

## IDENTIFIKASI DAYA TARIK DAN IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN KONSEP 7 P DESA WISATA CANDIREJO SAAT LOW SEASON

Santosa dan Arif Dwi Saputra

AMPTA Yogyakarta

Email: [santosa\\_59@yahoo.com](mailto:santosa_59@yahoo.com)

### ABSTRAK

Candirejo adalah sebuah desa yang terletak di Magelang, Jawa Tengah. Ini melayani tujuan dengan lingkungan dan budaya. Itu didukung dengan dingin dan dekat dengan salah satu dari tujuh keajaiban dunia yang disebut Candi Borobudur. Fenomena ini menarik wisatawan untuk tinggal lebih lama.

Melalui wawancara dengan manajemen atau mengamati secara langsung, banyak informasi yang ditemukan dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan ketertarikan yang menjadi point of interest dan mengimplementasikannya dalam bauran pemasaran yang dilakukan untuk menghadapi low season.

Hasil yang ditemukan melalui observasi adalah Candirejo memiliki banyak destinasi alam dan budaya. Ini dikembangkan dan disimpan oleh masyarakat setempat. Dari melakukan observasi dan observasi ditemukan bahwa jumlah pengunjung adalah pasang surut dan ada 40 persen jumlah pengunjung memberikan nilai kurang terhadap tujuh P dari pemasaran campuran.

Beberapa solusi yang direkomendasikan untuk manajemen termasuk membuat inovasi dan melakukan daya tarik diversifikasi, menggunakan media dan teknologi informasi untuk mempromosikan produk pariwisata, melakukan Pemasaran Corporation dengan agen perjalanan, meningkatkan pelayanan kepada wisatawan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia.

**Kata kunci:** *eco tourism, pemasaran, musim sepi*

### ABSTRACT

*Candirejo is a village located in Magelang, Central Java. It serves a destination with environment and culture based. It was supported with cool and it is close by one of seven wonders world called Borobudur Temple. This phenomenon attracts tourist to stay longer.*

*Through conducting interview with management or observing directly, many information found by distributing questionnaires. This research aims at describing attraction which becomes point of interest and implement it in mix marketing that done to face low season.*

*The result that found trough conducting observation is Candirejo has many natural and cultural destinations. It is developed and kept by local people. From conducting observation and observation found that number of visitors is tidal and there are 40 percent number of visitors gives less value toward seven P of mix marketing.*

*Some recommended solutions to the management include making innovation and conduct diversification attraction, using media and information technology to promote tourism product, conducting Marketing Corporation with travel agent, increasing service to the tourist trough improving quality of human resource.*

**Key words:** *eco tourism, marketing, low season*

## PENDAHULUAN

Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan perdesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata. Istilah desa wisata mulai banyak terdengar di dunia, khususnya di Indonesia semenjak isu – isu pembangunan pariwisata tidak merata dan sering terabaikannya masyarakat lokal dalam perencanaan dan implementasi pembangunan pariwisata.

Selain itu adanya pergeseran paradigma mengenai bentuk wisata yang berubah dari wisata *massal* menjadi bentuk wisata kelompok kecil atau bahkan individu, dimana wisatawan menginginkan perjalanan yang lebih bermakna, lebih berkualitas sehingga dapat meningkatkan kualitas hidupnya (*expansion of life*) serta meningkatnya kebutuhan wisatawan pada produk yang unik menjadi peluang pemerintah untuk menyediakan objek wisata alternatif.

Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan nasional serta mampu menjadi pemasok devisa utama. Sejalan dengan dinamika perkembangannya pariwisata merambah dalam berbagai terminologi seperti *sustainable tourism development*, *village tourism*, dan *ecotourism*, yang menjadi pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar wisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata bukan perkotaan.

Peluang tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai objek pariwisata yang dapat menarik minat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Wisatawan yang datang berkunjung merupakan sumber devisa negara yang dapat meningkatkan pendapatan negara dan masyarakat lokal. Berdasarkan UU No. 22 tahun 1999 mengenai pemberlakuan Otonomi Daerah, dengan ini Pemerintah Daerah bertanggungjawab untuk mengembangkan dan mengelola segala potensi yang ada di daerahnya masing – masing. Beberapa provinsi gencar mempromosikan objek pariwisata yang ada di daerahnya. Hal ini secara langsung dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan, meningkatkan pendapatan daerah, mengembangkan usaha kecil di daerahnya masing – masing serta meningkatkan lapangan kerja.

Salah satu provinsi yang telah melakukan pendekatan pengembangan wisata alternatif desa wisata adalah Provinsi Jawa Tengah. Saat ini di Provinsi Jawa Tengah terdapat 125 desa wisata yang telah tersebar di beberapa kabupaten dan kota. Salah satunya yaitu tersebar di Kabupaten Magelang. Saat ini Pemerintah Kabupaten Magelang berupaya mengembangkan lebih dari 50 desa wisata di kawasan Gunung Merapi, wilayah sekitar Candi Borobudur, serta di sepanjang ruas jalan Yogyakarta – Magelang yang tersebar di 7 kecamatan yaitu kecamatan Salam, Dukun, Srumbung, Sawangan, Borobudur, Mungkid dan Mertoyudan.

Kecamatan Borobudur terdapat 20 desa wisata, sebagian telah dikembangkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang. Tidak jauh dari Candi Borobudur, sekitar 3 km di sebelah tenggara, ada kawasan wisata yang mulai dilirik oleh wisatawan yaitu objek wisata yang diberi nama Desa Wisata Candirejo. Desa Candirejo merupakan desa kecil yang letaknya berdekatan dengan Candi Borobudur. Dahulu, Desa Candirejo adalah kawasan pedesaan biasa yang kerap didatangi oleh wisatawan untuk menginap disela – sela wisata ke Candi Borobudur. Namun seiring berjalannya waktu, Desa Candirejo ini tidak hanya didatangi sebagai tempat menginap saja, namun perlahan – lahan menjadi tempat wisata baru.

Desa yang memiliki pemandangan indah, subur dan keramahtamahan masyarakat lokal yang kental ini dijadikan sasaran pelaksanaan NRM – LCE Project (*Natural Resources Management for Local Community Empowerment Project*). Dimulai dari perencanaan yang dimotori oleh Pemerintah Desa dengan membentuk Kelompok Kerja guna mensosialisasikan kepada masyarakat tentang konsep Desa Candirejo sebagai desa wisata. Pada tanggal 31 Mei 1999 melalui SK Bupati Magelang No. 556/1258/19/1999 ditetapkan menjadi “Desa Binaan Wisata Tk. Kabupaten Magelang“. Tahun 1999 sampai 2001 Kelompok Kerja fokus dalam pembinaan dan penguatan pelaku – pelaku wisata. Namun mulai tahun 2001 sampai 2003 mendapat pendampingan dari ISI Yogyakarta, Yayasan PATRA – PALA dan JICA sebagai pendonor dana pembinaan dan penguatan pelaku wisata. Sehingga pada tanggal 19 April 2003 diresmikan sebagai Desa Wisata Internasional oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, I Gede Ardika.

Berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Candirejo dari tahun 2008 sampai 2014 terlihat mengalami peningkatan dari 43 menjadi 1.587 wisatawan, menunjukkan trend positif. Namun, pada tahun 2015 hingga tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan dari 1.587 menjadi 977, menunjukkan trend negatif. Berdasarkan waktu kunjungan dapat diidentifikasi bahwa *low season* terjadi pada bulan Desember, Januari, Februari, Maret, April dan Mei. Adapun pada bulan Juni sampai November Desa Wisata Candirejo mengalami *peak season*. (Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Koperasi Desa Wisata Candirejo Tahun Buku 2017).

Kondisi ini merupakan temuan atau masalah bagi pengelola. Dengan demikian pemasaran sangat penting dan perlu dilakukan untuk menunjang pengelola dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga jumlah kunjungan wisatawan di Desa Wisata Candirejo dapat meningkat. Untuk mengembangkan Desa Wisata Candirejo agar mendapatkan jumlah pengunjung yang diharapkan, maka Pengelola Desa Wisata Candirejo meningkatkan aktivitas bauran pemasaran konsep 7 P (*Product, Place, Price, Promotion, Process, People, and Physical evidence*), sebagai strategi simultan yang umumnya dilakukan oleh industri jasa pariwisata.

Tulisan ini bertujuan untuk mengidentifikasi daya tarik wisata dan menemukan langkah atau implementasi konsep 7 P oleh pihak manajemen dalam menghadapi masa *low season*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena – fenomena apa adanya. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, digunakan metode : observasi atau pengamatan, wawancara dan kuesioner.

Metode observasi lapangan yaitu cara pengumpulan data dengan menggunakan jalan mengamati, meneliti atau mengukur kejadian yang akan berlangsung. Cara ini, data yang diperoleh adalah faktual dan aktual, dalam artian data yang dikumpulkan diperoleh pada saat peristiwa berlangsung. (Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2000: 84). Adapun hal yang menjadi fokus ketika observasi lapangan yaitu daya tarik yang menjadi unggulan Desa Wisata Candirejo dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada saat *low season*.

Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dengan responden serta informan, sehingga wawancara dapat diartikan sebagai cara mengumpulkan data dengan bertanya langsung kepada responden dan jawaban – jawaban dicatat atau direkam dengan alat perekam. (Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2000: 83). Informan adalah para pengelola destinasi yang dilakukan secara bebas terpimpin yaitu peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber. Fokus dari metode wawancara yaitu strategi pemasaran yang dilakukan Pengelola Desa Wisata Candirejo dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada saat *low season*.

Kuesioner merupakan pengumpulan data atau informasi yang dibuat dalam bentuk pernyataan. Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel – variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. (Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2000: 85). Kuesioner yang digunakan dalam memperoleh data berupa kuesioner tertutup dimana responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti. Responden penelitian ini adalah para wisatawan

Langkah selanjutnya setelah data diperoleh untuk mendapatkan data yang benar-benar sahih dan reliabel maka dilakukan pengujian kevalidan data yang mencakup uji *Credibility* (validitas internal), uji *Transferability* (validitas eksternal), uji *Dependability* (reliabilitas) dan uji *Confirmability* (objektivitas).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

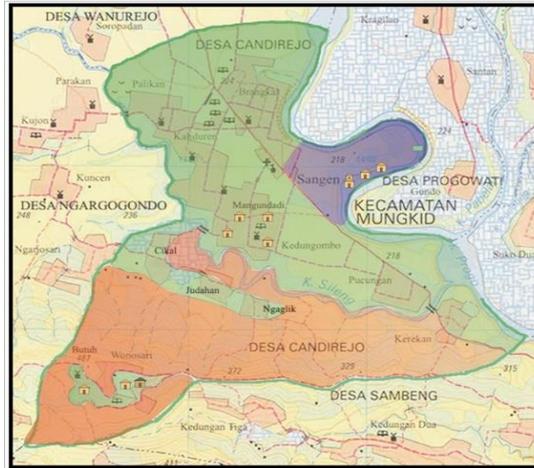
### 1. Deskripsi Desa Wisata Candirejo

Desa Candirejo merupakan satu dari 10 desa yang dijadikan sasaran pelaksanaan NRM – LCE (*Natural Resources Management for Local Community Empowerment*) Project atau Proyek Pengelolaan Sumber – Sumber Daya Alam bagi Keberdayaan Masyarakat Lokal. Proyek tersebut adalah proyek yang dilaksanakan antara Yayasan PATRA – PALA, Pemerintah Daerah Kabupaten Magelang dan masyarakat setempat yang didukung oleh dana hibah dari *Japan International Corporation Agency* (JICA). Proyek ini merupakan pengembangan sebuah program konservasi untuk kawasan Pegunungan Menoreh melalui pemberdayaan masyarakat setempat untuk mengkonservasi Candi Borobudur sebagai satu monumen nasional dan warisan budaya dunia.

Dimulai tahun 2001 sampai 2003, dalam pembinaan dan penguatan terhadap pelaku – pelaku wisata mulai dari Pemerintah Desa Candirejo, Kelompok – Kelompok Kerja dan masyarakat setempat tersebut mendapat pendampingan dari ISI Yogyakarta, Yayasan PATRA – PALA dan JICA sebagai pendonor dana pembinaan dan penguatan pelaku wisata. Sehingga pada tanggal 19 April 2003 diresmikan sebagai Desa Wisata Internasional oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, I Gede Ardika.

Filosofi pengelolaan Desa Wisata Candirejo yaitu : *Partisipatory development* : keterlibatan dan inisiatif masyarakat lokal dalam memberikan kontribusi terhadap kegiatan pariwisata berbasis masyarakat. *Interregional cooperation* : menjalin kerja sama dengan desa – desa lain di kawasan Borobudur untuk mengkolaborasikan kegiatan yang memiliki kesepahaman.

Batas administrasi wilayah Desa Candirejotersaji dalam peta berikut :



**Gambar 1 Peta Desa Candirejo**  
(Sumber : Data Administrasi Balai Desa Candirejo)

Sebelah utara	: Desa Wanurejo dan Desa Progowati
Sebelah selatan	: Desa Kenalan
Sebelah barat	: Desa Ngargogondo
Sebelah timur	: Desa Sambeng

## 2. Potensi Desa Wisata Candirejo

### a. Wisata Alam

#### 1) Tuk Banyu Asin

Tuk Banyu Asin merupakan sebuah mata air yang menawarkan fenomena alam unik, di mana kawasan Candirejo yang berada jauh dari laut, ternyata memiliki mata air yang rasanya asin. Tuk Banyu Asin terletak di antara bebatuan yang berserakan di Lembah Sungai Sileng di Dusun Kaliduren. Tuk Banyu Asin ditemukan oleh masyarakat setempat karena membentuk satu sendang kecil ditandai dengan gelombang mata di dalamnya. Tuk Banyu Asin memiliki keunikan yaitu pada musim panas atau musim hujan permukaan air tetap sama. Air Tuk Banyu Asin bersifat sedikit hangat dan memiliki sedikit kandungan belerang.



**Gambar 2 Tuk Banyu Asin** (Sumber : Dokumentasi Koperasi Desa Wisata Candirejo)

2) Watu Kendil

Watu Kendil merupakan sebuah batu besar yang memiliki tinggi  $\pm$  3 meter pada posisi “nangkring” di bibir jurang Pegunungan Menoreh pada ketinggian  $\pm$  600 dpl. Watu Kendil terletak di Dusun Butuh. Watu Kendil merupakan fenomena alam yang unik karena batu besar tersebut menyerupai kendil, sehingga dinamai Watu Kendil. Dalam bahasa Jawa “watu” berarti batu, sedangkan “kendil” adalah sejenis periuk, alat masak tradisional yang terbuat dari tanah liat.



**Gambar 3 Watu Kendil**  
(Sumber : Dokumentasi Koperasi Desa Wisata Candirejo)

3) Tempuran (Pertemuan 3 Sungai)

Tempuran merupakan objek wisata alam yang memperlihatkan keindahan delta 3 sungai, yaitu Sungai Progo, Sungai Belan dan Sungai Sileng. Tempuran berada di Dusun Pucungan dan menjadi objek wisata yang wajib dikunjungi oleh wisatawan. Keberadaan Sungai Progo juga menjadi penanda datangnya musim hujan apabila alirannya terlihat mulai keruh.



**Gambar 4 Tempuran 3 Sungai**  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

4) Sendang Kapit Kuburan

Sendang Kapit Kuburan merupakan sebuah sendang atau mata air yang pada zaman Hindu digunakan sebagai tempat bersuci sebelum menjalankan ibadah. Disebut juga sebagai “Banyu Perwitosari” atau Air Kehidupan, karena merupakan sumber mata air yang pada musim kemarau tetap menghasilkan air bersih sehingga bisa mencukupi kebutuhan air sehari – hari masyarakat. Sendang ini terletak di tengah hutan bambu di Dusun Brangkal. Sendang ini ditemukan oleh masyarakat setempat dan ada sejak Desa Candirejo ditemukan. Masyarakat percaya sendang ini merupakan peninggalan pada zaman Hindu dan memiliki kaitan dengan benda – benda peninggalan zaman Hindu di Dusun Brangkal.



**Gambar 5 Sendang Kapit Kuburan**  
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

#### **b. Wisata Budaya**

##### **1) Upacara Adat Nyadran**

Nyadran merupakan upacara adat mengirim doa untuk leluhur yang dilaksanakan setahun sekali, yakni pada bulan Ruwah (pada kalender Jawa) dalam rangka menyambut bulan Ramadhan. Upacara Nyadran tingkat desa dilaksanakan di Gunung Mijil yang dipimpin oleh juru kunci Gunung Mijil, sedangkan di tingkat dusun dilaksanakan di halaman masjid dusun yang dipimpin oleh kepala dusun atau tokoh agama.

##### **2) Upacara Saparan Perti Desa atau Sedekah Bumi**

Saparan Perti Desa atau Sedekah Bumi merupakan upacara tradisi yang diselenggarakan secara rutin di Desa Candirejo. Saparan berasal dari kata Sapar yaitu bulan kedua nama bulan Jawa. Saparan juga sebuah kegiatan yang identik dengan Perti Desa yang berarti “ngopeni” atau “nguri – uri” (dalam bahasa Jawa) artinya peduli. Sehingga Saparan Perti Desa atau Sedekah Bumi mempunyai arti yang sama, yakni upacara tradisi untuk memelihara desa dengan menyelenggarakan sedekah berwujud nasi tumpeng dan kelengkapannya serta acara kesenian – kesenian yang dimiliki Desa Candirejo.



**Gambar 6 Upacara Saparan Perti Desa**

(Sumber : Dokumentasi Koperasi Desa Wisata Candirejo)

#### **c. Wisata Sentra Industri dan Kerajinan**

##### **1) Sentra Industri Slondok**

Sentra industri slondok berada di Dusun Palihan yang terdapat 10 industri rumahan yang membuat slondok. Kegiatan ini sudah turun – temurun dari keluarganya. Bahkan ketika panen singkong, 80% penduduknya membuat slondok hingga 20 – 30 kg. Slondok disini memiliki cita rasa yang berbeda dengan slondok buatan daerah lainnya. Perbedaannya terdapat pada resep bumbu yang digunakan merupakan resep turun – temurun dari keluarganya.



**Gambar 7 Industri Slondok**  
(Sumber : Dokumentasi Koperasi Desa Wisata Candirejo)

2) Sentra Kerajinan Pandan

Pandan merupakan jenis tumbuhan monokotil yang memiliki ciri daun yang memanjang dan seringkali tepinya bergerigi. Tanaman ini banyak ditemui di Dusun Butuh, Dusun Ngaglik dan Dusun Wonosari karena terletak di Pegunungan Menoreh yang memiliki kekayaan alam pandan. Masyarakat di dusun tersebut menggunakan teknologi sederhana untuk mengolahnya menjadi bahan baku pembuatan kerajinan pandan. Daun pandan yang sudah dibersihkan, dijemur hingga kering kemudian dianyam hingga menghasilkan produk kerajinan tikar pandan, topi, tas dan lainnya.

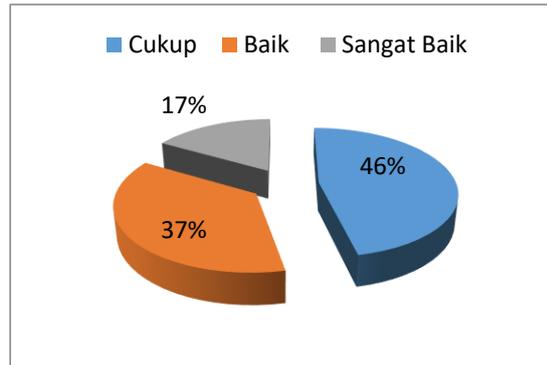


**Gambar 8 Industri Kerajinan Pandan**  
(Sumber : Dokumentasi Koperasi Desa Wisata Candirejo)

3. Implementasi Bauran Pemasaran 7P

Hasil temuan lapangan implementasi bauran pemasaran 7 P Desa Wisata Candirejo tersaji dalam bentuk *pie chart* sebagai berikut :

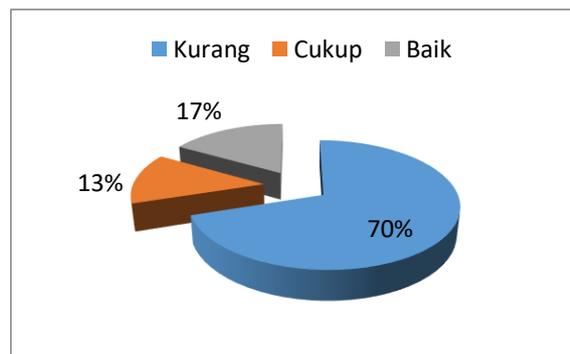
**Komponen Product**



**Gambar 9 Diagram Respon Wisatawan Terhadap *Product***  
(Sumber : Olah Data SPSS 16)

Solusi strategi yang diajukan dalam menghadapi masa *low season* mencakup : 1) Pihak Pengelola menjaga kualitas produk wisata dengan mempertahankan ciri khas produk yang menitikberatkan pada konsep *ecotourism* dan melibatkan partisipasi masyarakat lokal. 2) Membuat paket wisata yang terkoneksi dengan kawasan wisata lain yang telah dikenal masyarakat luas. 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan melakukan pelatihan guiding. 4) Mengembangkan *differentiation product* dari desa wisata pesaing dengan mengunggulkan potensi yang dimiliki. 5) Tersorganisasi dalam mengelola produk serta melakukan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan.

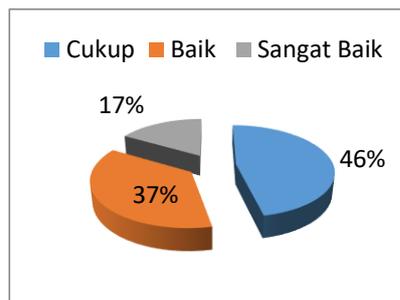
### ***Komponen Price***



**Gambar 10 Diagram Respon Wisatawan Terhadap *Price***  
(Sumber : Olah Data SPSS 16)

Solusi strategi yang diajukan dalam menghadapi masa *low season* mencakup : 1) Membuat paket wisata dengan harga yang menarik, pemberian potongan harga atau diskon dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. 2) Pengelola menjaga kualitas produk wisata dan pelayanannya dengan baik. 3) Membuat produk wisata yang berbeda dengan produk desa wisata pesaing dengan strategi harga yang menarik. Strategi tersebut dapat dilakukan dengan penetapan harga produk wisata yang menarik misalnya membuat paket wisata dengan paket *lowcost*, pemberian potongan harga atau diskon bagi wisatawan rombongan dan penetapan harga yang menarik melalui sistem kontrak harga antara *agent* dan pengelola.

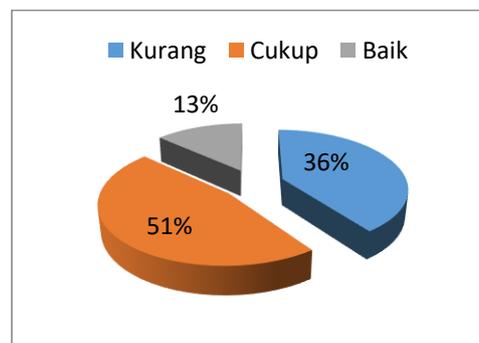
### ***Komponen Place***



**Gambar 11 Diagram Respon Wisatawan Terhadap Place**  
(Sumber : Olah Data SPSS 16)

Solusi strategi yang diajukan dalam menghadapi masa *low season* mencakup :1) Pengelola memaksimalkan kegiatan pemasaran offline. 2) Senantiasa melakukan kerjasama dengan kawasan destinasi disekitarnya; kawasan wisata Galleri Art Wanurejo, Kerajinan Gerabah Klipoh, Punthuk Setumbu, Gereja Ayam, Candi Mendut dan sebagainya. 3) Pengadaan toilet di salah satu titik kegiatan wisata dengan mengusahakan ketersediaan air yang baik. 4) Membuat papan edukasi peringatan kawasan rawan bencana. Strategi ini dapat dilakukan oleh pihak pengelola sebagai upaya untuk menjamin keselamatan wisatawan.5) Menjaga komunikasi antara pihak pengelola dan wisatawan untuk mengetahui situasi dan keadaan terkini agar kegiatan wisata dapat terlaksana dengan baik. Sebagai upaya untuk menjamin keselamatan para wisatawan yang akan berkunjung.

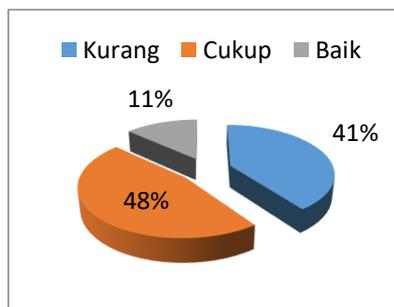
### ***Komponen Promotion***



**Gambar 12 Diagram Respon Wisatawan Terhadap Promotion**  
(Sumber : Olah Data SPSS 16)

Solusi strategi yang diajukan dalam menghadapi masa *low season* mencakup :1) Pemanfaatan fasilitas penunjang promosi untuk memaksimalkan kegiatan promosi secara *online*, melalui *media social* seperti *Facebook, Instagram, Blog*. 2) Pengadaan *event* dalam kegiatan promosi dilakukan secara berkala, melalui :*event – event* pariwisata, seminar, pameran pariwisata yang bertujuan untuk membangun citra sehingga dapat mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok wisatawan terhadap objek wisata Desa Wisata Candirejo. 3) Peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam bidang *network marketing* dengan pelatihan – pelatihan atau seminar mengenai manajemen, kemampuan pengelolaan produk dan penguasaan informasi teknologi. 4) Menetapkan jenis atau macam promosi yang lebih efektif yang akan digunakan. 6) Penerapan bauran promosi yang lebih terarah sehingga target pasar dapat tercapai.

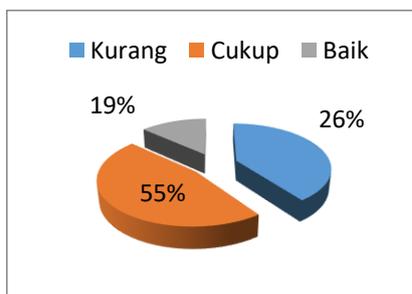
### *Komponen Process*



**Gambar 13 Diagram Respon Wisatawan Terhadap Promotion**  
(Sumber : Olah Data SPSS 16)

Solusi strategi yang diajukan dalam menghadapi masa *low season* mencakup :1) Menerapkan konsep strategi pemasaran yang tepat, mencakup *Segmentation, Targenting and Positioning*.2) Kegiatan promosi dilakukan secara berkala. Strategi ini relevan karena wisatawan membutuhkan informasi yang *up to date* tentang Desa Wisata Candirejo. 3)Memaksimalkan fasilitas penunjanguntuk mempermudah para pengunjung mengakses semua informasi yang tersedia 4) Pengelola fokus terhadap proses pemasaran. Aspek pemasaran merupakan aspek penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

### *Komponen People*

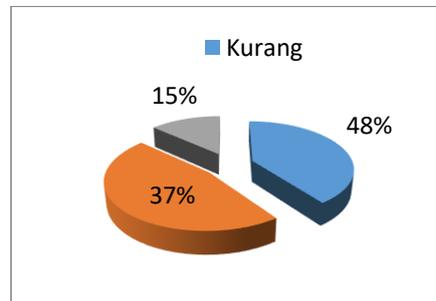


**Gambar 14 Diagram Respon Wisatawan Terhadap Promotion**  
(Sumber : Olah Data SPSS 16)

Solusi strategi yang diajukan dalam menghadapi masa *low season* mencakup: 1) Kreatif dan berinovasi dalam pemasaran dan pengembangan pariwisata. Salah satu kekuatan dari sumber daya manusia di Desa Wisata Candirejo adalah banyaknya pihak pengelola kawasan wisata yang masih dalam usia – usia produktif. Hal ini dapat berdampak positif apabila mereka ini dapat berinovasi dan kreatif dalam aspek pemasaran dan pengembangan kawasan wisata. 2) Memberikan pelatihan kepariwisataan kepada masyarakat lokal. Pelatihan keterampilan dalam bidang apapun akan menambah kemampuan dari mereka yang mendapatkan pelatihan tersebut, tanpa terkecuali pelatihan ilmu pariwisata. Dengan bertambahnya pihak pengelola mengenai pengetahuan kepariwisataan diharapkan pengelola dapat lebih serius dalam melakukan kegiatan pemasaran dan pengembangan pariwisata. 3) Pelatihan ilmu sadar wisata kepada pemuda – pemudi Desa Candirejo. Modernisasi yang dapat mempengaruhi para pemuda atau sumber daya manusia yang masih berusia produktif telah menyebabkan cukup banyak pemuda yang lebih memilih bekerja di luar dibandingkan ikut partisipasi dalam mengembangkan kawasan wisata yang berada di tempat tinggal mereka sendiri. Hal ini tentunya menjadi sebuah ancaman yang berbahaya bagi kelangsungan kawasan wisata tersebut dikarenakan tidak adanya penerus yang akan mengembangkan kawasan wisata tersebut. Modernisasi tidak harus ditolak secara mentah – mentah ataupun diterima secara mentah – mentah juga. Modernisasi juga memiliki dampak positif khususnya dalam kegiatan

pemasaran dan pengembangan pariwisata. 5) Mengadakan pertemuan rutin. Komunikasi antar *stakeholder* pariwisata adalah hal yang mampu membuat hubungan antar *stakeholder* semakin erat. Dalam pengadaan pertemuan rutin tersebut ada banyak hal yang dapat dibahas untuk merencanakan kegiatan pengembangan pariwisata.

### ***Komponen Physical Evidence***



**Gambar 15 Diagram Respon Wisatawan Terhadap Promotion  
(Sumber : Olah Data SPSS 16)**

Solusi strategi yang diajukan dalam menghadapi masa *low season* mencakup: 1) Pembangunan fasilitas pendukung. Fasilitas pendukung sangat diperlukan guna menunjang kegiatan pariwisata seperti toko *souvenir*, area spot foto bagi wisatawan dan sebagainya. 2) Membuat *spot* wisata dengan penambahan bangunan yang bervariasi dan menarik bagi wisatawan. Perlu pengadaan bangunan untuk dijadikan *spot – spot area* yang menarik bagi wisatawan agar wisatawan yang berkunjung tidak merasa jenuh dan dapat menikmati dengan nyaman. 3) Lebih memperhatikan keamanan bagi wisatawan yang berkunjung. Dikarenakan lokasi Desa Wisata Candirejo yang dikelilingi perbukitan dan sungai besar maka pihak pengelola harus lebih memperhatikan keamanan bagi wisatawan yang berkunjung. 4) Penataan *spot area* wisata yang lebih rapi dan menarik.

## **KESIMPULAN**

1. Desa Wisata Candirejo Megelang Jawa Tengah adalah desa wisata dengan basis eco tourism dengan mengandalkan daya tarik alam dan budaya yang memiliki obyek sangat bervariasi, namun perlu ada diversifikasi dan inovatif sehingga tidak memberikan kesan yang membosankan bagi wisatawan.
2. Pasang surut wisatawan terjadi sejalan dengan destinasi lain yang ada didekat desa wisata ini yaitu Candi Borobudur. Terjadi *low season* pada bulan Februari sampai dengan bulan Mei, upaya yang dilakukan oleh pengelola menghadapi masa *low season* masih bersifat sederhana yaitu melalui program pemasaran konvensional
3. Berdasarkan hasil wawancara, pengamatan dan hasil angket tentang respon wisatawan setelah melakukan kunjungan di desa wisata, perlu disampaikan berbagai hal untuk mengatasi rendahnya kunjungan wisatawan pada saat *low season* yaitu mengembangkan daya tarik yang ada, peningkatan kualitas sumber daya manusia guna peningkatan pelayanan kepada wisatawan dan memperbanyak kerjasama bidang pemasaran melalui berbagai travel agent dan pemanfaatan teknologi media sosial.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amstrong, Gary dan Philip Kotler. (1997). *Dasar – Dasar Pemasaran Jilid I Alih Bahasa: Alexander Sindoro*. Jakarta: Prenhallindo.
- (2002). *Dasar – Dasar Pemasaran Jilid I Alih Bahasa: Alexander Sindoro*. Jakarta: Prenhallindo.
- Alma, Buchari. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Hadiwijoyo, Suryo S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Phillip dan Kevin L Keller, (2006), *Marketing Management*, Diterjemahkan Oleh Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1, Indeks, Jakarta, 2007
- Nuryanti, Wiendu. (1993). *Desa Wisata Concept, Perspective and Challenges, Laporan Konferensi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiarto, Endar., Kusmayadi. (2000). *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Yoeti, Oka A. (1995). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa.
- (2010). *Dasar – Dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung: Alumni.
- (2013). *Pemasaran Pariwisata (re.ed)*. Bandung: CV Angkasa.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 22 Tahun 1999 Tentang Pemberlakuan Otonomi Daerah.
- Peraturan Bupati Magelang No. 6 Tahun 2008 Tentang Landasan Hukum Desa Wisata Candirejo.
- Sumber : Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Koperasi Desa Wisata Candirejo Tahun Buku 2017).*
- KOMPAS.com. (2017). *Kemenpar Lirik Potensi Desa Wisata di Jawa Tengah*. Jakarta: diakses tanggal 7 April 2018.
- Bisnis.com. (2018). *Jateng Serius Garap Desa Wisata*, dalam: <http://m.bisnis.com/amp/read/20180201/78/733410/jateng-serius-garap-desawisata> diakses tanggal 7 April 2018.