

**UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
DI DIENG PLATEU THEATER
KABUPATEN WONOSOBO JAWA TENGAH**

Disusun Oleh:
Rina Dwi Yunesti
1803789

ABSTRACT

Dieng Plateu Theater is the one destination at Dieng Plateu Area, Wonosobo, Central Java. The purpose of Dieng Plateu Theater that is can give educational to society and tourism about Dieng Plateu Area about natural, culture, and regional use one of it is geothermal through of documenter film.

The research method used is qualitative. Data collection techniques conducted through interviews, observations, documentation and triangulation. Data processing techniques used are data reduction, data presentation, withdrawal of conclusions and verification. Analysts used are SWOT analysis.

Based on the results of the study shows that: (1) Promotion strategy of Dieng Plateu Theater still not optimal, the first to use media social (instagram, facebook, website) is not optimal, this is indicated by there are not social media of Dieng Plateu Theater. The promotional efforts currently being carried out such us tourism exhibition and with GENPI comunity (Gerakan Pesona Indonesia).

(2) The resistor factors of Dieng Plateu Theater still studied to find a solution and always coordinated with internal and external institutes to increase the number of tourist visits.

Key Words : Dieng Plateu Theater, Promotion, Resistor

ABSTRAK

Dieng Plateu Theater merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang berada di kompleks Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah. Tujuan dari Dieng Plateu Theater yaitu dapat menjadi salah satu media edukasi kepada masyarakat dan wisatawan tentang Dataran Tinggi Dieng baik mengenai kekayaan alam, budaya, sampai pada tata guna wilayah salah satunya yaitu tentang *geothermal* melalui film documenter.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui (1) strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Dieng Plateu Theater, (2) faktor penghambat dalam pengelolaan Dieng Plateu Theater.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Teknik pengolahan data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi pemasaran Dieng Plateu Theater masih belum optimal terutama pemasaran melalui media sosial (*instagram, facebook, website*) yang mana ditandai dengan belum adanya akun media sosial tersendiri dari Dieng Plateu Theater. Usaha promosi yang sudah dilakukan saat ini, diantaranya yaitu melalui beberapa cara seperti melalui pameran-pameran pariwisata yang diikuti dan bersama dengan komunitas anak muda GENPI (Generasi Pesona Indonesia).

(2) Faktor-faktor penghambat dalam pengelolaan Dieng Plateu Theater pada saat ini masih terus dikaji untuk mencari solusi serta di koordinasikan bersama baik *internal* maupun *eksternal* dengan instansi-instansi untuk guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Kata kunci : Dieng Plateu Theater, Pemasaran, Penghambat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan industri pariwisata dari hari ke hari semakin menunjukkan peningkatan yang pesat tidak terkecuali di Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan luar biasa dalam hal pariwisata. Terdapat berbagai daerah tujuan wisata menarik mulai dari wisata alam seperti dataran, lembah, pegunungan, perbukitan, goa, laut, sungai, sampai wisata buatan yang memanfaatkan teknologi modern dan berkembang sehingga tidak kalah dengan negara tetangga. Selain wisata alam dan buatan, Indonesia juga kaya dengan wisata budaya. Situs - situs bersejarah peninggalan zaman dahulu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan contohnya benteng, klenteng, goa.

Kenekaragaman suku, budaya dan bahasa dari sabang sampai merauke juga menjadi salah satu daya tarik wisata yang unik dan patut untuk dibanggakan serta dilestarikan. Menurut Moch. Nur Syamsu Moch. Nur Syamsu Jurnal Kepariwisata Volume 12 Nomor 3 Januari 2018 (<http://ejournal.stipram.net/>), Perkembangan Industri pariwisata di Indonesia diharapkan tidak lagi berorientasi pada pencapaian pertumbuhan ekonomi yang setinggi-tingginya dan menjadikan sumber devisa utama, akan tetapi diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja dan berupaya melestarikan potensi budaya dan potensi alam yang ada di daerah, demikian juga produk dan hasil dari kebudayaan tidak luntur dan dari potensi

alam tersebut dikemas dalam suatu destinasi wisata yang sangat menarik bagi wisatawan.

Perkembangan pariwisata di Indonesia menjadi salah satu ujung tombak perekonomian yang merupakan salah satu sumber devisa terbesar setelah kelapa sawit dan gas bumi. Daerah-daerah yang memiliki potensi wisata dengan sadar akan memperoleh banyak keuntungan tidak terkecuali dengan masyarakat yang ada di sekitar daerah tujuan wisata. Keuntungan yang dimaksud diantaranya yaitu adanya lapangan pekerjaan baru, yang mana dapat meningkatkan taraf hidup masyarakatnya, karena pariwisata sendiri merupakan aktivitas yang melibatkan banyak orang untuk melakukan aktivitas diluar daerah asal untuk mencari pengalaman baru yang akan mendapatkan pelayanan tersendiri baik jika dilakukan di dalam negeri maupun luar negeri.

Menurut Nicolaus Got dalam Jurnal Kepariwisata Volume 7 Nomor 1 Januari 2013 (<http://ejournal.stipram.net/>), lapangan kerja yang diciptakan oleh industri pariwisata dapat digolongkan menjadi tiga kelompok besar, yaitu lapangan kerja langsung, lapangan kerja tidak langsung, dan lapangan kerja ikutan. Lapangan kerja langsung adalah jenis pekerjaan yang tersedia pada jajaran industri pariwisata, misalnya akomodasi dan katering, tour and travel, daya tarik dan fasilitas bisnis pariwisata. Lapangan kerja langsung adalah jenis pekerjaan yang tersedia pada jajaran industri pariwisata, misalnya akomodasi dan katering, tour and travel, daya tarik dan fasilitas bisnis pariwisata. Pekerjaan tersebut berkaitan dengan lini garis depan, yaitu petugas yang berhadapan langsung

dengan wisatawan atau pekerjaan dibelakang layar, misalnya juru masak, petugas pembersih atau tugas-tugas lain yang tidak berhadapan langsung dengan wisatawan. Termasuk disini petugas yang menyediakan transportasi, tempat penginapan, makan dan minum, serta penyiapan sesuatu untuk dilihat atau dikerjakan oleh wisatawan. Lapangan kerja tidak langsung dalam pariwisata mencakup bidang yang sangat luas, misalnya sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, hingga sektor industri manufaktur (proses mengubah bahan mentah menjadi barang yang dapat digunakan) dan industri jasa. Lapangan kerja ikutan (induced) dalam pariwisata, adalah lapangan kerja yang tercipta akibat dari pengeluaran orang-orang yang bekerja secara langsung atau tidak langsung pada industri pariwisata, misalnya tukang parkir, jasa angkut barang wisatawan, tukang becak, tukang ojek, tukang pijat, dan sebagainya.

Hal ini mendorong pemerintah untuk terus berbenah dalam melakukan perbaikan diberbagai sektor demi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, mulai dari perbaikan infrastruktur berupa akses jalan menuju suatu destinasi wisata, pembangunan bandara sampai ke pelosok-pelosok yang akan mempermudah akses wisatawan, perbaikan sarana prasarana yang ada di destinasi wisata demi meningkatkan lama tinggal wisatawan, pelatihan terhadap sumber daya manusia dalam hal meningkatkan pelayanan kepada wisatawan serta kebijakan-kebijakan pemerintah Indonesia untuk memudahkan wisatawan asing berkunjung seperti program bebas visa yang saat ini sudah di laksanakan.

Upaya-upaya tersebut tentunya akan dapat terlaksana dengan baik apabila ada kerjasama antara pemerintah dan seluruh aspek masyarakat.

Selain itu pemerintah juga gencar dalam melakukan strategi pemasaran pariwisata, menurut Farah Diana Djamil, Fauzie Rahmat Sidik dalam Jurnal Kepariwisata Volume 9 Nomor 3 September 2015 (<http://ejournal.stipram.net/>), Strategi pariwisata adalah cara untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke objek-objek wisata, daerah-daerah wisata, desa-desa wisata dan lain sebagainya. Maka dari itu strategi pemasaran harus dikembangkan dengan baik untuk menambah wisatawan yang datang dan bisa menambah devisa daerah dan devisa negara. Strategi pemasaran juga harus dilakukan dengan efektif dan efisien supaya memperkecil pengeluaran tetapi dapat mengundang banyak wisatawan. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai cara dan media baik melalui media cetak, elektronik maupun promosi secara langsung dalam pameran-pameran dalam negeri maupun luar negeri daam upaya menarik dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

Daerah tujuan wisata sebagai suatu kebijakan yang terus dikembangkan oleh pemerintah harus tetap memperhatikan unsur-unsur keindahan yang ada sebagai aset utama dalam menarik wisatawan. Namun hal ini haruslah tetap memperhatikan berbagai aspek yang mendukung seperti keanekaragaman flora fauna, budaya, kehidupan biota laut, dan sebagainya. Oleh karena itu berkaitan dengan *responsible tourism* yang mana pengembangan pariwisata harusnya tetap bertanggung jawab. Bentuk dari tanggungjawab yang dimaksud yaitu upaya

pelestarian nilai-nilai dan budaya bangsa serta pemanfaatan segala potensi alam yang ada. Pemanfaatan yang dimaksud yaitu bukan berarti melakukan eksploitasi berlebih atau merubah secara total apa yang sudah ada, namun pemanfaatan yang dimaksud yaitu mengelola, memperbaiki tanpa merubah, memanfaatkan dan melestarikan potensi yang sudah ada agar tetap terjaga namun menarik bagi wisatawan.

Sebuah daerah yang memiliki potensi wisata, di berikan kebijakan dan kewenangan oleh pemerintah pusat dalam mengelola potensi yang ada, dimana potensi-potensi tersebut apabila digabungkan menjadi sebuah daya tarik wisata. Menurut Putriani Dwi Purwaningsih dalam Jurnal Kepariwisata Volume 7 Nomor 1 Januari 2013 (<http://ejournal.stipram.net/>) mengungkapkan bahwa usaha pengembangan wisata daerah tujuannya tidak lain untuk mengembangkan potensi lokal yang bersumber dari alam, sosial budaya, ataupun ekonomi guna memberikan kontribusi, bagi pemerintah daerah sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu daerah yang diberikan kebijakan dan kewenangan dalam mengelola potensi wisata di daerahnya yaitu Wonosobo. Wonosobo merupakan sebuah Kabupaten yang terletak di Jawa Tengah dan memiliki beragam potensi wisata baik wisata alam dan wisata budaya yang masih harus dibenahi dan dikembangkan agar lebih baik sehingga dapat menarik wisatawan lebih banyak.

Salah satu destinasi unggulan yang ada di Kabupaten Wonosobo yaitu Dataran Tinggi Dieng, sebuah kawasan yang berada pada ketinggian 2.093 m

diatas permukaan laut ini memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan, terutama karena keindahan alamnya mulai dari telaga, kawah, goa, candi, pemandian air panas. Selain itu wisata budaya yang ada di Dieng juga sangat menarik yaitu tentang ritual cukur rambut gimbal dimana event tahunan ini selalu menarik antusias luar biasa bagi wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara, kemudian keanekaragaman kuliner yang ada juga menjadi daya tarik tersendiri seiring dengan kehidupan masyarakatnya.

Dari berbagai destinasi tujuan wisata yang ada di kompleks Dataran Tinggi Dieng salah satunya ada Dieng Plateu Theater dapat dikatakan memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang terbilang masih rendah dibandingkan dengan daerah tujuan wisata yang berada disekitarnya. Potensi yang dimiliki oleh Dieng Plateu Theater secara tidak sadar sebenarnya sangatlah menarik karena wisatawan dapat menyaksikan pemutaran film dokumenter tentang Dataran Tinggi Dieng, mulai dari sejarah, kondisi geografis, budaya serta hal-hal yang berkaitan dengan Dieng. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut sebagai insan pariwisata, penulis tertarik untuk menulis jurnal ilmiah dengan judul **“Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Dieng Plateu Theater Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah”**. Hal ini sangat menarik bagi penulis, karena diharapkan dengan adanya penulisan jurnal ilmiah ini, dapat mengetahui faktor sekaligus solusi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Dieng Plateu Theater.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul yang telah penulis paparkan, yaitu **“Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Dieng Plateu Theater Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah”**, maka penulis menemukan beberapa permasalahan yang ada, diantaranya:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Dieng Plateu Theater?
2. Apa faktor penghambat dalam pengelolaan Dieng Plateu Theater?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan judul yang telah penulis paparkan, yaitu **“Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Dieng Plateu Theater Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah”**, penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang ada agar tidak menjadi luas pada aspek-aspek yang tidak relevan dengan judul. Penulis lebih fokus pada penelitian yang dilakukan, yaitu mengenai apa saja faktor penghambat pengelolaan, kemudian upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Dieng Plateu Theater serta manfaat yang dapat diperoleh wisatawan setelah berkunjung ke Dieng Plateu Theater.