

## **Strategi Pengelola Objek Wisata Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan**

**Fivien Meylaningrum<sup>1</sup>, Wulandari<sup>2</sup>, Sunyoto<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

<sup>2</sup>Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

<sup>3</sup>Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

### **ABSTRAK**

Tujuan penulisan adalah untuk mengetahui apa saja yang menjadi daya tarik pariwisata di Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang dan sejauh mana strategi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata (pengelola penginapan, restoran, aktivitas wisata) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat pengelola objek wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Kopeng. Penulisan laporan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran berbagai informasi yang berhubungan dengan strategi pengelola objek wisata di Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, penyebaran angket atau kuesioner dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa daya tarik pariwisata yang dimiliki di kawasan Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang adalah wisata alam, budaya dan buatan, namun potensi utama yang dimiliki adalah potensi alam. Strategi yang dilakukan oleh pihak pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan sudah cukup baik dan sudah dapat menarik wisatawan secara luas yaitu dengan menggunakan media internet. Faktor yang menjadi penghambat pengelola dalam menarik wisatawan dapat dilihat dari dua aspek, yaitu dilihat dari aspek wisatawan yaitu terhambatnya aksesibilitas karena keterbatasan transportasi umum dan dapat dilihat dari aspek pengelola yaitu adanya masalah perizinan dalam mengelola tempat wisata.

**Kata Kunci:** strategi, pengelola objek wisata, peningkatan kunjungan wisatawan.

### **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi ini industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia. Bahkan sektor pariwisata menduduki posisi kedua dalam penerimaan devisa negara setelah minyak dan gas. Berdasarkan data dari Badan Pusat

Statistik 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. Pariwisata adalah satu-satunya kegiatan ekonomi yang

kebal terhadap wabah resesi yang beberapa tahun terakhir masih terus nampak dan terasa akibatnya. Sangat tepat bilamana pariwisata menjadi salah satu alternatif untuk dapat berperan sebagai alat pembangunan dalam mewujudkan pembangunan nasional.

Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu:

1. Harus bersifat sementara
2. Harus bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi karena terpaksa
3. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah atau bayaran

Dalam merencanakan kebijakan dan perencanaan pengembangan pariwisata, sangat penting untuk memahami perbedaan bentuk dan fisik dari pengembangan pariwisata yang sesuai untuk suatu negara, kota, atau wilayah. Untuk mendukung perencanaan pengembangan pariwisata diperlukan pencarian data sebagai tahap awal dalam analisis perencanaan pariwisata diperlukan komponen-komponen pariwisata.

Komponen-komponen dasar dalam pariwisata adalah:

1. *Home*: komponen pariwisata yang merupakan tempat tinggal wisatawan, yang dapat mempengaruhi terjadinya kegiatan pariwisata.
2. *Destination*: komponen pariwisata yang merupakan tujuan wisatawan untuk bepergian menikmati objek wisata.
3. *Transportation* : komponen pariwisata yang merupakan pembawa (*carrier*)

wisatawan dari *home* ke *destination* dan sebaliknya.

Secara global, berdasarkan data dari Badan Pariwisata Dunia (*World Tourism Organization*) nampak adanya kecenderungan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan di dunia sekarang ini. Saat ini wisatawan dunia telah tercatat sebanyak 330 juta orang yang mengadakan perjalanan di seputar dunia. Bahkan menurut Dorodjatun Kuntjoro Jakti, diperkirakan hingga akhir tahun 2000 jumlah wisatawan dunia mencapai 700-800 juta orang, dan lebih jauh dikatakan bahwa awal tahun 2001, industri pariwisata akan menjadi "*the single largest industry*" di seluruh perekonomian dunia. Berdasarkan data Pusdatin Kemenpar dan Badan Pusat Statistik menyebutkan, data wisatawan mancanegara yang masuk berdasarkan negara terbanyak tercatat pada Desember 2014, dengan kunjungan terbesar dari Singapura 192.477 pengunjung, Malaysia 150.325 pengunjung (Kompas.com, 2015). Sedangkan secara kumulatif dari Januari hingga Desember 2014 wisatawan mancanegara terbanyak berasal dari Singapura 1.519.223 pengunjung, Malaysia 1.276.105 pengunjung, Australia 1.098.383 pengunjung, Tiongkok 959.231 pengunjung dan Jepang 486.687 pengunjung.

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di 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. Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia. Pantai-pantai di Bali, tempat menyelam di Bunaken, Gunung Rinjani di Lombok, dan berbagai taman

nasional di Sumatera merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia. Tempat-tempat wisata itu didukung dengan warisan budaya yang kaya yang mencerminkan sejarah dan keberagaman etnis Indonesia yang dinamis dengan 719 bahasa daerah yang dituturkan di seluruh kepulauan tersebut. Candi Prambanan dan Borobudur, Toraja, Yogyakarta, Minangkabau, dan Bali merupakan contoh tujuan wisata budaya di Indonesia. Hingga 2010, terdapat 7 lokasi di Indonesia yang telah ditetapkan oleh UNESCO yang masuk dalam daftar Situs Warisan Dunia. Sementara itu, empat wakil lain juga ditetapkan UNESCO dalam Daftar Representatif Budaya Tak benda Warisan Manusia yaitu wayang, keris, batik dan angklung. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, lima provinsi di Indonesia yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali dengan mendatangkan 6.362.093 wisatawan asing pada tahun 2013, kepulauan Riau dengan jumlah kunjungan wisatawan asing sebanyak 1,6 juta jiwa, DKI Jakarta yang pada tahun 2013 mendatangkan wisatawan sebanyak 1.157.931, Nusa Tenggara Barat sebanyak 392.441 wisatawan, dan Banten mendatangkan sebanyak 359.610 wisatawan pada tahun 2013. Sekitar 59% turis berkunjung ke Indonesia untuk tujuan berlibur, sementara 38% untuk tujuan bisnis.

Perkembangan pariwisata yang pesat saat ini menjadikan masing-masing daerah di Indonesia berlomba untuk mengembangkan serta mempromosikan objek wisata yang dimilikinya. Tidak hanya obyek wisata saja yang semakin dikembangkan, namun juga fasilitas penunjang lainnya yang meliputi akomodasi, aksesibilitas hingga atraksi semakin diperhatikan dan ditingkatkan. Inovasi-inovasi wisata baru banyak

ditawarkan untuk menarik wisatawan. Salah satunya wisata minat khusus yang terdiri dari wisata budaya, alam, kuliner, religi, petualangan dan sebagainya. Wisata minat khusus saat ini sangat digemari oleh wisatawan karena kebanyakan wisatawan ingin mendapatkan pengalaman baru ketika melakukan suatu kegiatan wisata. Melihat kawasan kota yang sudah sangat padat penduduk dan juga pembangunan gedung-gedung bertingkat serta polusi udara yang menjadi pemandangan setiap hari di kota-kota besar, membuat wisatawan ingin mencoba wisata alternatif yang bertema kembali ke alam. Berwisata ke daerah yang masih asri serta budaya yang khas, dapat membuat wisatawan sejenak melupakan kepenatan dari padatnya aktivitas kehidupan sehari-hari.

Desa wisata merupakan sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Penduduk di kawasan desa wisata masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan yang terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata. Selain berbagai keunikan, kawasan desa wisata juga harus memiliki berbagai fasilitas penunjang untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata di daerah tujuan wisata. Fasilitas-fasilitas penunjang yang harus dimiliki oleh kawasan desa wisata diantaranya sarana transportasi, telekomunikasi, kesehatan dan juga akomodasi. Khusus untuk sarana akomodasi, desa wisata menyediakan

sarana penginapan berupa pondok wisata sehingga para pengunjung dapat merasakan suasana pedesaan yang masih asli.

Desa wisata merupakan salah satu wisata alternatif yang menyajikan wisata berbasis alam, budaya, petualangan dan juga kuliner. Mengunjungi desa wisata kita dapat memperoleh pengalaman baru dan juga dapat merasakan suasana kembali ke alam karena lingkungan yang masih asri dengan masyarakat yang masih tradisional. Untuk itu penulis mencoba merencanakan pengembangan daerah wisata yang masih asri, di kawasan Desa Wisata Kopeng yang terletak di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang.

Letak geografis Desa Kopeng berada di lereng Gunung Merbabu, Gunung Telomoyo dan Gunung Andong di ketinggian 1450 meter dari permukaan laut. Kopeng adalah nama sebuah desa yang terletak di Kecamatan Getasan, Semarang, Jawa Tengah, sekitar 15 km dari kota Salatiga. Wisata Kopeng menyajikan panorama yang memikat dalam nuansa alam pedesaan dipadu dengan keindahan hamparan tanaman bunga dan sayuran yang menyejukkan. Sejauh ini Desa Kopeng belum banyak dikenal oleh wisatawan di penjuru nusantara. Wisatawan yang datang ke Desa Kopeng sebagian besar berasal dari kota Semarang dan sekitarnya padahal kawasan Desa Kopeng memiliki daya tarik alam yang indah dan berpotensi untuk menarik wisatawan lebih banyak dari luar kota Semarang pada khususnya dan Provinsi Jawa Tengah pada umumnya.

Terdapat 2 kelompok wisata di Desa Kopeng, yaitu:

1. Wisata yang dikelola oleh Perum Perhutani adalah semua kawasan Hutan Taman Nasional Gunung

Merbabu. Gunung Merbabu itu sendiri sebagai wisata pendakian. Areanya meliputi: bumi perkemahan Umbul Songo, kolam renang umbul songo, dua wisma Perhutani (Griya Wana Lestari) dan termasuk wisata baru *Kopeng Treetop Adventure Park* yang berada di area hutan wisata Kopeng. Namun, saat ini *Kopeng Treetop Adventure Park* masih ditutup karena adanya masalah perizinan. Setelah ada proses permohonan izin yang sudah ditindaklanjuti *Kopeng Treetop Adventure Park* akan kembali dibuka namun berganti nama menjadi Kopeng Wisata Alam.

2. Wisata yang dikelola oleh Koperasi TNI AD yaitu wisata dan pemandian Hotel Kartika Sari. Saat ini Hotel Kartika Sari sudah di swastanisasi artinya bahwa Hotel Kartika Sari yang sebelumnya dikelola oleh Koperasi TNI AD (tidak di komersilkan) kini sudah dikelola oleh pihak swasta dan dikomersilkan. Dimana proses swastanisasi ini sangat mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan. Hotel Kartika Sari yang sekarang bernama Taman Wisata Kopeng, meliputi Hotel induk Taman Wisata Kopeng, kolam renang, villa atau wisma sekitar gedung, lapangan tenis, pasar sayur dan cinderamata serta taman bermain anak. Namun, saat ini Taman Wisata Kopeng sudah di swastanisasi dialihtanggankan dan dikelola oleh pihak swasta yaitu di bawah manajemen PUSKOPKA (Pusat Koperasi Karyawan Kereta Api) Jawa Tengah.

Pengelolaan obyek yang ada di Kawasan Wisata Kopeng cenderung berdiri sendiri-sendiri dan kurang

melibatkan peran serta masyarakat dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata baik dari segi promosi maupun penyediaan sarana prasarana penunjang sehingga dinilai kurang kompetitif, oleh karena itu perlu adanya penentuan strategi pengembangan yang dapat memaksimalkan potensi wisata yang ada serta mampu mengenalkan Kawasan Wisata Kopeng pada khalayak yang lebih luas.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Ada berbagai macam bentuk perjalanan wisata menurut Gamal Suwanto(2004:14-17) bila ditinjau dari berbagai macam segi, yaitu:

1. Segi jumlahnya wisata dibedakan atas:
  - a) *Individual tour* (wisatawan perseorangan) yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau pasangan suami istri.
  - b) *Family group tour* (wisata keluarga) yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh rombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan.
  - c) *Group tour* (wisata rombongan) yaitu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dan dipimpin oleh seseorang. .
2. Dari segi kepengaturannya wisata dibedakan atas:
  - a) *Pre-arranged tour* (wisata berencana) yaitu suatu perjalanan wisata yang telah diatur pada jauh hari sebelumnya.

- b) *Package tour* (wisata paket atau paket wisata) yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan.
  - c) *Coach tour* (wisata terpimpin) yaitu paket perjalanan eksekursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata.
  - d) *Special arranged tour* (wisata khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan wisatawan atau lebih sesuai dengan kepentingan wisatawan.
  - e) *Optional tour* (wisata tambahan) yaitu suatu perjalanan wisata tambahan diluar pengaturan yang telah disusun atas permintaan pelanggan.
3. Dari segi maksud dan tujuannya wisata dibedakan atas:
    - a) *Holiday tour* (wisata liburan) yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang senang dan menghibur diri.
    - b) *Familiarization tour* (wisata pengenalan) yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaan.
    - c) *Educational tour* (wisata pendidikan) yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjungi.

- d) *Scientific tour* (wisata pengetahuan) yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau menyelidiki terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
  - e) *Pileimage tour* (wisata keagamaan) yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan.
  - f) *Special mission tour* (wisata program khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
  - g) *Hunting tour* (wisata perburuan) yaitu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan sebagai hiburan.
4. Dan segi penyelenggaraannya wisata dibedakan atas:
- a) *Excursion* (ekskursi) yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek.
  - b) *Safari tour* yaitu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan khusus yang tujuan maupun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya.
  - c) *Cruise tour* yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek wisata bahari dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar.
  - d) *Youth tour* (wisata remaja) yaitu kunjungan wisata yang khusus diperuntukkan bagi para

remaja menurut umur yang ditetapkan.

- e) *Marine tour* (wisata bahari) yaitu suatu kunjungan ke objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreck-diving* (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.

Menurut Spillane (2002), ada lima unsur penting dalam suatu objek wisata yaitu:

1. *Attraction* atau hal-hal yang menarik perhatian wisatawan.
2. *Facilities* atau fasilitas-fasilitas yang diperlukan.
3. *Infrastructure* atau infrastruktur dari objek wisata.
4. *Transportation* atau jasa-jasa angkutan.
5. *Hospitality* atau keramahmatan, kesediaan untuk menerima tamu.

Desa Wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam satu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993).

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum, 2009: 17).

Menurut Siagian (2004), pengertian strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Menurut Prajudi (2000), Pengertian Pengelolaan ialah pengendalian dan pemanfaatan semua faktor sumber daya yang menurut suatu perencanaan



diperlukan untuk penyelesaian suatu tujuan kerja tertentu.

Menurut *Kotler* (2005:17-18) bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*). Adapun pengertian dari masing-masing bauran pemasaran adalah:

(1) *Product*

Produk merupakan kombinasi penawaran barang dan jasa perusahaan kepada pasar, yang mencakup antara lain: kualitas, rancangan, bentuk, merek dan kemasan produk.

(2) *Price*

Harga adalah sejumlah uang yang harus pelanggan bayar untuk produk tertentu.

(3) *Place*

Aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.

(4) *Promotion*

Aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk

pelanggan sasaran untuk membelinya.

Sedangkan menurut *Tjiptono* (2006:145) dalam perusahaan jasa, bauran pemasaran ditambah menjadi 7P, adapun 3P itu adalah:

(5) *People* (Orang)

Perusahaan dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan dari pada karyawan pesaingnya.

(6) *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan perusahaan berinteraksi dengan konsumennya dan setiap komponen *tangible* memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa.

(7) *Process* (Proses)

Merupakan sebuah prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian operasi jasa.

## METODE PENULISAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan melalui pendekatan studi kasus serta pengamatan secara langsung mengenai strategi pengelola objek wisata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. Penelitian deskriptif menurut *Zulganef* (2008 : 91) adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan suatu kondisi atau fenomena tertentu, tidak

memilah-milah atau mencari faktor-faktor atau variabel tertentu. Sedangkan penelitian deskriptif menurut *Sugiyono* (2009: 64) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau dengan menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Jenis penelitian ini dipilih oleh peneliti karena untuk memudahkan dalam melakukan penelitian.

## ANALISIS

**Komponen 4A (Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas) yang terdapat di Desa Kopeng**

Untuk mengetahui Potensi dan Daya Tarik Wisata Desa Kopeng dengan komponen-komponen 4A (Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas) seperti Atraksi apa yang menarik di desa

Kopeng, bagaimana Aksesibilitas menuju ke objek, Amenitas apa saja yang ada di objek dan Aktivitas apa saja yang bisa dilakukan di Desa Kopeng.

**Tabel 1.1. Data Hasil Observasi Desa Wisata Kopeng berdasarkan 4A**

No	Komponen	Keterangan
1.	<b>Atraksi</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Alam</b> Air Terjun Umbul Songo</li>   <li>● <b>Budaya</b> Nyadranan</li>   <li>Saparan</li>   <li>Tarian keprajuritan dan tari warok</li> <li>● <b>Buatan</b></li> </ul>	<p>Air Terjun Umbul Songo berada di kawasan wana wisata umbul songo. Jika musim kemarau air terjun umbul songo ini juga akan menjadi kering. Sebaiknya, jika wisatawan hendak mengunjungi air terjun Umbul Songo disarankan disaat musim penghujan. Lingkungan objek dikelilingi pohon-pohon besar yang masih kental suasana hutannya. Wisatawan dapat menikmati pemandangan sambil menelusuri jalan setapak menuju air terjun Umbul Songo. Tarif untuk masuk menuju objek wisata air terjun Umbul Songo adalah Rp.5.000,- untuk dewasa dan Rp.2.500 untuk anak-anak.</p> <p>Nyadranan ini biasanya dilaksanakan di setiap bulan ruwah menjelang bulan puasa ramadhan. Pelaksanaan nyadranan ini dilaksanakan hampir di seluruh pelosok Jawa termasuk didalamnya di masyarakat Desa Kopeng. Pelaksanaan tersebut beraneka ragam ada yang berada di makam sebagai bentuk penghormatan kepada leluhur atau mendoakan kepada sanak saudara yang telah meninggal dunia. Dalam nyadranan tersebut dilakukan pembersihan lingkungan makam dan masing-masing keluarga juga menabur bunga di makam tersebut. Selain itu, nyadranan juga merupakan bentuk silaturahmi antar warga, dimana antar warga tersebut saling mendatangi ke rumah-rumah tetangga untuk saling memohon maaf.</p> <p>Berupa karnaval yang biasanya diperingati pada bulan safar. Karnaval tersebut mempertunjukkan atraksi wisata seperti peragaan busana.</p> <p>Tarian tersebut dilaksanakan apabila ada <i>event-event</i> tertentu seperti acara hajatan dan hari jadi Desa Kopeng. Adanya bumi perkemahan, <i>Outbound</i>, <i>ATV</i>, <i>Paintball</i>.</p>
2.	<b>Aksesibilitas</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Jalan</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papan Petunjuk Arah</li> <li>• Sarana Transportasi</li> </ul>	<p>Kondisi jalan menuju objek wisata Desa Kopeng cukup bagus dan sudah beraspal tetapi jalan menuju wana wisata Umbul Songo masih belum rata dan bergelombang.</p> <p>Papan petunjuk arah menuju Desa Kopeng sangat mudah dibaca dan penempatan petunjuk arahnya pun sangat strategis jadi wisatawan sangat mudah untuk menuju kawasan Desa wisata Kopeng.</p> <p>Akses menuju Desa Kopeng dapat menggunakan mobil dan motor untuk menuju objek wisata yang terdapat disana. Adapun sarana transportasi umum yaitu mikro bus jurusan Desa Kopeng.</p>
3.	<p><b>Amenitas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akomodasi</li> <li>• Warung Makan</li> </ul>	<p>Bila wisatawan ingin menetap lebih lama di objek wisata desa Kopeng dapat menginap di penginapan yang memang tersedia disana. Terdapat 68 pondok wisata dan perhotelan di Desa wisata Kopeng. Dan terdapat 9 tempat karaoke yang bisa dinikmati oleh wisatawan.</p> <p>Terdapat penjual makanan dan minuman di sekitar objek-objek wisata.</p>
4.	<p><b>Aktivitas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wisatawan</li> <li>• Penduduk</li> </ul>	<p>Wisatawan dapat menikmati keindahan alam di sekitar objek wisata yang masih alami, pengelola juga menyediakan aktivitas <i>outbound</i>, <i>paintball</i>, aktivitas berkuda, karaoke, menikmati keindahan panorama alam melalui gardu pandang yang terdapat di Dusun Cuntel, bagi pecinta <i>hiking</i>, wisatawan juga bisa melakukan perjalanan menuju puncak Gunung Merbabu.</p> <p>Penduduk sekitar Desa Kopeng dapat berjualan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan seperti makanan dan minuman, menjual cinderamata dan lain sebagainya.</p>

**Tabel 2. Rata-Rata Variabel Independen  
Rata-Rata Strategi Pengelola Objek Wisata (X)**

No	Indikator	Jawaban			Total
		Ya	Kadang-Kadang	Tidak	
1.	<i>Product</i>	86%	14%	0%	100%
2.	<i>Price</i>	93%	7%	0%	100%
3.	<i>Place</i>	89%	11%	0%	100%
4.	<i>Promotion</i>	99%	1%	0%	100%
Jumlah Rata-Rata Persentase		91,75%	8,25%	0%	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

**Tabel 3. Rata-Rata Variabel Dependen  
Rata-Rata Peningkatan Kunjungan Wisatawan (Y)**

No	Indikator	Jawaban			Total
		Ya	Kadang-Kadang	Tidak	
1.	Peningkatan Kunjungan Wisatawan	92%	8%	0%	100%
Jumlah Rata-Rata Persentase		92%	8%	0%	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dibuat oleh peneliti di Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang melalui teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, penyebaran angket atau kuesioner, dan studi pustaka diperoleh data dalam bentuk tabel. Kemudian setelah diadakannya analisis dari sumber-sumber terkait dari penyebaran kuesioner, dapat diperoleh hasil adanya hubungan positif dalam Strategi pengelola objek wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang dan dalam sudut pandang pengelola objek wisata yang sudah memperhatikan dan melakukan strategi dengan metode 4P (*Product, Price, Place and Promotion*) menyadari bahwa hal tersebut dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan di Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang.

Hal ini dapat dibuktikan dari teori Sugiyono (2006: 86), bahwa jawaban

setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata dengan diberi skor, misalnya Ya: Skor 65% - 100%, Kadang-kadang: Skor 40% - 64%, Tidak: Skor 0% - 39%. Dari hasil penyebaran angket atau kuesioner dapat diperoleh rata-rata *Product, Price, Place* dan *Promotion* yaitu: Ya sebanyak 91,75%, Kadang-kadang sebanyak 8,25% dan Tidak sebanyak 0% yang menurut teori Sugiyono (2006: 86) adalah termasuk ke dalam golongan baik. Kemudian dari peningkatan kunjungan wisatawan yaitu: Ya sebanyak 92%, Kadang-kadang sebanyak 8% dan Tidak sebanyak 0% yang menurut teori Sugiyono (2006: 86) adalah dalam golongan baik. Maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Pengelola Objek Wisata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang adalah berpengaruh.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Strategi pengelola objek wisata yang dapat diterapkan di kawasan Desa wisata Kopeng adalah menggunakan prinsip 4P yaitu *product, price, place and promotion*. Penerapan strategi 4P yang tepat akan memaksimalkan strategi pengelola objek wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di

desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang.

### **Saran**

- a. Karena promosi yang kurang maksimal, maka perlu menambah sarana dan media promosi seperti penyebaran brosur, menempatkan baliho di tempat strategis, mengiklankan Desa Kopeng melalui majalah-majalah pariwisata, rutin

- diiklankan melalui televisi lokal dan radio lokal.
- b. Mengadakan *event* budaya lebih sering lagi sehingga dapat menambah daya tarik wisatawan. Contohnya pertunjukkan reog semarangan dan pertunjukan organ tunggal dengan penyanyi keroncong yang diadakan setiap akhir pekan.
- c. Mengadakan pemeliharaan rutin setiap bulan agar potensi wisata yang dimiliki tetap terjaga kelestarian bangunannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Atmosudirdjo, S., Prajudi. 2000. *Administrasi Manajemen Umum*. Jakarta:CV Mas Haji
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hamalik, Oemar. 2007. *Manajemen Pengembangan Kurikulum*. Bandung:Remaja Rosdakarya
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia. 2011. *Buku Kearifan Lokal di Tengah Modernisasi*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebudayaan Badan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Pariwisata Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia. Jakarta (Diakses 25 November 2013)
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I (Edisi Kesebelas). Jakarta:Penerbit Indeks
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata di Kota Palembang*. Tesis PS Magister Kajian Pariwisata:Universitas Gadjah Mada
- Marrus, Stephanie K. 2002. *Building The Strategic Plan: Find Analyze, and Present The Right Information*. Wiley. USA
- Moekijat. 2005. *Tata Laksana Kantor (Manajemen Perkantoran)*. Bandung:Mandar Maju
- Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nuryanti, Wiendu. 1993. *Desa Wisata. Concept, Perspective and Challenges*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Pendit, I Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta:Pradnya Paramita
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Priasukmana, Soetarso. 2001. *Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah*. LIPI
- Purnomo, Budi. 2015. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: K-Media
- Siagian, Dergibson., & Sugiarto. 2002. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sondang P. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sihite, Richard. 2000. *Tourism Industry*. Surabaya: SIC
- Sugiarto. 2001. *Teknik Sampling*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiarto. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sutopo, H.B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Spillane, James. 2002. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius
- Suyitno. 2001. *Perencana Wisata*. Yogyakarta: Kanisius Yogyakarta
- Undang - Undang Nomor 9 Tahun 1990 Bab III Pasal 4 tentang Kepariwisataaan
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

[Http://www.apapengertianahli.com](http://www.apapengertianahli.com)

[Https://tabeatamang.wordpress.com/2012/08/24/definisi-pariwisata-menurut-beberapa-ahli/](https://tabeatamang.wordpress.com/2012/08/24/definisi-pariwisata-menurut-beberapa-ahli/)