

## **STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR TERJUN PARANG IJO OLEH DINAS PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN KARANGANYAR**

**Wahyu Ari Indriastuti<sup>1</sup>, Wahyu Yudhanti<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Akademi Pariwisata Mandala Bhakti Surakarta, <sup>2</sup> Akademi Pariwisata Mandala Bhakti Surakarta  
wahyuariindriastuti@gmail.com

### **Abstrak**

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Karanganyar adalah salah satu organisasi pemerintah Kabupaten Karanganyar yang mempunyai tugas dan tanggungjawab untuk menyelenggarakan urusan pemerintah dibidang kepariwisataan .Fungsi dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Karanganyar adalah mengelola daya tarik wisata dan mengembangkan wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar salah satunya yaitu objek wisata Air Terjun Parang Ijo Kabupaten Karanganyar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi apa saja yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga terhadap pengembangan objek air terjun parang ijo di Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang di peroleh dari penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi, dan analisis data.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah yang harus dikembangkan di wisata alam Air Terjun Parang Ijo ini dari adalah fasilitas dan infrastruktur. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan wisata alam Air Terjun Parang Ijo adalah faktor lingkungan dilihat dari pematangan yang alam atau natural menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung, factor pemasaran melalui internet, website dan periklan, pemasangan pamvlet, dan faktor pelaku usaha di wisata Air Terjun Parang Ijo. Strategi Pengembangan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga terhadap perngembangan wisata alam Air Terjun Parang Ijo adalah pihak dinas selalu melakukan pembinaan, pendampingan dan penganggaran dari segi fasilitas dan juga sebagai koordinator, fasilitator, dan stimulator.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, pariwisata, Air Terjun Parang ijo

### **1. PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah gabungan gejala hubungan yang timbal balik dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah maupun masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta para pengunjung lainnya. Secara umum pariwisata terbagi menjadi dua jenis, yakni pariwisata alam dan pariwisata buatan (budaya). Pariwisata alam adalah suatu obyek wisata yang banyak mengacu pada kenampakan fisik di muka bumi yang beragam dan mempunyai keistimewaan tersendiri. Adapun wisata buatan adalah wisata yang menggambarkan hasil budaya manusia seperti museum, tarian maupun wisata lain (Pendit, 1999 dalam Dewi Pramesti, 2006). Usaha pariwisata juga berperan penting bagi warga masyarakat untuk sarana hiburan, menenangkan diri dari rutinitas yang padat.

Oleh sebab itu semua orang membutuhkan hiburan, hiburan itu misalnya diperoleh dari berekreasi atau berwisata.

Kegiatan pariwisata mulai memiliki peranan yang penting dalam strategi-strategi ekonomi di berbagai negara termasuk indonesia. Kebijakan pembangunan sektor ekonomi tercantum bahwa pembangunan pariwisata perlu ditingkatkan mengingat negara indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki lebih kurang tujuh belas ribu pulau dengan keaneka ragam budaya dan keaneka ragaman hayatinya memiliki potensi pariwisata baik budaya maupun keindahan alam yang cukup besar tersebar diberbagai daerah. Hal inilah yang menyebabkan mengapa industri pariwisata mempunyai masa depan yang cerah.

Pengembangan pariwisata saat ini sangat penting sebab industri pariwisata

merupakan sebuah industri yang kompleks di era modern ini. Sektor pariwisata tidak saja mampu meningkatkan penghasilan devisa namun juga dapat memperluas kesempatan kerja. Dari segi industri, sektor pariwisata banyak melibatkan industri lainnya. Industri lain yang terlibat dalam sektor pariwisata antara lain : Hotel dan Restoran, Tour dan Travel, Transportasi, Pusat wisata dan Souvenir.

Pengembangan pariwisata juga memberikan keuntungan bagi daerah, serta masyarakat yang tinggal di sekitar daerah tujuan wisata tersebut. Hal inilah yang kemudian mendorong semangat bagi Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah untuk memajukan pariwisata, dengan jalan memperbaiki fasilitas yang ada membangun fasilitas lain di daerah wisata. Dengan dikeluarkannya UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah, dimana di dalamnya juga diatur tentang penyelenggaraan otonomi daerah menjadi sektor pariwisata sebagai alternatif pilihan yang dapat memberikan kontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Salah satunya adalah lokasi wisata yang berada di Kabupaten Karanganyar. Kabupaten Karanganyar merupakan sebuah wilayah di ujung timur Provinsi Jawa Tengah. Dimana secara geografis terletak di lereng barat Gunung Lawu dan berjarak sekitar 20 Km dari kota solo, merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Tengah yang memiliki keindahan alam yang mempesona, sejuk hawa pegunungannya dan kaya akan peninggalan sejarah serta keaneka ragam seni budaya tradisional yang unik serta menarik untuk disaksikan.

Salah satu kekayaan alam yang ada di daerah tersebut adalah Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo terletak di Dusun Munggur, Desa Girimulyo, Kecamatan Nargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Berjarak ± 33 km dari kota Solo dan menempuh perjalanan sekitar 1,5 jam menggunakan kendaraan pribadi. keberadaan Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo yang terus menerus telah mengalami perkembangan sebagai dampak dari adanya

kegiatan pengembangan obyek wisata yang dilakukan pada obyek wisata tersebut. Perkembangan tersebut ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan selama hampir lima tahun terakhir. Selain itu semakin gencarnya kegiatan pembangunan, penambahan, renovasi dan pengelolaan fasilitas prasarana yang ditunjang dengan meningkatnya kualitas pelayanan obyek wisata telah menjadikan Obyek Wisata Air Terjun Parang Ijo sebagai daerah tujuan wisata unggulan di Kabupaten Karanganyar.

Pengembangan pariwisata dalam hal ini melibatkan semua lapisan masyarakat. Mulai dari kalangan atas sampai kalangan bawah, baik kalangan pemerintah, swasta maupun masyarakat bisa diharapkan turut membantu dan menunjang keberhasilan pengembangan pariwisata.

Berdasarkan kesimpulan diatas mengingat pentingnya strategi ini lebih mengutamakan keikutsertaan Pemerintah Daerah Karanganyar untuk ikut memajukan obyek wisata Air Terjun Parang Ijo. Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil judul “ STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR TERJUN PARANG IJO OLEH DINAS PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN KARANGANYAR “.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah kualitatif (deskriptif). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (deskriptif). Menurut Hidayat Syah (2010:34) penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu.

### b. Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar. Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua sumber data yang satu sama lain saling berkaitan dan saling menunjang, yaitu

1) Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga ,Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dan Pengelola Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo.

2) Sumber Data Sekunder

Data yang diperoleh dari sumber lain secara tidak langsung yang dapat diperoleh melalui dokumen-dokumen resmi yang berkaitan dengan obyek penelitian baik secara nasional catatan-catatan penunjang dan literatur, buku-buku, perpustakaan, dokumentasi , arsip-arsip dan keterangan-keterangan lain yang berhubungan dengan masalah penelitian yang digunakan sebagai pelengkap dan pendukung dari data primer.

**c. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, berikut macam-macam metode pengumpulan data :

1) Metode Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Adapun yang akan menjadi Narasumber yaitu :

- a) Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
- b) Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.
- c) Pengelola Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo

2) Metode Pengamatan / *Observasi*

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145) mengemukakan bahwa,

*observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3) Metode Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

4) Triangulasi

Menurut Norman K. Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda.

5) Metode Analisa Data

Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

2) Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan ini berdasarkan dari wawancara, dan observasi langsung yang dilakukan peneliti selama melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Karanganyar.

### 3. LANDASAN TEORI

a. **Pengertian Strategi**

Beberapa obyek wisata mungkin mempunyai tujuan yang sama akan tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut belum tentu sama. Menurut Kotler (2001) mendefinisikan strategi adalah pendekatan produk yang akan digunakan guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

b. **Pengertian Pengembangan Pariwisata**

Dalam memasarkan pariwisata diperlukan strategi-strategi yang tepat. Definisi pemasaran pariwisata itu sendiri adalah upaya-upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau badan-badan usaha pariwisata pada taraf internasional, lokal guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata. (Salah Wahab, 1989)

Tujuan utama dari strategi pengembangan wisata adalah untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap.

c. **Pengertian Wisata**

Wisata menurut Heriawan (2004) adalah suatu kegiatan yang bersifat bersenang-senang (leisure) yang ditandai dengan mengeluarkan uang atau melakukan kegiatan yang sifatnya konsumtif. Sedangkan pengertian wisata menurut Suyitno (2011) adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata.

Maka dapat disimpulkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan dengan tujuan bersenang-senang atau proses berpegiang yang dilakukan dalam waktu sementara dan ditandai dengan mengeluarkan uang atau bersifat konsumtif..

d. **Objek Wisata**

Menurut Nyoman S. Pendi, (2002: 14) Objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata.

Menurut Gamal Suswantori (2004: 19) Objek wisatawan adalah potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

e. **Air Terjun Parang Ijo**

Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo adalah salah satu Objek Wisata yang berada di Lereng Gunung Lawu tepatnya di Kabupaten Karanganyar memiliki beberapa air terjun cantik, Parang ijo salah satunya. Berjarak tidak jauh dari Air Terjun Jumog, dan hanya beberapa menit dari Candi Sukuh. Tempat ini sangat cocok bagi wisata keluarga, karena jalan menuju lokasi tidak terlalu berat.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. **Potensi Apa Saja Yang Bisa Dikembangkan Di Lingkungan Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo?**

Pendapat dari Kepala Bidang Destinasi Pariwisata dan Kepala Seksi Pengembangan Pariwisata dan Pengelola Objek Wisata Air Terjun Parang ijo potensi yang bisa dikembangkan disana adalah dengan menambahkan fasilitas wahana-wahana dan perbaikan taman di sekitar air terjun parang ijo.

Di beberapa wilayah berkembang suatu pemikiran baru yang terkait dengan pengertian pariwisata. Fenomena pendidikan diperlukan dalam bentuk wisata ini. Hal ini seperti yang didefinisikan oleh *Australian Department of Tourism* yang mendefinisikan pariwisata adalah wisata berbasis pada alam dengan mengikutkan aspek pendidikan dan interpretasi terhadap lingkungan alami dan budaya masyarakat dengan pengelolaan kelestarian ekologis. Definisi ini memberi penegasan bahwa aspek yang terkait tidak hanya bisnis seperti halnya bentuk pariwisata lainnya, tetapi lebih dekat dengan pariwisata minat khusus, *alternatife tourism* atau *special interest tourism* dengan objek dan daya tarik wisata alam.

Suatu destinasi harus memilih berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan agar kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi dan merasa nyaman. Berbagai kebutuhan wisatawan tersebut antara lain, fasilitas transportasi, akomodasi, biro perjalanan, atraksi (kebudayaan, rekreasi dan hiburan), pelayanan makanan, dan barang-barang cinderamata Tersediannya berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman, sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung.

Salah satu yang menjadi suatu daya tarik terbesar pada suatu destinasi wisata adalah sebuah atraksi, baik itu berupa pertunjukan kesenian, rekreasi, atau penyajian suatu paket kebudayaan lokal yang khas dan dilestarikan. Atraksi dapat berupa keseluruhan aktifitas keseharian penduduk setempat beserta *setting* fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti belajar tari, bahasa, membajak sawah, menanam padi, melihat kegiatan budaya masyarakat setempat, dan lain-lain

Atraksi merupakan komponen yang sangat vital, oleh karena itu suatu tempat wisata tersebut harus memiliki keunikan yang bisa menarik wisatawan. Fasilitas-fasilitas pendukungnya juga harus lengkap agar kebutuhan wisatawan terpenuhi, serta keramahan masyarakat tempat wisata juga sangat berperan dalam menarik minat

wisatawan. Faktor-faktor tersebut harus dikelola dengan baik, sehingga menjadikan tempat tersebut sebagai destinasi wisata dan wisatawan rela melakukan perjalanan ke tempat tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata merupakan interaksi antar berbagai elemen. Ada komponen yang harus dikelola dengan baik oleh suatu destinasi wisata adalah wisatawan, wilayah, dan informasi mengenai wilayah. Atraksi juga merupakan komponen vital yang dapat menarik minat wisatawan begitu juga dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung.

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

Prasarana Pariwisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Pembangunan Prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri. Di samping berbagai kebutuhan yang telah disebutkan diatas, kebutuhan wisatawan yang lain juga perlu disediakan di daerah tujuan wisata seperti bank, apotik, rumah sakit, pom bensin, pusat-pusat pembelanjaan dan sebagainya.

Dalam melaksanakan pembangunan prasarana wisata diperlukan koordinasi yang mantang antara instansi terkait bersama dengan instansi pariwisata di berbagai tingkatan. Dukungan instansi terkait dalam membangun prasarana pariwisata sangat diperlukan bagi pengembangan pariwisata di daerah. Koordinasi di tingkat perencanaan yang dilanjutkan dengan koordinasi di tingkat pelaksanaan merupakan modal utama suksesnya pembangunan pariwisata. Dalam pembangunan prasarana pariwisata pemerintah lebih dominan karena pemerintah dapat mengambil manfaat ganda dari pembangunan tersebut, seperti untuk meningkatkan arus informasi, arus lalu lintas

ekonomi, arus mobilitas manusia antara daerah dan sebagainya yang tentu saja dapat meningkatkan kesempatan berusaha dan bekerja.

Yang dimaksud dengan prasarana adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian, dalam hal ini adalah sektor pariwisata dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi fungsinya adalah melengkapi sarana kepariwisataan sehingga dapat memberikan pelayanan sebagaimana mestinya. Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan. Prasarana khusus bagi pariwisata dapat dikatakan tidak ada. Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri. Disamping berbagai kebutuhan yang telah disebutkan diatas, kebutuhan wisatawan yang lain juga perlu disediakan di daerah tujuan wisata, seperti bank, apotik. Untuk lebih jelasnya Prasarana dibagi atas tiga komponen :

1) Prasarana umum

Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan umum bagi kelancaran perekonomian. Adapun yang termasuk dalam kelompok ini diantaranya ialah:

- a) Jaringan air bersih
  - b) Jaringan listrik
  - c) Jaringan jalan
  - d) Drainase :
  - e) Sistem persampahan dan
  - f) Jaringan Telekomunikasi dan internet
- Prasarana Wisata (Kantor Informasi, Tempat Promosi dan Tempat Rekreasi, Pengawas)

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun

dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Sarana wisata secara kuantitatif menunjukkan pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kuantitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan. Dalam hubungannya dengan jenis dan mutu pelayanan sara

Sarana Penunjang Kepariwisatan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok. Berfungsi tidak hanya membuat wisatawan tertahan lebih lama tetapi berfungsi agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan uang di daerah yang dikunjunginya seperti Karaoke/Entertain Ruang Atraksi Wisata.

Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Sarana wisata secara kuantitatif merujuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kuantitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.

b. Strategi Apa Saja yang Dapat Digunakan Untuk Mengembangkan Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo?

Dari hasil wawancara dengan 2 pegawai dinas dan 1 pengelola mengatakan bahwa tentang strategi apa saja yang digunakan untuk mengembangkan parang ijo adalah harus saling bekerja sama dan tidak bisa berjalan sendiri-sendiri antara masyarakat, pengelola, pemerintah dan lembaga-lembaga yang terkait. Melakukan promosi tentang objek air terjun parang ijo melalui masyarakat dan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga sebagai fasilitator”.

Pemasaran pariwisata seharusnya juga berpegang pada prinsip pasar, maksudnya pemilik, pengelola dan mungkin ada lembaga khusus yang khusus memasarkannya (yaitu *tour operator* atau Biro Perjalanan Pariwisata/BPW) harus bisa mempengaruhi, menghimbau dan merayu wisatawan potensial sebagai konsumen agar mengambil keputusan untuk mengadakan perjalanan wisata, dalam hal ini promosi memegang posisi strategis.

Pendekatan melalui pemberian jasa penerangan, kegiatan ini peran pemerintah sangat besar sebagai pemilik usaha, meskipun peran swasta sebagai pengelola atau BPW juga memiliki peran di bidang ini. Peran instansi pemerintah dalam hal ini dapat berupa pengadaan lembaga khusus yang bertugas mengurus masalah pariwisata dari segi kebijakan sampai pada pelayanan kepada masyarakat. Peran Swasta (misalnya BPW) dalam hal ini bisa berupa pemberian informasi kepada masyarakat sesuai dengan kebijakan pemerintah dan memberikan layanan kepada masyarakat (khususnya calon konsumen) mengenai produk-produk wisata yang telah dikemas menjadi paket wisata. Oleh karena itu BPW harus dapat mengemas paket wisata itu menjadi produk yang menarik disamping juga mudah dimengerti dan dipahami calon konsumen (calon wisatawan) untuk itu BPW harus mengetahui secara umum motif-motif orang melakukan perjalanan wisata.

Pendekatan menggunakan pendidikan, pelatihan atau penyuluhan, promosi pariwisata membutuhkan *skill* yang benar-benar profesional di bidang tersebut, mengingat tujuan utama dari promosi ini adalah untuk mempengaruhi pasar sehingga target penjualan terpenuhi. Oleh karena itu perlu juga pendidikan dan pelatihan kepada para staf lembaga yang merupakan mata rantai pariwisata itu, atau bahkan perlunya lembaga pendidikan yang memang mendidik mereka yang berminat di bidang pariwisata sehingga nantinya mereka dalam bekerja diharapkan bisa menggunakan ilmunya secara profesional. Membangun *image* masyarakat sebagai langkah awal untuk melakukan promosi selanjutnya dan tujuan yang hendak

dicapai (yaitu memenuhi target penjualan) dapat terpenuhi. Dalam hal ini diperlukan lembaga khusus dan BPW sementara ini dianggap sebagai kompeten dalam berpromosi dan sekaligus berfungsi sebagai penjual produk pariwisata dalam bentuk paket wisata. Di samping itu perlu juga peran pemerintah setempat dalam hal kebijakannya dan informasi kepada masyarakat melalui Dinas Pariwisata.

c. Kendala dan hambatan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan dan mengembangkan objek wisata air terjun parang ijo?

Pendapat dari Kepala Bidang Destinasi Pariwisata dan Kepala Seksi Pengembangan Pariwisata dan Pengelola Objek Wisata Air Terjun Parang ijo mengalami kendala dan hambatan seperti dana, sumber daya manusia, dan infrastruktur. Dana yang kurang untuk memperbaiki beberapa fasilitas di air terjun parang ijo dan aksesibilitas di media sosial dan media internet. Sumber daya manusia juga menjadi hambatan karena Sumber daya manusia nya masih ketinggalan jaman karena tidak siap dengan perkembangan teknologi informasi. Lalu infrastruktur yang masih harus diperhatikan karena jalan nya banyak sekali yang rusak.

Masih minimnya infrastruktur. Masalah yang tidak kalah penting lainnya adalah infrastruktur. Infrastruktur utama dan pendukung sektor pariwisata (transportasi darat dan laut, infrastruktur teknologi, informasi dan komunikasi/ICT, listrik, air bersih, dan Infrastruktur Pariwisata). Menurut berbagai literatur ekonomi, infrastruktur adalah salah satu yang menentukan bergerak atau tidaknya semua sektor perekonomian, termasuk sektor pariwisata. Kelemahan infrastruktur tersebut juga pada akhirnya berdampak pada aksesibilitas dan mahal nya biaya ke destinasi pariwisata. Dalam mendongkrak akslerasi pariwisatanya, dalam konteks mendorong akslerasi pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan, anggaran dan dukungan kebijakan harus dioptimalkan kearah peningkatan aksesibilitas ke destinasi pariwisata.

Kualitas Sumber Daya Masih Rendah. Pariwisata merupakan *services industry*, *hospitality industry* dan *image industry*, maka peranan kualitas sumber daya manusia sangat penting agar mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan baik dalam bentuk pelayanan pada industri pariwisata maupun sikap masyarakat lokal (*host*) yang ada di daerah tujuan wisata. Dalam konteks Sumber Daya Manusia pariwisata Indonesia, menurut laporan TTCR 2015 boleh dikatakan kualitas Sumber Daya Manusia dan layanan Sumber Daya Manusia pariwisata Indonesia masih rendah dan hal ini juga diakui oleh pemerintah di dalam dokumen RPJMN 2015-2019. Pemerintah menyampaikan bahwa sikap penduduk terhadap turis asing (*attitude of population toward foreign visitors*) semakin memburuk. Hal ini disebabkan oleh persepsi penduduk terhadap manfaat atas kehadiran turis (*perceived benefit*) dan tingkat kesadaran penduduk terhadap pariwisata. Sikap penduduk yang memburuk ini akan membentuk persepsi keramahan (*perceived hospitality*), yang akhirnya akan mempengaruhi kunjungan berikutnya. Selain sikap, permasalahan penguasaan bahasa asing baik masyarakat maupun pelaku/pekerja pariwisata masih menjadi kendala serius. Padahal salah satu faktor yang menentukan kualitas layanan pariwisata adalah kemampuan berbahasa asing. Melihat masih rendahnya kualitas SDM pariwisata Indonesia tersebut, dukungan pemerintah melalui berbagai regulasi dan kebijakan anggaran harus didorong untuk membentuk SDM pariwisata yang berkualitas dan ramah kepada wisatawan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan uraian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

- a. Potensi yang dimiliki Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo adalah dengan menambahkan fasilitas prasarana dan sarana yang ada di Air Terjun Parang ijo, dengan menambahkan fasilitas wahana dan mengembangkan Air Terjun Parang Ijo sebagai agrowisata untuk pembelajaran wisatawan terutama anak-anak.
- b. Strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo adalah memberikan pemahaman meningkatkan pengetahuan pengelolaan dalam pelatihan-pelatihan SDM. masyarakat dan pemerintah sebagai fasilitator regulator dibidang pembangunan pariwisata itu tidak bisa berjalan sendiri-sendiri harus saling mengisi kekurangan kelebihan masing-masing harus dijalankan bersama intinya.
- c. Kendala dan hambatan yang dihadapi Dinas Pariwisata dalam mengembangkan Objek Wisata Air Terjun Parang ijo ini mulai dari dana, sumber daya manusia, dan infrastruktur. Dana yang kurang untuk memperbaiki beberapa fasilitas di air terjun parang ijo dan aksesibilitas di media sosial dan media internet. Sumber daya manusia juga menjadi hambatan karna Sumber daya manusia nya masih ketinggalan jaman karna tidak siap dengan perkembangan teknologi informasi. Lalu infrastruktur yang masih harus diperhatikan karna jalannya banyak sekali yang rusak .

## 6. REFERENSI

- A. Yoeti, Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradyna Paramitha
- Heriawan, Rusman. 2004. *Peranan dan Dampak Pariwisata Pada Perekonomian Indonesia : Suatu pendekatan Model I-O dan SAM*. Doktoral Institut Pertanian Bogor: Bogor
- Hidayat, Syah. 2010. *Penelitian Deskriptif*. Jakarta: Rajawali
- I Gede Pitana., & Putu G, Gayatri. 2005 : *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- J.Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Edisi Revisi . PT Remaja Rosdakarya
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehalindo.

- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Lamb, Hair, McDaniel. 2001. *PEMASARAN*, terjemahan, buku 1. Jakarta: PT. Salemba Empat
- R.S Damardjati, 2001. *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradyna Paramitha.
- Salah, Wahab. 1989. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: Pradyna Paramitha Hartono, Jogyanto. 2005. *Buku Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Slamet, Y. 1993. *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipatif* . Surakarta: Sebelas Maret University.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Suyitno. 2011. *Perencanaan Wisata, Tour Planning*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius