

Analisis Faktor-faktor Untuk Peningkatan jumlah Pengunjung di Wisata Koptan Ori Green Sendang Tulungagung

Analysis of Factors for Increasing the Number of Visitors in the Koptan Ori Green Tour in Sendang Tulungagung

Marlena, Dilla Candra Ardini Kristiyaningrum

cahayoe.n42@gmail.com

eminarni944@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung

Abstrak

Industri pariwisata saat ini di berbagai negara berkembang sangat pesat. Tentunya hal ini berpengaruh khususnya bidang ekonomi diantaranya adalah pendapatan masyarakat serta kesempatan kerja. Penelitian berfokus pada pengelolaan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung dan Program Pariwisata yang pernah diadakan di Wisata Koptan Ori Green. Menggunakan metode kualitatif, penduduk/pedagang di sekitar lokasi wisata, dan pengunjung sebagai subyek penelitian. Menggunakan sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data melalui observasi, tanya jawab juga dokumentasi.

Dari penelitian dapat di ketahui pengelolaan objek wisata oleh Koperasi Tani Jasa Tirta dan telah memenuhi Prosedur Standar Operasional, tersedianya tenaga *Lifeguard* juga Asuransi Kecelakaan. Pengelolaan wisata ini berdasarkan konsep Sapta Pesona Pariwisata. Mempunyai delapan sentra bisnis berupa penjualan tiket, tiket jasa parkir, kios kuliner, kios oleh-oleh, penyewaan wahana permainan, penyewaan ban dan pelampung, penitipan jasa loker dan jasa angkutan wisata sehingga dapat dikatakan obyek wisata ini memiliki peran yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat serta membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekutar lokasi wisata.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Peningkatan Jumlah Pengunjung, Ori Green Sendang

Abstraction

The very rapid development of the tourism industry in various countries is currently the main sector. Of course this has an effect, especially in the economic sector, including community income and job opportunities. The research focuses on managing marketing strategies in an effort to increase the number of visitors and the Tourism Program that has been held at Koptan Ori Green Tourism.

Using qualitative methods, residents / traders around tourist sites, and visitors as research subjects. Using primary and secondary data sources. Methods of

data collection through observation, question and answer as well as documentation.

From the research it can be seen that this tour is managed by the Jasa Tirta Farmer Cooperative and has met Standard Operational Procedures, the availability of Lifeguard personnel as well as Accident Insurance for visitors. This tourism management is based on the concept of Sapta Pesona Pariwisata. Has eight business centers in the form of ticket sales, parking service tickets, culinary stalls, souvenir stalls, rental of game rides, rental of tires and buoys, locker services and tourist transportation services, so it can be said that these attractions have a very important role for the welfare of the community. as well as opening jobs for residents around tourist sites.

Keywords : Marketing Strategy, Increasing the Number of Visitors, Ori Green Sendang

PENDAHULUAN

Pemerintah menetapkan pariwisata sebagai zona prioritas dalam pembangunan. Sangat di perlukan upaya pengembangan produk kepariwisataan demi memantapkan pertumbuhan pariwisata serta mendukung pencapaian sasaran pembangunan.

Tidak hanya pemerintah, warga masyarakat juga menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan potensi pariwisata, karena pada dasarnya pilar pariwisata itu terdiri dari pemerintah, swasta dan masyarakat, yang sering disebut tiga pilar utama pariwisata.

Jika pemerintah sudah menerbitkan kebijakan tentang pengembangan sektor pariwisata, pihak swasta secara professional menyediakan jasa pelayanan bagi pengembangan pariwisata tersebut, maka tugas masyarakat harus selalu memberikan motivasi kesadaran tentang pentingnya pariwisata serta menciptakan kreatifitas sehingga melahirkan bermacam kreasi dan mengundang ketertarikan untuk mengunjungi wisata tersebut.

Kabupaten Tulungagung memiliki obyek pariwisata yang tidak sedikit. Salah satunya terdapat di Kecamatan Sendang memiliki potensi wisata yang masih baru berkembang yaitu Wisata Koptan Ori *Green*. Berupa wisata alam, air dan edukasi dilekungan gunung wilis dengan tema wisata modern, memadukan wisata air serta wahana *modern game* untuk memudahkan pengunjung menikmati nuansa alam, praktek berolahraga, serta event yang lain.

Fasilitas yang sudah disediakan seperti, permainan air, kolam renang anak-anak dan dewasa, mainan anak-anak, taman pendidikan, gazebo, hall, pendopo, outlet makanan, tempat ibadah, jaringan internet gratis dan fasilitas kesehatan.

Obyek pariwisata ini dikelola oleh Koperasi Petani Desa Sendang, sebagai pengembangan dari usaha yang sudah dimiliki sebelumnya. Masyarakat lokal diharapkan juga dapat berperan aktif, sehingga akan berdampak pada pendapatan masyarakat dan kesempatan kerja yang juga

dapat dikatakan sebagai salah satu cara untuk mengatasi pengangguran.

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk membahas tentang Pengelolaan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung serta menganalisis program pariwisata yang pernah diterapkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Wisata yaitu kegiatan perjalanan baik secara perorangan maupun kelompok yang mendatangi suatu tempat bertujuan rekreasi, pengembangan pribadi juga mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi pada jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai jenis aktifitas wisata dan didukung bermacam fasilitas juga layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah. (Indonesia, 2009)

Menurut G.A Schmoll “*tourism is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function type organization, range of service provided an method used to market and sell them*” (usaha turisme itu tergolong industri yang dibedakan atas tipe-tipe, besarnya, tempatnya yang tersebar, dan luasnya pelayanannya). (Schmoll, 1977)

Kesimpulannya bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan atau perjalanan manusia yang sifatnya untuk sementara waktu yang dilakukan berdasarkan kehendaknya sendiri, dengan tujuan bukan untuk berusaha, bekerja atau menghasilkan uang, akan tetapi untuk melihat atau menikmati

suatu obyek yang tidak didapatkannya dari asal tempat tinggalnya.

Tujuan Pariwisata

Beberapa tujuan pariwisata, antara lain:

1. Keinginan bersantai
2. Keinginan mencari suasana lain
3. Memenuhi rasa ingin tahu
4. Keinginan berpetualang
5. Keinginan mencari kepuasan

(Ridwan & Aini, 2019)

Bagian-bagian Pariwisata

Pariwisata memiliki beberapa bagian/ unsur yang terdiri dari :

1. Politik pemerintahan
2. Kesempatan berbelanja
3. Promosi
4. Harga
5. Pengangkutan/Transportasi
6. Akomodasi
7. Atraksi
8. Jarak dan waktu
9. Sifat ramah tamah wisatawan

Menurut (Utama & SE, 2015) unsur perusahaan yang termasuk dalam industri pariwisata, adalah: travel agent, perusahaan transportasi, usaha akomodasi, restoran (jasa boga), travel and Travel Services, souvenirshop (Cenderamata), perusahaan-perusahaan yang akan berkaitan dengan aktivitas wisatawan seperti tempat menjual dan mencetak film, kamera, kartu pos, penukaran uang, bank dan lain-lain.

Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata dapat dikelompokkan menurut objek yang menjadi daya tariknya, yaitu:

1. Pariwisata budaya
2. Pariwisata kesehatan
3. Pariwisata olahraga
4. Pariwisata komersial
5. Pariwisata industri,
6. Pariwisata politik
7. Pariwisata konvensi (Wibowo, 2008)

Pengelolaan Sektor Pariwisata

Berkonsep Sapta Pesona yang berarti perwujudan situasi kebersamaan berbagai pihak guna terciptanya lingkungan alam, budaya luhur bangsa, sehingga terkait dengan dukungan serta peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif. Program Sapta Pesona yang dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia pada tahun 1989 dengan Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor:KM.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona sebagai payung tindakan Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan. Kita harus menciptakan suasana indah dan mempesona, dimana saja dan kapan saja. Khususnya ditempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dan pada waktu melayani wisatawan. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman, wisatawan akan betah tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya dan

memberikan kenangan indah dalam hidupnya.

METODE PENELITIAN

Wisata Koptan Ori Green sebagai obyek penelitian dengan teknik observasi, *interview indepth* serta dokumentasi (Emzir & Pd, 2012) kemudian menganalisa melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Huberman & Miles, 2002).

Validitas Temuan

Untuk mendapatkan data yang valid, maka yang harus dilakukan yaitu:

1. Triangulasi, melakukan pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.
2. Perpanjangan Keikutsertaan penelitian agar terjadi peningkatan derajat kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan.
3. Intensitas Pengamatan untuk menemukan unsur-unsur dalam suasana yang relevan dengan permasalahan.
4. Memakai Referensi /materi pendukung guna membuktikan data yang ditemukan.

PEMBAHASAN

Pengelolaan Strategi Pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung pada wisata Koptan Ori Green.

Mengelola mempunyai arti mengendalikan bermacam sumber daya untuk mencapai sasaran. Obyek dan daya

tarik wisata umumnya terdiri dari hayati dan non hayati, dimana masing-masing membutuhkan pengelolaan berdasarkan kualitas dan kuantitas obyek wisata tersebut. Berikut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Rizal Lukman selaku sub. Kepala Bagian Pemasaran, mengenai pengelolaan wisata ini dan strategi pemasaran yang diterapkan, beliau mengatakan bahwa :

“Wisata ini merupakan wisata buatan yang dikelola oleh Koptan Jasa Tirta tanpa adanya campur tangan dari pemerintah sedikitpun. Juga merupakan pengembangan usaha sebelumnya berupa produksi susu, air mineral dan swalayan. Jadi dananya di dapatkan dari perputaran hasil usaha sebelumnya serta di tunjang dengan modal anggota koperasi juga investasi karyawan. Untuk strategi pemasaran (marketing) kami menggunakan metode atau jenis pemasaran direct selling dan internet marketing dimana direct selling itu kita mendatangi sekolah-sekolah di wilayah Tulungagung, Trenggalek dan Kediri mulai dari PAUD sampai Sekolah Menengah Atas. Untuk internet marketing kita memanfaatkan facebook dan instagram untuk promosi terlebih lagi dengan memanfaatkan akun-akun seluruh karyawan KOPTAN dengan mewajibkan mengupload tentang obyek wisata Koptan Ori Green minimal seminggu sekali”

Wawancara dengan Ibu Muslikah selaku masyarakat, mengenai masalah pengelolaan apakah ada campur tangan dengan masyarakat, yaitu :

“Untuk masalah pengelolaan masyarakat tidak ikut campur, tetapi dampak adanya wisata ini cukup menguntungkan masyarakat mulai dari mengurangi pengangguran, dan menambah penghasilan masyarakat sekitar”

Setiap obyek wisata pasti memiliki kelebihan untuk menarik perhatian wisatawan. Berikut hasil wawancara yang dilakukan dengan Candra selaku pengunjung dari Kediri :

“Menurut saya tempat sangat menyenangkan karena dikelilingi oleh persawahan dan sungai alami. Fasilitas yang disediakan juga lumayan banyak dilihat dari taman yang ada, kolam renangnya juga enak. Untuk kulinernya disini juga termasuk standart dan murah, tidak seperti wisata lainnya selalu mahal. Jadi dengan tiket Rp 15.000 termasuk cukup terjangkau jika dilihat dari fasilitas-fasilitas yang disediakan. Kemudian untuk kekurangannya belum ditemukan makanan khas desa ini dan jalannya sebagian masih rusak”

Hal serupa juga dijelaskan oleh Rizal Lukman selaku Sub. Kepala Bagian Pemasaran, mengenai kelebihan wisata ini yaitu :

“Kelebihannya disini banyak, seperti: 1) Suasana pegunungan masih jarang ditemukan di daerah wisata sekabupaten Tulungagung, udara masih terjaga, tanaman-tanaman masih banyak karena obyek wisata ini dikelilingi oleh persawahan dan sungai alami. 2) Tiket masuk obyek wisata ini tergolong murah dengan macam-macam fasilitas yang ditawarkan, terlebih lagi saat masuk diberikan air mineral dan susu segar produksi olahan Koptan itu sendiri. 3) Sentra bisnis seperti kios-kios kuliner yang ada dilokasi obyek wisata Koptan Ori Green dapat dikategorikan murah atau dapat dikatakan harganya terjangkau, jika

dibandingkan dengan obyek wisata lainnya.
4) Walaupun wisata yang baru saja berkembang tapi di obyek wisata ini fasilitasnya juga cukup memadai seperti tersediannya tempat ibadah, toilet, wifi, dll”

Adapun pendapat dari masyarakat sekitar mengenai kelebihan dan kekurangan wisata ini, yaitu wawancara dengan Ibu Suswati pedagang (masyarakat) :

“Kelebihannya wisata ini masih bernuansa alam yang sangat asri dan sejuk. Nuansa alam seperti pada wisata ini kan masih jarang ya ditemukan. Untuk kekurangannya fasilitasnya perlu ditambah lagi.”

Selanjutnya ditambahkan pendapat dari Desi selaku pengunjung asal Kedungwaru :

“Kelebihan wisata ini menurut saya sejuk, nyaman, jarang ditemukan di wisata lain seperti sungai-sungai, persawahan dan tanaman-tanaman yang nyegerin. Untuk kekurangannya menurut saya spot fotonya kurang banyak, dan wahana- wahana mainan banyak untuk anak kecil saja.”

Wawancara dengan Afifatul selaku pengunjung dari Desa Majan, Kedungwaru mengenai kondisi serta pemeliharaan sarana dan prasarana pada obyek wisata Koptan Ori Green, adalah sebagai berikut :

“Disini sarana dan prasarananya cukup lengkap mulai dari toilet, ruang ganti dan ada musholanya juga. Untuk pemeliharannya cukup terawat juga, kamar mandinya bersih. Makanan – makanannya juga cukup banyak.”

Adapun masalah regulasi dalam pengelolaan obyek wisata Koptan Ori

Green, yang telah dijelaskan Rizal Lukman selaku karyawan, sebagai berikut:

“Sudah sesuai dengan regulasi. Pariwisata ini sudah mematuhi undang-undang pariwisata yang berlaku dan melalui perizinan pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga sudah berdasarkan prinsip Sapta Pesona Pariwisata.”

Berikutnya terkait pengelolaan wisata berdasarkan Konsep Sapta Pesona dipaparkan oleh Bapak Rizal Lukman selaku Sub. Kepala Bagian Pemasaran yaitu sebagai berikut:

“Untuk konsep ini kan terdiri dari tujuh unsur, begini cara penerapannya: 1) Aman yaitu tersedianya security jadi untuk pencurian selama ini belum pernah terjadi, sedangkan untuk barang yang jatuh atau anak yang lepas dari pengawasan orang tuanya disini nantinya akan diumumkan, karena sudah tersedia operator wisata, disini juga sudah tersedia *lifeguard* (pengawas kolam) yang bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kecelakaan pengunjung pada saat berenang ataupun yang berada disekitar kolam renang 2) Tertib yaitu disini menerapkan budaya antri ya walaupun kadang masih suka desak-desakan saat pengunjung ramai, untuk kedepannya akan dipasang palang pintu agar pengunjung dapat dengan tertib melaksanakan budaya antri dan tidak berdesak- desakan. Kemudian pada saat masuk ke dalam wisata terdapat petugas pengecekan barang serta pengunjung dilarang membawa makanan saat masuk lokasi dan dilarang makan disekitar area kolam renang. Karena dikhawatirkan makanan yang jatuh disekitar kolam renang akan menyebabkan perubahan pada kondisi air di kolam renang. Boleh membawa makan tetapi harus dimakan di tempat makan pengunjung yaitu diluar

lokasi wisata. 3) Bersih yaitu dengan disediakan banyak tempat sampah. Selain itu juga disediakan petugas kebersihan khusus. 4) Sejuk yaitu dengan disajikannya nuansa alami persawahan, sungai alami, dan taman edukasi maka pengunjung dapat merasa sejuk dan nyaman. Selanjutnya pada saat menikmati suasana alam yang menyegarkan disediakan juga gazebo-gazebo agar pengunjung dapat bersantai.

5) Indah yaitu disini terdapat nuansa alam yang indah, perawatan taman edukasi, tanaman-tanaman masih segar dan alami. Terdapat berbagai macam fasilitas-fasilitas yang menarik, ada berbagai macam kuliner, serta sarana dan prasarana yang memadai. 6) Ramah dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pengunjung yang nantinya akan memberikan minat kunjungan ulang dan selalu berlaku sabar serta memberikan senyuman. 7) Kenangan adapun cara yang dilakukan yaitu dengan memberikan berbagai kenyamanan kepada pengunjung seperti tersedianya berbagai fasilitas, nuansa alami yang menyejukkan dan pelayanan yang memuaskan hal ini akan memberikan memori yang berkesan kepada pengunjung.”

Untuk masalah kendala dalam pengelolaan obyek wisata Koptan Ori Green juga di paparkan oleh Bapak Rizal Lukman selaku Sub. Ketua Bagian Pemasaran yaitu sebagai berikut :

“Untuk saat ini kendalanya terkait dana untuk mengembangkan obyek wisata ini, dan juga masalah akses jalan karena saat ini kemampuan Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta masih sebatas itu sedangkan wisata ini sudah dapat dikatakan terkenal dikalangan masyarakat tetapi karena akses jalan sebagian masih ada yang rusak jadi apabila kedatangan bus-bus besar yang banyak dan ketika ramai pengunjung belum

bisa menampung semuanya. Padahal sudah banyak yang telepon untuk memesan tiket.”

Program pariwisata yang pernah diadakan di Wisata Koptan Ori Green Sendang Tulungagung

Dengan adanya pengelolaan strategi pemasaran pariwisata guna meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan maka secara langsung dan tidak langsung akan menggerakkan wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Koptan Ori Green karena adanya beberapa tawaran menarik atau program menarik yang diadakan obyek wisata Koptan Ori Green guna menarik minat pengunjung atau wisatawan asing maupun lokal. Program pariwisata yang diadakan cukup terbilang umum dan wajar dikalangan tempat wisata sekabupaten Tulungagung. Jadi dengan adanya program pariwisata yang diadakan di obyek wisata Koptan Ori Green sangat membantu peningkatan jumlah pengunjung di tempat wisata ini.

Bapak Rizal Lukman selaku Kepala Bagian Pemasaran mengenai program pariwisata apa saja yang diadakan di obyek wisata Koptan Ori Green, mengatakan beberapa hal sebagai berikut :

“Ada beberapa program pariwisata di obyek wisata Koptan Ori Green ini diantaranya 1) Setiap rombongan beranggotakan 25 orang akan diberikan free 2 tiket masuk wisata dan program tersebut berlaku kelipatan. 2) Ada juga program pariwisata paketan outbound berupa edukasi dan fun game untuk semua kalangan mulai dari siswa sekolah sampai outbound keluarga atau instansi seperti pegawai puskesmas dll. 3) Kemudian ada juga

program paket Gathering acara keluarga dan reuni dengan menawarkan beberapa fasilitas atau paket lengkap mulai dari tiket masuk, catering, sound system dan sewa tempat atau lokasi acara.”

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Joko Handono selaku masyarakat yang menjadi petugas kebersihan di obyek wisata Koptan Ori Green mengenai program pariwisata apakah sudah cukup atau perlu di perluas lagi dan beliau memaparkan bahwa :

“Sebenarnya program pariwisata yang diadakan sudah sesuai tetapi akan lebih bagus jika terus bernovasi dan diperluas lagi agar wisatawan lebih tertarik untuk berkunjung.”

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Narti selaku masyarakat sekitar, mengenai bagaimana pendapat tentang program pariwisata yang sudah diterapkan apakah menarik atau kurang menarik, beliau memaparkan bahwa :

“program yang saat ini sudah diterapkan sangat menarik dan beragam akan tetapi lebih bagus lagi kalau ditambah agar lebih menarik”

Berikutnya Ibu Suswati selaku pedagang didalam lokasi wisata juga memaparkan bahwa :

“mengenai program pariwisata yang sudah diterapkan itu sudah sangat bagus dan beragam serta menurut saya sangat menarik karena tidak semua tempat wisata menerapkan program demikian.”

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Lusiani selaku

pengunjung dari Karangrejo mengenai program pariwisata yang sudah diterapkan apakah menarik atau kurang menarik, beliau menjelaskan bahwa

“Menurut saya program yang sudah diterapkan sangat menarik dan macam-macam seperti outbound dan melayani acara gathering atau reuni keluarga yang berupa paketan itu sangat membantu dan menjadi solusi terbaik ketika kami ingin memesan tempat beserta makanannya.”

Program pariwisata memang sangat penting dan membantu dalam peningkatan jumlah pengunjung berkat fasilitas serta paketan yang ditawarkan. Semakin menarik suatu program atau paketan yang ditawarkan maka pengunjung juga akan tertarik untuk memboking tempat atau salah satu program yang ditawarkan.

Analisis Pengelolaan Strategi Pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung pada wisata Koptan Ori Green.

Wisata Ori Green dikelola oleh Koperasi Petani Jasa Tirta tanpa adanya campur tangan dari pemerintah. Permodalan wisata ini berasal dari dana perputaran Koperasi dari perkembangan usaha sebelumnya berupa produksi susu, air mineral dan swalayan. Selain itu modal wisata ini berasal dari hasil akumulasi dana karyawan dan anggota koperasi yang menginvestasikan dananya. Untuk masalah regulasi dalam pengelolaan wisata ini yaitu

sudah sesuai dengan aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah. Konsep *sapta pesona* pariwisata yang diterapkan di lokasi wisata ini adalah sebagai berikut:

1. Aman

Tersedia lima *security* dan satu komandan untuk menjaga keamanan lingkungan obyek wisata. Untuk masalah terjadinya pencurian pada wisata Koptan Ori *Green* belum pernah terjadi. Sedangkan untuk barang yang jatuh atau anak yang lepas dari pengawasan orang tuanya disini nantinya akan diumumkan, karena di wisata ini sudah tersedia operator wisata.

Kemudian untuk keamanan kolam renang disini juga tersedia lima *lifeguard* (pengawas kolam) yang bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kecelakaan pengunjung pada saat berenang ataupun yang berada disekitar kolam renang.

2. Tertib

Pada obyek wisata Koptan Ori *Green* untuk masalah ketertiban yaitu disini menerapkan budaya antri pada saat akan memasuki lokasi pariwisata, untuk kedepannya akan dipasang palang pintu agar pengunjung dapat dengan tertib melaksanakan budaya antri tidak berdesak-desakan. Kemudian pada saat masuk ke dalam wisata terdapat petugas pengecekan barang yang bertugas untuk

memeriksa barang bawaan pengunjung untuk menjamin ketertiban pada lokasi wisata. Pada wisata Koptan Ori *Green* pengunjung dilarang membawa makanan saat masuk lokasi dan dilarang makan disekitar area kolam renang. Karena dikhawatirkan makanan yang jatuh disekitar kolam renang akan menyebabkan perubahan pada kondisi air di kolam renang. Boleh membawa makanan tetapi harus dimakan di tempat makan pengunjung yang sudah disediakan yaitu diluar lokasi untuk menjaga kebersihan obyek wisata ini.

3. Bersih

Wisata Koptan Ori *Green* ini menerapkan konsep bersih dengan cara menyediakan banyak tempat sampah di setiap sudut lokasi wisata dan juga tersedia enam petugas khusus kebersihan yang bertugas untuk merawat dan membersihkan lingkungan tempat wisata. Terlebih pengunjung juga tidak diperbolehkan membawa makanan saat masuk lokasi wisata. Dengan diterapkannya konsep bersih diharapkan pengunjung dapat mematuhi peraturan untuk membuang sampah pada tempatnya agar tidak mengotori lingkungan sekitar.

4. Sejuk

Pada wisata Koptan Ori *Green* menyediakan nuansa alami persawahan,

sungai alami, dan taman edukasi maka pengunjung dapat merasa nyaman dan sejuk. Selanjutnya pada saat menikmati suasana alam yang menyegarkan disediakan juga gazebo-gazebo agar pengunjung dapat bersantai. Disini juga sudah tersedia petugas teknik taman yang bertugas untuk merawat tanaman di Koptan Ori *Green* agar selalu segar dan terawat.

5. Indah

Pada wisata Koptan Ori Green terdapat nuansa alam yang indah, perawatan taman edukasi, tanaman-tanaman masih segar dan alami. Terdapat berbagai macam fasilitas-fasilitas yang menarik, ada berbagai macam kuliner, wahana permainan serta sarana dan prasarana yang memadai.

Dengan tersedianya petugas kebersihan, *threatment* kolam, teknik taman, penjaga wahana wisata dan petugas yang lainnya, wisata Koptan Ori *Green* ini dapat lebih terawat dan indah untuk dipandang.

6. Ramah

Wisata Koptan Ori *Green* menerapkan prinsip ramah dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pengunjung yang nantinya akan memberikan minat kunjungan ulang dan selalu berlaku sabar serta selalu memberikan senyuman kepada pengunjung yang datang.

Seluruh petugas disini diharuskan untuk bersikap ramah dan memberikan pengarahan kepada pengunjung. Sikap ramah ini mulai dari pelayanan pada saat pengunjung membeli tiket masuk, pada saat parkir, masuk lokasi wisata, penyewaan wahana permainan, dan lain lain.

7. Kenangan

Agar terciptanya memori yang berkesan bagi pengunjung, adapun cara yang dilakukan yaitu dengan memberikan berbagai kenyamanan kepada pengunjung seperti tersedianya berbagai fasilitas, nuansa alami yang menyejukan dan pelayanan yang memuaskan hal ini akan memberikan memori yang berkesan kepada pengunjung. Selanjutnya disini juga terdapat kios penjualan oleh-oleh seperti kaos Ori *Green*, maka hal ini dapat memberikan kenangan kepada pengunjung dan minat pengunjung untuk kembali lagi berwisata.

Berdasarkan pemaparan yang ada maka dapat diketahui bahwa kelebihan dari obyek wisata Ori *Green* ini sangat banyak seperti harga tiket yang terjangkau yaitu Rp 15.000 dan mendapatkan fasilitas saat masuk yaitu berupa susu cup serta satu gelas air mineral. Pemandangan yang ada di wisata ini juga masih sangat asri, sejuk dan alami. Disini juga dikelilingi oleh persawahan dan

sungai alami yang jarang ditemukan di wisata lain pada umumnya. Cara yang dilakukan untuk menjadikan wisata ini tetap menarik yaitu dengan cara menambah fasilitas, meningkatkan pelayanan dan sarana prasarana. Selain itu dalam hal pengelolaan pasti terdapat suatu kendala yaitu kendala terkait dengan pengembangan yang masih butuh dana besar dan juga akses jalan yang sebagian belum memadai. Tetapi wisata Koptan Ori *Green* akan tetap memberikan yang terbaik untuk pengunjung. Terkait dengan solusi dana wisata Koptan Ori *Green* ini menyarankan karyawannya untuk berinvestasi. Kemudian untuk masalah jalan solusi wisata Koptan Ori *Green* ini yaitu dengan cara memperbaiki akses jalan sedikit demi sedikit.

Cara yang digunakan oleh pihak pengelola untuk memasarkan wisata Koptan Ori *Green* ini juga sangat berperan bagi kelangsungan kegiatan wisata tersebut. Adapun strategi pemasarannya yaitu:

Memasarkan obyek wisata melalui sosial media, seperti facebook, instagram, website dan youtube. Menghubungi beberapa chanel yang memiliki komunitas dan berusaha memasuki komunitas tersebut agar masyarakat luas dapat mengetahui obyek wisata tersebut dari mulut ke mulut.

Mendatangi kantor-kantor atau instansi-instansi untuk mengenalkan wisata Koptan Ori *Green* dan membagikan brosur. Lewat stasiun radio yang memiliki program memasarkan obyek wisata di Kabupaten Tulungagung, dan lewat stasiun televisi. Memberikan brosur kepada pembeli di Swalayan milik Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta. Memberikan penawaran kepada pengunjung apabila membeli tiket lebih dari 25 maka akan mendapatkan potongan harga.

Analisis Program pariwisata yang pernah diadakan di Wisata Ori Green Sendang Tulungagung

Program pariwisata yang pernah diadakan di wisata Ori *Green* memiliki dampak positif terhadap pengunjung, adapun program tersebut meliputi:

Terdapat beberapa Program pariwisata pariwisata yang di tawarkan, diantaranya:

1. Setiap rombongan beranggotakan 25 orang akan diberikan free 2 tiket masuk wisata dan program tersebut berlaku kelipatan.
2. Ada juga program pariwisata paketan outbound berupa edukasi dan fun game untuk semua kalangan mulai dari siswa sekolah sampai outbound keluarga atau instansi seperti pegawai puskesmas dll.
3. Kemudian ada juga program paket Gathering acara keluarga dan reuni dengan menawarkan beberapa fasilitas

atau paket lengkap mulai dari tiket masuk, catering, sound system dan sewa tempat atau lokasi acara.

Beberapa pendapat dari para pengunjung mengenai program Koptan Ori Green ini, program dikatakan menarik dan beragam serta ditambah program berupa paket yang sangat membantu dan menjadi solusi terbaik ketika ingin memesan tempat dan makanannya.

Ke depan, di harapkan bisa berkembang pesat terutama untuk fasilitas-fasilitas yang di tambah, peluang kerja baru, tetap menonjolkan nuansa alami yang tidak dimiliki oleh wisata lainnya serta berharap pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat membantu kegiatan wisata ini atau lebih tepatnya kerjasama.

PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Wisata Ori *Green* ini dikelola oleh Koperasi Petani Jasa Tirta berdasarkan *Standart Operasional Prosedur* (SOP), menyediakan tenaga *Lifeguard* dan Asuransi Kecelakaan sesuai prinsip Sapta Pesona Pariwisata yang terdiri dari aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan.
- b. Sektor pariwisata ini berperan sangat penting dalam peningkatan ekonomi masyarakat serta

kesempatan kerja seperti menjadi karyawan, membuka bisnis baik didalam obyek wisata maupun diluar sekitar obyek wisata, dan ikut serta dalam membantu kegiatan parkir saat pengunjung ramai. Selain itu program pariwisata yang diterapkan di Wisata Koptan *Ori Green* sangatlah penting guna pengembangan bisnis tersebut. Maka dari itu di terapkannya program free tiket, paket outbond, juga paket gathering acara sangat membantu berjalannya bisnis pariwisata. Banyaknya inovasi program pariwisata menambah daya tarik pengunjung untuk datang ke Wisata Koptan *Ori Green*.

2. Saran

- a. Diharapkan untuk kedepannya ada penambahan fasilitas-fasilitas lagi seperti penambahan wahana permainan, penambahan spot foto, penambahan sarana- prasarana, dan meningkatkan mutu pelayanan.
- b. Terus mengembangkan inovasi baru dan digali lagi kuliner khas Desa Sendang seperti kuliner tradisonal, kopi arabika dan makanan olahan dari susu. Agar pengunjung lebih berkesan setelah datang ke obyek wisata Koptan Ori *Green*.

- c. Selanjutnya saran terkait dengan peningkatan pendapatan masyarakat dan kesempatan kerja yaitu dengan adanya penambahan peluang kerja dan penambahan bisnis pada wisata ini.
- d. Diharapkan kepada pihak pemerintah atau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata agar memperbaiki akses jalan menuju lokasi wisata sebab sangat disayangkan wisata sebegitu memiliki akses jalan masuk yang rusak.

DAFTAR PUSTAKA

- Emzir, M., & Pd, M. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis data*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Huberman, M., & Miles, M. B. (2002). *The qualitative researcher's companion*. Sage.
- Indonesia, R. (2009). Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Lembaran Negara RI Tahun, 4966*.
- Ridwan, M., & Aini, W. (2019). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Deepublish.
- Schmoll, G. A. (1977). *Tourism promotion: Marketing background, promotion techniques and promotion planning methods*. Tourism International Press.
- Utama, I. G. B. R., & SE, M. A. (2015). *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish.
- Wibowo, L. A. (2008). *Usaha Jasa Pariwisata*. Universitas Pendidikan Indonesia.