

Abstrak

Berangkat dari prinsip ‘give more’ Bapak Alm. Soewarso Pawaka berdirilah tempat wisata durian ini, dimana ingin menunjukkan bahwa durian memiliki banyak manfaat dan segala sesuatu yang dikerjakan dengan keseriusan akan diperoleh hasil yang bagus pula. Tempat wisata durian ini memiliki lahan kebun seluas 9 (Sembilan) hektar dengan 900 lebih pohon durian yang terdiri dari 19 jenis buah durian dari 7 varietas durian unggulan, baik dari jenis durian lokal maupun luar, seperti durian Monthong, Petruk, Lay, Sunan, Si Mas dan durian Tembaga.

Penulis juga melakukan kunjungan ke Warso Farm ini secara periodik selama sebulan pada hari kerja dan hari libur. Didapati bahwa pengunjung yang datang pada hari kerja hanya sekitar 30-40 orang dan pada hari libur sekitar 60-90 orang. Data observasi ini mendukung data wawancara diatas dimana wisatawan yang datang dalam sebulan sekitar 2000 orang saja. Pengunjung yang datang belum sesuai dengan target yang diharapkan sehingga faktor penjunjung yang tidak sesuai berpengaruh terhadap pembelian durian di tempat wisata ini. Keunikan yang disebutkan oleh pengelola Warso Farm ini adalah koleksi pohon yang tiap hari berbuah dan *free pass*, pengunjung hanya perlu membayar durian yang dibeli atau makanan yang dibeli di Warso Farm. Tempat ini juga menyediakan olahan durian, jika pengunjung kurang menyukai rasanya bisa *request* ingin yang seperti apa dan pihak Warso Farm akan membuat seperti yang diinginkan pengunjung, makanan sunda juga disediakan bagi pengunjung yang kurang tertarik dengan durian.

Kata kunci: Perancangan, Promosi, Penjualan, Meningkatkan Pengunjung.