiah, H., Utami, F. N., Beatrice, A., & Auliah, S. R. (2025). Peran media sosial (digital influence) dalam pembentukan preferensi wisatawan antara open trip dan solo trip (Studi kasus Wisata Kepulauan Seribu). *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*. <https://jiip.stkipyapisdompou.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/6929>
- Rachman, S. U., & Rusli, M. S. (2023). Pengaruh ekuitas merek dan norma subjektif terhadap niat menggunakan jasa open trip dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. *Jurnalku*, 3(1), 14-22. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i1.364>
- Safitri, R. E., & Jati, R. P. (2026). Optimalisasi peran kreator konten dalam promosi wisata Umbul Kemanten melalui Instagram. *KENDURI: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.62159/kenduri.v6i1.2079>
- Widowati, L., Hastuti, N. H., & Rizqi, F. M. (2024). Strategi komunikasi dalam meningkatkan partisipasi peserta (Studi kasus open trip Seduluran Selawase Adventure dalam pendakian Gunung Lawu). *Solidaritas*, 8(2). <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/11471>