

PROFIL MANAJEMEN OLAHRAGA REKREASI PADA OBJEK WISATA GENILANGIT DI KABUPATEN MAGETAN

Muhammad Igga Murdaya

Program Studi Ilmu Keolahragaan, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Korespondensi penulis: Pelongbalong@gmail.com

Lukas Susanto

Program Studi Ilmu Keolahragaan, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

E-mail: Lukas.susanto@unipma.ac.id

Andri Wahyu Utomo

Program Studi Ilmu Keolahragaan, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

E-mail: andri@unipma.ac.id

Abstract. *Genilangit nature tourism is located in Genilangit Village with an area of 13 ha, has many advantages such as stunning views and the surrounding air is still cool and beautiful. Genilangit nature tourism is managed by a youth organization named Giri Putra Bhakti assisted by Genilangit Village residents who want to participate in developing this Genilangit tourist spot. This research is included in the qualitative research group with the type of descriptive research. To obtain the data and information needed in the study, the researcher used data collection questionnaires, interviews, and document examination. This study aims to describe all the potential that exists in Genilangit, the marketing strategy used, how the management is carried out by the Genilangit manager, and the impact resulting from some of the things mentioned above. Genilangit nature tourism is the place of choice for the author as the object of research because the system and management used are very interesting to study. The author wants to show that business and sports are not only related to sales and rentals, business in sports can also be in the form of managing an unused environment into a business area that is growing and in demand by the community. From this research, it can be said that as a concept applied by the Genilangit tourist attraction, the concept of sports greatly influences the number of visitor arrivals.*

Keywords: *Management, Nature tourism, Recreational sports.*

Abstrak. Wisata alam Genilangit berlokasi di Desa Genilangit dengan luas area 13 ha, memiliki banyak kelebihan seperti pemandangan yang memukau mata dan udara sekitar yang masih sejuk dan asri. Wisata alam Genilangit diurus oleh sekumpulan karangtaruna bernama Giri Putra Bhakti dibantu dengan warga Desa Genilangit yang ingin ikut serta dalam mengembangkan tempat wisata Genilangit ini. Penelitian ini termasuk ke dalam kelompok penelitian kualitatif yang berjenis penelitian deskriptif. Untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner/angket, wawancara, dan pemeriksaan dokumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan segala potensi yang ada di Genilangit, strategi pemasaran yang digunakan, bagaimana

Received April 30, 2021; Revised Mei 2, 2021; Juni 22, 2021

* Muhammad Igga Murdaya, Pelongbalong@gmail.com

manajemen yang dilakukan oleh pihak pengelola Genilangit, dan dampak yang dihasilkan dari beberapa hal yang telah disebutkan tadi. Wisata alam Genilangit menjadi tempat pilihan penulis sebagai objek penelitian karena sistem dan manajemen yang digunakan sangat menarik untuk diteliti. Penulis ingin menunjukkan bahwa bisnis dan olahraga tidak hanya berkaitan dengan penjualan dan penyewaan, bisnis dalam olahraga dapat juga berupa pengelolaan lingkungan yang tidak terpakai menjadi suatu lahan bisnis yang berkembang dan diminati masyarakat. Dari penelitian ini dapat disimpulkan konsep olahraga yang diterapkan oleh objek wisata Genilangit sangat bagus dan efektif, konsep olahraga rekreasi sangat berpengaruh terhadap jumlah kedatangan pengunjung.

Kata kunci: Manajemen, Wisata alam, Olahraga rekreasi.

PENDAHULUAN

Olahraga rekreasi merupakan kegiatan yang perkembangannya sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia. Indonesia sendiri memiliki karakteristik geografis yang beragam dan menunjang pengembangan olahraga rekreasi di berbagai wilayah di seluruh Indonesia. Olahraga sendiri tidak dapat dipisahkan oleh wisata atau rekreasi karena keduanya dapat memberikan keuntungan satu sama lain. Olahraga rekreasi biasa diadakan di berbagai tempat wisata alam untuk memberikan tambahan hiburan serta minat masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisata alam tersebut.

Wisata alam sendiri memiliki beberapa kekurangan yang dapat mengurangi minat masyarakat untuk berkunjung. Seperti kurangnya infrastruktur dan masih kurangnya transportasi untuk menuju ke tempat wisata alam yang berlokasi di daerah pedesaan. Salah satunya adalah tempat wisata alam yang berada di daerah kabupaten Magetan yang merupakan kawasan pegunungan sehingga sulit dijangkau oleh masyarakat yang berasal dari luar daerah kabupaten Magetan.

Konsep wisata alam tidak dapat dipasarkan secara mandiri, tetapi harus terintegrasi dengan berbagai fasilitas dan aktivitas penunjang kegiatan wisata alam. Optimalisasi potensi wisata alam dapat dilakukan dengan mengintegrasikan konsep wisata alam dengan kegiatan outbound (Alfina, 2013). Integrasi potensi wisata budaya yang berupa kearifan lokal, dan perayaan adat merupakan faktor penunjang yang penting dalam upaya optimalisasi potensi wisata alam. Letak geografis kabupaten magetan berada di kaki gunung lawu yang menjadikan wisata alam sebagai salah satu daya tarik di kabupaten Magetan (Simamora dan Sinaga, 2016). Wisata alam yang berada di kabupaten Magetan antara lain panorama Gunung Lawu, Telaga, dan beberapa objek wisata buatan dan budaya seperti wisata Telaga Sarangan, Bendungan Gonggang, Ujung Kulon Desa Janggan, Bukit Sektran, Cemoro Sewu, Air Terjun Tirtosari, Air Terjun Pundak Kiwo, Telaga Wahyu, Telaga Klumpit, Candi Sadon, Candi Simbatan, Rumah Hobbit Wonomulyo, Mojosemi Forest Park, Kolam Renang Banyu Biru, Punthok dan Taman Wisata Genilangit (Disparpora Kab. Magetan, 2019). Taman Genilangit adalah salah satu objek wisata alam yang menjadi tempat wisata andalan dan banyak dikunjungi. Taman Wisata Genilangit berada di Desa Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan.

Lokasi Taman Wisata Genilangit ini terletak di daerah dataran tinggi dan jaraknya cukup jauh dari Kota Magetan kurang lebih 30 menit untuk menuju lokasi tersebut. Wisata Taman Genilangit dibangun oleh karang taruna Desa Genilangit yang memanfaatkan suatu wilayah yang sangat berpotensi. Karang taruna tersebut bekerja

sama dengan perhutani yang berhak atas wilayah tersebut dengan area 13 hektar luasnya namun baru sekitar 3 hektar saja yang sudah dibangun dan sekarang masih dalam pembangunan untuk pengembangan wisata tersebut. Akhirnya, paparan tersebut, memfokuskan penelitian ini guna meneliti potensi dan upaya optimalisasi wisata alam di desa Genilangit, kecamatan Poncol, kabupaten Magetan, Jawa Timur. Pemfokusan ini didasarkan pada fakta bahwa Wisata Alam Genilangit telah mengintegrasikan wisata alam dengan konsep olahraga rekreasi atau olahraga wisata. Hal ini ditunjukkan oleh adanya wahana olahraga rekreasi yang dikelola oleh Karangtaruna setempat yakni, Wisata Alam Genilangit. Desa Genilangit selain memiliki potensi wisata alam, juga memiliki potensi wisata budaya, yakni perayaan Galungan. Kondisi yang demikian, sangat ideal bagi peneliti untuk memfokuskan penelitian pada kegiatan mendeskripsikan strategi pemasaran pada wisata alam Genilangit (Priyono, 2020). Berdasarkan paparan tersebut maka peneliti merancang penelitian skripsi yang berjudul “Profil Manajemen Olahraga Rekreasi Pada Objek Wisata Genilangit di Kabupaten Magetan”.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka fokus penelitian yang penulis tetapkan adalah sebagai berikut :

1. Pemanfaatan konsep olahraga rekreasi sebagai penunjang daya tarik masyarakat untuk berwisata di tempat wisata Genilangit.
2. Mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran untuk menarik wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah yang digunakan oleh pengelola tempat wisata Genilangit.
3. Respon masyarakat terhadap penerapan konsep olahraga rekreasi yang dimiliki tempat wisata Genilangit.
4. Dampak penerapan strategi pemasaran dan pengoptimalan potensi daya tarik wisata Genilangit terhadap tingkat kedatangan pengunjung ke tempat wisata Genilangit.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam kelompok penelitian kualitatif yang berjenis penelitian deskriptif. Sebagai bagian dari kelompok penelitian kualitatif, maka penelitian ini merupakan upaya ilmiah yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh suatu strategi pemasaran yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2011), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Temuan dari penelitian ini selanjutnya dideskripsikan secara mendetail guna menjelaskan pengaruh yang ditimbulkan dari strategi pemasaran yang diterapkan tersebut.

Penelitian ini dilakukan pada bulan di Wisata Geni Langit yang berlokasi di Desa Geni Langit, Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan. Sumber data dapat diartikan sebagai subyek dimana data yang kita inginkan dapat diperoleh. Sumber data sendiri dapat berupa benda, manusia, tempat maupun sesuatu yang memiliki informasi. Sumber data kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Data tersebut harus bersifat asli dan

memiliki bukti pengesahan yang kuat kedudukannya (Suharsimi A, 2013). Mmperoleh data dan ketererangan-keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian, peneliti menentukan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Kuesioner (Angket)

Dalam dunia nyata, Angket/kuesioner berkaitan erat dengan objek dan fenomena baik faktor penyebab dan dampak secara luas. Pengertian kuesioner secara umum adalah kegiatan pengumpulan data menggunakan suatu teknik pada sebuah objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi yang benar terkait objek tersebut. Pengujian yang diteliti dan diamati bertujuan untuk mengumpulkan data atau penilaian. Kuesioner sendiri memiliki beberapa kelebihan yaitu bisa mencatat perilaku pertumbuhan atau hal-hal terkait objek pada saat kejadian berlangsung. Serta kuesioner bisa memperoleh data dari subjek secara langsung baik komunikasi verbal atau tidak. Pengamatan pada anak-anak kecil lebih mudah dibandingkan dengan orang dewasa. Teknik kuesioner juga memiliki beberapa kekurangan yaitu, perlu waktu lama dalam melakukan pengumpulan data untuk kejadian atau peristiwa tertentu dan pengumpulan data tentang fenomena tertentu misalnya pada saat bencana alam, berlangsung lebih lama dan tidak bisa dilakukan secara langsung.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Di sini penelitalah yang berperan aktif untuk bertanya dan memancing pembicaraan menuju masalah tertentu kepada informan, agar memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada, sehingga diperoleh data penelitian. Penggunaan metode wawancara ini dimaksudkan untuk mendapatkan keterangan secara face to face, artinya secara langsung berhadapan dengan informan. Hal ini juga dimaksudkan untuk mencari kelengkapan data yang diperoleh. Peneliti mengadakan wawancara secara bebas menuju fokus penelitian sekaligus mencatat pernyataan atau pendapat yang penting dan sesuai dengan fokus penelitian. Hasil wawancara kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk ringkasan data untuk keperluan analisis data.

c. Pemeriksaan dokumen

Menurut Sugiyono dalam (Sutama, 2017), pemeriksaan dokumen adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.

Penulis menggunakan 3 teknik pengumpulan data tersebut yang dapat disebut dengan model penelitian Triangulasi. Model penelitian triangulasi data yang mengarahkan peneliti dalam mengambil data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda-beda. Artinya data yang sama atau sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber data yang berbeda. Oleh karena itu triangulasi data sering pula disebut sebagai triangulasi sumber.

Data yang terkumpul pada penelitian ini adalah data kualitatif, sehingga teknik analisisnya sesuai dengan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman sebagaimana yang dikutip (Sugiyono, 2011) yaitu dilakukan secara interaktif, yang dapat dijelaskan dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi Data (data reduction)

Reduksi data adalah merangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2011). Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Proses reduksi data ini tidak dilakukan pada akhir penelitian saja, tetapi dilakukan secara terus-menerus sejak proses pengumpulan data berlangsung karena reduksi data ini bukanlah suatu kegiatan yang terpisah dan berdiri sendiri dari proses analisis data, akan tetapi merupakan bagian dari proses analisis itu sendiri. Reduksi data pada penelitian ini difokuskan pada penggunaan metode pemasaran yang digunakan oleh pengelola objek wisata Genilangit untuk menarik minat pengunjung.

b. Sajian Data (Data Display)

Data Display merupakan suatu proses pengorganisasian data sehingga mudah dianalisis dan disimpulkan. Penyajian data ini merupakan hasil reduksi data yang telah dilakukan sebelumnya agar menjadi sistematis dan bisa diambil maknanya, karena biasanya data yang terkumpul tidak sistematis. Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk uraian narasi serta dapat diselingi dengan gambar, skema, matriks, tabel, rumus, dan lain-lain. Hal ini disesuaikan dengan jenis data yang terkumpul dalam proses pengumpulan data, baik dari hasil observasi partisipan, wawancara, maupun studi dokumentasi.

c. Verifikasi Data/Penarikan Kesimpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Prosedur penelitian dalam penelitian ini disusun agar pelaksanaannya terarah dan sistematis. Menurut Moleong (2017), ada empat tahapan dalam prosedur pelaksanaan penelitian yaitu sebagai berikut :

a. Tahap pra lapangan

Peneliti mengadakan survei pendahuluan yakni dengan mencari subyek sebagai narasumber. Selama proses ini peneliti akan mencari data dan informasi mengenai latar tempat dan struktur subyek penelitian.

b. Tahap pekerjaan lapangan

Dalam hal ini peneliti memasuki dan memahami latar penelitian dalam rangka pengumpulan data.

c. Tahap analisis data

Tahapan yang ketiga dalam penelitian ini adalah analisis data. Peneliti dalam tahapan ini melakukan serangkaian proses analisis data kualitatif sampai pada interpretasi data-data yang telah diperoleh sebelumnya.

d. Tahap evaluasi dan pelaporan

Pada tahap ini peneliti berusaha melakukan konsultasi dan pembimbingan dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Singkat Objek Wisata Genilangit

Pada awal tahun 2015, Wilayah objek wisata Genilangit awalnya merupakan lahan perhutani yang terletak di Desa Genilangit dikelola perhutani menjadi bumi perkemahan dan permainan “airsoft”. Namun dalam perkembangannya perhutani tidak lagi mengelola lahannya secara rutin. Lahan tersebut sudah tidak lagi aktif digunakan untuk kedua hal tersebut. Pengambilan getah pinus juga sudah tidak ada aktivitas yang terlihat lagi, hanya aktivitas warga yang mencari rumput saja yang terlihat keluar masuk lahan perhutani tersebut. Kondisi tersebut membuat lahan perhutani kembali ditumbuhi rumput yang sangat tebal yang membuat lahan tersebut kembali seperti hutan yang sudah lama tidak tersentuh. Sudut pandang warga melihat kondisi ini sebagai suatu keuntungan dimana suatu saat lahan perhutani tersebut akan dikelola masyarakat. Potensi lahan perhutani sudah dilihat sejak lama, hanya saja masyarakat belum menemukan momentum yang tepat. Selain momentum yang tepat juga karena minimnya modal dana yang ada. Masyarakat berpikir pemanfaatan lahan perhutani akan membutuhkan dana yang sangat besar.

Bapak Edi Suko Cahyono yang merupakan seorang warga desa Genilangit dan sudah dikenal baik oleh warga desa Genilangit berusaha untuk menginisiasi perubahan wajah desa Genilangit dengan mencari peluang melihat kondisi lahan yang dimiliki perhutani tersebut. Langkah awal yang diambil bapak Edi adalah membentuk karangtaruna yang diberi nama Giri Putra Bhakti. Tahun 2016 merupakan tahun dimana pergerakan secara massal bersama masyarakat terjadi. Partisipasi masyarakat secara menyeluruh membangun dan mengembangkan Taman Wisata Genilangit. Melihat antusias tersebut Edi menyusun strategi dimana dia membagi tema dan konsep pembangunan kepada setiap RT (Rukun Tetangga) yang terdiri dari 12 RT dan 3 RW. Namun disini yang terlibat secara aktif hanya RW 1 dan 2, hal ini terjadi karena letak RW 3 yang di ujung pegunungan. Jarak antara RW 1 dan 2 ke RW 3 sangat jauh, harus melewati jalan yang curam dengan tingkat risiko yang tinggi dan berbahaya. Dengan begitu Edi sudah mensiasati dan memutuskan secara mufakat dengan warga bahwa yang berpartisipasi cukup RW 1 dan 2 saja tetapi tidak menutup kemungkinan jika ada warga RW 3 yang ingin membantu.

Objek wisata Genilangit semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Pada tahun 2018 hingga sekarang mulai banyak warga lokal dan warga luar yang mulai berkunjung ke objek wisata Genilangit. Melihat kondisi yang semakin membaik, bapak Edi dan karang taruna Giri Putra Bhakti tidak memutus pengembangan dan pengelolaan objek wisata Genilangit. Mereka mengadakan pertemuan 1 bulan sekali untuk melihat perkembangan dan memutuskan bagaimana perencanaan yang akan dilakukan di kemudian hari hingga sekarang dimana objek wisata Genilangit yang sudah menjadi baik.

2. Paparan Data Pengamatan

Teknik observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap apa yang di lakukan wisatawan di objek wisata Genilangit. Hasil observasi yang di temukan adalah terdapat beberapa wisatawan yang hanya bersantai menikmati pemandangan yang ada di sekitar objek wisata Genilangit, wisatawan juga banyak yang berfoto bersama teman maupun keluarga, dan wisatawan juga banyak yang tertarik dengan Olahraga rekreasi yang dikelola oleh objek wisata Genilangit. Wisata alam Genilangit menawarkan beberapa olahraga rekreasi seperti berkuda, track ATV, flying fox.

Penulis juga mendeskripsikan hasil temuan di lapangan berdasarkan fokus penelitian yaitu pemanfaatan konsep olahraga rekreasi dan penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Genilangit. Fokus penelitian tersebut kemudian akan menghasilkan dampak dan reaksi dari wisatawan yang akan penulis paparkan juga. Paparan data hasil penelitian sebagai berikut :

a). Pemanfaatan konsep olahraga rekreasi sebagai penunjang daya tarik masyarakat untuk berwisata di tempat wisata Genilangit.

Konsep olahraga rekreasi merupakan salah satu daya tarik wisata yang sedang ramai saat ini. Dengan memanfaatkan konsep olahraga rekreasi secara baik dan benar dapat meningkatkan daya tarik juga minat wisatawan untuk terus datang berkunjung. Hal ini juga disampaikan oleh pengelola objek wisata Genilangit bernama Joko Sucipto:

“Genilangit itu sudah memiliki potensi dan daya tarik alam yang sangat bagus, jadi banyak wisatawan yang hanya datang untuk bersantai dan berfoto. Konsep awal kami juga hanya ingin membuat bumi perkemahan pada saat itu, tetapi sangat disayangkan apabila tidak dilengkapi dengan rekreasi yang menantang seperti Flying fox dan outbound lainnya. Akhirnya kami memutuskan untuk mengelola konsep olahraga rekreasi di Genilangit”.

Bapak Joko Sucipto juga menambahkan :

“Genilangit ini juga cocok dengan konsep olahraga rekreasi karena struktur tanah yang landai dan banyak pepohonan yang besar sehingga memudahkan kami dalam mengembangkan dan mengelola olahraga rekreasi yang ada. Kami juga menambahkan keamanan yang baik pada setiap olahraga rekreasi yang tersedia sehingga wisatawan yang mencoba akan merasa aman dan nyaman”.

Hasil wawancara dengan pengelola objek wisata Genilangit dijelaskan bahwa konsep olahraga rekreasi diterapkan oleh pengelola objek wisata Genilangit karena faktor alam yang sudah mendukung. Kondisi lahan yang sangat memumpuni juga menjadi faktor pendukung diterapkannya konsep olahraga rekreasi di Genilangit. Dengan adanya pengalaman dan perlengkapan yang memadai semakin menambah semangat pengelola untuk menerapkan konsep olahraga rekreasi di Genilangit.

Dari hasil observasi peneliti, kondisi alam di Genilangit memang sangat asri dan memiliki lahan yang luas. Udara yang sejuk dengan pemandangan alam yang indah sudah menjadi daya tarik sendiri untuk menarik wisatawan datang. Ditambah dengan adanya konsep olahraga rekreasi akan semakin menambah potensi daya tarik dari objek wisata Genilangit.

b). Penerapan strategi pemasaran untuk menarik wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah yang digunakan oleh pengelola tempat wisata Genilangit.

Memiliki strategi pemasaran yang baik adalah kunci keberhasilan semua jenis bisnis. Tanpa adanya strategi pemasaran, bisnis tidak akan memiliki fokus. Tanpa adanya fokus, bisnis tidak akan memiliki sasaran dan tujuan sehingga akan mengalami kegagalan. Kegagalan dalam merencanakan berarti gagal dalam membangun bisnis.

Pemasaran bukanlah aktivitas yang bisa berdiri sendiri dan hanya dilakukan dalam waktu satu kali saja. Aktivitas ini terdiri dari beberapa komponen berbeda yang diperlukan di setiap tahap usaha bisnis dari sebelum penjualan dilakukan hingga lama setelahnya. Dengan begitu, banyak hal yang terjadi sehingga penting untuk memiliki strategi pemasaran yang baik. Berikut penjelasan dari pengelola objek wisata Genilangit bapak Joko Sucipto yang penulis wawancarai :

“Hingga saat ini, social media merupakan media terbaik untuk menyebarluaskan keindahan objek wisata Genilangit dan menarik wisatawan untuk berkunjung. Dengan

memposting foto wahana yang ada di Genilangit, wisatawan akan penasaran bagaimana keseruan asli dari wahana tersebut termasuk olahraga rekreasi”.

Bapak Joko Sucipto juga menambahkan :

“Sebenarnya wisatawan yang telah berkunjung ke Genilangit sangat berpengaruh dalam memasarkan objek wisata Genilangit. Wisatawan tersebut memposting fotonya ke social media mereka, kemudian teman terdekat dan orang lain yang mengenalnya juga akan melihat foto tersebut kemudian rasa penasaran untuk mengunjungi Genilangitpun akan muncul. Jadi untuk pemasaran sendiri tidak hanya pengelola yang berperan namun wisatawan sendiri juga berperan penting dalam hal tersebut, tentu saja kami pihak pengelola harus membuat wisatawan tersebut puas dengan pelayanan yang disediakan Genilangit”.

Dari hasil informasi yang penulis dapat, social media memang menjadi media yang paling efektif dalam menyebarkan suatu informasi termasuk informasi objek wisata Genilangit. Berawal dari foto yang di upload oleh pihak pengelola kemudian di tag kepada social media wisatawan, lalu dari social media wisatawan akan tersampaikan kepada orang lain sehingga akan menambah tingkat kedatangan wisatawan baru.

Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan didapat bahwa kebanyakan dari wisatawan memang datang setelah penasaran dari hasil foto wahana Genilangit yang di upload di social media. Pengelola sendiri menyampaikan strategi yang digunakan oleh Genilangit adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dan memprioritaskan kenyamanan wisatawan agar wisatawan puas dan datang kembali. Ditambah dengan mengupload beberapa update keseruan wahana yang ada di Genilangit untuk mengenalkan Genilangit kepada wisatawan luar daerah.

c). Respon masyarakat terhadap penerapan konsep olahraga rekreasi yang dimiliki tempat wisata Genilangit.

Respon merupakan suatu pendapat maupun perasaan yang dihasilkan dari suatu pergerakan atau kinerja dari suatu proses. Respon ini kemudian yang akan menjadi dasar bagaimana langkah perencanaan baru dibuat. Konsep olahraga rekreasi yang dimiliki oleh Genilangit juga menimbulkan adanya respon dari wisatawan. Respon tersebut yang akan dikelola oleh pihak pengelola Genilangit sebagai masukan bagaimana pengelolaan Genilangit kedepannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu wisatawan bernama Fakhruddin Faiz asal Madiun :

Wisatawan lain bernama Pandu Fauzi asal Magetan juga menyampaikan :

“Saya suka dengan apa yang Genilangit kelola, karena menurut saya sangat seru berlibur sambil berolahraga. Dengan udara yang segar seperti ini, bisa merefreshing otak saya setelah sepekan bekerja”.

Bapak Budi Setiawan asal Magetan juga berpendapat :

“Konsep seperti ini sangat menarik untuk remaja dan anak-anak, pasti banyak remaja yang datang hanya untuk mencoba olahraga rekreasi yang ada”.

Informasi yang didapat dari hasil observasi menunjukkan bahwa respon dari wisatawan setempat maupun wisatawan dari luar daerah sangatlah positif. Banyak wisatawan yang ingin datang kembali karena puas dengan apa yang disajikan oleh Genilangit. Hampir seluruh wisatawan yang datang baik itu muda ataupun tua, baik sendiri ataupun bersama kerabat dan keluarga, terlihat sangat senang berlibur sejenak di Genilangit dengan indahnya alam sekitar yang memanjakan mata.

Setiap respon tersebut akan berdampak pada strategi yang diterapkan Genilangit. pengelola akan mengolah terlebih dahulu beberapa respon dari wisatawan kemudian akan dibuat perencanaan bagaimana pengembangan wahana yang diperlukan.

d). Dampak penerapan strategi pemasaran dan pengoptimalan potensi daya tarik wisata Genilangit terhadap tingkat kedatangan pengunjung ke tempat wisata Genilangit.

Dari setiap penerapan suatu strategi pasti akan menghasilkan suatu dampak. Hal yang terdampak dari suatu penerapan strategi di tempat wisata yang utama adalah ekonomi dan lingkungan. Bapak Joko Susupto menyampaikan bahwa :

“Dengan semua fasilitas yang dimiliki Genilangit saat ini alhamdulillah pendapatan jangka panjang mulai bertambah. Jumlah wisatawan yang selalu ramai sering membuat kami kewalahan. Tetapi dengan hasil yang memuaskan seperti ini bisa menjadi penyemangat untuk Genilangit tetap berkembang”.

Bapak Joko Susupto juga menambahkan :

“walaupun ramai tapi ternyata ada poin negatifnya juga yaitu jumlah sampah yang menumpuk. Tidak sedikit wisatawan yang membuang sampah sembarangan padahal sudah disediakan tempat sampah oleh panitia. Kalau terus dibiarkan bisa bahaya untuk lingkungan sekitarnya”.

Setelah ditemukan beberapa data yang diinginkan, baik dari hasil penelitian observasi, wawancara maupun dokumentasi, maka peneliti akan menganalisa temuan yang ada dan memodifikasi teori yang ada kemudian membangun teori yang baru serta menjelaskan tentang implikasi-implikasi dari hasil penelitian tentang manajemen olahraga rekreasi dalam meningkatkan jumlah wisatawan di objek wisata Genilangit.

Sebagaimana dijelaskan dalam jenis penelitian, peneliti menggunakan analisa kualitatif deskripti (pemaparan) dan data yang diperoleh peneliti baik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dari pihak-pihak yang mengetahui tentang data-data yang dibutuhkan oleh peneliti. Adapun data-datanya sebagai berikut :

1. Manajemen konsep olahraga rekreasi pada objek wisata Genilangit

Manajemen olahraga rekreasi adalah setiap kombinasi dari keterampilan yang berkaitan dengan perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan (directing), pengawasan (controlling), penganggaran (budgeting), kepemimpinan (leading), dan penilaian (evaluating), di dalam konteks dari suatu organisasi atau departemen yang produk utamanya atau servisnya dikaitkan dengan olahraga atau kegiatan fisik (Harsuki, 2012:63).

Penulis menemukan bagaimana pengelola menjalankan konsep olahraga rekreasi pada objek wisata Genilangit sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Terlihat bahwa wahana olahraga rekreasi yang di kelola menggunakan alat pengaman yang ketat sehingga wisatawan yang mencobanya akan terasa aman dan nyaman. Keindahan alam mendukung potensi untuk dikelolanya olahraga rekreasi sebagai metode meningkatkan jumlah wisatawan untuk datang. Lahan yang dimiliki oleh Genilangit juga terbilang sangatlah luas sehingga sangat memungkinkan lebih banyak lagi konsep olahraga rekreasi untuk dikelola.

2. Penerapan strategi pemasaran pada objek wisata Genilangit

Strategi pemasaran pada objek wisata Genilangit yang di temukan oleh penulis adalah social media. Social media sangat berperan besar dalam menyampaikan informasi. Hal ini dimanfaatkan oleh pengelola untuk memperkenalkan Genilangit ke wisatawan melalui foto yang di upload ke social media. Penulis juga menemukan bahwa kesejahteraan wisatawan dan pengelola menjadi tujuan utama dari konsep yang dimiliki

objek wisata Genilangit sehingga strategi pemasaran yang digunakan bertujuan agar menguntungkan wisatawan dan pengelola.

3. Respon dari wisatawan terhadap objek wisata Genilangit

Respon yang didapat dari hasil observasi dan wawancara penulis adalah positif karena wahana untuk konsep olahraga rekreasi sangat seru menurut para wisatawan. Olahraga rekreasi dapat digunakan sebagai penghilang stress dan mencari keringat karena wisatawan di haruskan untuk bergerak dan membutuhkan keberanian. Tempat berfoto yang bagus juga merupakan salah satu alasan Genilangit di gemari oleh wisatawan. Wisatawan juga menginginkan agar wahana untuk olahraga rekreasi dikembangkan dan ditambah untuk menambah keseruan.

4. Dampak yang diperoleh objek wisata Genilangit

Penulis mendapatkan informasi bahwa dampak yang ditimbulkan dengan pemanfaatan konsep olahraga rekreasi dan strategi pemasaran yang digunakan oleh pengelola objek wisata Genilangit dapat dibagi menjadi hal positif dan negatif. Hal positif dari pemanfaatan konsep dan strategi ini adalah bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Dengan bertambahnya jumlah pengunjung maka penghasilan yang didapat juga bertambah. Objek wisata genilangit juga lebih dikenal oleh masyarakat luar karena sudah tersebar di media social sehingga lebih banyak menarik wisatawan untuk datang. Hal negatif dari pemanfaatan konsep dan strategi ini menimbulkan kerusakan lingkungan dan beberapa fasilitas karena kurangnya kepedulian wisatawan terhadap lingkungan. Banyak wisatawan yang masih membuang sampah sembarangan dan tidak menggunakan fasilitas dengan sesuai sehingga fasilitas rusak.

Pembahasan Hasil Pengamatan

1. Manajemen konsep olahraga rekreasi pada objek wisata Genilangit

Pengertian manajemen yaitu suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus dilakukan, menetapkan cara bagaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus melakukannya dan mengukur efektivitas dari usaha-usaha yang telah dilakukan (Terry, 2005). Manajemen penting diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dan meminimalisir kerugian yang bisa terjadi di kemudian hari. Manajemen dibutuhkan setidaknya untuk mencapai tujuan, menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan, dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Penulis mengamati bahwa manajemen telah diterapkan oleh pihak pengelola Genilangit untuk merencanakan, mengorganisasi, melaksanakan dan mengawasi jalannya wisata alam Genilangit yang dapat dilihat dari sudah terbentuknya pembagian kerja dan terjadwalnya setiap karyawan yang bekerja di Genilangit. Pihak pengelola juga melakukan rapat tiap bulan untuk merencanakan dan merundingkan bagaimana pengelolaan Genilangit kedepannya dan memperbaiki kekurangan yang ada.

Konsep olahraga rekreasi merupakan kegiatan olahraga/aktivitas jasmani yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh kesehatan, kebugaran jasmani, kegembiraan, membangun hubungan sosial, melestarikan dan meningkatkan kekayaan budaya daerah dan nasional (Richard, 2013). Konsep olahraga rekreasi yang baik memiliki 4 subjek kunci yaitu kesehatan, waktu luang, rekreasi dan olahraga. Sehingga untuk memaksimalkan konsep olahraga rekreasi harus memaksimalkan 4 subjek kunci sebagai fokus tujuan dari pengelolaan wahana olahraga rekreasi.

Objek wisata Genilangit sendiri memiliki beberapa wahana yang termasuk kedalam konsep olahraga rekreasi yang mengutamakan kesehatan, keamanan dan keselamatan wisatawan. Wahana yang memiliki konsep olahraga rekreasi sangat ditonjolkan oleh pihak pengelola karena didukung oleh potensi yang sudah tersedia di wilayah Genilangit. Pengelolaan wahana konsep olahraga rekreasi juga sangat diperhatikan agar kenyamanan dan wisatawan dapat merasakan dampak atau hasil dari olahraga rekreasi yaitu memperoleh kesehatan, kebugaran jasmani, kegembiraan dan membangun hubungan sosial sehingga timbul perasaan senang pada tiap wisatawan yang mencoba wahana tersebut.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa konsep olahraga rekreasi yang dikelola oleh Genilangit sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Richard, Konsep olahraga rekreasi merupakan kegiatan olahraga/aktivitas jasmani yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh kesehatan, kebugaran jasmani, kegembiraan, membangun hubungan sosial, melestarikan dan meningkatkan kekayaan budaya daerah dan nasional (Richard, 2013). Konsep olahraga rekreasi Genilangit sudah memenuhi 4 subjek kunci sebagai syarat menjadi konsep olahraga rekreasi yang baik dan benar.

2. Penerapan strategi pemasaran pada objek wisata Genilangit

Strategi pemasaran adalah strategi yang terdiri dari pola pikir pemasaran yang nantinya dipakai untuk mencapai tujuan pemasaran itu sendiri. Strategi pemasaran berisi strategi rinci tentang sasaran pasar, penetapan posisi, bauran pemasaran (marketing mix), hingga anggaran untuk pemasaran. Pembuatan strategi pemasaran yang baik harus mempertimbangkan 6 hal pokok yang terdiri dari mengenali konsumen dengan baik, melakukan promosi yang tepat, memiliki tempat usaha yang strategis, menjalin hubungan baik dengan konsumen, menggunakan internet marketing, dan membuat anggaran sistematis (Kotler, 2012).

Objek wisata Genilangit pada awal berdirinya selalu berfokus pada masyarakat sekitar desa Genilangit. Para pendiri Genilangit berusaha mengenalkan suatu bisnis yang bisa meningkatkan nilai ekonomi warga dengan menawarkan pengelolaan suatu tempat yang akan bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Masyarakat yang mulai tertarik dan mengenal tempat wisata Genilangit akhirnya membantu pihak pengelola untuk terus mengembangkan wisata Genilangit ini. Mengenalkan identitas tempat wisata merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang digunakan dari awal berdirinya tempat wisata Genilangit. Pihak pengelola juga selalu menentukan target capaian yang ingin dicapai setiap bulannya. Menentukan target capaian ini akan membantu dalam pengembangan wisata alam Genilangit karena telah terperinci setiap target yang ingin dicapai. Pengelola tempat wisata Genilangit juga menggunakan metode pemasaran dengan menggunakan social media sebagai langkah promosi untuk mengenalkan keindahan Genilangit ke wisatawan luar. Genilangit sendiri memiliki tempat strategis karena sesuai dengan konsep olahraga rekreasi. Fokus utama dari Genilangit sendiri adalah kepuasan terhadap pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak pengelola wisata alam Genilangit berhasil menarik minat masyarakat sekitar untuk ikut membantu pengelolaan Genilangit. Strategi pemasaran yang digunakan juga berhasil meningkatkan minat pengunjung untuk datang yang dapat dilihat dari penuhnya wisata alam Genilangit disaat hari libur tiba. Banyak warga kabupaten magetan dan sekitarnya yang mengetahui wisata Genilangit dari sanak saudara maupun teman dekatnya, kemudian tertarik untuk

mengunjungi wisata alam Genilangit. Selain itu sosial media juga membantu mengenalkan apa saja yang ada di wisata alam Genilangit sehingga pengunjung semakin tertarik untuk datang dan mencoba sendiri wahana yang disediakan di wisata alam Genilangit.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Genilangit sudah baik namun masih ada kekurangan yang harus di perbaiki yaitu kurangnya mengenali konsumen dan membuat anggaran yang sistematis, menjadikannya tidak sesuai dengan teori strategi pemasaran yang baik dan benar. Objek wisata Genilangit hanya memanfaatkan tempat yang strategis, promosi yang tepat dengan menggunakan sosial media, dan memiliki hubungan bagus dengan masyarakat sekitar.

Dampak yang diperoleh objek wisata Genilangit

Wisata alam adalah bentuk kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan. Wisata alam memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam (Utami, 2017). Pengelolaan suatu tempat wisata juga memerlukan adanya sebuah strategi pemasaran untuk mencapai target tertentu. Strategi pemasaran adalah Serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2012). Strategi pemasaran bertujuan untuk mengoptimalkan segala potensi yang ada dan meminimalisir segala kemungkinan buruk yang akan terjadi. Potensi sumber daya ini harus dimanfaatkan oleh pihak pengelola semaksimal mungkin agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Taman Wisata Genilangit menawarkan wisata alam dengan konsep yang kekinian dan menawarkan potensi olahraga rekreasi sebagai daya tarik baru bagi wisatawan. Di sini pengunjung akan ditawarkan pemandangan lereng Gunung Lawu dengan pohon-pohon pinus yang mengisi sisi perbukitan yang hijau. Selain menikmati suasana dinginnya pegunungan, pengunjung juga bisa mengambil gambar di berbagai spot foto yang disediakan. Potensi itulah yang digunakan sebagai strategi meningkatkan jumlah wisatawan, karena setiap hasil foto yang diambil akan di sebarakan oleh pihak pengelola maupun pengunjung ke media sosial sehingga akan lebih banyak orang yang penasaran dengan wisata alam Genilangit dengan keindahan yang ada di dalam foto tersebut.

Pihak pengelola Genilangit telah melakukan beberapa strategi pemasaran dan memaksimalkan potensi yang ada di wilayah Genilangit seperti yang telah penulis jelaskan pada sub bab sebelumnya. Penerapan strategi pemasaran tersebut memiliki dampak-dampak yang terbagi menjadi dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang datang dan objek wisata Genilangit semakin dikenal oleh masyarakat serta hal ini juga berdampak pada perkembangan objek wisata Genilangit yang menjadi pesat seperti sekarang. Sedangkan hal negatifnya adalah karena banyaknya wisatawan yang datang tidak menuntut kemungkinan bahwa akan timbul permasalahan seperti mulai rusaknya fasilitas yang tersedia sehingga pihak pengelola harus selalu mengawasi dan merawat segala fasilitas yang ada, selain itu banyaknya wisatawan yang datang menyebabkan meningkatnya jumlah sampah sehingga pihak pengelola harus selalu mengawasi dan memikirkan bagaimana cara memproses sampah tersebut agar tidak menumpuk dan mencemari lingkungan. Sehingga mungkin perlu adanya perbaikan sistem agar dampak negatif ini dapat diminimalisir. Bertambahnya jumlah wisatawan akan lebih bagus dengan tingkat

kepedulian yang tinggi juga agar lingkungan sekitar tidak tercemar dan pihak pengelola Genilangit juga akan lebih baik dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

KESIMPULAN

Dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsep olahraga yang diterapkan oleh objek wisata Genilangit sangat bagus dan efektif.
2. Konsep olahraga rekreasi sangat berpengaruh terhadap jumlah kedatangan pengunjung.
3. Pemanfaatan strategi pemasaran pada objek wisata Genilangit masih harus diperbaiki untuk meningkatkan kualitas objek wisata Genilangit.
4. Pemanfaatan konsep dan strategi pemasaran yang baik juga akan berdampak pada respon yang akan diberikan wisatawan yang telah datang.
5. Setiap proses pengelolaan yang baik pasti akan berakibat baik pula dengan dampak yang dihasilkan.

DAFTAR REFERENSI

- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Harsuki, H. (2012). *Pengantar manajemen olahraga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Indeks.
- Moloeng, J. Lexy. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. ke36. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Richard, M. M. (2013). *Impact of sports betting and corruption: Reflections from Uganda*. In *Match-Fixing in International Sports* (pp. 31-67). Springer, Cham.
- Simamora, R. K., & Sinaga, R. S. (2016). *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata Alam Dan Budaya Di Kabupaten Tapanuli Utara*. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 4(1), 79-96.
- Sugiyono, P. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 120-123.
- Terry, G. R., Rue, L. W., & Ticoalu, G. A. (2005). *Dasar-dasar manajemen*.
- Utami, I. (2017). *Pengembangan STEM-A (science, technology, engineering, mathematic and animation) berbasis kearifan lokal dalam pembelajaran fisika*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni*, 6(1), 67-73.
- Alfina, I. (2013). *Manajemen Pengelolaan Fasilitas Outbound Objek Wisata Linggo Asri Sebagai Wahana Pendidikan Rekreasi Di Kabupaten Pekalongan Tahun 2013* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).

- Maharani, M. D., & Priyono, K. D. (2020). *Analisis Kerawanan Longsor Dan Penentuan Jalur Evakuasi Potensial Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Tahun 2017* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sutama, S., Sandy, G. A., & Fuadi, D. (2017). *Pengelolaan penilaian autentik kurikulum 2013 mata pelajaran matematika di SMA*. *Manajemen Pendidikan*, 12(1), 105-114.