

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini memaparkan uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Sebagaimana yang telah ditegaskan dalam teknik analisis data pada penelitian kualitatif adalah pemaparan dari data yang telah diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi diidentifikasi sesuai dengan teori yang ada dan yang telah dibahas sebagai berikut:

A. Penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan jumlah pengunjung

Bauran pemasaran adalah suatu alat bagi pemasar dimana terdiri dari berbagai unsur program pemasaran yang perlu dipertimbangkan supaya penerapan dari strategi pemasaran dan positioning yang telah ditetapkan dapat berhasil.¹¹² Bauran pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang dilakukan secara tertapu, yaitu kegiatan ini dilakukan secara bersamaan dimana elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran ini sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari yang lain.¹¹³

¹¹² Citra Anggraini T dan Thyophoida W.S. Panjaitan, *Pemasaran Jasa*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2017), hal. 20

¹¹³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Persada, 2012), hal. 213

Strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan jumlah pengunjung oleh objek wisata Ngerit Stone Park adalah dengan mengembangkannya bauran pemasaran dengan 4P (*product, price, place, dan promotion*). Sebagaimana telah difokuskan pada penelitian ini, akan dipaparkan data-data temuan penelitian yang berhubungan dengan bauran pemasaran (4P) dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park.

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk diperhatikan, diminati, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai penentu kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹¹⁴ Produk pariwisata adalah pengalaman bermakna yang berhubungan langsung dengan wisatawan yang bergantung pada rangsangan indra penglihatan dan suara. Produk pariwisata dikonsumsi sebagai sebuah pengalaman afektif yang berharga dan menyenangkan berupa faktor yang berwujud atau tidak berwujud.¹¹⁵

Produk yang ditawarkan oleh objek wisata Ngerit Stone Park yaitu berupa wisata alam yang berupa goa batu, dimana goa batu disini terdiri dari beberapa jenis yaitu Goa Ngerit, Goa Labirin, Goa Landak, Goa Agung, dan Rumah batu, kemudian dikembangkan sarana seperti Jembatan Putri Ngerit untuk menghubungkan antar goa. Selain goa batu

¹¹⁴ Akhmad Saefudin, *Redefinisi bauran Pemasaran (Marketing Mix) "4P" Ke "4C"* (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI), *Jurnal of Applied Business and Economics*, Vol. 1 No. 1 Septemberr 2014, hal. 20

¹¹⁵ Indah Haqiqi, (Skripsi): *Implementasi Bauran Pemasaran Jasa di Taman Botani Sukosari Jember*, (Jember: Universitas Jember, 2018), hal. 11

disini juga menyajikan pemandangan yang indah dan asri dengan dilengkapinya berbagai fasilitas seperti gazebo, tempat makan, spot foto, mushola dan kamar mandi.

Mempertahankan kualitas produk sangat penting dalam suatu pemasaran. Ngerit Stone Park selalu mengembangkan tempatnya dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wini Rahayu, yang meneliti tentang penerapan bauran pemasaran di Agro Wisata Sodokoro, dengan hasil penelitian yaitu bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi dalam pemasaran, produk yang berkualitas maka peminatnya akan banyak. Dalam penelitiannya juga dijelaskan bahwa produk dari Agro Wisata Sokodono selalu melakukan pengemangan agar diminati masyarakat luas.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Haqiqi yang meneliti tentang implementasi pemasaran jasa di Taman Botani Sukosari Jember. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa kunci keberhasilan suatu perusahaan pariwisata adalah tercapainya kesesuaian penawaran produk yang memenuhi kebutuhan wisatawan.¹¹⁶ Hal ini sesuai dengan keadaan objek wisata Ngerit Stone Park yang mana pengelola selalu berperan aktif dalam mengelola pengembangan dan meningkatkan kunjungan wisatawan dengan pengembangan dibebberapa aspek seperti sarana dan prasarana, fasilitas, dan kualitas tempat wisata.

¹¹⁶ *Ibid.*, hal. 12

Dalam strategi pemasaran, harga merupakan satu-satunya unsur yang menghasilkan penerimaan. Harga yang diterapkan dari setiap perusahaan berbeda-beda, meskipun dengan jenis produk yang sama. Harga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, dimana konsumen akan bertahan pada tingkat harga produk tertentu dan tidak beralih ke produk lain ketika produk dari sebuah perusahaan tidak mengalami kenaikan harga. Karena konsumen sangat mempertimbangkan perbandingan harga dengan produk perusahaan lain sebelum memutuskan untuk membeli.

Dalam penentuan harga, Ngerit Stone Park ditentukan oleh pihak perhutani KPH Kediri yang mana sebagai pengelola pihak kedua. Sebelum menetapkan harga tiket pihak perhutani KPH Kediri harus mengetahui apa tujuan dari penentuan harga tersebut. Dalam penetapan harga tiket menyesuaikan besaran porporasi yang diberikan kepada Pemda, LMDH (selaku pembantu dalam pengelolaan), upah pekerja dan pihak perhutani KPH Kediri.

Hasil penelitian ini sesuai teori yang dinyatakan oleh Philip Kotler dalam bukunya mengemukakan bahwa dalam penentuan harga suatu produk barang maupun jasa terdapat beberapa prosedur yaitu memilih tujuan penetapan harga, penentuan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis biaya, harga, dan tawaran pesaing, memilih metode

penetapan harga, dan memilih harga terakhir.¹¹⁷ Hal ini sesuai dengan yang telah diterapkan oleh pengelola Ngerit Stone Park yang mana sebelum menentukan harga tiket selalu memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi besaran harga tiket tersebut.

Tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Keputusan tempat yang dimaksud menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Keputusan tempat ini meliputi keputusan lokasi fisik seperti keputusan mengenai dimana tempat yang akan didirikan, dan juga untuk meningkatkan aksesibilitas bagi pengunjung.

Pemilihan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi konsumen untuk mengunjunginya. Ngerit Stone Park terletak di kawasan hutan milik perhutani di Desa Senden yang tidak jauh dari pusat kota Kabupaten Trenggalek. Lokasi Ngerit Stone Park sangat strategis, karena hanya memiliki jarak tempuh sekitar 25 km dari pusat kota, lokasinya terletak di pinggir jalan raya dan dapat dijangkau oleh semua transportasi sehingga dapat mempermudah pengunjung untuk berkunjung ke tempat tersebut. Selain tempatnya yang strategis, lokasi Ngerit Stone Park juga dapat diakses lewat Aplikasi Google Maps.

¹¹⁷ Dewi Wulandari, *Prosedur Penetapan Harga*, <https://ilmumanajemen.wordpress.com/2008/12/13/prosedur-penetapan-harga-jual/>, diakses pada tanggal 06 Oktober 2020, pukul 20.43 wib

Berdasarkan hasil penelitian, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Haris Alhadi yang melakukan penelitian tentang implementasi bauran pemasaran pada objek wisata taman Botani Sukorambi Jember. Dengan hasil penelitiannya bahwa lokasi dalam penelitiannya sangat strategis yang terletak tidak jauh dari pusat kota Jember yang hanya dapat ditempuh dengan waktu 10 menit. Lokasi yang tidak jauh dari pusat kota akan memudahkan wisatawan untuk berkunjung, dan hal ini akan meningkatkan jumlah pengunjung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Fandy Tjiptono dalam bukunya Strategi Pemasaran bahwa dalam menentukan lokasi terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan yaitu, akses adalah dimana lokasi dapat dijangkau oleh transportasi umum. Lalu lintas, banyaknya orang yang berlalu lalang dapat memberikan peluang bagi pengunjung yang sebelumnya belum direncanakan. Visibilitas, yaitu lokasi dapat dilihat dari jalan utama atau terdapat petunjuk terhadap keberadaan lokasi tersebut.¹¹⁸

Penentuan lokasi suatu perusahaan baik barang atau jasa, termasuk pariwisata apabila sesuai dengan indikator yang telah dijelaskan maka akan memberikan dampak positif bagi suatu perusahaan tersebut. Dengan penentuan lokasi yang tepat maka akan meningkatkan jumlah pengunjung pada setiap perusahaan pariwisata.

¹¹⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2007), hal. 92

Dalam pengembangan pariwisata, promosi merupakan strategi yang penting untuk dilakukan. Semakin canggihnya teknologi di jaman sekarang, memudahkan kita untuk menyebar informasi hanya melalui media sosial. Pengelola objek wisata Ngerit Stone Park mengenalkan tempatnya melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Youtube. Hal ini telah disambut baik oleh masyarakat pengguna media sosial yang berkunjung ke Ngerit Stone Park dan mengetahui tempat ini melalui media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Susi Ayu Agustin yang meneliti tentang strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Pantai Sine Tulungagung. Dengan hasil penelitian bahwa strategi promosi juga dilakukan dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Promosi yang dilakukan melalui media internet yang meliputi Facebook, Instagram, dan Blog.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Insan Romadhan dan Dewi Sri Andika Rusmana, yang meneliti tentang potensi media sosial sebagai sarana promosi pariwisata berbasis partisipasi masyarakat. Dengan hasil penelitian, bahwa potensi media sosial sebagai sarana promosi pariwisata berbasis partisipasi masyarakat pada dasarnya sebenarnya sudah dilakukan oleh masyarakat itu sendiri. Adanya partisipasi masyarakat dalam mempromosikan pariwisata melalui media sosial sebenarnya sudah dilakukan, akan tetapi

hal tersebut mungkin tidak disadari oleh masyarakat itu sendiri. Contohnya, ketika seseorang berkunjung ke sebuah objek wisata dan mengambil foto yang kemudian diunggah ke media sosialnya maka akan dilihat oleh pengguna media sosial yang lainnya.¹¹⁹ Hal ini sesuai yang terjadi di Ngerit Stone Park yang mana setiap pengunjung mengambil foto atau berselfi yang kemudian diupload ke media sosialnya akan dilihat oleh banyak orang dan menjadi banyak dikenal oleh masyarakat luas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Kasmir dalam bukunya yang menyatakan bahwa strategi promosi memiliki tujuan menginformasikan, membujuk, mengingatkan.¹²⁰ Dengan melakukan promosi maka produk yang ditawarkan akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Strategi promosi yang tepat sasaran akan memberikan pengaruh besar terhadap seautu perusahaan. Promosi yang dilakukan oleh Ngerit Stone Park juga akan memberikan peningkatan jumlah kunjungan wisatwan.

Strategi pemasaran dalam mengenalkan pariwisata yang dilakukan oleh pengelola Ngerit Stone Park adalah bauran pemasaran yang meliputi empat elemen yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sebagaimana yang dikutip dari buku Basu Swastha bahwa bauran

¹¹⁹ Mohammad Insan Romadhan dan Dewi Sri Andika Rusmana, *Potensi Media Sosial sebagai Sarana Media promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat*, Prosiding Seminar dan Call For Paper, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2017. Hal 87

¹²⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 183

pemasaran atau *marketing mix* adalah kombinasi dari keempat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni produk, harga, lokasi, dan promosi.¹²¹

Begitu juga berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wini Rahayu tentang implementasi bauran pemasaran jasa di Taman Botani Sukorambi Jember bahwa bauran pemasaran perlu diimplementasikan dengan baik, salah satunya pihak pariwisata harus tetap konsisten dalam memperbarui produknya agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Hasil dari penelitiannya adalah bahwa implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember telah dilakukan dengan baik sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung¹²²

Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para konsumen. Dari keempat elemen tersebut saling mempengaruhi, sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan suatu strategi. Bauran pemasaran disini merupakan bagian dari strategi pemasaran dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur pemasaran yang

¹²¹ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), hal. 78

¹²² Indah Haqiqi, (Skripsi)..., hal. 54

dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai perusahaan dalam bidang pemasaran.¹²³

Hasil penelitian ini dalam penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Ngerit Ston Park telah sesuai dengan etika islam. Penentuan harga yang dilakukan oleh pengelola Ngerit Stone Park tidak memberatkan pengunjung, dan fasilitas yang diperoleh pengunjung sesuai dengan harga yang telah ditetapkan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Abdul Aziz dalam bukunya Etika Bisnis dala Perspektif Islam menyatakan bahwa, Islam mengajarkan penetapan harga yang sesuai dan tidak memberatkan konsumen untuk membelinya, serta harga yang diterapkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Harga yang diberikan oleh pengelola Ngerit Stone Park merupakan harga yang bersaing sesuai dengan kualitas produknya. Hal tersebut telah dijelaskan dalam Q.S. AN-Nahl : 90,

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabar, dan Allah melarang dari berbutan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (Q.S. An-Nahl: 90)

Berdasarkan Q.S An-Nahl ayat 90, menyatakan bahwa umat islam diwajibkan berlaku adil dan juga melarang melakukan perbuatan yang

¹²³ Makmur dan Saprijal, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pangaraian)*, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomi Vol.3 No. 1, Tahun 2015

dibenci Allah, dengan berlaku adil akan memberikan kebaikan untuk semua pihak. Begitu juga dalam penetapan harga jangan sampai melakukan kebohongan yang berakibat pada rusaknya harga produk yang dijual.

Promosi yang dilakukan oleh Pengelola Ngerit Stone Park dalam mengenalkan wisata juga telah sesuai etika bisnis Islam, yang mana dalam melakukan promosi pengelola Ngerit Stone Park selalu memberikan informasi yang sesuai dengan kondisi yang ada atau tidak pernah melakukan penipuan dan tidak bersumpah palsu yang mana dengan tujuan agar selalu dikenal masyarakat. Hal ini sesuai dengan Hadits Nabi Muhammad SAW yang berbunyi:

“Sumpah yang diucapkan untuk melariskan dagangan, dapat merusak keuntungan.” (HR. Muslim).¹²⁴

Dari hadits di atas menunjukkan bahwa dilarangnya untuk bersumpah palsu yang mana hal itu akan membuat kerusakan si pemilik. Pengelola Ngerit Stone Park bersikap jujur dalam mempromosikan tempatnya tanpa membohongi para calon pengunjungnya.

B. Kendala dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa kendala yang terjadi yaitu kurangnya kesadaran masyarakat dan pengunjung, aspek dukungan pendanaan, ketersediaan sarana dan prasarana, dan kurang

¹²⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung, Alfabeta, 2013), hal. 95

maksimalnya promosi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Henny Ferniza tentang antara potensi dan kendala dalam pengembangan pariwisata di Sumatera Barat. Dengan hasil penelitian bahwa kendala utama dalam pengembangan pariwisata di Sumatera Barat adalah aspek pola pikir masyarakat, aspek perencanaan, aspek dukungan pendanaan. Hal yang berbeda terungkap ketika menganalisis persepsi publik terhadap respon. Ternyata orang tidak tahu apa sebenarnya manfaat pariwisata, masyarakat tidak tahu bagaimana yang harus mereka lakukan secara aktif, yang artinya orang tidak tau posisinya disektor pariwisata.¹²⁵ Penelitian tersebut sesuai dengan hasil temuan peneliti tentang kendala yang terjadi dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park.

Kurangnya maksimal dalam promosi merupakan salah satu kendala dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yeni Anggraini Mustika Sari tentang peran promosi dan pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata nDayu Alam Asri. Dengan hasil penelitian bahwa promosi yang dilakukan kurang maksimal, keterbatasan tenaga ahli dalam memasarkan dan mempromosikan di sebabkan dari latarbelakang pendidikan.¹²⁶ Penelitian tersebut sesuai dengan hasil temuan peneliti

¹²⁵ Henny Ferniza, *Antara Potensi dan kendala dalam Pengembangan Pariwisata di Sumatera Barat*, *Jurnal Pembangunan dan kota*, Vol. 13, No. 1, 2017

¹²⁶ Yeni Anggraini Sari, (Skripsi): *Peran PROMOSI DAN Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Objek Wisata nDayu Alam Sari*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2009), hal. 77-78

tentang kendala yang terjadi dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park.

Dalam pengembangan pariwisata tentunya tidak lepas dari suatu kendala yang pasti akan terjadi. Kurangnya kesadaran dari masyarakat dan pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park masih kurang. Hal ini menjadi kendala dalam pengembangan objek wisata Ngerit Stone Park. Kurangnya kesadaran masyarakat yang tetap melakukan aktivitas pekerjaannya di kawasan wisata menjadi penghambat jalannya pembangunan tempat wisata. Kesadaran pengunjungpun juga masih kurang, hal ini dapat dilihat adanya coret-coretan di beberapa tempat bahkan masih ada yang merusak fasilitas yang disediakan.

Kendala yang terjadi selanjutnya adalah mengenai sarana dan prasarana. Sarana dan prasarana menjadi salah satu kendala yang masih dihadapi dalam pengembangan Ngerit Stone Park. Hal ini dikarenakan kurangnya anggaran yang dimiliki oleh pihak pengelola dan belum adanya bantuan dari pemerintah dalam pengadaan sarana dan prasarana.

Kendala terakhir yang masih dihadapi oleh pengelola Ngerit Stone Park adalah kurangnya maksimal dalam promosi. Promosi menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan melakukan promosi baik secara online maupun offline dapat mengenalkan tempat wisata ke masyarakat luas sehingga akan menarik pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata. Apabila dalam promosi

kurang maksimal maka akan sedikit pula masyarakat yang mengenal tempat wisata.

C. Upaya untuk Menghadapi Kendala yang Terjadi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Objek Wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa bauran pemasaran berpengaruh dalam terhadap peningkatan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Haqiqi tentang implementasi bauran pemasaran jasa di Taman Botani Sukorambi Jember. Dengan hasil penelitian bahwa bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember sudah dilakukan dengan baik sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.¹²⁷ Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu implementasi bauran pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park.

Pemberian kontribusi kepada masyarakat merupakan salah satu upaya yang dilakukan pengelola objek wisata Ngerit Stone Park. Kontribusi yang diberikan oleh pengelola yaitu memberikan kesempatan kepada masyarakat sekitar untuk berdagang di lokasi wisata Ngerit Stone Park. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Rika Puspita Sari yang meneliti tentang pemberdayaan

¹²⁷ Indah Haqiqi, (Skripsi)..., hal. 54

masyarakat melalui pengembangan objek wisata oleh kelompok sadar wisata Dewa Bejo di Desa Bejiharjo. Dengan hasil penelitian bahwa kontribusi yang diberikan oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo kepada masyarakat adalah berupa penyediaan fasilitas akomodasi/homestay dengan menggunakan rumah warga, penyediaan jasa pemandu wisata dengan menggunakan warga masyarakat setempat, dan penyediaan konsumsi wisatawan dengan memberikan kesempatan masyarakat sekitar untuk berdagang dilokasi wisata.¹²⁸ Penelitian tersebut sesuai dengan hasil temuan peneliti tentang upaya untuk menghadapi kendala dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa sarana dan prasarana yang ada di Ngerit Stone Park masih kurang. Hal tersebut karena kurangnya anggaran dan belum adanya bantuan dari pemerintah. Selain itu, kurangnya kesadaran pengunjung juga menjadi salah satu kendala dalam pengembangan pariwisata. Namun, dengan adanya kerjasama antara LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) dengan pengelola Ngerit Stone Park, sarana dan prasarana sudah mulai memadai.

Dalam pemenuhan sarana dan prasarana yang sudah disediakan di Ngerit Stone Park seperti gazebo, toilet, dan tempat ibadah. Selain itu

¹²⁸ Nur Rika Puspita Sari, (Skripsi): *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo di Desa Bejiharjo Kecamatan Karangmojo Kabupaten Gunung Kidul*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012), hal. 105

pihak pengelola juga memberikan papan peringatan kepada pengunjung agar tidak merusak fasilitas dan tidak membobol dari cela yang ada.

Upaya yang terakhir adalah memberikan edukasi kepada pengelola dan sebagian masyarakat agar lebih aktif dimedia sosial dalam mempromosikan objek wisata Ngerit Stone Park. Dengan lebih memaksimalkan dalam promosi maka akan lebih cepat mengenalkan objek wisata kepada masyarakat luas dan akan meningkatkan jumlah pengunjung di Ngerit Stone Park.