

Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang

Evi Rusvitasari¹, Agus Solikhin²

¹Mahasiswa, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

²Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

ABSTRAK

Obyek Wisata Umbul Sidomukti adalah obyek wisata alam yang mempunyai daya tarik dan potensi yang luar biasa bagus, namun dalam mengembangkan objek tersebut perlu adanya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola untuk mengenalkan objek wisata tersebut agar wisatawan tertarik untuk mengunjungi obyek wisata Umbul Sidomukti. Berdasarkan hal tersebut penulis merumuskan masalah yaitu (1) Faktor yang membuat wisatawan belum mengetahui obyek wisata alam Umbul Sidomukti, (2) Faktor yang menjadi penghambat wisatawan untuk berkunjung ke obyek, (3) Untuk mengetahui strategi apa saja yang sudah dilakukan oleh pihak pengelola. Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Sidomukti, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Penulisan laporan ini disajikan dengan cara metode deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran berbagai informasi yang berhubungan dengan strategi pengelola untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Hasil pembahasan, penelitian ini bahwa (1) Pihak pengelola obyek baru mempromosikan objek wisata ini di area Semarang, (2) Selain kurangnya promosi ternyata yang menjadi faktor penghambat wisatawan adalah faktor jalan, (3) Mengetahui strategi yang sudah dilakukan oleh pengelola. Melalui hasil analisis data yang diolah dalam pembahasan dapat disimpulkan bahwa objek wisata alam Umbul Sidomukti memiliki daya tarik dan potensi yang besar untuk menjadi obyek wisata alam yang menyajikan keindahan alam serta fasilitas yang sudah disediakan oleh pihak pengelola mampu bersaing dengan obyek wisata alam lainnya.

Kata Kunci: Strategi, Kunjungan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata menurut Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar (2000: 46-47) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut: Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk

memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Telah kita ketahui bersama bahwa negara kita memiliki beraneka ragam wisata dan budaya yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, mulai dari tempat wisata dan obyek wisata yang kaya akan keindahan wisata alam, taman wisata, taman budaya dan wisata kulinernya, banyak orang menyebutkan Indonesia adalah surga dunia yang memiliki banyak keanekaragaman wisata yang begitu indah dan memiliki khas di mana tiap daerahnya memiliki kebudayaan yang berbeda. Secara umum pariwisata dipandang sebagai sektor yang

dapat mendorong dan meningkatkan kegiatan pembangunan, membuka lapangan usaha meningkatkan pendapatan masyarakat setempat serta dapat meningkatkan pendapatan asli daerah.

Pariwisata Indonesia merupakan sektor ekonomi penting. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2010, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 7 juta lebih atau tumbuh sebesar 10,74% dibandingkan tahun sebelumnya, dan menyumbangkan devisa bagi negara sebesar 7.603,45 juta dolar Amerika Serikat. Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata Indonesia. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis, 17.508 pulau yang 6.000 diantaranya tidak dihuni, serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa.

Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mempertimbangkan hal tersebut maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan obyek wisata Indonesia. Para pelaku pariwisata mulai melakukan tindakan pengembangan dengan penelitian, observasi terhadap objek-objek wisata di Indonesia. Langkah tersebut dilakukan guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada pada setiap objek untuk kemudian mencari solusinya. Langkah lainnya adalah promosi dengan media cetak, elektronik, maupun multimedia agar masyarakat juga mengetahui akan keberadaan obyek-objek tersebut dan turut

berpartisipasi dalam pengembangannya (Salah Wahab, 1997).

Dengan diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004, UU No.33 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah. Dunia kepariwisataan harus mulai meninggalkan perencanaan jangka pendek dan harus mampu melihat dalam perspektif jangka panjang dengan memperhitungkan segala pengaruh yang mungkin akan timbul dan berpengaruh terhadap dunia kepariwisataan. Pariwisata Indonesia pada dasawarsa ini mulai menunjukkan perkembangan dan pertumbuhan menjadi sebuah industri yang berdiri sendiri. Namun yang masih harus diperhatikan bersama bahwa sampai sejauh ini kesadaran dan pengertian tentang pariwisata belum menyentuh masyarakat umum.

Untuk meningkatkan peran kepariwisataan, sangat terkait antara barang berupa obyek wisata sendiri yang dapat dijual dengan sarana dan prasarana yang mendukungnya yang terkait industri pariwisata. Usaha mengembangkan suatu daerah tujuan wisata harus memperhatikan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan suatu daerah tujuan wisata. Faktor itu terkait tiga unsur pokok yang harus ada dalam suatu daerah tujuan wisata, yang meliputi objek dan daya tarik wisata, prasarana wisata, serta kondisi dari masyarakat atau lingkungan.

Pemerintah dalam hal ini para *stakeholders* kepariwisataan yang menyadari besarnya potensi

kepariwisataan di daerah berusaha menggali, mengembangkan serta membangun aset obyek dan daya tarik wisata, yang merupakan modal awal untuk bangkitnya kegiatan pariwisata. Keputusan ini harus ditindaklanjuti dengan memikirkan dan mengusahakan serta membenahi potensi obyek dan daya tarik wisata (M. Yusuf, 2000 dalam Muhammad Tahwin, 2003).

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani. Dalam melakukan wisata alam kita harus melestarikan area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat sehingga bisa menjadi desa wisata, agar desa tersebut memiliki potensi wisata yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti alat transportasi, penginapan, restoran, dan lain-lain. Provinsi Jawa Tengah memiliki daya tarik wisata alam khususnya di Desa Sidomukti, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Di desa ini sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan pendapatan daerah dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.

Obyek wisata alam yang berada di desa ini salah satunya adalah Umbul

Sidomukti yang merupakan salah satu wisata alam pegunungan. Kawasan wisata ini didukung fasilitas dan servis: *outbound training*, adrenalin *games*, taman renang alam, *camping ground*, pondok wisata, pondok lesehan, serta *meeting room*. Keindahan pesona alam kawasan wisata Umbul Sidomukti memang mempesona, untuk jalan-jalan keluarga maupun *corporate event* bisa menjadi salah satu tujuan. Kolam renang alami Umbul Sidomukti terletak di lereng Gunung Ungaran pada ketinggian 1.200 meter di atas permukaan laut, diapit jurang di kedua sisinya.

Arena permainan *flying fox* juga tersedia dengan panjang lintasan 110 meter, dengan jarak ketinggian dari titik terendah lembah sekitar 70 meter. *Flying fox* ini menyeberangi lembah. *Trekking*, menyusuri jalan setapak di lereng Gunung Ungaran. *river up trekking*, *deep valley trip*, *hill walking* masing-masing mempunyai sensasi dan tantangan yang berbeda. Selain itu produk yang sangat menarik di kawasan Umbul Sidomukti ini adalah *outbound trainingnya*, karena tempat dan suasana juga mendukung.

Kawasan Umbul Sidomukti sangat memenuhi target sebagai tempat wisata alam yang mempunyai pesona dan fasilitas yang memadai dan mendukung, tetapi sangat disayangkan Umbul Sidomukti belum banyak dikenal oleh masyarakat luas terutama di bagian wilayah Jawa karena obyek tersebut berada di wilayah terpencil dan akses menuju obyek wisata sangat sulit terjangkau. Oleh sebab itu transportasi dan jalanlah yang menjadi penyebab utama, karena minimnya transportasi menuju obyek wisata dan jalan yang terlalu sempit serta naik turun. Maka dari itu tidak semua transportasi bisa mencapai obyek, hanya mobil, motor,

dan elf, itu pun juga menggunakan jalur buka tutup untuk menghindari terperosoknya atau simpangan mobil.

Berdasarkan data kunjungan yang sudah diberikan pengelola obyek kepada penulis dapat disimpulkan bahwa dari tahun ke tahun obyek wisata alam Umbul Sidomukti mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat tema ini lebih dalam lagi dengan memilih judul “Strategi Pengembangan Wisata Alam dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang”.

Rumusan Masalah

Atas dasar permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang membuat wisatawan belum mengetahui tentang objek wisata alam Umbul Sidomukti tersebut?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat wisatawan untuk mengunjungi kawasan obyek wisata Umbul Sidomukti tersebut?
3. Strategi apa saja yang dapat digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke obyek wisata tersebut?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab wisatawan belum mengetahui obyek wisata tersebut.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat wisatawan untuk mengunjungi kawasan obyek wisata Umbul Sidomukti.
3. Untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke obyek tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Menurut etimologi kata “*pariwisata*” diidentikkan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010: 12).

Pengertian kepariwisataan menurut Undang-Undang No.10/2009, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan Pemerintah Daerah. Selain itu pariwisata juga mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan dan taraf hidup.

Beberapa para ahli mengemukakan pengertian pariwisata antara lain:

1. Oka A. Yoeti (Irawan, 2010: 11), menjelaskan bahwa kata pariwisata berasal dari bahasa *Sansekerta*, yaitu ‘*pari*’ yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, keliling, dan wisata yang berarti perjalanan atau bepergian”.
2. Menurut H. Kodhyat (1983: 4) adalah sebagai berikut: Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan

hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Menurut Undang-Undang No.10/2009, pasal 1 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan kepariwisataan sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Spillane (1987: 21), dalam arti luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Jenis pariwisata menurut Spillane:

- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur sementara waktu untuk mencari udara segar dan baru, untuk mengendorkan ketegangan syaraf, untuk menghilangkan stres di saat melakukan rutinitas yang padat, dll.

- b. Pariwisata untuk rekreasi

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahan.

- c. Pariwisata untuk kebudayaan

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang menyukai sebuah kebudayaan yang dimiliki di setiap daerah untuk mengetahui berbagai adat istiadat, mempelajari tentang masyarakat setempat, dll.

Sedangkan jenis-jenis wisata menurut lokasi yang dituju:

1. Wisata alam

Yaitu perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungannya sebagai objek tujuan wisata.

2. Wisata Bahari

Yaitu wisata menikmati keindahan laut. Wisata Bahari Indonesia memiliki setidaknya 90 lebih objek kawasan wisata bahari menawarkan sebanyak 20 jenis atraksi berbasis *marine* pada program Visit Indonesia Year 2011. Sebanyak 20 jenis atraksi yang ditawarkan dalam wisata bahari adalah 11 obyek berupa *diving*, 5 objek untuk *surfing*, selancar angin 2 objek, dan sebanyak 2 objek lainnya memancing.

3. Wisata Sejarah

Berkunjung ke tempat peninggalan sejarah seperti: museum, prasasti, candi, dll. Wisata sejarah sangat berkaitan erat dengan pengelolaan pusaka (*heritage*) sebagai warisan kebudayaan masa lalu atau peninggalan alam.

4. Wisata Religi
Yaitu perjalanan mengunjungi tempat khusus bagi umat beragama.
5. Wisata Budaya
Yaitu berwisata dengan tujuan mengenali adat dan budaya daerah setempat. Atau kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat di suatu daerah.
6. Wisata Pendidikan
Wisata pendidikan merupakan program wisata yang dipadukan dengan program pendidikan di dalamnya.
7. Wisata Kuliner
Mengunjungi tempat dimana tersedia makanan.

Pengertian Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Pengertian Obyek Wisata

Obyek wisata adalah sebuah tempat rekreasi/tempat berwisata. Biasanya obyek wisata merupakan gunung, danau, sungai, pantai, laut, dll. Obyek wisata biasanya di tempat yang sejuk atau tempat yang bisa menikmati keindahan alam (Wikipedia: 2008). Untuk melihat apakah suatu daerah atau tempat dapat dikembangkan menjadi suatu obyek wisata, ada beberapa pedoman yang dapat dipakai sebagai bahan acuan. Menurut Oka A.Yoeti, pengertian akan *Something to see* yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat pada suatu obyek wisata, *Something to do* yaitu segala sesuatu yang dapat dilakukan di suatu obyek wisata, dan *Something to buy* yaitu segala sesuatu yang dapat dibeli seperti

souvenir, makanan, dan minuman pada lokasi wisata tersebut, sangatlah diperlukan dalam suatu obyek wisata sebagai penunjang akan keberadaan suatu objek wisata.

Pengertian Daya Tarik Wisata

Destinasi pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan. Daya tarik wisata sejatinya merupakan kata lain dari obyek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata objek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “Daya Tarik Wisata” maka untuk mengetahui apa arti dan makna dari daya tarik wisata di bawah ini adalah beberapa definisi/pengertian mengenai Daya Tarik Wisata menurut beberapa ahli:

1. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009:
Daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.
2. A. Yoeti dalam bukunya “*Pengantar Ilmu Pariwisata*” tahun 1985
Daya tarik wisata atau “*tourist attraction*”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.
3. Nyoman S. Pendit dalam bukunya “*Ilmu Pariwisata*” tahun 1994

Daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

4. Gamal Suwanto dalam bukunya "Dasar-Dasar Pariwisata" tahun 1997

Daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

Selain itu pada umumnya daya tarik wisata suatu objek wisata berdasarkan atas:

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka.
- d. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e. Punya daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Pengertian Kawasan Wisata

Berdasarkan UU No.10 Tahun 2009 pasal 1 dijelaskan bahwa pengertian kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Apabila dikaitkan dengan pariwisata air, pengertian tersebut berarti suatu kawasan yang disediakan untuk kegiatan pariwisata dengan mengandalkan obyek atau daya tarik kawasan perairan. Pengertian kawasan pariwisata yaitu sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/relaksasi,

pendalaman suatu pengalaman/kesehatan).

Perkembangan suatu kawasan wisata tergantung pada apa yang dimiliki kawasan tersebut untuk ditawarkan kepada wisatawan. Hal ini tidak dapat dipisahkan dari peranan para pengelola kawasan wisata. Dalam Oka A. Yoeti (1997: 165) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*).

Pengembangan Pariwisata

Di dalam segala bidang atau suatu usaha, pengembangan merupakan suatu hal yang utama untuk menjadikan suatu bidang atau usaha tersebut mempunyai nilai lebih dan dapat memberikan keuntungan baik secara ekonomi maupun sosial termasuk bidang pariwisata. Pengembangan pariwisata adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki obyeknya sendiri obyek wisata yang sedang berjalan maupun yang akan dipasarkan. Pengembangan ini meliputi pelayanan orang semenjak berangkat dari tempat tinggalnya menuju tempat tujuan hingga kembali (Oka. A Yoeti, 1982).

Di dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata alam di kawasan pelestarian alam diperlukan suatu pengusaha bisnis pariwisata alam mampu menyerap wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun domestik, antara lain dengan mengembangkan aktivitas-aktivitas tradisional, menata obyek dan daya tarik alam yang khas, konservasi dan pemberian insentif wisata alam terhadap wisatawan lokal (Gamal Suwanto, 1997: 82).

Potensi pariwisata merupakan segala hal dan keadaan baik yang nyata dan dapat diraba, maupun yang tidak teraba, yang dianggap, diatur dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat sebagai kemampuan, faktor dan unsur yang diperlukan/menentukan bagi usaha dan pengembangan kepariwisataan, baik itu berupa suasana, kejadian benda maupun layanan jasa-jasa (Rs. Damardjati, 2001: 128).

1. Pengertian Atraksi

Atraksi wisata yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dan yang termasuk dalam hal ini adalah: tari-tarian, nyanyian kesenian rakyat tradisional, upacara adat, dan lain-lain. Dalam Oka A. Yoeti (1997: 172) *tourism* disebut *attractive spontance*, yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke suatu tempat tujuan. Atraksi wisata, yaitu daerah tersebut harus mempunyai iklan yang baik, pemandangan yang indah atau tempat bersejarah, dan juga didukung oleh kejadian atau pariwisata yang dilaksanakan di tempat tersebut.

2. Pengertian Amenitas

Amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja

fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenitas yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan *rest area*.

3. Pengertian Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Banyak sekali wilayah Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi individual *tourist*, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan *travel agent*, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik.

4. Pengertian Aktivitas

Aktivitas, yaitu di daerah tersebut harus ada suatu kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan, sehingga wisatawan tidak akan merasa bosan dalam melakukan suatu kunjungan wisata (Samsuridjal dan Kaelany, 1997: 20).

Definisi Strategi Pemasaran

Pengertian strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang

berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Menurut Basu Swastha (1999: 8) "Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan yang ditujukan untuk perencanaan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Dari definisi tersebut dapat digambarkan bahwa proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang tersebut diproduksi, tidak mulai pada saat produksi selesai, juga tidak berakhir pada saat proses penjualan. Semua keputusan diambil dalam bidang pemasaran harus ditujukan untuk menentukan produk, pasar, harga serta promosi. Strategi promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Strategi promosi tindakan perencanaan, implementasi dalam pengendalian komunikasi dari organisasi kepada pelanggan dan audiens sasaran (target audiens lainnya).

Definisi Strategi Pengembangan

Pengembangan adalah suatu usaha menuju ke arah yang lebih baik, yang berarti ada perubahan dan pertumbuhan. Perubahan itu bisa dalam arti kualitas dan kuantitas. Dalam konteks pariwisata secara kualitas berarti meningkatkan objek wisata dan peningkatan mutu pelayanan. Sedangkan secara kuantitas berarti perluasan penganekaragaman objek wisata serta akomodasi lainnya.

Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang terencana secara menyeluruh, sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Pengembangan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya untuk menarik jumlah wisatawan yang semakin banyak secara terus menerus sehingga akan merupakan aset penting dalam pembangunan.

Hasil Penelitian Yang Relevan

Sepanjang pengetahuan penulis, hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Cintia Novikasari (2008) berjudul "Potensi dan Pengembangan Taman Renang Alam Umbul Sidomukti di Kabupaten Semarang". Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah obyek penelitian sama-sama obyek wisata, lokasi penelitian di Desa Sidomukti, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, membahas tentang hambatan wisatawan, sedangkan perbedaan penelitian tersebut adalah: menggunakan metode landasan deskriptif sedangkan penulis menggunakan analisis 4A, peneliti terdahulu menggunakan strategi potensi dan pengembangan, sedangkan penulis sekarang menggunakan konsep strategi pengembangan.
2. Lutfiana Oktasari Gusta (2013) berjudul "Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Situs Ratu Boko Kabupaten Sleman". Persamaan penelitian tersebut membahas tentang cara meningkatkan kunjungan wisatawan, memiliki kesamaan yang sama yaitu objek wisata di Provinsi Jawa Tengah,

menggunakan konsep strategi pengembangan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat dan objek penelitian, dan jenis penelitian.

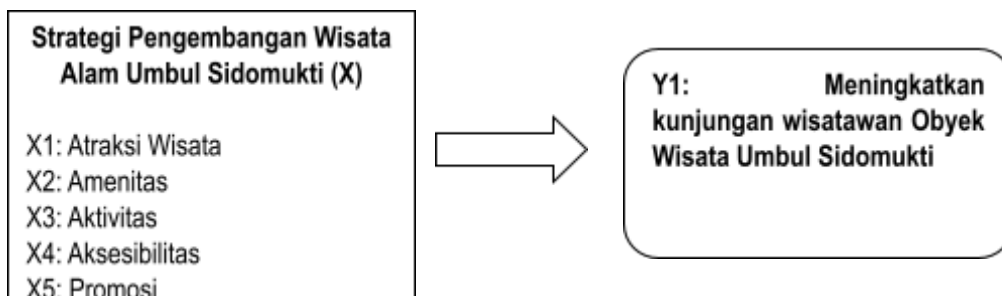
3. Noor Choolik Oktada (2013) berjudul “Strategi Pengembangan Potensi Agrowisata Kebun Teh Kemuning sebagai Objek dan Daya Tarik Wisata

Alam di Kabupaten Karanganyar”. Persamaan penelitian tersebut adalah membahas wisata alam, obyek wisata berada di Provinsi Jawa Tengah, konsep strategi pengembangan, jenis penelitian kualitatif, dan menggunakan analisis 4A, sedangkan perbedaannya tempat dan objek penelitian yang berbeda.

Kerangka Berpikir

Variabel Independen (Bebas)
(X)

Variabel Dependen (Terikat)
(Y)



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa sebuah objek wisata alam harus dikembangkan dan menjadi objek wisata yang populer. Faktor penunjang atau pendukung objek wisata tersebut dengan melalui konsep 4A, yaitu Atraksi Wisata, Amenitas, Aktivitas dan Aksesibilitas. Selain itu pengelola obyek juga melakukan promosi melalui media elektronik, media cetak, dll, sehingga membuat obyek wisata tersebut semakin dikenal masyarakat luas.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan obyek wisata alam, tepatnya terletak di Sidomukti, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Waktu

penelitian dilakukan dari bulan April – Juli 2014.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian tentang data yang dikumpulkan, dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan kalimat-kalimat, gambar-gambar dan lain-lain, yang berisi deskripsi terutama transkrip *interview* antara penulis dengan informan dalam penelitian. Selain itu kualitatif mementingkan makna, artinya penulis berusaha memahami makna yang diperoleh maupun makna fenomena yang sedang diteliti.

Kesimpulan penulis tentang metode kualitatif adalah suatu metode yang membandingkan dengan apa yang telah terjadi di lapangan dengan landasan

teori yang diterima, juga untuk memberikan kesempurnaan ilmu yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Penetapan populasi dimaksud agar suatu penelitian dapat mengukur sesuatu sesuai dengan permasalahannya, dan tidak akan berlebihan dengan populasi yang diacu, dalam hal ini dapat dijadikan populasi adalah pengelola dan pengunjung di wisata alam Umbul Sidomukti, Bandungan, Semarang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Pengambilan sampel dalam suatu penelitian harus mewakili dengan populasi yang ada, proporsional dan mempunyai karakteristik nilai persamaan dan perbedaan. Sampel yang diambil juga harus berkaitan dengan permasalahan yang dimaksud dengan penelitian. Pengambilan sampel dari populasi yang ada dalam penelitian ini yang digunakan adalah:

- a. Teknik *purposive sampling* atau sampel bertujuan yaitu dengan mengambil populasi subyek yaitu pengelola obyek wisata alam sebanyak 2 orang adalah Bapak Bambang selaku pengelola dan Ibu Rahma Aulia selaku staf administrasi di obyek wisata alam Umbul Sidomukti.
- b. Teknik *accidental sampling* yaitu dengan mengambil populasi subyek dengan mengumpulkan sampel melalui wisatawan yang

berkunjung di obyek wisata tersebut dengan jumlah antara 20 orang wisatawan. Sampel tersebut diambil secara kebetulan di saat melakukan penelitian di objek tersebut.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Yang dimaksud dengan definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain” (Young, dikutip oleh Koentjaraningrat, 1991: 23).

2. Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dependen variabel dan independen variabel. Dependen variabel adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan independen variabel adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999). Dependen variabel penelitian ini adalah frekuensi kunjungan obyek wisata alam Umbul Sidomukti, sedangkan independen variabelnya adalah biaya perjalanan tempat wisata

alam Umbul Sidomukti yang mencakup biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain, variabel biaya, variabel penghasilan atau uang saku rata-rata per bulan para pengunjung, variabel pendidikan pengunjung, variabel umur dan variabel jarak.

Sumber Data

1.Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan melalui penelitian secara langsung dari objeknya meliputi wawancara dan melakukan pengamatan langsung.

2.Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari pengelola obyek wisata alam Umbul Sidomukti, Bandungan, Semarang tentang data kunjungan wisatawan domestik.

Teknik Pengumpulan Data

Tahapan teknik pengumpulan data penelitian ini adalah:

a. Observasi

Dengan observasi peneliti secara langsung akan mendapatkan data primer dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena pada penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pengumpulan data terhadap responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau di rekam dengan alat perekam (Irawan Soehartono, 1998: 67).

c. Studi Kepustakaan/Literatur

Studi literatur digunakan untuk mendukung permasalahan penelitian, dari buku dan sumber lainnya.

d. Studi Dokumentasi

Dilakukan untuk melengkapi data dalam menganalisis masalah yang sedang diteliti dengan jalan mencari informasi dari dokumen yang

diperlukan dalam mendukung penelitian ini.

e. Bahan dan Alat Peneliti

Bahan dan alat penelitian adalah perlengkapan media yang digunakan selama penelitian. Adapun bahan dan alat penelitian yang diperlukan, antara lain: kamera untuk mengambil foto atau gambar mengenai objek yang diteliti dan *form* isian penelitian.

Teknik Analisis Data

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

Kuesioner dapat dihitung dengan cara:

$$\frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

n: total jawaban

n: jumlah sampel yang mewakili

N: jumlah total sampel

PEMBAHASAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan obyek wisata alam Umbul Sidomukti yang terletak di Desa Sidomukti, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Penulis melakukan penelitian dengan metode wawancara dengan Bapak Bambang Ari Wijanarko selaku pengelola obyek wisata Umbul Sidomukti yang dikelola oleh PT. Panorama Agro Sidomukti pada tanggal 19 Juni 2014 di Kantor Umbul Sidomukti.

Obyek wisata Wisata Umbul Sidomukti dapat ditempuh dengan beberapa jalur, yaitu:

1. Jalur I: Kota Semarang (27 km) – Pertigaan arah Bandungan (POM bensin lemah abang) belok kanan (6km) – Pasar Jimbaran belok kanan (4km) – Wisata alam Umbul Sidomukti.
2. Jalur II: Solo (55 km) – Bawen (12 km) – Pertigaan Bandungan (POM bensin lemah abang) belok kiri (6km) – Pasar Jimbaran belok kanan (4km) – Wisata alam Umbul Sidomukti.
3. Jalur III : Solo (55 km) – Bawen (12 km)– Ambarawa (10km) – Pasar Jimbaran belok kiri (4km) – Wisata alam Umbul Sidomukti.

Sejarah Obyek Wisata Umbul Sidomukti

Pada awalnya obyek wisata Umbul Sidomukti adalah suatu lahan pertanian milik PT. Panorama Agro Sidomukti, lahan pertanian tersebut ditanami kentang. Awal mula didirikan obyek wisata ini karena pemilik lahan tersebut tertarik dengan keindahan panorama alam yang begitu indah dan pengelola mempunyai ide untuk membuat sebuah objek wisata alam, dan akhirnya ide dan mimpi pemilik lahan tersebut untuk membuat obyek wisata alam terwujud, dan diresmikan pada tanggal 2 Agustus 2007.

Di obyek wisata Umbul Sidomukti ini terdapat sebuah kolam renang alam yang menyajikan pemandangan dari mata air pegunungan Ungaran yang sangat menyegarkan. Konon, jika kita mandi di mata air akan membuat kita menjadi awet muda. Pendirian taman renang alam didasari atas rasa syukur kepada keindahan alam ciptaan Tuhan YME di mana Umbul Sidomukti diberikan keindahan alam yang luar biasa ditambah sumber mata air yang melimpah. Sudah selayaknya untuk dikunjungi dan dinikmati bersama. Setiap hari pengunjung dapat berenang dan memacu adrenalin dengan mencoba

wahana pacu adrenalin *flying fox*, *marine bridge* dan *ATV*. Prakarsa membangun tempat tujuan wisata alam Sidomukti, didorong oleh kekaguman atas panorama keindahan alam yang menakjubkan. Puncak Gunung Ungaran, Gunung Merbabu, Gunung Andong, Gunung Telomoyo, Rawa Pening, 2 bukit kembar Cemanggal, Gunung Muria, Gunung Lawu menjadi salah satu sudut terindah di tanah air kita.

Taman renang umbul alam Umbul Sidomukti terletak di lereng Gunung Ungaran dengan ketinggian 1200 di atas permukaan laut, diapit jurang di kedua sisinya. Sengaja dipilih karena keindahan panoramanya, kesegaran udaranya serta beningnya air. Umbul Sidomukti tampak dramatis, seolah telah lama hadir di situ. Lereng Gunung Ungaran kaya akan mata air pegunungan yang mengalir sepanjang tahun, diantaranya Tuk Ngetihan yang airnya menyegarkan jiwa dan raga hingga dipercaya dapat membuat awet muda.

Sebuah mahakarya alam berada di Kabupaten Semarang. Ratusan tahun di masa yang lalu, nenek moyang kita dalam upayanya untuk “mukti” mencapai nirwana, meniti gunung, dalam menembus hutan “Gung Lewang Lewung” ke tempat ini yang sering berada di atas awan untuk “semedi” mendekatkan diri pada Sang Maha Pencipta. Segalanya sungguh mengagumkan dan melapangkan dada. Kami ingin berbagi rasa bahagia, dengan mengajak masyarakat menyaksikan keindahan alam di desa kami “Sidomukti”. (wawancara dengan bapak Bambang dan diambil dari website www.umbulsidomukti.com)

Situasi dan Kondisi Lingkungan

Obyek wisata alam Umbul Sidomukti berdiri di atas lahan seluas 32 hektar yang dikelola langsung oleh PT. Panorama Agro Sidomukti. Taman renang alam Umbul Sidomukti ini

didesain secara unik dengan gaya tradisional minimalis namun memenuhi semua aspek kenyamanan pengunjung. Taman renang alam Umbul Sidomukti menggunakan konstruksi bangunan mengikuti punden berundak yang menggunakan tumpukan batu alam yang seolah kawasan wisata taman renang alam Umbul Sidomukti sudah lama ada sumber mata air. Taman renang alam Umbul Sidomukti berasal dari lereng Gunung Ungaran yang mengalir sepanjang tahun dan taman renang alam Umbul Sidomukti memanfaatkan “Tuk Ngetihan” yaitu air yang memancar keluar dari bawah tanah yang terjadi karena adanya perbedaan ketinggian antara sumber mata air dengan titik keluarnya. Taman renang alam Umbul Sidomukti mempunyai 3 jenis kolam yaitu untuk kolam dewasa kedalamannya 1,6 meter, remaja 1 meter, dan anak-anak 60 cm. Untuk tiket masuk ke obyek wisata Umbul Sidomukti dikenakan biaya Rp 8.000 untuk *weekday* dan Rp. 10.000 untuk *weekend*. Wisata alam Umbul Sidomukti juga dilengkapi dengan pondok wisata, pondok kopi dan villa, wisata *outbond* seperti *flying fox*, *marine bridge* (jembatan tali), *camping*, *tracking*, *ATV*. *Flying fox* dikenakan biaya Rp 12.000, *marine bridge* sebesar Rp 8.000, *rapling* Rp 7.000, taman bermain Rp 6.000 dan Rp 20.000- Rp 25.000 untuk 3x putaran *ATV*, selain itu di obyek wisata Umbul Sidomukti juga menyewakan jasa kuda untuk berkeliling obyek wisata dengan biaya Rp. 15.000 per orang.

a. **Fasilitas yang dimiliki obyek wisata Umbul Sidomukti**

Sebelum menuju obyek wisata alam Umbul Sidomukti wisatawan harus melewati rute perjalanan yang

berkelok dan melewati perkampungan warga yang jalannya tidak terlalu lebar. Umbul Sidomukti belum begitu dikenal oleh wisatawan karena letaknya yang berada di atas bukit membuat kawasan ini tidak terlihat oleh mata dari perkampungan warga, namun namanya mulai terkenal dan tidak asing lagi bagi warga sekitar, dan wisatawan pun mulai mengenal dan mengetahui bahwa ternyata di atas bukit terdapat sebuah obyek wisata alam yang begitu indah yang cocok digunakan untuk bersantai bersama keluarga, rekan kerja dan sahabat untuk menikmati keindahan alam dan fasilitas yang sudah disediakan pengelola obyek wisata Umbul Sidomukti yang dikelola oleh PT. Panorama Agro Sidomukti. Adapun fasilitas yang dimiliki oleh wisata alam Umbul Sidomukti adalah: pondok wisata Sidomukti, villa dan pondok kopi (berdiri sekitar tahun 2010), pondok lesehan, toilet pria dan wanita, kamar ganti, tempat bilas, tempat loket, pos keamanan, kantor informasi, kantin, mushola, dan tempat parkir.

b. **Potensi obyek Umbul Sidomukti dilihat dari Unsur 4A (Atraksi, Aktivitas, Amenitas, dan Aksesibilitas)**

Untuk mengetahui potensi obyek wisata taman renang alam Umbul Sidomukti, dapat diketahui melalui komponen 4 A seperti atraksi yang menarik, bagaimana aksesibilitas untuk menuju ke obyek, amenitas yang meliputi fasilitas yang ada dan aktivitas apa saja yang bisa dilakukan di Umbul Sidomukti (wawancara dengan Bapak Bambang).

Tabel 1. Potensi obyek dilihat dari Unsur 4A

No	Komponen	Keterangan
----	----------	------------

1.	Atraksi a. Alam	Terdapat 3 jenis kolam renang (kolam dewasa kedalamannya 1,6 meter, remaja 1 meter, dan anak-anak 60 cm). Taman renang alam Umbul Sidomukti, terletak di lereng Gunung Ungaran dengan ketinggian 1200 meter di atas permukaan laut. Taman renang alam Umbul Sidomukti tersebut menawarkan kolam renang alam yang berada di alam terbuka dengan panorama yang menakjubkan karena yang letaknya persis di tepi jurang seolah-olah berada di ketinggian, dan dapat melihat hamparan sawah berundak, Gunung Merbabu, Gunung Ungaran, bukit kembar Cemanggal dan juga bisa melihat rumah penduduk sekitar. Taman renang alam Umbul Sidomukti menggunakan konstruksi bangunan mengikuti punden berundak yang menggunakan tumpukan batu alam yang seolah kawasan wisata taman renang alam Umbul Sidomukti sudah lama ada sumber mata air.
	b. <i>Outbond</i>	Umbul Sidomukti selain menyajikan kolam renang alam Umbul Sidomukti juga menyediakan wahana yang menguji adrenalin wisatawan. Wahana yang ditawarkan antara lain <i>flying fox</i> dengan biaya Rp 12.000,00, <i>marine bridge</i> dengan biaya Rp 8.000 per orang, <i>rapling</i> dengan biaya Rp 7.000,00 per orang, dll. Dengan biaya masuk yang relatif murah wisatawan sudah bisa menikmati berbagai permainan yang menantang adrenalin. Umbul Sidomukti selain menawarkan kegiatan <i>outbound</i> yang menguji adrenalin, Sidomukti juga menawarkan kegiatan <i>outbond</i> yang lain yaitu <i>trekking</i> , <i>camping</i> , taman berani, <i>team building ship</i> . Bagi wisatawan yang ingin mengadakan <i>camping</i> , tidak perlu membawa peralatan sendiri karena semua peralatan telah disediakan dari pihak pengelola. Setiap arena permainan wisatawan akan didampingi oleh seorang instruktur yang disediakan oleh pihak pengelola. Tim yang menangani <i>outbond</i> bernama Ra'gentar <i>outbound training</i> dan olah nyali. <i>Outbond</i> sendiri diresmikan pada tanggal 2 Agustus 2007, peserta <i>outbond</i> kebanyakan dari perusahaan swasta maupun negeri, dan pihak pengelola sudah menjalin kerjasama dengan PT. Konimex Solo.
2.	Aksesibilitas	Untuk sampai ke lokasi obyek Umbul Sidomukti sangat mudah dan ditempuh dengan beberapa jalur yaitu: a. Jalur I: Kota Semarang (27 km) – Pertigaan arah Bandungan (POM bensin lemah abang) belok kanan (6km) – Pasar Jimbaran belok kanan (4km) – Wisata alam Umbul Sidomukti. b. Jalur II: Solo (55 km) – Bawen (12 km) – Pertigaan Bandungan (POM bensin lemah abang) belok kiri (6km) – Pasar Jimbaran belok kanan (4km) – Wisata alam Umbul Sidomukti. c. Jalur III: Solo (55 km) – Bawen (12 km) – Ambarawa (10 km) – Pasar Jimbaran belok kiri (4 km) – Wisata alam Umbul Sidomukti. Umbul Sidomukti dilengkapi dengan tempat parkir yang cukup luas untuk menampung mobil serta sepeda motor. Dari tempat

		parkir wisatawan harus berjalan kurang lebih 100 meter untuk sampai ke objek dengan membayar tiket masuk Rp. 8.000,00 per orang untuk <i>weekday</i> , dan Rp. 10.000,00 per orang untuk <i>weekend</i> .
	a. Sarana Transportasi	Untuk sampai di wisata alam Umbul Sidomukti hanya bisa menggunakan kendaraan pribadi (mobil, sepeda motor, bus kecil, elf), karena kendaraan umum hanya bisa sampai ke Pasar Jimbaran. Dari informasi yang saya ketahui dari Bapak Bambang jika ada rombongan wisatawan dari luar kota yang datang berkunjung ke wisata alam Umbul Sidomukti tidak bisa naik ke atas obyek, karena kondisi jalan yang berkelok-kelok dan jalan yang tidak terlalu lebar mengakibatkan bus besar tidak bisa masuk, biasanya jika ada rombongan yang memakai bus besar rombongan wisatawan harus berhenti di Bandungan dan harus menyewa angkutan umum yang ada di sekitar Bandungan, tetapi rombongan wisatawan juga bisa <i>merequest</i> meminta bantuan pihak pengelola untuk mencarikan transportasi yang bisa digunakan untuk sampai ke obyek wisata tersebut, dan untuk saat ini juga sudah terdapat transportasi berbentuk seperti sepur kelinci milik warga yang digunakan untuk mengangkut wisatawan, dan pihak pengelola juga sudah melakukan kerjasama dengan pemilik transportasi berbentuk seperti sepur kelinci tersebut, jadi jika ada permintaan dari rombongan wisatawan luar kota atau daerah pihak pengelola langsung menghubungi pemilik transportasi tersebut.
	b. Kondisi Jalan	Kondisi jalan yang menuju Pasar Jimbaran semuanya beraspal cukup lebar dan tidak bergelombang. Walaupun jalan yang cukup lebar harus tetap berhati-hati karena jalan yang menikung dan naik turun. Setelah melewati Pasar Jimbaran wisatawan harus berhati-hati karena jalan hanya cukup dua mobil dengan tanjakan dan belokan yang cukup curam. Bahkan ada beberapa ruas jalan yang mencapai kemiringan 45 – 50 derajat. Kondisi jalan menuju obyek wisata Umbul Sidomukti jalannya pun juga tidak terlalu lurus, jalan yang berbatuan dan bercampur tanah, tetapi untuk saat ini jalan tersebut dalam proses pembangunan, dan untuk jalan pulangnya dibuat dua jalur untuk mengurangi kemacetan dan persimpangan. Dan untuk pekerja perbaikan jalan sendiri adalah masyarakat sekitar. Perbaikan jalan yang dilakukan oleh warga sendiri menurut saya sangat cepat karena yang saya ketahui mereka kerja target sebelum lebaran jalan sudah harus jadi. Karena di saat lebaran diperkirakan kunjungan wisatawan meningkat agar wisatawan merasa nyaman dengan kondisi jalan yang sudah diperbaiki.
	c. Papan Petunjuk	Papan petunjuk pertama terletak di dekat Pasar Jimbaran bertuliskan “Umbul Sidomukti”, setelah melewati jalan perkampungan dengan kondisi jalan yang berkelok-kelok dan sempit kurang lebih 35 meter terdapat papan yang bertuliskan “Umbul Sidomukti”. Di dekat papan petunjuk ke dua tepatnya di depan SD 1 Sidomukti terdapat seorang warga yang bekerja

		di Umbul Sidomukti untuk mengatur mobil agar tidak terjadi persimpangan di kelokan dan para mobil bisa berhenti di jalan yang agak lebar agar mobil yang dari arah berlawanan bisa berjalan.
3.	Amenitas	Adapun berbagai fasilitas yang ada di obyek wisata Umbul Sidomukti, antara lain: toilet pria dan wanita, mushola, tempat parkir, tempat loket, kantor informasi, kamar ganti, tempat bilas, pos keamanan, kantin, pondok lesehan.
	a. Akomodasi	Di sepanjang jalan menuju Pasar Jimbaran banyak terdapat hotel melati dan <i>homestay</i> tempat karaoke, namun pengelola Umbul Sidomukti juga menawarkan akomodasi yang berupa villa (5 villa dengan gaya minimalis) villa tersebut dinamai villa Cempaka, Dahlia, dan Edelweis, untuk harga per malam di Villa untuk hari <i>weekday</i> Rp 600.000,00 per malam, dan untuk hari <i>weekend</i> Rp 800.000,00 per malam dan untuk penambahan <i>extra bed</i> dikenakan biaya Rp. 95.000,00 dan pondok wisata Sidomukti dengan <i>room type</i> standard dan <i>single</i> dibandrol dengan harga Rp. 400.000,00 per malam untuk <i>weekday</i> , dan Rp. 450.000,00 per malam untuk <i>weekend</i> , untuk <i>room type</i> standard dan <i>twin</i> untuk <i>weekday</i> Rp. 400.000,00 per malam, dan untuk <i>weekend</i> Rp. 450.000,00 per malam, <i>room type</i> deluxe untuk <i>weekday</i> Rp. 500.000,00 per malam, dan Rp 600.000,00 untuk <i>weekend</i> .
	b. Pondok Lesehan	Di sekitar obyek wisata Umbul Sidomukti sudah banyak terdapat warung makan, terdapat pondok lesehan ikan bakar Sidomukti dan terdapat pondok kopi dan villa yang baru berdiri 3 tahun yang lalu sekitar tahun 2010.
	c. Promosi Wisata	Pengelola PT. Panorama Agro Sidomukti mempromosikan Umbul Sidomukti dengan cara membuat brosur, membuat <i>website</i> www.umbulsidomukti.com , selain itu pengelola juga menambah fasilitas. Pihak pemerintah Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang dan Provinsi Semarang juga ikut mempromosikan Umbul Sidomukti, selain itu Dinas Pariwisata Provinsi Semarang juga ikut membantu perbaikan akses aspal jalan raya depan Pasar Jimbaran.
	d. Pusat Kesehatan	Jika wisatawan yang terluka atau sakit biasanya dibawa ke kantor karena disana terdapat P3K untuk pertolongan pertama, jika keadaan semakin memburuk dapat dirujuk ke Rumah Sakit terdekat di Ungaran.
	e. Papan Keterangan	Di sejumlah lokasi wahana permainan seperti <i>flying fox</i> , <i>marine bridge</i> , ATV, pondok kopi dan villa, dll, terdapat papan keterangan agar wisatawan tidak bingung dan tidak salah memasuki wahana permainan yang mereka inginkan, dan jalurnya pun juga berbeda, maka dari itu pihak pengelola membuat papan keterangan tersebut ditunjukkan agar wisatawan bisa membaca jalur untuk masing-masing wahana permainan.
4.	a. Aktivitas	Umbul Sidomukti menawarkan wisata alam yang berupa kolam renang alam yang dikelilingi oleh hamparan sawah, dan

		dikelilingi oleh Gunung Ungaran, bukit Cemanggal dan Gunung Merbabu itu seolah-olah membuat Umbul Sidomukti berada di ketinggian yang mempunyai panorama alam yang menakjubkan. Selain itu Umbul Sidomukti juga menawarkan kegiatan <i>outbound</i> yang menguji adrenalin maupun yang bersifat kebersamaan misalnya <i>flying fox</i> , <i>marine bridge</i> , <i>trekking</i> , dll. Selain itu Umbul Sidomukti juga menyediakan bumi perkemahan, di obyek tersebut juga terdapat pondok kopi dan villa, jadi sangat berkompeten untuk dijadikan rekreasi bersama keluarga, sahabat maupun pacar.
	b. Penduduk	Penduduk sekitar lokasi wisata Umbul Sidomukti juga ikut diterjunkan dalam obyek ini, karena kebanyakan karyawannya berasal dari penduduk sekitar, dan penduduk sekitar juga banyak yang berjualan di area obyek ini. Jadi penduduk sekitar merespon dengan baik dengan adanya obyek wisata alam ini, karena bagi mereka bisa menambah lapangan pekerjaan dan juga meningkatkan pendapatan warga.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa obyek wisata Umbul Sidomukti memiliki beberapa potensi menarik. Potensi tersebut sudah memenuhi 4 A diantaranya memiliki atraksi alam seperti udara yang sejuk karena berada di ketinggian 1200 meter dari permukaan air laut yang letaknya persis di lereng Gunung Ungaran. Wisata alam Umbul Sidomukti juga menawarkan wisata *outbound*. Aksesibilitas menuju Umbul Sidomukti sangat mudah dijangkau karena jalannya beraspal tapi perlu diwaspadai yaitu jalan yang menuju obyek setelah Pasar Jimbaran jalan sempit, menanjak, dan jalannya rusak. Untuk amenities atau fasilitas pendukung diantaranya toilet, kamar ganti, pondok wisata, pondok lesehan, pondok kopi dan villa dan lain-lain.

Adapun aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan yaitu berenang sekaligus menikmati alam pegunungan yang berudara sejuk, wisata *outbound* seperti *flying fox*, *marine bridge*, *camping*, *trekking* dan lain-lain. Sedangkan untuk aktivitas penduduk, penduduk sekitar dapat berjualan membantu perekonomian keluarga dan ada beberapa penduduk

sekitar yang menjadi pegawai di obyek wisata Umbul Sidomukti.

Deskripsi Permasalahan

1. Faktor yang membuat wisatawan belum mengetahui atau mengenal tentang obyek wisata Umbul Sidomukti

Dari hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor yang membuat wisatawan belum mengenal obyek wisata Umbul Sidomukti adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola karena pihak pengelola baru melakukan promosi objek Umbul Sidomukti di area Semarang, dan pengunjung yang berdatangan sebagian besar dari Semarang, Kudus, Pati, dan Yogyakarta. Akan tetapi pihak pengelola akan terus meningkatkan promosi agar obyek Umbul Sidomukti dikenal oleh masyarakat luas.

2. Faktor yang menjadi penghambat wisatawan untuk mengunjungi kawasan obyek wisata Umbul Sidomukti

Selain kurangnya promosi yang menjadi penghambat wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Umbul Sidomukti adalah akses jalan yang masih rusak, berkelok-kelok,

dan harus melewati perkampungan warga yang jalannya sempit. Pengelola juga sudah melakukan usaha diantaranya melakukan perbaikan jalan secara bertahap karena biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan jalan tidak sedikit. Perbaikan jalan dilakukan pengelola untuk membuat wisatawan merasa nyaman dengan kondisi jalan yang sudah bagus, dari berbagai usaha yang sudah dilakukan pengelola.

3. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke obyek wisata Umbul Sidomukti

Strategi yang sudah dilakukan pengelola untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan meningkatkan pendapatan adalah melakukan strategi promosi, dengan melakukan strategi promosi seperti pembuatan *website* (www.umbulsidomukti.com), pembuatan brosur, yang dilakukan pengelola maka wisatawan akan lebih mengenal dan tertarik untuk mengunjungi obyek tersebut dengan menikmati keindahan alam dan fasilitas yang sudah disediakan pengelola seperti *flying fox*, *marine bridge*, *atv*, dll. Selain itu pengelola juga melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten dan Provinsi Semarang.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. Gambaran Umum Obyek Wisata Umbul Sidomukti

Obyek Wisata Alam Umbul Sidomukti terletak di Desa Sidomukti, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Untuk melakukan perjalanan menuju objek dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi, dan kendaraan umum. Sebaiknya wisatawan berhati-hati karena setelah Pasar Jimbaran jalan menuju obyek wisata Umbul Sidomukti ini tidak terlalu lebar dan

harus melewati jalan perkampungan dan persawahan, jalannya pun juga tidak terlalu mulus, jalan yang berbatuan dan bercampur tanah, tetapi saat ini jalan tersebut dalam proses pembangunan, dan untuk jalan pulangnya dibuat dua jalur untuk mengurangi kemacetan dan persimpangan. Bus besar tidak bisa masuk ke obyek wisata Umbul Sidomukti karena faktor jalan yang tidak mendukung, biasanya wisatawan yang memakai bus besar turun di Bandungan setelah itu wisatawan naik atau menyewa angkutan umum yang berada di sekitar Bandungan, tapi terkadang wisatawan bisa meminta bantuan kepada pengelola Umbul Sidomukti untuk membantu mencari transportasi menuju obyek tersebut. Untuk saat ini sudah ada transportasi seperti sepur kelinci milik warga yang bisa digunakan untuk mengangkut wisatawan yang memakai bus besar, Sudah ada ikatan kerjasama yang ditawarkan oleh pengelola, tetapi jika hanya butuh pengelola menghubungi warga yang mempunyai transportasi seperti sepur kelinci tersebut. Wisata alam Umbul Sidomukti diresmikan pada tanggal 2 Agustus 2007, rata-rata pengunjung berasal dari Semarang, Kudus, Salatiga, Magelang, Yogyakarta dan Solo. Kawasan Umbul Sidomukti buka setiap hari, beroperasi mulai pukul 08.00 pagi hingga pukul 17.00 untuk hari *weekday* dan pukul 07.00 pagi sampai pukul 17.00 untuk *weekend* dengan biaya parkir Rp 3.000,00 per mobil dan biaya tiket masuk obyek untuk hari *weekday* Rp. 8.000,00 per orang dan untuk hari *weekend* Rp 10.000,00 per orang (Wawancara dengan Bapak Bambang, 19 Juni 2014).

b. Data Kuesioner

Tabel 2. Jawaban Responden tentang Atraksi Wisata N= 20

No	Pertanyaan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Jumlah (Orang)	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Setujukah anda jika di obyek wisata Umbul Sidomukti ini diadakan atraksi reog dan rebab dari warga sekitar?	7	35	13	65	-	-	20	100
2.	Setujukah dengan atraksi yang diadakan dapat membuat anda merasa semakin penasaran untuk berkunjung di obyek wisata ini?	9	45	11	55	-	-	20	100
3.	Apakah dengan adanya atraksi yang disajikan oleh warga setempat dapat membuat obyek wisata Umbul Sidomukti ini menjadi semakin dikenal oleh masyarakat luas?	14	70	6	30	-	-	20	100

Sumber: Pengolahan Kuesioner

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 20 orang pengunjung obyek wisata Umbul Sidomukti mengatakan setuju dengan diadakannya atraksi seperti reog dan rebab dari daerah setempat, karena

dengan adanya atraksi seperti itu dapat menarik wisatawan, meningkatkan kunjungan wisatawan, semakin dikenal oleh masyarakat luas serta dapat membuat wisatawan merasa penasaran untuk berkunjung.

Tabel 3. Jawaban Responden tentang Amenitas N= 20

No	Pertanyaan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Jumlah (Orang)	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Setujukah dengan adanya amenitas/faktor pendukung dapat membuat anda merasa nyaman?	11	55	9	45	-	-	20	100
2.	Setujukah anda dengan adanya amenitas villa, hotel dan <i>homestay</i> dapat membuat anda untuk mencoba bermalam di sana untuk menikmati pemandangan dan udara yang sejuk?	10	50	10	50	-	-	20	100
3.	Apakah dengan adanya amenitas seperti restoran mampu membuat anda tertarik untuk mencoba/mencicipi masakan yang ada di restoran tersebut?	7	35	13	65	-	-	20	100

Sumber: Pengolahan Kuesioner

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 20 orang pengunjung obyek wisata Umbul Sidomukti mengatakan setuju dengan adanya amenitas/faktor pendukung

seperti villa, hotel, *homestay*, dan restoran sehingga wisatawan merasa nyaman bermalam dan menikmati kuliner di restoran tersebut.

Tabel 4. Jawaban Responden tentang Aktivitas N= 20

No	Pertanyaan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Jumlah (Orang)	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Apakah dengan adanya aktivitas yang sudah disediakan oleh pihak pengelola obyek wisata Umbul Sidomukti dapat membuat anda untuk mencoba dan memanfaatkan wahana tersebut?	9	45	11	55	-	-	20	100
2.	Apakah dengan adanya wahana yang menantang adrenalin seperti (<i>flying fox</i>) yang sudah disediakan oleh pengelola mampu membuat anda tertantang untuk mencobanya?	11	55	9	45	-	-	20	100
3.	Apakah dengan adanya kegiatan <i>outbond</i> di obyek wisata Umbul Sidomukti mampu membuat anda untuk mencoba kegiatan <i>outbond</i> tersebut?	11	55	9	45	-	-	20	100

Sumber: Pengolahan Kuesioner

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 20 orang pengunjung obyek wisata Umbul Sidomukti mengatakan sangat setuju dengan adanya aktivitas yang disediakan oleh pengelola yang bertujuan untuk menarik wisatawan

supaya mencoba bermain wahana yang menantang adrenalin. Wahana permainan yang menantang adrenalin seperti *flying fox* dan kegiatan *outbond* dapat membuat wisatawan merasa tertantang untuk mencoba wahana permainan tersebut.

No	Pertanyaan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Jumlah (Orang)	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Setujukah anda jika obyek wisata Umbul Sidomukti ini perlu diadakannya promosi?	10	50	10	50	-	-	20	100
2.	Menurut anda dengan membuat promosi melalui media cetak dan media elektronik mampu membuat wisata Umbul Sidomukti ini dikenal banyak orang?	15	75	5	25	-	-	20	100
3.	Apakah menurut anda sebagai pengunjung dengan adanya promosi yang sudah dilakukan oleh pihak pengelola dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan obyek?	10	50	10	50	-	-	20	100

Tabel 5. Jawaban Responden tentang Promosi N= 20 Orang

Sumber: Pengolahan Kuesioner

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 20 orang pengunjung obyek wisata Umbul Sidomukti mengatakan sangat setuju dengan adanya promosi. Dengan membuat promosi melalui media cetak dan elektronik mampu membuat wisata Umbul Sidomukti dikenal masyarakat luas, dapat

meningkatkan kunjungan wisatawan serta mampu meningkatkan pendapatan obyek Umbul Sidomukti.

c. **Data Kunjungan Wisatawan Umbul Sidomukti**

Berikut ini penulis lampirkan data kunjungan wisatawan obyek wisata alam Umbul Sidomukti tahun 2009 – 2013.

Tabel 6. Daftar Kunjungan Wisatawan Umbul Sidomukti

Bulan	Tahun				
	2009	2010	2011	2012	2013
Januari	12.621	13.954	14.801	14.026	16.554
Februari	4.211	10.977	9.868	9.278	11.082
Maret	9.845	10.891	9.610	10.902	17.400
April	9.445	10.873	12.017	14.355	13.661
Mei	11.030	12.917	14.967	18.155	20.878
Juni	11.655	13.247	19.428	16.957	21.338
Juli	12.869	14.280	16.904	17.877	11.398
Agustus	7.366	7.234	5.626	26.140	35.751
September	18.791	18.923	21.715	16.855	19.402
Oktober	9.915	13.351	12.174	16.878	19.437
Nopember	9.209	8.737	8.138	16.267	20.767
Desember	14.218	15.369	15.625	28.493	29.592
Total :	131.175	150.753	160.873	206.183	237.260

Sumber: Bapak Bambang Ari W selaku pengelola Obyek Umbul Sidomukti

Dari data pengunjung tersebut dapat disimpulkan bahwa kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan kunjungan wisatawan, dikarenakan sudah lengkapnya fasilitas dan sudah dibangunnya pondok kopi dan villa yang dibangun sekitar tahun 2010.

d. **Hambatan dalam Pengelolaan Obyek Wisata Umbul Sidomukti**

Beberapa hambatan yang ditemui dalam pengembangan wisata alam Umbul Sidomukti antara lain:

1. Keterbatasan dana pengelola wisata alam Umbul Sidomukti karena masih banyak

memerlukan dana yang besar untuk pengembangan dan perbaikan jalan di obyek wisata ini.

2. Prasarana berupa jalan untuk menuju lokasi wisata alam Umbul Sidomukti cukup sempit dan berkelok walaupun sudah di aspal tapi keadaannya masih banyak yang rusak walaupun ada beberapa lokasi yang masih baik dan saat ini sudah dalam proses perbaikan, dana perbaikan jalan sendiri dikeluarkan dari pihak pengelola PT. Panorama Agro Sidomukti.

3. Kurangnya promosi keluar daerah, karena promosi masih sekitar kota Magelang, Semarang, Yogyakarta, Kudus.
4. Belum adanya kerjasama dengan biro perjalanan wisata oleh pihak pengelola karena pihak pengelola baru bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten dan Provinsi Semarang untuk mendatangkan wisatawan (wawancara dengan Bapak Bambang).

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata alam Umbul Sidomukti Bandungan Semarang dilihat dari strategi pengembangan obyek, potensi yang ada sangat baik dikembangkan untuk menjadi tujuan wisata lokal maupun mancanegara, namun demikian ada beberapa hambatan dalam melakukan pengembangan yaitu kurangnya promosi karena untuk saat ini pengelola hanya melakukan promosi di area Semarang, akses jalan yang rusak, berkelok dan sempit.

Dengan hambatan ini pengelola akan segera memperbaiki akses jalan (sudah dalam proses perbaikan) serta meningkatkan promosi melalui media cetak maupun media elektronik agar obyek wisata alam Umbul Sidomukti semakin dikenal masyarakat luas dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Selain itu pengelola juga akan menambah fasilitas. Dari hasil wawancara penulis dengan beberapa wisatawan, mereka memberikan saran untuk menambah berbagai wahana permainan anak, *waterboom*, dan *live music*.

Pengelola sudah melakukan kerjasama dengan masyarakat setempat yang mempunyai transportasi seperti sepur kelinci, pengelola akan menghubungi masyarakat jika ada permintaan dari wisatawan yang

menggunakan bus besar, karena bus besar tidak dapat masuk ke obyek wisata Umbul Sidomukti. Masyarakat yang mempunyai kuda juga bekerja sama dengan pengelola dan masyarakat juga menyetorkan hasil kerja menunggang kuda mereka dari wisatawan sebesar Rp. 15.000,00 per bulan kepada pihak pengelola (wawancara dengan ibu Rahma Aulia selaku staf administrasi di obyek wisata tersebut), jadi pengelola tidak memberatkan masyarakat untuk mengembangkan obyek wisata Umbul Sidomukti.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian di obyek wisata Umbul Sidomukti dapat ditarik kesimpulan:

1. Kurangnya strategi promosi membuat wisatawan belum mengenal atau mengetahui obyek wisata Umbul Sidomukti, karena pihak pengelola baru melakukan promosi di area Semarang.
2. Yang menjadi faktor penghambat lainnya adalah akses jalan yang masih jelek dan berliku-liku serta harus melewati jalan perkampungan menuju kawasan obyek wisata Umbul Sidomukti. Pengelola sudah melakukan perbaikan jalan secara bertahap karena biaya yang dikeluarkan cukup besar.
3. Melakukan strategi promosi seperti pembuatan *website* www.umbulsidomukti.com, pembuatan brosur, yang dilakukan oleh pengelola maka wisatawan akan lebih mengenal dan tertarik untuk mengunjungi obyek tersebut dan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan di obyek wisata Umbul Sidomukti.

Saran

Dalam pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam Umbul Sidomukti penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. **Segi Promosi**
Meningkatkan strategi promosi melalui media cetak, televisi, pembuatan *blog*, dan pemasaran melalui sosial media.
2. **Segi Aktivitas**
Perlu penambahan atau pembuatan wisata agro, misalnya wisata agro *strawberry*, karena cuacanya yang dingin sangat cocok untuk penanaman buah *strawberry*, penambahan fasilitas pameran produk lokal dan tempat untuk penjualan (pernak-pernik dan oleh-oleh khas daerah tersebut) serta penambahan wahana permainan yang menantang adrenalin seperti paralayang.
3. **Segi Amenitas**
Pembuatan hotel atau *homestay* dengan biaya sewa yang tidak memberatkan wisatawan.
4. **Segi Atraksi**
Menampilkan atraksi budaya lokal dari Desa Sidomukti seperti reog secara rutin atau periodik.
5. **Segi Aksesibilitas**
Perbaiki atau pemeliharaan jalan secara rutin dan penambahan alat moda transportasi untuk memudahkan wisatawan mengunjungi obyek wisata Umbul Sidomukti.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Nurfiyanto Chandra P., 2013. *Pengaruh Objek dan Daya Tarik Wisata Desa Wisata Lencoh Terhadap Kunjungan Wisata di Kabupaten Boyolali*. Surakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta
- Basu Swastha, 1998. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta
- Cintia Novikasari, 2008. *Potensi dan Pengembangan Taman Renang Alam Umbul Sidomukti di Kabupaten Semarang*. Surakarta:

- Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret
- Damardjati R.S, 2001. *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- H. Kodhyat, 1983. *Kamus Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Oka A. Yoeti, 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Oka A. Yoeti, 2010. *Dasar-dasar Pengertian Hospitaliti dan Pariwisata*. Bandung
- Oka A. Yoeti, 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Pendit, Nyoman S., 1994. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Samsuridjal D dan Kaelany HD., 1997. *Peluang di Bidang Pariwisata*. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit PT Mutiara Sumber Widya
- Suwantoro Gamal, 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi Publishing
- Spillane, J James, 1987. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah, dan Prospeknya*. Jakarta: Kanisius
- Undang-undang No 10. 2009: pasal 1. *Tentang Kepariwisataaan*. Bandung: Penerbit Citra Umbara

Wikipedia Indonesia.Pariwisata Indonesia. www.wikipedia.com, 4 Maret 2014.

www.kemendagri.go.id/media/document/s/2010/.../uu_no.10-2009.doc, 6 Maret 2014.

www.umbulsidomukti.com. 8 Juli 2014.