BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Gambar 4.1
Pintu Masuk Wisata Koptan Ori *Green*

Sumber: Dokumentasi Obyek Wisat Koptan Ori *Green*

Obyek Wisata Koptan Ori *Green* terletak di Dusun Jengglik RT 01 RW 01, Desa Sendang, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung. Dari pusat kota Tulungagung lokasi wisata ini berjarak sekitar ± 25 km dengan jarak tempuh ± 1 jam. Wisata ini merupakan wisata buatan yang bernuansa alam, air dan edukasi. Wisata Koptan Ori *Green* adalah destinasi wisata baru yang menyuguhkan sensasi alami pegunungan dengan luas tanah 3 hektar. Dalam hal pengelolaan wisata ini dikelola oleh Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta, yang mulai beroperasi pada tahun 2018. Pada wisata ini harga tiket yang ditawarkan dapat dikatakan cukup murah yaitu Rp 15.000 per orang, biaya parkir Rp 3.000 untuk motor, dan Rp 5.000 untuk mobil.

Dengan harga tiket Rp 15.000 pada saat masuk pengunjung diberikan satu cup susu dan satu gelas air mineral. Adapun fasilitas yang disediakan pada wisata ini yaitu *water boom*, kolam renang anak-anak, kolam renang dewasa, wahana permainan, spot foto yang indah, taman edukasi, gazebo, hall, aquarium, pendhopo, pujasera, mushola, toilet, *free wifi*, panggung hiburan dan ruang kesehatan. Wisata ini dikelilingi oleh persawahan, sungai alami, tanaman-tanaman yang masih segar, dan diimbangi juga dengan udara yang masih sangat sejuk. Wisata Koptan Ori *Green* ini juga di kelola sesuai Standart Operasional Prosedur (SOP) dengan adanya tenaga *Lifeguard* dan Asuransi *Personal Accident* bagi pengunjung. Pengelolaan wisata ini juga menggunakan konsep sapta pesona pariwisata. Obyek wisata Koptan Ori *Green* dilengkapi sentra-sentra bisnis seperti kios-kios kuliner, toko peralatan berenang, wahana bermain, dan menyediakan sewa pelampung serta sewa ban, jasa angkutan, dan jasa pentipan loker.

Keberadaan obyek wisata Koptan Ori *Green* ini memberikan dampak yang signifikan baik bagi masyarakat, lingkungan, Desa Sendang dan sekitarnya. Dengan adanya wisata ini Desa Sendang bisa lebih dikenal khalayak umum tidak hanya masyarakat Kabupaten Tulungagung tetapi juga masyarakat tingkat provinsi.

2. Sejarah Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Obyek Wisata Koptan Ori *Green* ini berdiri karena adanya pengembangan unit usaha dari Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta..

Koperasi ini terletak di Jl. Raya Sendang-Penampean KM 01/002 Dusun Sendang Desa Sendang, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta sebelumnya sudah memiliki bebrapa unit usaha yang sudah berjalan yaitu:

a. Unit Pertokoan
b. Unit Simpan Pinjam
c. Unit Makanan Ternak
d. Unit Angkutan
e. Unit Susu
f. Unit Rekening Listrik dan Telepon
g. Unit Swalayan/ Ritel
h. Unit Radio dan Penyuluhan
i. Unit Pengelolaan
j. Unit Wisata "Ori *Green*"

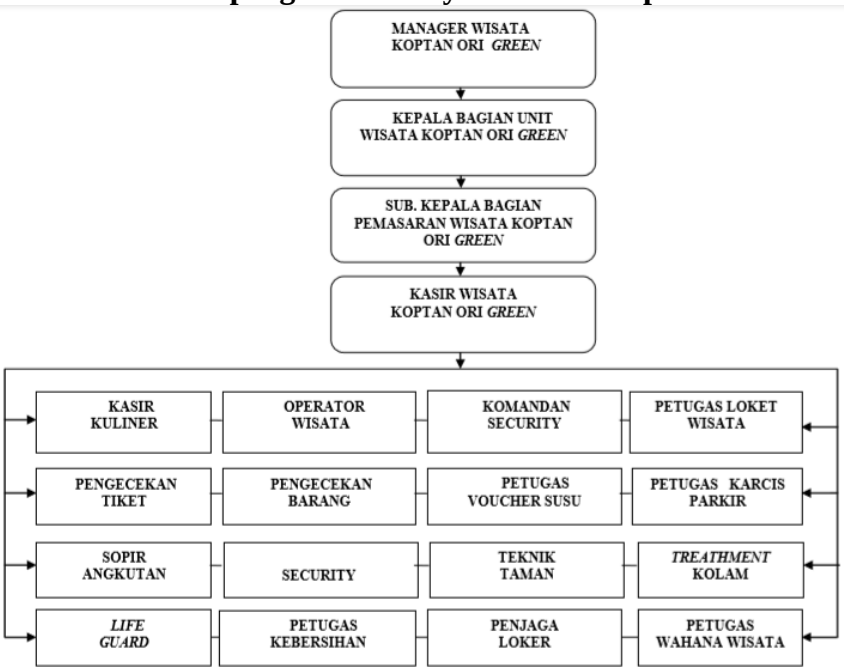
Pada tahun 2018 tepatnya tanggal 07 Mei 2018 Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta membuka unit baru dan diberi nama Wisata Koptan "Ori *Green*" yang terletak di Dusun Jengglik Desa Sendang Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Kecamatan Sendang sebagian besar wilayahnya berada di pegunungan dengan udara yang sejuk atau bisa dibilang cukup dingin, serta mendukung akan keberadaan wisata. Kegiatan wisata juga merupakan kegiatan yang sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Dengan melihat adanya peluang saat ini di bidang pariwisata

maka Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta memiliki ide untuk membangun obyek wisata. Alasan pemilihan tempat wisata di wilayah tersebut yaitu Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta menganggap lokasi ini sangat cocok untuk dibangun obyek wisata dilihat dari luas tanah, kondisi lingkungan yang masih sangat alami dan asri, udara masih sangat terjaga, dikelilingi oleh persawahan dan sungai.

Sebelumnya lahan lokasi pariwisata ini merupakan lahan milik warga yang dapat dikatakan kurang berfungsi, selanjutnya pihak Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta melakukan negosiasi dengan pemilik lahan untuk membangun unit berupa obyek wisata baru. Setelah adanya kesepakatan antara pemilik lahan dengan pengelola obyek wisata maka didirikanlah wisata ini dengan nama wisata Koptan Ori *Green*. Sewa lahan ini dapat dikatakan cukup lama yaitu sekitar 25 tahun dengan luas lahan ± 3 hektar. Kemudian dalam hal permodalan, dananya berasal dari perputaran hasil usaha sebelumnya yang dimiliki oleh Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta ditambah dengan modal anggota koperasi dan karyawan yang menginvestasikan dananya pada obyek pariwisata ini. Selain itu, wisata ini juga dibangun untuk meningkatkan laju perekonomian di Kecamatan Sendang.

3. Struktur Kepengurusan Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Gambar 4.2
Struktur Kepengurusan Obyek Wisata Koptan Ori *Green*



Sumber: Dokumentasi Struktur Kepengurusan Wisata Koptan Ori *Green*

Tugas Pokok Pengurus Wisata Koptan Ori *Green*

1. **Manager Wisata**

   a. Mengelola suatu tempat wisata dengan strategi bisnis yang menyeluruh baik dari sisi internal maupun eksternal.

   b. Menjaga stabilitas manajemen dan administrasi, dengan cara menerima laporan dari setiap divisi.

c. Membuat inovasi baru untuk keberlangsungan wisata.

2. Kepala Bagian Unit Wisata

a. Membantu manager dalam pengelolaan wisata.

b. Berkoordinasi dengan beberapa divisi terkait evaluasi kepuasan. pengunjung dan meningkatkan program yang lebih baik.

c. Ikut membuat inovasi baru terkait wisata.

d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh manager wisata.

3. Sub. Kepala Bagian Pemasaran

a. Mengelola dokumentasi dan informasi pariwisata.

b. Pengembangan promosi pariwisata.

c. Memnuat rencana kerja bidang peamasaran.

d. Evaluasi dan penyusunan laporan pelaksanaan pemasaran pariwisata.

4. Kasir Wisata

a. Mencatat semua pemasukan dan pengeluaran yang ada pada obyek wisata.

b. Melaporkan dan mengatur keuangan wisata.

5. Kasir Kuliner

a. Mencatat semua kegiatan yang ada pada obyek wisata terkait dengan masalah kuliner.

b. Mengurus masalah pembayaran retribusi pedagang pada kios-kios yang ada di obyek wisata.

6. Operator Wisata

a. Menginformasikan segala sesuatu yang ada pada obyek wisata.

b. Memberikan pengarahan kepada pengunjung.

7. Komandan Security

a. Memeriksa dan memastikan kesiapan seluruh anggota dalam bertugas.

b. Menyusun dan membina jadwal tugas security.

c. Mengkondisikan kegiatan penjagaan keamanan dan ketertiban di lingkungan obyek wisata.

8. Loket

Melayani pembelian tiket untuk pengunjung yang akan masuk lokasi wisata.

9. Penegecekan Tiket

Bertugas untuk memeriksa tiket pengunjung saat akan masuk lokasi wisata.

10. Pengecekan Barang

a. Bertugas untuk mengecek barang-barang pengunjung agar keamanan dan ketertiban tetap terjaga.

b. Mengecek barang bawaan pengunjung dan melarang pengunjung untuk masuk mebawa makanan.

11. Petugas Voucher Susu

Bertugas untuk memberikan fasilitas susu cup dan air mineral pada saat masuk.

12. Petugas Karcis Parkir

a. Memberikan karcis parkir.

b. Menarik pembayaran karcis parkir.

13. Sopir Angkutan

Memiliki tugas untuk mengatarkan pengunjung untuk berkeliling obyek wisata.

14. Security

a. Mengawasi keluar masuknya pengunjung pada obyek wisata.

b. Menjaga ketertiban dan keamanan.

c. Melaksanakan pengaturan dan pelayanan pada obyek wisata.

15. Teknik Taman

Bertugas untuk merenovasi taman dan merawat tanaman.

16. *Threathment* Kolam

a. Bertugas untuk merawat kolam renang.

b. Bertugas untuk menjaga setiap saat kebersihan dan keindahan kolam renang

17. *Life Guard*

a. Sebagai pengawas kolam renang.

b. Petugas khusus yang bertugas untuk memberikan pertolongan apabila terjadi kecelakaan pengunjung pada saat berenang.

18. Petugas Kebersihan

Merawat lingkungan tempat wisata dan menjaga kebersihan lingkungan wisata.

19. Penjaga Loker

a. Menjaga keamananan barang-barang pengunjung yang dititipkan di loker.
b. Bersikap ramah kepada pengunjung saat pengunjung menitipkan barangnya.

20. Wahana Wisata

Bertugas menjaga wahana pada obyek wisata dan mengawasi pengunjung yang menaiki wahana wisata.

Wisata Koptan Ori *Green* memiliki karyawan sebanyak 46 karyawan. Berikut nama seluruh karyawan obyek wisata Koptan Ori *Green* beserta tugasnya:

Tabel 4.1
Nama Karyawan Wisata Koptan Ori *Green* Beserta Tugasnya

No.	Nama	Tugas
1.	Joko Sunaryo	Manager Wisata Koptan Ori *Green*
2.	Ervina Feronika	Kab. Unit Wisata
3.	Rizal Lukman H.	Sub. Kabg. Pemasaran
4.	Dilla Candra A. K	Kasir Wisata Koptan Ori *Green*
5.	Ria Ariani	Petugas Loket
6.	Sevia Ita maya S.	Kasir Kuliner
7.	Koderi	Pengecekan Tiket

8.	Rensy	Pengecekan Barang
9.	Nova	Pengecekan Barang
10.	Aan Dadan	Petugas Voucher Susu
11.	Agus Setiawan	Petugas Voucher Susu
12.	Wiyono	Operator Wisata
13.	Abd. Khamid	Petugas Karcis Parkir
14.	Herson Yonatan	Petugas Karcis Parkir
15.	Umi Kholifah	Petugas Karcis Parkir
16.	Tony Lendra W.	Sopir Angkutan
17.	Suranto	Komandan Security
18.	Agus Noto S.	Security
19.	Angga	Security
20.	Jupri	Security
21.	Loso	Security
22.	Maji S.	Security
23.	Winarno	Security
24.	Joko Handono	Petugas Kebersihan
25.	Kartin	Petugas Kebersihan
26.	Lucky Iswahyudi	Petugas Kebersihan
27.	Peni	Petugas Kebersihan
28.	Yadi	Petugas Kebersihan
29.	Yuli	Petugas Kebersihan
30.	Saleh	Teknik Taman
31.	Sunar	Teknik Taman
32.	Nyandik Suhuta	Treathment Kolam
33.	Sarwono	Treathment Kolam
34.	Wiratman	Treathment Kolam
35.	Laif	Petugas wahana Permainan
36.	Abd. Aziz Umar	*Life Guard*
37.	Agus S.	*Life Guard*
38.	Cucuk Sudrajat	*Life Guard*
39.	Nanang Wijayanto	*Life Guard*
40.	Ridwan hanafi	*Life Guard*
41.	Nia Sepriani	Petugas Loker
42.	Ririn Munawaroh	Petugas Loker

43.	Reni	Petugas Kantin Wisata
44.	Jiyah	Petugas kantin Wisata
45.	Yeni elinawati	Petugas Toko Wisata
46.	Laif	Petugas Wahana wisata

Sumber: Dokumentasi Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

4. Jumlah Pengunjung Wisata Koptan Ori *Green*

Dari beberapa potensi wisata yang ada di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung, wisata Koptan Ori *Green* merupakan salah satu obyek wisata pilihan keluarga yang memiliki tingkat atau jumlah pengunjung cukup banyak dan mengalami kenaikan setiap bulannya. Dilihat dari data pengunjung pada tahun enam bulan terakhir di tahun 2019. Adapun rata-rata jumlah pengunjung wisata Koptan Ori *Green* adalah, sebagai berikut:

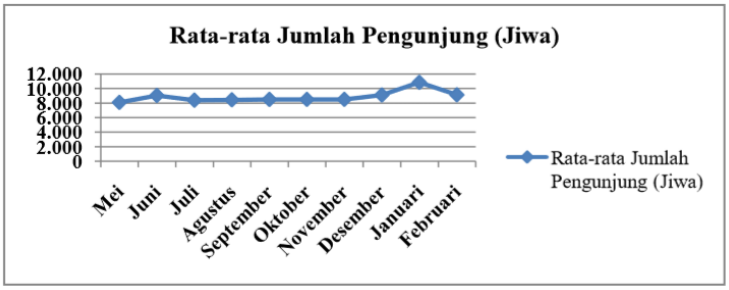
Tabel 4.2
Data Rata-rata Jumlah Pengunjung
Tahun 2019

Bulan	**Rata-rata Jumlah Pengunjung (Jiwa)**
Mei	8.100
Juni	9.050
Juli	8.400
Agustus	8.450
September	8.500
Oktober	8.510
November	8.511
Desember	9.111
Januari	10.851
Februari	9.140
Jumlah rata-rata pengunjung	**88.623**

Sumber: Dokumentasi Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Berdasarkan rata-rata jumlah pengunjung obyek Wisata Koptan Ori *Green* selama tahun 2019 terjadi peningkatan dan penurunan, namun cenderung stabil. Jika digambarkan pada grafik akan terlihat peningkatan dan penurunan tingkan atau jumlah pengunjung.

Grafik 4.1
Data Rata-rata Pengunjung
Tahun 2019



Sumber: Dokumentasi Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa kenaikan yang cukup tinggi atau jumlah pengunjung yang cukup tinggi berada pada blan Juni dan Januari. Dari bulan Mei ke bula Juni mengalami kenaikan rata-rata jumlah pengunjung sebesar 950 dan kenaikan rata-rata pada bulan Desember ke bulan Januari sebesar 1.740. sehingga dapat dikatakan kenaikan cukup besar terjadi pada hari libur Nasional yaitu pada saat libur lebaran (libur sekolah) dan libur awal tahun. Selain itu dari bulan-bulan dan minggu-minggu biasa kenaikan biasanya terjadi saat hari libur atau *weekend*.

5. Sarana dan Prasarana Wisata Koptan Ori *Green*

Wisata Koptan Ori *Green* merupakan wisata yang bernuansa alam dan

air. Jarak wisata ini dari pusat kota sekitar ±25 km dengan jarak tempuh ±1 jam. Wisata Koptan Ori *Green* memiliki pemandangan dengan latar belakang persawahan dan sungai alami yang indah, nyaman, asri, dan tenang. Selain itu, wisata Koptan Ori *green* dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas sebagai penunjang kegiatan wisata di antaranya yaitu:

a. Area Parkir yang Luas

Wisata Koptan Ori *Green* memiliki area parker yang cukup luas. Area parker ini terbagi dalam dua lokasi, yaitu: 1) Lokasi parkir I untuk kendaraan dengan roda dua, 2) Lokasi II untuk kendaraan roda empat dan bus. Kegiatan parker ini dikelola oleh wisata Koptan Ori *Green* dan masyarakat sekitar lokasi pariwisata. Selain dua tempat tersebut terdapat tempat parker cadangan apabila tempat parker utama tidak mencukupi atau melebihi kapasitas. Dengan adanya fasilitas area parker yang memadai ini diharapkan mampu memberi kenyamanan kepada pengunjung wisata Koptan Ori *Green,* baik saat memasuki kawasan wisata maupun saat keluar dari kawasan wisata.

b. Air Bersih dan Tempat Ibadah

Untuk memenuhi kebutuhan MCK di Wisata Koptan Ori *Green* telah tersedia toilet dan kamar mandi (ruang bilas) setelah berenang dengan air bersih yang berasal dari sumber air pegunungan. Bagi pengunjung yang ingin menjalankan ibadah shalat di wisata Koptan Ori *green* sudah tersedia mushola.

c. Pemandangan Alam

Wisata Koptan Ori *Green* memang terletak di daerah pegunungan, maka tidak heran jika pengunjung atau wisatawan akan disuguhkan pemandangan berupa pemandangan alam yang masih asri. Seperti sungai, pohon-pohanan dan persawahan. Kemudian juga didukung dengan udara yang sejuk dan segar. Suara aliran air sungai membawa pengunjung pada suasana relaksasi.

d. *Water Boom* dan Kolam Renang Keluarga

Kolam renang pada wisata ini dibagi menjadi tiga bagian yang didasarkan dari tingkat kedalamannya, antara lain: 1) kolam renang anak-anak, 2) kolam renang dengan kedalaman 1 meter, 3) kolam renang dewasa dengan kedalaman 1,5 meter.

e. Taman Edukasi

Pada obyek wisata Koptan Ori *Green* terdapat taman yang sangat indah disertai bunga-bunga yang segar dengan konsep yang berbeda, seperti *Hill of Flower, Pine Forest of Koptan, Koptan Garden.* Sesekali anak-anak akan dimanjakan dengan edukasi patung, yaitu sapi perah, Zebra, Jerapah, Kuda nil, Buaya, Gajah, dan ikanikan hidup yang terdapat pada kolam kecil sekitar taman. Pada taman ini pun juga dilengkapi dengan fasilitas ayunan dari besi untuk pengunjung yang ingin bersantai di taman dengan anak-anak.

f. Ori *Green Hall*

Wisata Koptan Ori *Green* juga menyediakan hall yang bisa disewa

untuk acara apapun, seperti acara pernikahan, pesta ulang tahun, rapat organisasi, seminar, reuni keluarga, acara purnawiyata, dan lain-lain.

g. Bisnis Kuliner dan Oleh-oleh

Fasilitas ini dibangun oleh Koptan Jasa Tirta yang merupakan pengelola obyek wisata Koptan Ori *Green.* Sentra bisnis ini mayoritas dijalankan oleh masyarakat sekitar obyek wisata. Jumlah seluruh kios yang disewakan sebanyak ±15 kios. Dan 2 kios merupakan kios milik wisata Koptan Ori *Green.* Adapun kios-kios ini menyediakan aneka kuliner mulai dari masakan tradisional sampai dengan masakan modern. Salah satu yang menempati kios pada wisata ini yaitu Cafe dan Resto "Justomie". Jadi dengan adanya sentra bisnis yang ada di obyek wisata Koptan Ori *Green* ini diharapkan dapat menambah kenyamanan pengunjung.

h. Wahana Permainan

Pada obyek wisata Koptan Ori *Green* juga tersedia wahana permainan untuk anak-anak. Terdapat tiga wahana permainan yaitu kursi terbang, kereta, dan komedi putar (odong-odong). Wahana permainan kursi terbang juga bisa untuk orang dewasa tidak hanya anak-anak. Untuk menyewa wahana ini cukup dengan membayar Rp 5.000/orang.

i. Ruang Kesehatan

Disini dilengkapi juga dengan ruang kesehatan yang bertujuan untuk

memfasilitasi pengunjung ketika terjadi kecelakaan saat berenang atau saat jalan-jalan seperti kaki kram, atau terjatuh.

6. Data Sentra Bisnis di Wisata Koptan Ori *Green*

Sentra bisnis di wisata Koptan Ori *Green* tergolong cukup banyak dan beragam. Terdapat berbagai macam sentra bisnis, antara lain:

Tabel 4.3
Data Sentra Bisnis Wisata Koptan Ori *Green*

No	Jenis Sentra Bisnis
1.	Tiket Masuk
2.	Tiket Parkir
3.	Kios Kuliner
4.	Kios Oleh-oleh
5.	Penyewaan Wahana Permainan
6.	Penyewaan Ban dan Pelampung
7.	Penitipan Jasa Loker
8.	Angkutan Wisata

Sumber: Dokumentasi Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Dari jenis-jenis sentra bisnis yang ada sentra bisnis pada kios kuliner dan oleh-oleh menjadi sentra bisnis yang juga lumayan banyak, karena desain kios-kios pertokoan yang disediakan diisi oleh beberapa masyarakat sekitar. Macam-macam kios kuliner beserta pemiliknya, yaitu:

Tabel 4.4
Data Pemilik Kios Kuliner dan Oleh-oleh
di Dalam Area Wisata Koptan Ori *Green*

No	Nama Pemilik	Jenis Dagangan
1.	Bu Sri Harini	Aneka snack, pop mie, aneka minuman dan kaos Ori *Green*

2.	Bu Yeni	Aneka Snack,pop mie, aneka minuman dan kaos Ori *Green*
3.	Bu Khoir	Somay, makanan ringan dan minuman.
4.	Bu Sukati	Sate, aneka makanan,minuman, gorengan, dll.
5.	Bu Suswati	Bakso, Mie Ayam, Pop Mie, Sosis, Kopi, Aneka makanan ringan, dll.
6.	Bu Diamsri	Soto, bakso, sosis, pop mie, dll.
7.	Bu Sri Utami	Aneka geprekan dan penyetan.
8.	Resto & Cafe Justomie	Beraneka makanan dan minuman.
9.	Outlet Teh Poci	Teh Poci.
10.	Bu Sarwono	Minuman Coklat Factory.
11.	Bu Farida	Mie ayam, bakso, aneka makanan ringan, dan miuman.
12.	Pak Narji	Nasi tiwul, nasi jagung, nasi ayam, nasi lele, nasi pecel, botok, aneka makanan, pop ice, es teh, kopi, aneka minuman lainnya.
13.	Pak wiratman	Makanan ringan, pop mie, makanan oleh-oleh, es degan, kopi, es krim, es tebu, pop ice, susu segar, teh, dll.
14.	Toko Ori *Green*	Menjual baju khas Ori *Green*, dan menjual berbagai kebutuhan pengunjung.
15.	Kantin Ori *Green*	Aneka makanan dan aneka minuman.

Sumber: Dokumentasi Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Selain kios kuliner dan oleh-oleh di dalam lokasi wisata juga terdapat kios kuliner dan oleh-oleh diluar wisata Koptan Ori *Green.*

Tabel 4.5
Data Pemilik Kios Kuliner dan Oleh-oleh
di Luar Area Wisata Koptan Ori *Green*

No	Nama	Jenis Dagangan

1.	Ibu Mulyana	Aneka jenis makanan dan minuman
2.	Ibu Sri	Kebutuhan pokok, makanan, minuman, dll.
3.	Ibu Parmi	Aneka jenis makanan dan minuman
4.	Al-Hikmah (warung lingkungan)	Aneka jenis makanan ringan, minuman, gorengan, dll.
5.	Ibu Sulikah	Aneka kebutuhan pokok, minuman dan makanan oleholeh.
6.	Ibu Aliyah	Minuman, gorengan, dawet, dll.
7.	Ibu Wati	Ayam bakar, nila bakar, lalapan, rawon, bakso, mie ayam, rujak ulek, kopi, teh, dan aneka minuman.
8.	Ibu Sri Asiyah	Nasi campur, nasi pecel dan aneka minuman.
9.	Ibu Peni	Aneka oleh-oleh kuliner.

Sumber: Dokumentasi Obyek Wisata Koptan Ori *Green*

Kios di dalam area wisata Koptan Ori *Green* maupun diluar area wisata Koptan Ori *Green* sama-sama memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mendapatkan kebutuhan berupa snack ataupun oleh-oleh yang *iconic* sehingga memenuhi kebutuhan pengunjung dari segi *something to buy*.

B. Temuan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memaparkan temuan-temuan yang berkaitan dengan fokus penelitian pada skripsi ini. fokus penelitian yang ada dalam

penulisan skripsi terdiri dari beberapa 4 poin, dimana poin-poin tersebut terfokus pada rumusan masalah peneliti., antara lain:

1. **Pengelolaan Sektor Industri Kreatif (UMKM) di Wisata Koptan Ori *Green***

   Pengelolaan merupakan bentuk pengendalian atau menyelenggarakan berbagai sumber daya secara berhasil yang bertujuan mencapai suatu sasaran atau tujuan. Obyek dan daya Tarik wisata pada umumnya terdiri dari kelompok sumberdaya alam hayati dan non hayati, dimana masing-masing memerlukan pengelolaan yang sesuai dengan kualitas dan kuantitas obyek wisata tersebut. Dalam hal ini kelompok sumber daya alam hayati berasal dari makhluk hidup dan sumber daya alam non hayati berasal dari benda mati atau bukan dari makhluk hidup . pengelolaan industry kreatif termasuk kedalam kelompok hayati dan non hayati dimana kedua kelompok tersebut harus memiliki keselarasan dan keseimbangan pemanfaatan. Berikut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Obyek Wisata Koptan Ori *Green* menegenai masalah pengelolaan sektor industry kreatif ini, beliau mengatakan bahwa:

   > *"Wisata Koptan Ori Green ini merupakan wisata buatan yang dikelola oleh Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta Kecamatan Sendang, wisata ini berdiri tanpa adanya campur tangan dari pemerintah sedikitpun. Wisata ini berdiri karena merupakan hasil dari pengembangan dan perluasan bidang atau unit usaha*

Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta. Sebelumnya bidang usaha dari Koperasi Tani (KOPTAN) Jasa Tirta adalah unit susu, air mineral, dan swalayan, dimana unit ini merupakan unit yang memiliki perputaran ekonomi atau perputaran modal yang tergolong mudah dan cepat. Dari hasil modal beberapa unit itulah akhirnya tercetus ide pengembangan pada unit wisata. Unit wisata ini juga sangat didukung dengan adanya gelar baru Kecamatan Sendang yang masuk dalam golongan Desa Wisata. Unit usaha ini menjadi unit usaha terbaru sekaligus unit yang digunakan sebagai branding dari produk-produk lokal masyarakat yang nantinya bisa dijadikan sebagai iconic dari adanya wisata ini. salah satunya juga sebagai branding produk air mineral, susu, dan umkm masyarakat serta pengenalan kepada masyarakat terkait Kecamatan Sendang dan juga Koperasi Tani (KOPTAN) Jasa Tirta."[1]

Dilihat dari segi masyarakat sekitar terkait pengelolaan sektor industry kreatif, wawancara dengan salah satu pengisi kios Koptan Ori *Green*, Bapak Wiratman, yaitu :

"Untuk masalah pengelolaan umkm masyarakat tidak ikut campur, tetapi adanya wisata Koptan Ori Green ini berdampak cukup luas sampai ke masyarakat dan cukup menguntungkan, mulai dari penjualan hasil produk lokal, dan hasil karya kearifan lokal. Hal tersebut sangat membantu masyarakat dalam mengenalkan produk-produk buatan lokal tanpa harus kesusahan mencari pasar."[2]

Masalah ini juga dibahas oleh Bapak Rizal Lukman selaku Kepala Bagian Pemasaran mengenai pengelolaan industry kreatif, yaitu:

"Dengan adanya pengelolaan pariwisata dan industry kreatif secara tidak langsung akan menggerakkan pelaku pariwisata di bidang ekonomi karena adanya permintaan dan penawaran terhadap produk barang maupun jasa. Wisatawan atau

---

[1] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[2] Wawancara dengan Bapak Wiratman Selaku Pemilik Kios di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

> *pengunjung yang datang akan meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa, dari situlah masyarakat akhirnya berperan sebagai pelaku bisnis yaitu memasok produknya untuk memberikan apa yang wisatawan butuhkan. Jadi dari sinilah lahir sentra-sentra bisnis pada pariwisata. Terbukti sudah terdapat sentra bisnis di Wisata Koptan Ori Green ini, antara lain terdapat kios-kios kuliner dan oleh-oleh sekitar 15 kios kulner dan oleh-oleh termasuk café Justomie, ada juga kios Ori Green, persewaan wahana permainan, menjual perlengkapan baju-baju, persewaan keperluan renang, aneka makanan, tiket masuk, angkutan, sewa loker, parkir kendaraan, disamping itu yang menjadi nilai lebih dari wisata Koptan Ori Green yaitu setiap pengunjung yang masuk akan mendapatkan satu cup susu murni. Susu tersebut sudah include di dalam tiket masuk pengunjung. Namun juga diperjual belikan jika pengunjung berminat dijadikan sebagi oleh-oleh. Secara tidak langsung hasil potensi lokal ini mampu menjadi icon dari Ori Green. Maka akan muncul pada ingatan wisatawan jika berkunjung ke Ori Green wisatawan akan mendapatkan susu khas dari Ori Green."*[3]

Wawancara selanjutnya dari pelaku sentra bisnis pada kios kuliner dan oleh-oleh wisata Koptan Ori *Green*, Ibu Suswati sebagai salah satu pedagang, yaitu:

> *"Sebagai salah satu pedagang di kios Ori Green, saya kan menjual makanan. Jadi saya mengembangkan usaha saya dengan memberi pilihan menu yang beragam dan juga menambah menu-menu baru sesuai dengan trend yang digemari anak-anak muda misalnya. Tapi saya juga tetap menjaga kebersihan lingkungan dan juga menjaga kebersihan makanan yang saya jual. Ini cara saya mengelola kios dagang saya."*[4]

Terkait dengan pengelolaan industry kreatif juga dijelaskan oleh Ibu Dila selaku Kasir di wisata Koptan Ori *Green*, yaitu:

---

[3] Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[4] Wawancara dengan Ibu Suswati Selaku Pemilik Kios di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

> *"Industri kreatif sangat berperan dalam wisata ori Green ini, menagapa demikian bisa terjadi ? karena industry kreatif ini bagian dari pengembangan yang menjadi tujuan kami, disamping pengenalan wisata kami juga ingin mengenalkan adanya ketrampilan yang dimiliki oleh masyarakat dan sumber daya manusia sekitar terutama di wilayah Kecamatan Sendang ini, semakin banyaknya permintaan wisatawan otomatis akan membuat para pelaku usaha juga semakin kreatif dalam memberikan inovasi produk mereka, kita sebagai penyedia atau wadah dari ide-ide kreatif masyarakat yang nantinya akan berefek pada pergerakan industry pariwisata juga. Orang-orang akan mengenal apa itu Ori Green, apa itu Koptan apa itu Sendang, semua itu melalui ide-ide kreatif masyarakat."*[5]

Wisata Koptan Ori *Green* ini dikelola oleh Kelompok Petani (KOPTAN) Jasa Tirta, dimana terkait pengelolaannya dilakukan sesuai dengan Standart Operasioanal Prosedur (SOP), bentuk dari SOP ini dapat dilihat dari adanya tenaga *Lifeguard* dan juga Asuransi *Personal Accident* bagi para wisatawan yang berkunjung. Pada pengelolaan wisata Koptan Ori *Green* juga berdasarkan pada konsep sapta pesona. Konsep ini merupakan jabaran dari konsep sadar wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat dalam menciptakan suasa lingkungan yang kondusif dan mampu mendorong tumbuh kembang industri pariwisata.

[5] Wawancara dengan Ibu Dila Selaku Kasir di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

2. Hambatan dalam Pengelolaan Pengembangan Ekonomi Kreaatif (UMKM) di Wisata Koptan Ori *Green*

Dalam pengelolaan Wisata Koptan Ori *Green* sudah sangat memenuhi prosedur (SOP) baik dari segi keamanan pengunjung maupun juga dalam segi keamanan karyawan dan tempat wisata mereka. Dengan adanya pengelolaan pariwisata secara tidak langsung juga menggerakkan pelaku usaha di bidang ekonomi, namun setiap pengelolaan pasti memiliki berbagai macam kendala dan hambatan dalam pengelolaan, hal ini tidak hanya terjadi dalam pengelolaan di bidang industry kreatif masyarakat namun juga pada pengelolaan pariwisata itu sendiri. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian di Wisata Koptan Ori *Green*, yaitu:

> *"Ketika saya pertama kali mendapatkan tugas untuk pindah menjadi kepala bagian dari unit radio dan penyiaran ke unit wisata, itu merupakan sebuah tantangan baru bagi saya, mengapa ? karena unit wisata ini merupakan unit yang sangat besar, ada beberapa sub unit di dalam unit wisata yang perlu dikelola dan dikembangkan atau juga perlu di upgrade. Proses-proses itulah yang sangat menguras tenaga dan pikiran. Apalagi banyak sub unit yang terbengkalai dan tidak tepat dai segi penataan atau pemilihan penempatannya. Sebenarnya tidak ada kendala yang begitu luar biasa dari unit ini, karena unit ini merupakan unit wisata jadi ya kita memerlukan peran-peran yang memang bisa sekreatif mungkin, hubungan pertemanan yang seluas mungkin, dan juga ide-ide yang fresh."*[6]

[6] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

Hambatan-hambatan yang ada dalam pengembangan dan pengelolaan industry kreatif dan pariwisata disini juga dijelaskan oleh Ibu Dila selaku Kasir di Wisata Koptan Ori *Green*, yaitu:

> *"Kalau membahas tentang kendala, saat ini memang masih susah untuk menggali potensi apalagi dalam bidang kuliner khususnya kuliner yang menjadi ciri khas dari desa Sendang, walaupun disini juga sudah disediakan kios oleh-oleh tapi masih dalam konteks atau jenisnya itu-itu saja, harapan kami ya pengunjung itu bisa mendapatkan sesuatu yang lebih berkesan ketika sudah datang di Wisata Koptan Ori Green. tetapi kami juga tetap berupaya untuk terus menggali potensi yang ada di Desa Sendang ini. saat ini memang ciri khas dari wisata ini yang bisa dijadikan oleh-oleh khas ya masih susu olahan dari unit susu Koptan."*[7]

Hal ini juga disambung oleh Bapak Rizal Lukman selaku Kepala Bagian Pemasaran, yaitu:

> *"Produk-produk hasil dari potensi lokal yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar ini sebenarnya beragam, hanya saja yang menjadi kendala atau hambatannya disini yaitu masalah pemasaran produknya. Memang mereka tidak lagi gelisah tenatang laku atau tidaknya produk tersebut, kemudian siapa yang akan membeli produk mereka, mungkin kekhawatiran itu sudah dapat kami jawab. Namun sayangnya produk yang mereka berikan dan yang nantinya akan dibawa oleh pengunjung, baik dikonsumsi ditempat wisata atau sebagai oleh-oleh kurang menarik. Artinya kurang menarik itu dilihat ari segi packing misalkan, mereka para pemilik produk lokal belum memiliki teknik packing yang menarik, sehingga produk mereka kurang menarik, atau mereka belum memiliki merk atau brand jadi kadang kami hanya memberikan merk atau stiker berlogo dan bertuliskan "Wisata Koptan Ori Green". Kalau untuk memasarkan wisata cara kami melakukan pemasaran yaitu, 1) Memasarkan obyek wisata Ori Green lewat sosial media, seperti facebook, instagram,website 2) Menghubungi beberapa chanel yang memiliki komunitas dan berusaha memasuki komunitas*

[7] Wawancara dengan Ibu Dila Selaku Kasir di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

> *tersebut agar masyarakat luas dapat mengetahui obyek wisata tersebut dari mulut ke mulut,3) Mendatangi sekolah-sekolah dan kantor-kantor untuk mengenalkan obyek wisata Ori Green ini dengan cara mengadakan sosialisasi dan membagikan brosur obyek wisata, 4) Lewat stasiun radio yang memiliki program memasarkan obyek wisata di Kabupaten Tulungagung, dan lewat stasiun televisi juga, dan 5) Memberikan brosur kepada pembeli di Swalayan milik Koperasi Petani (KOPTAN).*[8]

Terkait hambatan yang mendasar juga disampaikan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*, kendalanya adalah sebagai berikut:

> *"Untuk saat ini kendalanya terkait dana untuk mengembangkan obyek wisata ini, dan juga masalah akses jalan karena saat ini kemampuan Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta masih sebatas itu sedangkan wisata ini sudah dapat dikatakan terkenal dikalangan mayarakat tetapi karena akses jalan sebagian masih ada yang rusak jadi apabila kedatangan bus-bus besar yang banyak dan ketika ramai pengunjung belum bisa menampung semuanya. Padahal sudah banyak yang telefon untuk memesan tiket."*[9]

Hambatan atau kendala dalam pengelolaan wisata Koptan Ori *Green* masih dapat dikatakan sebagai hambatan pada umumnya, seperti masalah pengepakan barang produksi lokal hingga masalah akses jalan yang menjadi hambatan dasar. Adapun kelebihan-kelebihan yang dimiliki mampu menutup semua kekurangan tersebut yaitu fasilitas yang dimiliki cukup lengkap, suasana alam yang sangat nyaman,

---

[8] Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[9] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

mengoptimalkan ketertiban demi keamanan dan kenyamanan pengunjung, bisnis cukup banyak dengan harga terjangkau, harga tiket yang terjangkau dengan sarana dan prasarana yang cukup memadai, dan terdapat taman edukasi.

3. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) di Wisata Koptan Ori *Green*

Sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang penting dalam hal pengelolaan baik pengelolaan pariwisata maupun pengelolaan usaha di dalam pariwisata tersebut. Keberhasilan sebuah kegiatan tergantung oleh sumber daya yang ada. Di Wisata Koptan Ori *Green* ini memiliki sumber daya manusia yang berperan aktif dalam pengembangan industry kreatif dan pariwisata. Tercatat sebanyak 46 karyawan aktif setiap hari dalam pengelolaan ditambah dengan masyarakat sekitar yang mengisi kios-kios di wisata Koptan Ori *Green*.

Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green* mengenai sumber daya yang dimiliki oleh Wisata Koptan Ori *Green*, sebagai berikut:

> *"Sumber Daya Manusia (SDM) sangat penting disini, sebagai unit wisata kita memerlukan beberapa SDM yang cukup dari segi pendidikan, pengalaman, dan ketrampilan, bersyukur sekali kalau misalkan mendapat SDM yang punya nilai lebih, karena disini kita juga sama-sama belajar berinovasi, tidak sekedar kerja yang penuh tekanan tapi kita juga saling sharing tentang ide-ide baru dan itu membutuhkan kerjasama yang luar biasa. Seperti dalam*

hal pemasaran, penggalian potensi, pengelolaan keuangan, dll. Semua itu bukan tugas yang mudah. Namun secara keseluruhan dan didasarkan pada kebersamaan dan saling membantu saya rasa semua tenaga pekerja disini sangat mampu dan mumpuni untuk membawa Wisata Koptan Ori Green lebih dikenal wisatawan dan mampu membawa pengembangan yang lebih baik."[10]

Tentang keberadaan sumber daya manusia (SDM) juga dibahas oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Ori *Green*, yaitu:

"Kita saat ini memiliki 46 karyawan aktif, dan masyarakat yang aktif juga bukan dari masyarakat yang menyewa kios saja tetapi masyarakat yang diluar area wisata. Sudah pernah saya sampaikan bahwa berada di unit wisata bukan hal yang mudah, karena unitnya sangat besar. Saya pindah diunit wisata belum lama, namun sudah banyak PR ya istilahnya, PR untuk mengembalikan sub-sub unit pada fungsi yang seharusnya. Seperti penataan ulang ruang yang ada, pengelolaan pemasaran dan promosi. Bukan hanya saya tapi seluruh teman-teman juga ikut bahu-membahu dalam hal ini. harus memberikan tenaga dan pikiran lebih untuk mempertahankan wisata ini tetap menjadi destinasi wisata tujuan keluarga yang nyaman. Sehingga kita semua harus sering-sering belajar, sering-sering mengupdatedan mengupgradeinformasi dari luar. Mengingat hal itu sangat penting jadi kita lakukan evaluasi kinerja setiap satu bulan sekali atau bisa satu minggu sekali di setiap divisi. Diluar itu kita juga memberikan pelatihan dan studi banding kepad para karyawan agar mereka lebih mampu mengembangkan ide-ide kreatif dan juga membantu masyarakat dalam menciptakanpeluang bisnis dan usaha juga.[11]

b. Strategi Pengmebangan Ekonomi Kreatif Wisata Koptan Ori *Green*

Pengembangan merupakan salah satu tujuan yang harus dilakukan

---

[10] Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[11] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

oleh sebuah usaha termasuk dalam pengembangan dalam bidang wisata dan ekonomi kreatif. Salah satu cara yang dilakukan oleh Wisata Koptan Ori *Green* adalah dengan memenuhi beberapa syarat utama yang dapat menjadi sebuah kekuatan dan membaca peluang serta kelemahan yang ada. Bentuk pengembangan yang dilakukan oleh wisata Koptan Ori *Green* dilihat dari sisi faktor kekuatan yang ada yaitu dengan melihat beberapa faktor, yaitu:

a. Memiliki Branding Power Pengunjung

Branding power pengunjung merupakan bentuk antusias dari keberhasilan tempat wisata dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan sehingga para wisatawan memiliki keinginan untuk berkunjung ulang. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Usaha ini sudah memiliki izin sesuai dengan prosedur baik dari instansi maupun dari masyarakat sekitar, sejak berdiri sudah didaftarkan oleh Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta, karena Wisata Koptan Ori Green ini merupakan salah satu unit dari Koperasi Petan (KOPTAN) Jasa Tirta. Jadi semua unit disini sudah memiliki NPWP serta aktif membayarkan pajak, unit pengelolaan susu dan air mineral juga sudah seperti itu, jadi kita tinggal ikut saja sesuai prosedur yang ada. Branding power juga kita lakukan guna meningkatkan keinginan konsumen sehingga mereka memiliki minat untuk berkunjung kembali."*[12]

Hal ini juga di tambah oleh Ibu Dila selaku Kasir di Wisata

[12] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

Koptan Ori *Green*, yaitu:

> *"Branding power sealu kita gunakan utnuk menigkatkan jumlah pengunjung, agar mampu menciptakan tempat wisata yang lebih menarik. Selain itu kita sudah memiliki produk unggulan yaitu susu sapi perah. Ini sudah mampu memberikan power sehingga wisatawan tertarik datang kesini."*[13]

b. Obyek wisata yang sudah dikenal oleh masyarakat

Banyak masyarakat yang sudah mengetahui keberadaan Wisata Koptan Ori *Green* sehingga banyak masyarakat yang penasaran dan berkunjung kesini. Seperti dijelaskan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Kalau untuk pengunjung sudah termasuk banyak mbak, bisa dilihat dari grafik pengunjung yang meningkat setiap bulan, ya walaupun kadang juga ada naik turunnya tapi tidak begitu turun signifikan, masyarakat Tulungagung juga banyak yang datang berombongan, kebanyakan juga biasanya mereka membawa* keluarga dari luar kota, ada juga rombongan seperti *study tour*"[14]

Hal serupa juga dismapaikan oleh Ibu Mega selaku pengunjung Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Ya jelas tahu mbak, soalnya kan wisata ini juga sudah ada instagramnya, pengunjung-pengunjung lainnya juga biasa upload foto-foto di wa, facebook gitu jadi saya kan penasaran untuk datang kesini selain ingin mengajak teman-teman dan keluarga saya dari Sidoarjo."*[15]

---

[13] Wawancara dengan Ibu Dila Selaku Kasir di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[14] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[15] Wawancara dengan Ibu Mega Selaku Pengunjung Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

Hal ini diperkuat oleh Bapak Rizal Lukman selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Sudah pasti banyak masyarakat yang tahu dan mengenal wisata ini, karena teman-teman juga aktif posting di instagram, facebook dan juga mengadakan brosuring serta mengikuti event-event. Sekarang kan juga masyarakat sudah mulai mengenal sosial media, dan anak-anak milenial jaman sekarang juga memiliki jiws traveling yang tinggi."*[16]

c. Memiliki produk peternakan yaitu susu sapi perah

Seperti yang dijelaskan oleh bapak Juwadi selaku Sekretaris Koperasi Tani (KOPTAN) Jasa Tirta:

> *"Susu sapi perah memang sudah menjadi unit dari Koptan sebelum adanya unit wisata, karena kita memiliki produk unggulan dan kita sudah bisa mengolahnya walaupun hanya dalam bentuk yang sederhana tetapi sudah mampu memasarkan hingga ke pabrik susu bendera Jakarta, PT. Greenfield dan Garuda Food Gresik."*[17]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Adanya hasil peternakan berupa susu sapi ini sangat membantu sekali, karena olahan susu ini mampu menjadi UMKM unggulan dari wisata Koptan Ori Green. karena mengingat susu sapi Koptan Ori Green makannya mereka akan datang kembali kesini. Selain manfaat susu juga sangat banyak bagi kesehatan, dan inilah yang menjadi faktor kekuatan untuk Wisata Koptan Ori Green karena tidak semua*

---

[16] Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[17] Wawancara dengan Bapak Juwadi Selaku Sekretaris Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta Tanggal 17 September 2020

wisata mempunyai produk olahan lokal yang unggul."[18]

d. Memiliki dukungan dari pemerintah dan masyarakat

Dukungan masyarakat dan pemerintah sangat penting dalam pengembangan wisata Koptan Ori *Green*. seperti yang diungkapkan oleh Bapak Wiratman selaku pemilik kios UMKM di Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Masyarakat sangta mendukung sekaligus juga terbantu dengan adanya wisata ini mbak, seperti halnya saya ini. awalnya tidak memiliki pekerjaan tetap. Sejak adanya wisata ini saya bisa berdagang disini."*[19]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Dukungan pemerintah sangat baik. Jika suatu obyek wisata tidak memiliki dukungan dari warga sekitar dan pemerintah, pasti juga tidak akan menjadi seperti saat ini."*[20]

Hal ini juga diperkuat oleh Bapak Rizal Lukman selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Pastinya pemerintah dan masyarakat sangat berperan disini, dengan adanya wisata ini pemerintah juga sering mengajak kita untuk mengikuti pelatihan, baik itu pelatihan SDM, pelatihan Ekraf, UMKM, dll. Semua itu sebagai bentuk dari perhatian dan dukungan pemerintah kepada kami."* [21]

---

[18] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[19] Wawancara dengan Bapak Wiratman Selaku Pemilik Kios di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[20] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[21] Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

Selain pada sisi kekuatan tersebut juga melihat sisi yang dapat menjadi kelamahan untuk dapat mengambil keputusan terbaik dan melakukan pengembangan, beberapa faktor-faktor yang merupakan kelemahan dari wisata Koptan Ori *Green* juga disampaikan dalam wawancara, yaitu sebagai berikut:

a. Keterbatasan modal anggaran pengembangan objek wisata

Dalam wawancara dengan Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Wisata Koptan Ori Green ini kan merupakan salah satu unit dari Koperasi Peani (KOPTAN) Jasa Tirta, jadi untuk masalah modal memang kita sedikit terbatas, karena modalnya tidak fokus ke unit wisata saja, tapi juga untuk perputaran modal unit-unit lainnya. Untuk pengembangan secara berkelanjutan itu juga bertahap karena keterbatasan modal itu mbak."*[22]

b. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Proses pencari dan menemukan karyawan yang memiliki sifat pekerja keras, ulet, berpengalaman dan tanggung jawab pasti sulit, oleh karena itu proses perekrutan karyawan harus memiliki kriteria yang bagus. Hal ini diungakapkan oleh pernyataan Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

---

[22] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

> *"Perekrutan karyawan kita memang sederhana mbak, karena kita juga merupakan unit baru, jadi bebrapa tenaga diambil dari unit sebelumnya, missal unit pertokoan, kemudian juga dari masyarakat sekitar sini."*[23]

Hal ini juga dipaparkan oleh Ibu Dila selaku Kasir di Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Pada saat itu memang beberapa karyawan ditunjuk dan diseleksi oleh pihak Koperasi Tani (KOPTAN) Jasa Tirta, namun juga tidak begitu mempertimbangkan latar belakang pendidikan. Karena juga kebutuhan karyawan yang mendesak. Tetapi bisa diatasi dengan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM mbak."*[24]

c. Infrastruktur yang belum memadai

Apabila kondisi jalan menuju tempat wisata baik, tidak rusak ataupun berlubang, maka dapat menambah kenyamanan para wisatawan. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Sugeng Selaku Kepala Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Kondisi jalan utama memang sudah bagus mbak, karena itu jalan pembangunan pemerintah, sayangnya kondisi jalan memasuki wisata sedikit kurang baik. Letak obyek kan juga menjauhi jalan utama, dan memasuki perkampungan otomatis jalannya juga sedkit kecil, jadi akses pintu masuk dan keluar kita terpisah. Mengingat tidak muat jalannya untuk bersimpangan dua jalur. Ditambah dengan kondisi pengunjung yang rombongan kan pasti membawa kendaraan besar, elf, bus, mobil, transportasi besar itu membuat jalan-jalan dengan kekuatan rendah banyak yang ambles. Maknnya ada sedikit dana kita gunakan untuk*

---

[23] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[24] Wawancara dengan Ibu Dila Selaku Kasir di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

> *memberikan rabat cork e jalan radius 200M mendekati parkiran. Selanjutnya kita berharap bisa memperbaiki akses yang lebih baik."*[25]

Adanya kelemahan dan kekuatan juga dapat memberikan celah atau peluang bagi wisata Koptan Ori *Green*, beberapa faktor peluang yang ada, yaitu:

a. Pertumbuhan ekonomi

Dalam wawancara dengan Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Jika dibanding dengan dulu perekonomian yang sekarang jauh lebih baik. Dengan adanya pariwisata ini pendapatan daerah kan juga semakin meningkat. Peningkatan ekonomi disini juga terlihat membaik. Jadi masyarakat bisa menyalurkan produk kreasi mereka kepada wisatawan, bisa berdagang, tidak kolot dengan pertanian."*[26]

b. Terbukanya lapangan pekerjaan

Hal ini seperti diungkapkan oleh Bapak Wiratman selaku pemilik kios UMKM di Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Awalnya saya juga Cuma jualan produk-produk instan saja mbak, kayak makanan instan begitu. Lama-lama saya ada ide, untuk membuat camilan. Kan istri saya juga dirumah tidak memiliki pekerjaan tetap, kebetulan dia juga sering bikin jajanan. Bahan baku juga melimpah seperti pisang, singkong, saya kreasikan menjadi camilan khas orang sini. Ya walaupun Cuma keripik tapi cita rasanya kan berbeda."*[27]

---

[25] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[26] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[27] Wawancara dengan Bapak Wiratman Selaku Pemilik Kios di Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

Hal ini diperkuat oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Dalam melakukan strategi pengembangan pariwisat kami menggunakan pendekatan perencanaan guna mencapai tujuan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi pertama yaitu strategi industry, pada strategi industry ini kami sudah memiliki bekal pabrik pengolahan susus dari unit susu, jadi hasil potensi ini bisa dikembangkan untuk dapat menghasilkan olahan dari susu khas dari Wisata Koptan Ori Green. tidak hanya itu kita juga berkolaborasi dengan masyarakat sekitar. Misalnya saja masyarakat memiliki olahan camilan, sementara belum memiliki merk, kita usahakan untuk memakai merk Wisata Koptan Ori Green terlebih dahulu, selain itu juga kita menampung segala hasil kreatifitas masyarakat, seperti kerajinan juga sehingga dapat mendukung penambahan koleksi galeri dan oleh-oleh. Selain itu masyarakat dan karyawan juga bertanggung jawab terhadap pelayanan kepada wisatawan dan juga melestarikan lingkungan sekitar."*[28]

c. Meningkatnya jumlah populasi

Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Sudah sangat berpengaruh. Apabila jumlah pengunjung meningkat pastinya juga membutuhkan banyak tenaga kerja, ataupun pedagang. Jadi kan juga jelas bertambah populasinya. Semakin meningkat jumlah pengunjungnya juga populasi kan pasti naik, karena menjadi ramai. Kemudian juga meningkatkan jumlah permintaan produk yang kami jual."*[29]

---

[28] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[29] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

d. Perkembangan teknologi dan informasi

Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Teknologi informasi semakin lama semakin canggih. Tetapi juga semakin mudah digunakan, karena semakin modernisasi juga masyarakatnya. Ini membawa dampak baik untuk kami memasarkan Wisata Koptan Ori Green dan produk-produk kami juga."*[30]

Disambung juga oleh Bapak Rizal Lukman selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Informasi dan teknologi sangat berpengaruh, pemasaran obyek wisata kita rata-rata juga melalui media-media sosial, karena mayoritas kalangan milenial lebih banyak menggunakan aktivitasnya untuk bermain gadget otomatis jika kita juga aktif di perkembangan teknologi dan informasi maka sangat memudahkan sekali sistem promosi kita melalui media-media informasi tersebut."*[31]

e. Tingginya keinginan berwisata dan berekreasi

Hal ini disampaikan oleh Bapak Rizal selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Menyambung kemajuan teknologi dan informasi akhirnya kita dapat meraih tujuan ini, menarik wisatawan untuk lebih ingin berwisata. Apalagi kita juga memiliki banyak kelebihan, mulai dari tata ruang, fasilitas, dan spot foto yang mendukung. Semakin lengkap dan bervariasinya sebuah tempat wisata juga berpengaruh pada tingkat pengunjungnya."*[32]

---

[30] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[31] Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[32] Wawancara dengan Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran Wisata Koptan

Beberapa faktor tersebut saling berkaitan, namun yang terpenting adalah tentang ancaman yang dihadapi dalam proses pengembangan sebuah Wisata dan kegiatan didalamnya. Beberapa faktor yang menjadi ancaman dalam pengembangan antara lain:

a. Adanya tempat wisata yang lebih menarik

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Sekarang banyak sekali tempat wisata, apalagi Kecamatan Sendnag sudah menjadi desa wisata, dimana setipa desanya memiliki wisata lokal masing-masing. Disini pastilah pengunjung juga tertarik untuk mengunjungi wisata lainnya, kalau cuma kesini kan pasti juga bosan apalagi sudah jauh-jauh dari luar kota. Itu juga salah satu ancaman bagi kami. Tetapi ya itulah yang menjadi PR kami. Untuk tetap melakukan inovasi dan kreasi."*[33]

b. Adanya pajak NPWP disetiap bulan

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Terkait pajak kita sudah ikut dengan Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta, jadi pajaknya ya berupa NPWP. Selain itu yang pasti kita juga mengeluarkan biaya operasional setiap bulannya."*[34]

c. Adanya pengaruh kondisi iklim

Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[33] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

[34] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green*:

> *"Terkait iklim dan cuaca, pasti sangat berpengaruh. Kan kita konsepnya waterboom atau kolam renang, kalau misalnya hujan masak iya mau berenang. Kedua juga letak geografis wisata ini dipegunungan, pasti kalau musim hujan wisatawan banyak khawatir, karena kawasan pegunungan berpotensi longsor. Selain itu juga kalau misalnya cuaca panas, pasti susah mencari hijauan untuk pakan ternak, otomatis produksi susu juga berpengaruh. Padahal kan setiap pembelian tiket wisatawan mendapat satu cup susu juga. Belum lagi susu tersebut juga disetor ke pabrik mitra Koperasi."*[35]

C. Analisis Data

1. Analisis Pengelolaan Sektor Industri Kreatif (UMKM) di Wisata Koptan Ori *Green*

Dari penjelasan-penjelasan diatas, maka dapat diketahui bahwa pengelolaan sektor industri di Wisata Koptan Ori *Green* dikelola oleh Wisata Koptan Ori *Gren* sendiri dan juga dibantu oleh Koperasi Petani

[35] Wawancara dengan Bapak Sugeng Selaku Kepala Bagian Unit Wisata Koptan Ori *Green* Tanggal 17 September 2020

(KOPTAN) Jasa Tirta tanpa adanya campur tangan dari pemerintah. Pengelolaan ini juga didasari pada Standart Operasioanl Prosedur (SOP). Permodalan wisata ini berasal dari dana perputaran Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta dari usaha yang dikembangkan sebelumnya yaitu usaha produksi susu, air mineral dan swalayan. Selain itu modal wisata ini berasal dari hasil akumulasi dana karyawan dan anggota koperasi yang menginvestasikan dananya. Untuk masalah regulasi dalam pengelolaan wisata ini yaitu sudah sesuai dengan aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah.

Pengelolaan wisata Koptan Ori *Green* berdasarkan konsep sapta pesona pariwisata, penerapannya adalah sebagai berikut:

a. Aman

Pada obyek wisata Koptan Ori *Green* sudah tersedia lima *security* dan satu komandan *security* untuk menjaga keamanan lingkungan obyek wisata. Untuk masalah terjadinya pencurian pada wisata Koptan Ori *Green* belum pernah tejadi. Sedangkan untuk barang yang jatuh atau anak yang lepas dari pengawasan orang tuanya disini nantinya akan diumumkan, karena di wisata ini sudah tersedia operator wisata. Kemudian untuk keamanan kolam renang disini juga tersedia lima *lifeguard* (pengawas kolam) yang bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kecelakaan pengunjung pada saat berenang ataupun yang berada disekitar kolam renang.

b. Tertib

Pada obyek wisata Koptan Ori *Green* untuk masalah ketertiban yaitu disini menerapkan budaya antri pada saat akan memasuki lokasi pariwisata, untuk kedepannya akan dipasang palang pintu agar pengunjung dapat dengan tertib melaksanakan budaya antri tidak berdesak-desakan. Kemudian pada saat masuk ke dalam wisata terdapat petugas pengecekan barang yang bertugas untuk memeriksa barang bawaan pengunjung untuk menjamin ketertiban pada lokasi wisata. Pada wisata Koptan Ori *Green* pengunjung dilarang membawa makanan saat masuk lokasi dan dilarang makan disekitar area kolam renang. Karena dikhawatirkan makanan yang jatuh disekitar kolam renang akan menyebabkan perubahan pada kondisi air di kolam renang. Boleh membawa makanan tetapi harus dimakan di tempat makan pengunjung yang sudah disediakan yaitu diluar lokasi wisata. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga kebersihan obyek wisata Koptan Ori *Green.*

c. Bersih

Wisata Koptan Ori *Green* ini menerapkan konsep bersih dengan cara menyediakan banyak tempat sampah di setiap sudut lokasi wisata dan juga tersedia enam petugas khusus kebersihan yang bertugas untuk

merawat dan membersihkan lingkungan tempat wisata. Terlebih pengunjung juga tidak diperbolehkan membawa makanan saat masuk lokasi wisata. Dengan diterapkannya konsep bersih diharapkan pengunjung dapat mematuhi peraturan untuk membuang sampah pada tempatnya agar tidak mengotori lingkungan sekitar.

d. Sejuk

Pada wisata Koptan Ori *Green* menyediakan nuansa alami persawahan, sungai alami, dan taman edukasi maka pengunjung dapat merasa nyaman dan sejuk. Selanjutnya pada saat menikmati suasana alam yang menyegarkan disediakan juga gazebo-gazebo agar pengunjung dapat bersantai. Disini juga sudah tersedia petugas teknik taman yang bertugas untuk merawat tanaman di Koptan Ori *Green* agar selalu segar dan terawat.

e. Indah

Pada wisata Koptan Ori Green terdapat nuansa alam yang indah, perawatan taman edukasi, tanaman-tanaman masih segar dan alami. Terdapat berbagai macam fasilitas-fasilitas yang menarik, ada berbagai macam kuliner, wahana permainan serta sarana dan prasarana yang memadai. Dengan tersedianya petugas kebersihan, *threatment* kolam, teknik taman, penjaga wahana wisata dan petugas yang lainnya, wisata Koptan Ori *Green* ini dapat lebih terawat dan indah untuk dipandang.

f. Ramah

Wisata Koptan Ori *Green* menerapkan prinsip ramah dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pengunjung yang nantinya akan memberikan minat kunjungan ulang dan selalu berlaku sabar serta selalu memberikan senyuman kepada pengunjung yang datang. Seluruh petugas disini diharuskan untuk bersikap ramah dan memberikan pengarahan kepada pengunjung. Sikap ramah ini mulai dari pelayanan pada saat pengunjung membeli tiket masuk, pada saat parkir, masuk lokasi wisata, penyewaan wahana permainan, dan lain-lain.

g. Kenangan

Agar terciptanya memori yang berkesan bagi pengunjung, adapun cara yang dilakukan yaitu dengan memberikan berbagai kenyamanan kepada pengunjung seperti tersedianya berbagai fasilitas, nuansa alami yang menyejukkan dan pelayanan yang memuaskan hal ini akan memberikan memori yang berkesan kepada pengunjung.

2. Hambatan dalam Pengelolaan Pengembangan Ekonomi Kreaatif (UMKM) di Wisata Koptan Ori *Green*

Dari pemaparan diatas bahwa sangat banyak faktor pendukung dalam pengembangan strategi Wisata Koptan Ori *Green* antara lain yaitu faktor pendukung dalam menanbah variasi atau inovasi produk umkm yang

dihasilkan oleh wisata Koptan Ori *Green* itu sendiri yaitu sudah memunyai pabrik dan alat-alat untuk pengolahan susu misalnya. faktor pendukung selanjutnya yaitu sudah mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah serta dinas pariwisata sehingga Wisata Koptan Ori *Green* sudah menjadi ikon dari Kecamatan Sendang. Selain itu Wisata Koptan Ori *Green* juga mendapat dukungan penuh dari masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sekitar turut menjaga lingkungannya untuk mendukung lebih berkembangnya Wisata Koptan Ori *Green* itu sendiri. Faktor pendukung lainnya yaitu kekompakan dari pihak karyawan yang bekerja di Wisata Koptan Ori *Green* yang turut mendukung berkembangnya Wisata Koptan Ori *Green*.

Sedangkan faktor penghambat perkembangan wisata Koptan Ori *Green* kurangnya sumber daya manusia yang berkompeten atau berkualitas. Karena Wisata Koptan Ori *Green* lebih memilih untuk mengutamakan mempekerjakan masyarakat sekitar dari pada merekrut karyawan dari luar daerah, dan mayoritas karyawan di Wisata Koptan Ori *Green* dari lulusan SMA sederajat. Sehingga dapat dikatakan kurang optimal dalam melayani wisatawan. Namun dari pihak Wisata Koptan Ori *Green* sebelum mempekerjakan karyawan baru memberikan pelatihan agar bisa berkerja dengan lebih baik sesuai tugas masing-masing. Selain itu juga ada faktor penghambat yang lain yaitu penyalahgunaan media sosial dari pesaing bisnis yang bertujuan untuk menjatuhkan Wisata Koptan Ori

Green. Namun pihak Wisata Koptan Ori *Green* tetap berupaya untuk meningkatkan dan mengembangankaan Wisata Koptan Ori *Green* agar lebih bagus lagi.

3. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) di Wisata Koptan Ori *Green*

Dari pemaparan hasil wawancara, pengelolaan sumber daya manusia (SDM) memang sangat penting, sehingga perlu dilakukan pengelolaan agar menciptakan SDM yang lebih terampil dan kreatif. SDM merupakan pendukung utama sekaligus penggerak berkembangnya obyek wisata. Untuk itu dilakukan beberapa upaya untuk peningkatan kualitas SDM, salah satunya dengan berkolaborasi bersama pemerintah. Memang peran pemerintah sangat penting, misalnya saja pengadaan sosialisasi dan pelatihan bersama dengan Dinas Pariwisata, Dinas UMKM. Untuk para pekerja atau karyawan diberlakukan training kerja, dan rolling tempat atau divisi untuk divisi yang aman. Misalnya divisi pemasaran, divisi perlengkapan, divisi transportasi.

Untuk para pedagang juga dilakukan evaluasi jika memerlukan. Tetapi dari segi kemampuan dan keterampilan masih bisa diupayakan pemberdayaan, karena mayoritas karyawan dan pedagang juga berusia 20-35 tahun. Jadi masih dalam usia yang bisa mengikuti perkembangan teknologi dan informasi.

4. Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Wisata Koptan Ori *Green*

a. Instrumen SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats)* pada Wisata Koptan Ori *Green*

Instrumen SWOT ini didapat melalui hasil wawancara kepada beberapa informan. Dengan itu peneliti melakukan pengecekan kebsahan temuan dengan triangulasi data, agar mendapatkan hasil yang valid. Informan utama adalah Bapak Sugeng selaku Kepala Bagian Unit Wisata, sebagai penguatnya adalah Bapak Rizal Lukman Selaku Kepala Bagian Pemasaran, Bapak Wiratman sebagai Pemilik Usaha Kecil Menengah dari Masyarakat sekitar.

1) Faktor Kekuatan (*Strength)* pada Wisata Koptan Ori *Green*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada Wisata Koptan Ori *Green* terdapat beberapa faktor kekuatan. Faktor-faktor kekuatan tersebut antara lain:

a. Memiliki Branding Power Pengunjung

Branding power pengunjung digunakan untuk menarik pengunjung agar terus memiliki keinginan datang kesana, terbukti dari adanya kenaikan jumlah pengunjung. Branding power ini juga didukung dengan adanya inovasi dan produk unggulan peternakan yaitu susu sapi perah, sehingga pengunjung lebih tertarik untuk datang kembali. Adanya surat izin usaha maka kelegalitasan atau usaha memiliki kekuatan hukum yang melindungi sehingga suatu perusahaan dapat

terjamin serta dalam menjalankan usahanya bisa berjalan dengan tenang. Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa Wisata Koptan Ori *Green* sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sejak berdirinya wisata tersebut. Sehingga mampu menjalankan kegiatan sesuai dengan Standart Operasional Prosedur (SOP) perusahaan.

b. Obyek wisata yang sudah dikenal oleh masyarakat

Banyak masyarakat yang sudah mengetahui keberadaan Wisata Koptan Ori *Green* ini, walaupun bisa dikatakan wisata ini masih belum lama muncul, sehingga banyak masyarakat yang penasaran dan berkunjung kesini. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa Wisata Koptan Ori *Green* sudah popular di kalangan masyarakat sehingga dapat meningkatkan populasi jumlah pengunjung. Hal ini akan berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung setiap bulannya.

c. Memiliki produk hasil peternakan yaitu susu

Berdasarkan potensi alam yang dimiliki menjadikan Wisata Koptan Ori *Green* memiliki keunggulan produk peternakan yaitu susu. Dimana susu ini meeupakan susu segar yang diolah dengan baik sehingga memberikan manfaat dan rasa yang lebih enak serta lebih segar karena berasal dari pusat pengolahan pertama. Hal ini juga menjadi faktor kekuatan dari Wisata

Koptan Ori *Green*.

d. Memiliki dukungan dari masyarakat dan pemerintah

Dari hasil wawancara yang di dapat disimpulkan bahwa Wisata Koptan Ori *Green* sudah mendapatkan dukungan dari masyarakat dan pemerintah. Dengan adanya dukungan tersebut sangat membantu berkembangnya obyek wisata tersebut. Sehingga juga dapat memberikan dampak yang baik untuk meningkatkan kualitas masyarakat dan mensejahterakan masyarakat, serta mendukung kelestarian lingkungan.

e. Memiliki pemandangan alam yang asri

Berada pada wisata pegunungan memberikan pemandangan alam yang asri serta keadaan lingkungan yang alami. Hal ini menjadi faktor kekuatan dari Wisata Koptan Ori *Green*, karena sisi kealamiannya membuat pengunjung lebih tenang menikmati suasana alam serta menikmati waktu bersantai dengan keluarga, menjadikan waktu beribur lebih relaks.

2) Faktor-faktor Kelemahan (*Weaknesses*) pada Wsiata Koptan Ori *Green*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada Wisata Koptan Ori *Green* terdapat beberapa faktor kelemahan. Faktor-faktor kelemahan tersebut antara lain:

a) Keterbatasan modal anggaran pengemabangan obyek wisata

Dalam wawancara sebelumnya dikatakan bahwa modal usaha Wisata Koptan Ori *Green* berasal dari hasil perputaran unit usaha lain dari Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta, sepertu unit susu, unit air mineral, unit swalayan. Hal ini menjadi fokus kelemahan yang perlu diskapi dengan sungguh-sungguh, mengingat unit wisata ini merupakan unit yang lumayan besar dan perlu pengelolaan lebih.

b) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Proses pencari dan menemukan karyawan yang memiliki sifat pekerja keras, ulet, berpengalaman dan tanggung jawab pasti sulit, oleh karena itu proses perekrutan karyawan harus memiliki kriteria yang bagus. Berdasarkan pada wawancara disimpulkan bahwa Wisata Koptan Ori *Green* dalam hal perektrutan karyawan dilakukan secara sederhana dan tidak ada kualifikasi karyawan. Sebagaian karyawan juga berasal dari beberapa unit lain milik Koperasi Petani (KOPTAN) Jasa Tirta.

c) Infrastruktur yang kurang memadai

Wisata Koptan Ori *Green* berada pada lokasi yang tergolong dalam kawasan pegunungan, sehingga banyak tanjakan dan tidak meratanya proses pembangunan jalan. Jalur utama menuju lokasi wisata memang sudah layak, jalannya sudah diaspal. Namun saat hampir memasuki lokasi wisata jalannya sebagian

sudah rusak. Tetapi dalam tahap perbaikan. Perbaikan jalan ini juga berasal dari dana Wisata Koptan Ori *Green* tanpa adanya bantuan dana dari pemerintah.

3) Faktor-faktor Peluang (*Opportunites*) pada Wisata Koptan Ori *Green*

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada wisata Koptan Ori *Green* terdapat beberapa faktor-faktor peluang untuk mengembangkan kawasan wisata Koptan Ori *Green*, faktor-faktor tersebut antara lain:

a) Pertumbuhan Ekonomi

Dalam wawancara tersebut mendapatkan kesimpulan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi yang sekarang jauh lebih baik dibandingkan dengan perekonomian yang dulu. Dengan pariwisata dan ekonomi kreatif juga sangat membantu dalam menyumbang pendapatan daerah, sehingga pendapatan daerah juga meningkat dari sektor industri pariwisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi sangat berpengaruh terhadap peluang pengembangan wisata Koptan Ori *Green* di masa yang akan datang.

b) Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat

Hal ini seperti adanya UMKM, potensi yang ada di kawasan Kecamatan Sendang adalah susu sapi perah. Susu sapi ini

menjadi memiliki nilai yang lebih karena sudah dijual dalam keadaan siap untuk dikonsumsi dibandingkan dengan dijual dalam keadaan mentah. Selain itu adanya wisata Koptan Ori *Green* ini juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengisi kios-kios yang ada dalam kawasan wisata, sehingga masyarakat lebih antusias untuk menciptakan sebuat produk olahan lokal mereka dan dipasarkan kepada para wisatawan atau pengunjung. Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan juga bahwa adanya wisata Koptan Ori *Green* memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Selain itu, mereka juga bisa membuat produk olahan sendiri yang nantinya dijual dalam wisata Koptan Ori *Green*.

c) Meningkatkan jumlah populasi

Hal ini diungkap juga dalam wawancara bahwa jumlah pengunjung juga sangat berpengaruh. Apabila jumlah pengunjung meningkat mestinya juga akan membutuhkan tenaga kerja yang lebih. Jadi akan semakin banyak populasinya. Selain itu juga semakin banyak pengunjung akan semakin banyak produk yang dijual. Hal ini disimpulkan bahwa meningkatnya jumlah populasi sangat berpengaruh terhadap peluang pengembangan wisata Koptan Ori *Green*.

d) Pengembangan teknologi dan informasi

Dalam wawancara juga mejelaskan mengenai pengembangan teknologi, semakin lama iptek dan informasi semakin canggih. Sehinga sangat mudah untuk memasarkan wisata Koptan Ori *Green*. hal ini memudahkan wisata Koptan Ori *Green* menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luar. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengembangan teknologi dan informasi sangat berpengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata Koptan Ori *Green*. masyarakat luar bisa lebih mudah mengenali wisata Koptan Ori *Green* dan mendapatkan informasi tentang wisata Koptan Ori *Green* dengan sangat mudah.

e) Tinggi keinginan untuk berwisata dan berekreasi

Tingginya keinginan untuk berpariwisata juga dibahas dalam wawancara penelitian yang pada intinya semakin banyaknya sosial media yang digunakan oleh masyarakat memudahkan promosi melalui jalur tersebut. Melalui foto-foto dan deskripsi mengenai tempat wisata tersebut menjadikan masyarakat berkeinginan untuk berkunjung. Semakin bervariasi objek wisata di KAbupaten Tulungagung membuat minat wisatawan lokal maupun mancanegara meningkat dan dibuktikan dari tingkat pengunjung yang datang. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa keberagaman objek

wisata di Kabupaten Tulungagung menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Tulungagung.

4) Faktor-faktor Ancaman (*Threats*) pada Wisata Koptan Ori *Green*

Hasil dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada wisata Koptan Ori *Green* ditemukan beberapa faktor peluang untuk mengembangkan kawasan wisata Koptan Ori *Green*. adanya faktor peluang pasti juga ada faktor yang menjadi ancaman, faktor tersebut antara lain:

a) Adanya tempat wisata yang lebih menarik

Tempat wisata yang sangat banyak dan beragam memiliki dampak yang berupa ancaman juga bagi wisata lainnya. Terjadi demikian karena tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata lain juga terjadi, biasanya wisatawan akan mengunjungi lebih dari satu destinasi wisata. Berdasarkan dari hasil penelitian disimpulkan bahwa adanya tempat wisata yang lebih menarik bisa menjadi salah satu faktor ancaman bagi pengembangan wisata Koptan Ori *Green*.

b) Adanya tarif pajak NPWP di setiap bulan

Faktor ancaman yang dihadapi selanjutnya yaitu adanya pajak NPWP yang harus dibayarkan setiap bulan. Tetapi ini merupakan senuah kewajiban. Pajak juga masuk pada

pembebanan biaya operasional.

c) Adanya pengaruh kondisi iklim

Cuaca merupakan ancaman yang begitu mendasar namun sangat berpengaruh. Keadaan geografis dari wisata Koptan Ori *Green* berada pada dataran tinggi atau pegunungan. Cuaca dan iklim disana sangat *random* artinya kadang curah hujan yang terjadi cukup tinggi, walaupun kondisinya belum terlalu pada puncak pegunungan. Kemudian suhu yang sejuk dan dingin, membuat wisatawan takut untuk menikmati air saat musim hujan. Kemudian dalam keadaan cuaca yang tidak menentu juga nantinya akan berpengaruh pada umkm utama yaitu susu sapi. Karena jika terlalu panas maka rerumputan di daerah sana juga gersang otomatis pasokan makanan hijau untuk sapi, jadi berpengaruh pada produksi susu. Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa keberadaan cuaca sulit diprediksi dapat menjadi sebuah ancaman bagi pengembangan wisata Koptan ori *Green*.

b. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Wisata Koptan Ori *Green*

Analisi SWOT merupakan analisis yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai macam faktor internal dan eksternal secara keseluruhan dari suatu usaha dan dari hasil wawancara yang telah

dilakukan di atas, didapatkan data sebagai berikut:

1. Kekuatan yang dimiliki wisata Koptan Ori *Green*

- Memiliki Branding Power Pengunjung
- Objek wisata yang sudah dikenal masyarakat
- Memiliki produk peternakan yaitu susu
- Memiliki dukungan dari pemerintah dan masyarakat
- Memiliki pemandangan yang masih asri

2. Kelemahan yang dimiliki oleh Wisata Koptan ori *Green*

- Keterbatasan modal anggaran pengembangan objek wisata
- Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)
- Infrakstruktur yang kurang memadai

3. Peluang yang dimiliki oleh Wisata Koptan Ori *Green*

- Pertumbuhan ekonomi
- Terbukanya lapangan pekerjaan
- Meningkatnya jumlah populasi
- Perkembangan teknologi dan informasi
- Tingginya keinginan berwisata dan berekreasi

4. Ancaman yang dimiliki oleh Wisata Koptan Ori *Green*

- Adanya tempat wisata yang lebih menarik
- Adanya pajak NPWP disetiap bulan
- Adanya pengaruh kondisi iklim

Dari hasil data yang didapat, selanjutnya peneliti akan

melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu pembuatan matriks analisis SWOT dengan dibuatnya tabel IFAS dan EFAS. Di dalam tabel tersebut faktor-faktor eksternal maupun internal akan diberikan pembobotan dan penilaian (*rating*) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan data yang telah diperoleh dari informan dan mengacu pada pembobotan dan rating milik Husein Umar.

Tabel 4.6

Pembobotan Faktor-Faktor SWOT

Faktor-faktor dalam Analisis SWOT	Bobot
Kekuatan	
1. Memiliki Branding Power Pengunjung	0,10
2. Objek wisata yang sudah dikenal oleh masyarakat	0,15
3. Memiliki produk peternakan yaitu susu	0,20
4. Memiliki dukungan dari pemerintah dan masyarakat	0,15
5. Memiliki pemandangan yang masih asri	0,10
Kelemahan	
1. Keterbatasan modal anggaran pengembangan objek wisata	0,15
2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)	0,05
3. Infrastruktur yang belum memadai	0,10
Peluang	
1. Pertumbuhan ekonomi	0,15
2. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat	0,20

3. Meningkatnya jumlah populasi	0,10
4. Perkembangan teknologi dan informasi	0,15
5. Tingginya untuk berwisata dan berekreasi	0,15
Ancaman	
1. Adanya tempat wisata yang lebih menarik	0,15
2. Adanya pajak NPWP di setiap bulan	0,05
3. Adanya pengaruh kondisi iklim	0,05

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

c. Tahap Analisis Input

Setelah melakukan pembobotan faktor-faktor SWOT, selanjutnya data yang telah diperoleh dimasukkan kedalam matrik IFAS dan EFAS, kemudian langkah selanjutnya yaitu membuat matrik SWOT, yang terakhir membuat diagram analisis SWOT.

1. Mattrik IFAS

Tabel 4.7

Matrik IFAS

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			

1. Memiliki Branding Power Pengunjung	0,10	4	0,40
2. Objek wisata yang sudah dikenal masyarakat	0,15	4	0,60
3. Memiliki produk peternakan yaitu susu	0,20	4	0,80
4. Memiliki dukungan dari pemerintah dan masyarakat	0,15	4	0,60
5. Memiliki pemandangan yang asri	0,10	3	0.30
Total	**0,70**		**2,70**
Kelemahan			
1. Keterbatasan modal anggaran objek wisata	0,15	2	0,30
2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)	0,05	1	0,05
3. Infrastruktur yang belum memadai	0,10	2	0,20
Total	**0,30**		**0,55**
Skor Kekuatan + Skor Kelemahan	**1,00**		**3,25**

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel internal kekuatan (*Strength*) memiliki skor total 2,70 dan variabel internal kelemahan (*Weaknesses*) memiliki skor total 0,55. Sehingga total skor variabel internal sebesar 3,25.

2. Matrik EFAS

Tabel 4.8

Matrik EFAS

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
1. Pertumbuhan ekonomi 2. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat 3. Meningkatnya jumlah populasi 4. Perkembangan teknologi dan informasi 5. Tingginya keinginan berwisata dan berekreasi.	0,15 0,20 0,10 0,15 0,15	3 3 3 3 3	0,45 0,60 0,30 0,45 0,45
Total	**0,75**		**2,25**
Ancaman 1. Adanya tempat wisata yang lebih menarik 2. Adanya pajak NPWP di setiap bulan 3. Adanya pengaruh kondisi iklim	0,15 0,05 0,05	3 1 2	0,40 0,05 0,10
Total	**0,25**		**0,55**
Skor Peluang + Skor Ancaman	**1,00**		**2,80**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel eksternal peluang (*opportunities*) memiliki skor total 2,25 dan variabel eksternal ancaman (*threats*) memiliki skor total 0,55. Sehingga total skor variabel internal sebesar 2,80. Kesimpulan dari kedua matriks IFAS dan EFAS di atas, dapat diperoleh:

a) Strategi SO = 2,70 + 2,25 = 4,95

b) Strategi ST = 2,70 + 0,25 = 2,95

c) Strategi WO = 0,55 + 2,25 = 2,80

d) Strategi WT = 0,55 + 0,25 = 0,80

e) Strategi SW = 2,70 + 0,55 = 3,25

3. Matrik SWOT

Setelah pembuatan matrik IFAS dan matrik EFAS, selanjutnya peneliti akan membuat matrik SWOT.

Tabel 4.9

Matrik SWOT

IFAS / EFAS	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
	1. Memiliki Branding Power Pengunjung 2. Objek wisata yang sudah dikenal. 3. Memiliki produk peternakan yaitu susu. 4. Memiliki dukungan dari pemerintah dan masyarakat. 5. Memiliki pemandangan yang asri.	1. Keterbatasan modal anggaran pengembangan objek wisata. 2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM). 3. Infrastruktur yang belum memadai.

Peluang (O)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
1. Pertumbuhan ekonomi. 2. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat. 3. Meningkatnya jumlah populasi. 4. Perkembangan teknologi dan informasi.	1. Memanfaatkan izin usaha untuk mendapatkan pinjaman usaha dan kepercayaan investor. 2. Memanfaatkan otonomi daerah untuk mengelola potensi Wisata Koptan Ori *Green.*	1. Melakukan koordinasi dengan pihak swasta untuk menanamkan modal. 2. Menetapkan spesifikasi kerja dapat menciptakan karyawan yang lebih kompeten agar dapat
5. Tingginya keinginan berwisata dan berekreasi.	3. Meningkatkan jumlah produk dan kualitas produk. 4. Membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana wisata 5. Pemandangan yang masih asri dan alami	mengefisiensi waktu dalam meningkatkan pelayanan. 3. Menggait pihak swasta untuk pembangunan akomodasi pendukung dalam upaya pengembangan Wisata Koptan Ori *Green*. 4. Jangkauan pemasaran produk diperluas dengan straetgi penjualan secara online.

Ancaman (T)	**Strategi (ST)**	**Strategi (WT)**
1. Adanya tempat wisata yang lebih menarik. 2. Adanya pajak NPWP di setiap bulan. 3. Adanya pengaruh kondisi iklim.	1. Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan objek wisata serta menjaga ciri khas objek wisata dengan mempertahankan dan memelihara objek wisata secara berkesinambungan untuk menghadapi persaingan antar wisata yang ada disekitarnya. 2. Adanya tarif pajak yang dibebankan sehingga menaikkan harga produk. 3. Mengembangkan konsep wisata yang lebih menarik bagi pengunjung.	1. Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah maupun investor dalam proses pengembangan Wisata Koptan Ori *Green*. 2. Memberikan pelatihan kepada setiap tenaga kerja dan masyarakat sekitar yang turut serta mengembangkan wisata edukasi dengan tujuan meningkatkan kemampuan dalam mengelola Wisata Koptan Ori *Green* dan menghadapi banyaknya pesaing. 3. Memanfaatkan perkembangan teknologi informasi seperti internet dan media sosial untuk mendapatkan pengunjung baru.

Data: Data Olahan Peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategi yang dihasilkan mulai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Penciptaan strategi dilakukan dengan penggabungan anatara faktor-faktor IFAS dengan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan di atas dapat menunjukkan posisi

pengembangan usaha yang telah dilakukan Wisata Koptan Ori *Green* sebagai berikut:

Tabel 4.10

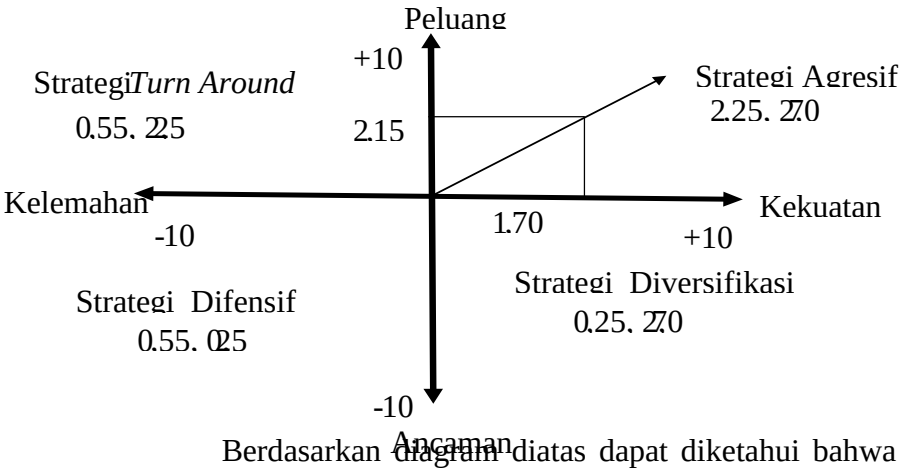
Posisi Wisata Koptan Ori *Green*

IFAS		EFAS	
Kekuatan	2,70	Peluang	2,25
Kelemahan	(0,55)	Ancaman	(0,55)
Hasil	2,15	Hasil	1,70

Data: Olahan Peneliti, 2020

Dari data di atas diketahui bahwa analisis faktor IFAS memiliki nilai yaitu 2,15 sedangkan analisis faktor EFAS memiliki nilai 1,70. Selanjutnya apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT, diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.3
Diagram Analisis SWOT Wisata Koptan Ori *Green*



Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi Wisata Koptan Ori *Green* berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif. Hal ini sesuai dengan pendapat

Freddy Rangkuti dalam bukunya teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT yang menyatakan bahwa kuadran 1 ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dimana perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan yang bisa dimanfaatkan. Dengan hal ini, Wisata Koptan Ori *Green* bisa terus mengalami peningkatan dan pengembangan. Adapun strategi yang harus diterapkan pada kondisi ini adalah *growth oriented strategy*, yaitu kebijakan yang mendukung pertumbuhan agresif. Faktor pendukunya yaitu salah satunya Wisata Koptan Ori *Green* sudah memiliki pabrik pengolahan susu, dimana susu merupakan produk UMKM unggulan dari potensi lokal Desa Sendang.