

STRATEGI PEMASARAN WISATA MINAT KHUSUS OFFROAD KALI GENDOL DESA SINDUMARTANI KECAMATAN NGENEMPLAK KABUPATEN SLEMAN PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Anggraeni M.S Lagalo, S.Pd., M.Sc.

lagaloanggraeni@gmail.com, Dosen Pariwisata, FIB_UMGo, Jl.Prof Mansoer Pateda, Indonesia

Abstract

Tourism marketing is a management process of tourism organization or tourism industry to figure out the tourist who wants to travelling and a potensial tourist to travel by having communication with them, influence theme, their needs, their motivation, to the thing they like or dislike, in the local level, regional level, national level and even international level by prepare object and attraction of tourism so they will do satisfied. This article analized the marketing strategy of special interest tourism, offroad Kali Gendol Desa Sindumartani Ngempak subdistrict, Sleman regency, Province of Daerah Istimewa Yogyakarta.

The method of this reseach is descriptive survay. The data collected by observation, documentation and then to strengthen the data by questioners and interview.

The result of this research shows that market characteristic to special tourism offroad of Kali Gendol is the extrime sport lovers' community, natural lovers' community, social community, researcher, student, photographer community. The main reason adventure activitie, tourists number still not efective. The tourists wish quality travelling, looking for something new and expand their experience. Tourism product that can be package based on the condition found in the field and the analysis consideration of market potensial is track Offroad which consist of three kinds those are; Fun Offroad, Extreme and Tour Offroad.

Keywords: Marketing, Special Interest Tourism, Offroad Kali Gendol.

1. PENDAHULUAN

Pemasaran Pariwisata (*tourism marketing*) sangat komplek sifatnya, dibandingkan dengan pemasaran barang-barang yang dihasilkan perusahaan manufaktur yang biasa kita kenal. Produk yang ingin dipasarkan sangat terikat pada suplier yang menghasilkannya, instansi, organisasi atau lembaga pariwisata

yang mengelolanya. Karena kompleksitas dari cakupan pengembangan pariwisata, dan karena kemungkinan adanya dampak-dampak negatif yang akan ditimbulkan dari pengembangan pariwisata di suatu daerah, maka peran pemerintah baik pusat maupun daerah masih sangat dibutuhkan khususnya terkait dengan unsur perencanaan, kontrol dan evaluasi suatu kegiatan pengembangan, termasuk perencanaan pemasaran pariwisata. Untuk memasarkan produk industri pariwisata bukan saja diperlukan koordinasi tetapi diperlukan kerjasama yang baik antara organisasi yang bertanggung jawab dalam pengembangan pariwisata dengan semua pihak yang terlibat dan berkaitan dengan kegiatan pariwisata. Pemasaran tidak hanya sekedar bagaimana menjual produk. Menurut Kotler (1993), tujuan pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memenuhi kebutuhan itu dengan baik, sehingga semua produk menjual dirinya sendiri. Dalam pariwisata, dikenal destinasi sebagai tujuan wisata, yang merupakan bagian dari produk pariwisata. Dengan demikian, pemasaran pariwisata merupakan proses strategis memasarkan sumberdaya pariwisata berupa destinasi atau obyek wisata.

Pemasaran pariwisata merupakan *"suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata maupun industri pariwisata untuk melakukan identifikasi terhadap wisatawan yang sudah punya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata dan wisatawan yang berpotensi akan melakukan perjalanan wisata dengan jalan melakukan komunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan, kebutuhan, memotivasinya, terhadap apa yang disukai dan yang tidak disukainya, pada tingkat lokal, regional, nasional ataupun internasional dengan menyediakan objek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal"* (Salah Wahab dkk dalam Yoeti; 2002:2).

A. Pariwisata Sebagai Produk Jasa

Produk pariwisata adalah berupa jasa atau layanan. Konsumen akan mengkonsumsi

produk ini dengan memperoleh pengalaman dari perjalanan yang dilakukannya. Sifat dasar produk pariwisata adalah intangibility, heterogenity, perishability, inseparability (Holloway & Robinson, 1995). Di samping itu produk wisata tak bisa dipisahkan satu dengan lainnya, tidak bisa distandarkan seperti barang, karena merupakan produk dari banyak elemen. Menurut Zeithaml & Bitner (1996), produk jasa mencakup semua aktivitas ekonomi yang produk dan pengkonsumsianya dilakukan pada waktu yang sama, nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk kenyamanan, liburan, kecepatan, kesehatan.

B. Pariwisata Minat Khusus Offroad

Sejak tahun 1990-an pasar wisatawan telah mengalami pergeseran, dari wisatawan masif ke wisatawan yang lebih individual. Dinamika perubahan dunia pada berbagai aspek kehidupan ternyata telah membawa perubahan terhadap selera dan pola konsumsi berwisata (Damanik, 2007). Bahkan daerah pinggiran yang buruk, justru menarik sebagai obyek keingintahuan (Azarya, 2004). Fenomena global tersebut dalam kepariwisataan diikuti dengan munculnya wisata minat khusus, yang oleh de Kadt (1992) disebut wisata alternatif. Salah satu produk wisata alternatif yang cukup digemari saat ini adalah wisata minat khusus. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor. 9 tahun 1990, peta minat khusus yang tercakup disini adalah “*wisata yang memanfaatkan alam dan potensi seni budaya bangsa untuk menimbulkan daya tarik dan sekaligus sebagai sasaran wisata*”. Wisata minat khusus adalah bentuk perjalanan wisata, dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat karena memiliki minat khusus dari obyek atau kegiatan di daerah tujuan wisata (Weiler & Hall, 1992).

Salah satu wisata minat khusus berupa petualangan yang akan dibahas yakni “*Off-road*”. Secara harfiah pengertian Off-road adalah mengendarai kendaraan di luar jalan raya, apakah itu jalan tanah, lumpur, pasir, sungai, atau batuan yang masih dalam kondisi apa adanya. Atau dengan kata lain perjalanan dengan kendaraan bermotor di luar jalanan beraspal. Wisata Minat Khusus Off-road ini

berlokasi di Kali Gendol, Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

1. Tujuan dan Manfaat Pemasaran

- a. Memperkenalkan produk baru kepada masyarakat.
- b. Memperpanjang masa kedewasaan produk.
- c. Menjaga stabilitas perusahaan dari kemungkinan persaingan.
- d. Mendorong penjualan produk.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survai, bersifat diskriptif, yang tujuannya adalah untuk membuat diskripsi secara sistematis mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diteliti (Natzir, 1983) dengan mengambil lokasi obyek wisata Offroad Kali Gendol, Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. Pengumpulan data primer yang menyangkut profil dan karakteristik pasar ditempuh dengan kuesioner, sedangkan data sekunder tentang produk dengan dokumentasi. Wawancara ditempuh untuk memperkuat data dari kuesioner. Kemudian observasi digunakan untuk mendapatkan informasi riil kondisi obyek wisata dan kegiatan pengunjung yang dilakukan di obyek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perkembangan Kali Gendol

Erupsi Gunung Merapi pada bulan Oktober - November 2010 telah memakan banyak korban jiwa, sebanyak 267 jiwa meninggal dunia, 454 korban rawat inap, dan 71.579 jiwa mengungsi. Aktivitas letusan Gunung Merapi terkini 12 Oktober -5 November 2010 tergolong erupsi cukup besar. Kejadian erupsi tersebut membawa dampak terhadap penggunaan lahan terutama pertanian di Daerah Aliran Sungai Gendol yang mempengaruhi perubahan aktivitas perekonomian masyarakat setempat. Kali Gendol merupakan saksi terjadinya letusan gunung merapi pada 5 November 2010 silam. Alur kali sedalam 3-4 meter dengan lebar sekitar 60 meter kini tertutup atau dipenuhi material vulkanik. Kali Gendol turut terkena imbasnya sebagai jalur aliran awan panas erupsi. Pemukiman-pemukiman

warga yang berada di sekitar Kali Gendol rusak parah. Bongkahan batu besar berserakan sepanjang alur Kali yang berhulu di puncak Merapi,

Kali Gendol sekarang telah berkembang menjadi obyek wisata alternatif. Setelah melakukan pengkajian dan menggali potensi wisata di kawasan Kali Gendol para komunitas dan masyarakat setempat memutuskan untuk membentuk dan merintis wisata di Kali Gendol, serta menggali potensi wisata di Desa Sindumartani. Berawal dari Komunitas Relawan Lereng Merapi Dusun Jambon, Sindumartani, Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merintis wisata minat khusus sirkuit "*offroad*" di lahan bekas penambangan di daerah aliran Sungai Gendol. Dibuatkannya trek *offroad* ini ditujukan untuk meningkatkan perekonomian warga beserta relawan. Adanya aset wisata minat khusus seperti ini, selain diharapkan bisa mampu meningkatkan ekonomi warga, juga menambah kas komunitas relawan.

Aksesibilitas ke Kawasan Kali Gendol

Kali Gendol adalah salah satu sungai di Yogyakarta yang berhulu di lereng gunung merapi tepatnya terletak di Desa Sindumartani, Dusun Jambon, Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. Bila mengacu dari kota Jogja, letak Kali Gendol ini ada di sisi timur, dekat perbatasan wilayah dengan Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Akses menuju kawasan Kali Gendol ini dapat di tempuh melalui 3 jalur yaitu melalui via Jalan Raya Solo, Jalan Kaliurang dan via Candi Prambanan, dengan menggunakan kendaraan pribadi baik beroda empat maupun beroda dua.

Untuk wisatawan yang ingin berkunjung ke Kali Gendol apabila mengacu dari Bandara Adisucipto, bisa melalui via Jalan Raya Solo Km.9 dengan waktu tempuh 27 menit dan berjarak 14,7 Km. untuk jalur kedua, kedua apabila mengacu dari Universitas Gadjah Mada, bisa melalui via Jalan Kaliurang dengan jarak 18 Km dalam waktu tempuh 41 menit. Kemudian jalur ketiga mengacu dari

via Candi Prambanan yang berjarak 8 Km dengan waktu tempuh sekitar 16 menit.

Kondisi Geografis dan Keadaan Alam

Kali Gendol tepatnya berada di Kecamatan Ngemplak. Sehingga untuk kondisi geografis, iklim dan jenis tanah tidak jauh berbeda dengan daerah-daerah lain di Kecamatan Ngemplak secara umum. Kecamatan Ngemplak merupakan salah satu kecamatan yang berada di bagian tengah wilayah kabupaten sleman. Secara geografis, kecamatan ngemplak berbatasan dengan Kecamatan Pakem dan Kecamatan Cangkringan di bagian utara, Kecamatan Ngaglik di bagian barat, Kecamatan Depok di bagian selatan, dan di bagian timur Berbatasan dengan provinsi Jawa Tengah.

Luas wilayah Kecamatan Ngemplak Sebesar 35,71 km², atau sekitar 6,21% dari luas seluruh wilayah Kabupaten Sleman. Iklim di Kecamatan Ngemplak secara umum tidak berbeda jauh dengan daerah lain di Kabupaten Sleman. Sebagai Bagian dari daerah tropis yang hanya mengenal musim hujan dan kemarau, kecamatan Ngemplak memiliki curah hujan yang tinggi dari bulan Januari hingga Mei dan dari bulan November hingga Desember.

Secara administrasi, Kecamatan Ngemplak terbagi menjadi lima desa, yakni Wedomartani, Umbulmartani, Widodomartani, Bimomartani dan Sindumartani. Kemudian untuk mempermudah koordinasi, setiap desa terbagi menjadi beberapa pedukuhan, rukun warga (RW), dan rukun warga terbagi menjadi beberapa rukun tetangga (RT). Kecamatan Ngemplak terdiri dari 82 Pedukuhan, 186 RW, dan 451 RT.

Keadaan Demografi, Ekonomi, Sosial,dan Budaya

Perkembangan jumlah penduduk Kecamatan Ngemplak pada tahun 1990, 2000, 2010 menunjukkan trend peningkatan. Dalam kurun waktu tersebut jumlah penduduk di Kecamatan Ngemplak tumbuh sekitar 2,35 persen per tahun. Desa

Sindumartan merupakan pertumbuhan paling kecil hanyasekitar 1,14 persen. (Sumber : BPS Kab.Sleman)

Mayoritas penduduk di lereng Merapi bermata pencaharian sebagai petani dan peternak, sehingga pasca erupsi ini mereka banyak yang kehilangan matapencahariannya. Bencana erupsi Gunung Api Merapi 2010 yang terjadi telah mengakibatkan dampak yang besar berupa hilangnya aset penghidupan masyarakat antara lain permukiman, peternakan, hutan, lahan perkebunan, lahan pertanian serta adanya korban jiwa manusia. Pasca erupsi Merapi 2010 terjadi perubahan penggunaan lahan karena lahan sebagai sumber matapencaharian masyarakat rusak sehingga mengakibatkan perubahan aktivitas perekonomian masyarakat sekitar Kali Gendol. berhubung banyak dari sebagian pertanian warga terkena dampak letusan gunung merapi maka ladang yang menjadi penghasilan mereka sudah hilang. Penduduk sekitar Kali Gendol dapat juga menjadi *guide tour* di *lava tour* Merapi. Selain itu juga, ada beberapa komunitas mobil *off road* bisa memberikan jasa menyewakan mobil untuk melihat-lihat daerah yang terkena dampak langsung dari letusan Gunung Merapi yang berupa awan panas atau biasa disebut *wedhus gembel*, lahar panas maupun lahar dingin. Pasca erupsi Merapi 2010 membawa dampak yang cukup besar bagimasyarakat di Daerah Aliran Sungai Gendol, terutama sebagian masyarakatkehilangan matapencaharian utamanya. Perubahan lahan yang terjadimengakibatkan perubahan kehidupan perekonomian bagi masyarakat yang terkena dampak bencana erupsi Merapi.

Potensi Wisata di Sekitar Kali Gendol

A. Embung Tiban Kali Gendol

Embung Tiban Kali Gendol adalah sebuah kolam air tawar yang cukup besar dan luas, Kolam ini adalah bekas penambangan pasir di kali Gendol yang kemudian terisi air. Di sekitar Embung Tiban ini, terdapat banyak kolam-kolam

alam yang dikelola warga untuk dipergunakan sebagai pembesaran ikan maupun pemancingan.

B. Candi Morangan

Candi Morangan adalah Candi Hindu yang berada di sekitar kawasan Kali Gendol (100 meter sbelah barat) dan paling utara mendekati Gunung Merapi, tepatnya di dusun Morangan Kelurahan Sindumartani, Kecamatan Ngemplak, Sleman Yogyakarta. Menurut perkiraan, candi ini dibangun pada sekitar abad ke-9 dan ke-10 pada masa Kerajaan Mataram Kuno, yaitu sezaman dengan pembuatan candi-candi Hindu, seperti Candi Prambanan. Pada saat ditemukan pada tahun 1982, candi ini terpendam 6,5 meter di bawah tanah.

C. Watu Gedhe Bronggang

Watu Gedhe terletak di Dusun Bronggang, Argomulyo, Cangkringan. Disebut Watu Gedhe karena ukurannya sangat besar (gedhe dalam bahasa Jawa berarti besar). Keunikan batu ini adalah terletak di atas dam yang digunakan sebagai jalan perlintasan menyeberangi Kali Gendol. Batu ini pernah beberapa kali hendak disingkirkan dari jalan namun selalu gagal. Sampai saat ini batu itu tetap berdiri kokoh di tempat semula.

D. Museum Sisa Hartaku

Museum Sisa hartaku adalah salah satu bukti dasyatnya erupsi Merapi tahun 2010. Museum ini awalnya adalah rumah tinggal milik Sriyanto, warga Dusun Petung RT 2 RW 5, Cangkringan, Sleman. Rumah dan harta benda yang rusak dimanfaatkan untuk dijadikan museum sehingga menjadi saksi bisu keganasan letusan Gunung Merapi.

E. Sendang Joholanang

Peninggalan Sunan Kalijaga dalam cabang cerita rakyat. Menurut cerita setempat sendang ini dibuat oleh Sunan Kalijaga. Dalam pengembaraan untuk menyiarkan Agama Islam, Sunan Kalijaga ditemani oleh salah satu abdi atau santrinya.

F. Desa Plumbon

Desa Plumbon merupakan salah satu desa yang di lewati oleh lahar dingin dari letusan gunung merapi. Sehingga, ketika kita melewati desa tersebut kita bisa melihat bekas-bekas materil yang terkena lahar dingin tersebut.

G. Desa terkubur ini merupakan kawasan desa yang terkubur oleh material vulkanik bekas letusan gunung merapi.

H. Bunker Merapi

Bunker Merapi yang berlokasi di Kaliadem. dibangunnya bunker ini untuk tempat perlindungan saat terjadi luncuran awan panas. Pada saat erupsi Merapi tahun 2006, bunker ini tertimbun maretial dan orang yang berlindung di dalamnya meninggal dunia.

I. Batu Alien

Bongkahan batu besar yang berasal dari Gunung Merapi saat Erupsi 2010. Batu Alien terletak di Jambu, Kepuharjo, Cangkringan, Sleman, Yogyakarta. bila diamati, batu tersebut menyerupai wajah manusia. oleh masyarakat sekitar, batu tersebut dikeramatkan. Banyak kisah-kisah misterius yang berkaitan dengan batu tersebut.

J. Desa Wisata Bokesan

Desa wisata bokesan berada di dusun Bokesan, desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Secara geografis, Bokesan terletak di selatan lereng Gunung Merapi dengan topografi persawahan dan memiliki sumber air berlimpah. (*sumber; <http://yogyakarta.panduanwisata.id/>*). Menariknya Bokesan dibanding dengan Desa lainnya bukan terletak pada hijaunya sawah yang melandai di sekitar Dusun. Menariknya Desa Wisata Bokesan ini adalah adanya budidaya perikanan, dan hampir disetiap rumah di dusun ini mempunyai kolam ikannya sendiri. Selain itu, dusun ini juga memiliki pasar ikannya sendiri yang ramai dikunjungi oleh warga dari desa lain. Desa Wisata Bokesan juga merupakan

salah satu penunjang dari segi akomodasi yakni sebagai penyedia homestay apabila ada wisatawan Offroad Kali Gendol yang ingin menginap.

- **Kekuatan Atraksi**

Kawasan yang merupakan bagian dari terjadinya bencana erupsi Merapi tersebut Kawasan Kali Gendol merupakan satu-satunya kawasan yang memiliki jalur penelusuran yang masih alami dan menarik bagi para pecinta offroad di Yogyakarta. Kekuatan utama dari atraksi ini adalah keberadaan jalur track nya yang menantang dan berhubungan langsung dengan beberapa objek pendukung di sekitarnya. Keberadaan kawasan strategis ini didukung oleh obyek-obyek wisata yang memiliki nilai historis dan candi-candi kecil yang bisa dijadikan sebagai media pembelajaran dalam praktek belajar kasus di lapangan.

Selain jalur offroad Kali Gendol yang memiliki jalur menantang, terdapat nilai historis dari bencana erupsi Merapi. Pada kawasan ini terdiri dari beberapa titik yang sebenarnya sangat potensial untuk dijadikan sebagai kawasan wisata dengan konsep yang beragam dimulai dari wisata edukasi, wisata alam, bahkan wisata minat khusus.

Wisata edukasi yang ditawarkan dapat berupa sebuah wisata perjalanan untuk mengetahui tentang erupsi dan bagaimana sebuah erupsi memberikan dampak terhadap penduduk sekitar. Bahkan pelajaran mengenai penanganan dan bagaimana tindakan ketika erupsi terjadi bisa langsung didapat di lapangan.

Keberadaanya alamnya yang masih memiliki banyak pohon dengan suasana yang sejuk juga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sebuah wisata alam meskipun masih dalam level yang awal yaitu penelusuran ke hutan yang sejuk dan rimbun atau sekedar menghirup udara segar di dalam hutan yang alami. Sebuah kondisi yang sekarang sudah sangat jarang dijumpai dikota besar.

Wisata lain yang mungkin ditemukan sebagai pendukung adalah wisata desa dan sawah yang juga mengandalkan keberadaan alam, dimana sekelompok orang atau kelompok bisa menikmati waktu bersama melakukan kegiatan melepas penat di alam terbuka, dengan mengikuti pola kegiatan masyarakat yang masih sangat tradisional dan penuh kesederhanaan.

Adanya kegiatan pariwisata yang dikembangkan di Dusun jambon memberikan kontribusi yang cukup banyak baik secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat setempat. Kontribusi langsung diberikan melalui bantuan barang-barang yang diperlukan oleh warga desa seperti alat pemotong kayu yang diberikan kepada desa dengan dana sosial yang disisihkan pada setiap paket. Dalam setiap tour juga disisihkan Rp.25.000/trip yang kemudian akan dibelikan barang atau keperluan desa. (Wawancara dengan Mas Pendi, 2016)

Kawasannya yang masih memiliki ruang terbuka menjadi lokasi yang indah untuk tempat beragam aktifitas dari pagi hari sampai ke sore hari. Bahkan menjadi senja yang tak terlupakan sambil menikmati cemilan khas setempat ditemani minuman kopi atau coklat produksi warga bersama keluarga dengan latar belakang *sunset*, dihibur dengan kicauan burung-burung serta sapaan ramah warga setempat yang melewati jalanan.

Sebagai embrio obyek wisata Offroad Kali Gendol, latar belakang pengelola yang memiliki pengalaman dan pengetahuan di dunia offroad merupakan salah satu kekuatan bagi pelaku usaha offroad Kali Gendol. Kesadaran akan keamanan wisatawan membuat para pengelola membuat beberapa paket trip yang didasarkan pada pengalaman dan pengetahuan terkait jalur yang berbahaya bagi pemula, *carrying capacity* penumpang, jenis kendaraan yang digunakan, dan penanganan ketika terjadi kecelakaan atau macet di tengah jalan. Penanganan dan pengelolaan kenyamanan kendaraan dilakukan dengan menetapkan biaya operasional Rp.50.000/paket

sebagai biaya perawatan. Ketangkasan sumber daya manusia ini menjadi kekuatan jika didukung dengan hal-hal teknis terkait.

- **KelemahanAtraksi**

Kelemahan utama atraksi ini masih bersifat murni hobby offroad dengan pasar terbatas dan belum menyentuh aspek lain terkait pengembangan wisata berbasis masyarakat dalam hal pemanfaatan unsur kearifan lokal seperti budaya, kuliner, dan sejarah secara maksimal. Hal ini membatasi perluasan dan pengembangan off road Kali Gendol. Selain itu terkait dengan manajemen meliputi kualitas SDM pengelola yang terlibat dalam pengembangannya, kelemahan pengelolaan maksimal objek pendukung dalam kawasan offroad, kelemahan *partnership* dengan pihak terkait, serta kelemahan memaksimalkan potensi pendukung yang ada. Selain itu kelemahan lain adalah dari amenities dan aksesibilitas.

Berusia setahun, atraksi ini terkendala pada pengelolaan yang masih bersifat *private*. Tidak adanya kerjasama dengan pihak terkait dilatarbelakangi oleh motivasi awal berdirinya offroad Kali Gendol yaitu hanya sebagai penyalur hobi para suka relawan erupsi gunung merapi yang kebanyakan mencintai dan memiliki pengalaman tentang dunia offroad yang menemukan potensi pada jalur *track* offroad Kali Gendol yang menantang, alami, dan satu-satunya di Yogyakarta.

Pendanaan offroad Kali Gendol yang berasal dari dana pribadi beberapa donatur sekaligus merupakan anggota pengelola. Ketakutan pengelola yang tidak ingin terikat secara komersial terhadap pihak-pihak luar berdasarkan pertimbangan menghindari eksploitasi sumber daya alam dan terbengkalainya sumber daya manusia di sekitar kawasan offroad Kali Gendol. Ketakutan akan tidak tercapainya tujuan awal yaitu memberikan kontribusi kepada masyarakat menghambat pengembangan offroad Kali Gendol menjadi faktor pengelola menolak tawaran investor yang datang menawarkan kerjasama.

Sementara ketersediaan informasi yang sangat mudah diakses saat ini menyebabkan tempat ini menjadi populer dalam waktu yang sebentar sehingga pengelola menjadi kebingungan dalam mengatur kapasitas pengunjung yang datang, terutama jika terjadi wisata massal yang mengganggu warga sekitar dan keberadaan mobil–mobil yang offroad yang melewati kampung–kampung warga, menimbulkan suara kebisingan dan tak jarang merusak jalan.

Kurangnya penerapan konsep pengelolaan sesuai standar dan ketatan pada aturan undang-undang kepariwisataan belum banyak ditemukan oleh peneliti ketika mengadakan observasi di lapangan. Terutama dalam hal kualitas sumber daya manusia meliputi pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola dan menangani kegiatan yang dilaksanakan di objek wisata, keamanan wisatawan, dan kenyamanan wisatawan.

Pertimbangan keamanan secara teknis sesuai standar yang ditetapkan belum ada. Hal ini terkait standar keamanan pengadaan sebuah jasa berupa asuransi. Meskipun ditangani oleh sumber daya manusia yang berpengalaman di bidangnya, asuransi merupakan hal penting mengingat offroad merupakan sebuah atraksi yang berbahaya (sarat akan kecelakaan di lapangan) dan tidak semua wisatawan yang datang paham akan hal ini. Sebagai sebuah atraksi yang cukup menantang dan berbahaya, keamanan dan jaminan keselamatan menjadi pertimbangan utama wisatawan. Masalah lain terkait keamanan adalah tidak adanya penerangan jalan yang baik dan tidak adanya pusat informasi di lokasi wisata.

Jumlah sumber daya manusia tidak berbanding lurus dengan kualitas sumber daya manusia. Meskipun para pendamping dan pelaku offroad Kali Gendol merupakan orang berpengalaman di dunia offroad tetapi secara aturan standarisasi para pelaku ini memerlukan pelatihan dan sertifikasi yang merupakan syarat mutlak dalam pengadaan sebuah jasa wisata. Keberadaan sumber daya manusia yang bersertifikasi merupakan kualitas utama yang

dilihat dari calon wisatwan. Fungsi dari standarisasi ini memberikan keseimbangan antara pengetahuan dan *skill* serta kemampuan persaingan MEA. Para pengelola juga memerlukan pelatihan secara intensif baik dalam kemampuan komunikasi, penguasaan bahasa asing, manajemen kawasan dan sumber daya manusia, maupun pengetahuan mengenai pemanfaatan sumber daya alam dan keberlangsungan lingkungan.

Keberadaan masyarakat sekitar yang seharusnya menjadi atraksi yang hidup terutama terkait wisata kuliner dan wisata budaya belum dimanfaatkan secara maksimal. Masyarakat sekitar hanya sebagai penonton, atau sekedar mengetahui keberadaan offroad Kali Gendol yang melewati jalan desa mereka dan singgah di beberapa titik yang memiliki nilai histori. Potensi titik-titik persinggahan ini memang cukup sebagai bagian dari paket wisata sejarahnamun beberapa titik seperti desa yang terkena erupsi namun dihuni kembali mampu menjadi sebuah atraksi hidup sehingga wisatawan mampu merasakan bagaimana menjadi warga desa, menikmati makanan desa, belajar budaya sekitar, merasakan bertani dan berkebun, bermain di sawah, bahkan menginap dan memiliki pengalaman hidup seperti penduduk lokal.

Tidak maksimalnya pemanfaatan *guide* lokal pada masyarakat sekitar, terutama pada titik-titik pemberhentian yang dilalui pada paket trip. Selama ini pengelola hanya mengandalkan keberadaan pendamping yang berasal dari anggota pengelola itu sendiri. Padahal pada beberapa titik yang memiliki potensi untuk dijadikan sebagai bagian dari paket trip *eduwisata*, banyak masyarakat lokal yang bersedia bercerita dan tahu banyak mengenai kearifan lokal di kawasan ini. Keberadaan masyarakat lokal menjadi salah satu sumber daya manusia yang bisa diberdayakan melalui pelatihan dan sertifikasi yang ditetapkan sesuai standar sehingga diharapkan pariwisata mampu menjadi *tools* dalam meningkatkan taraf hidup *local community*.

Offroad Kali Gendol belum memberikan kontribusi merata dengan jangkauan lebih jauh dan luas terhadap penduduk sekitar. Jangkauan

kerjasama dengan warga adalah sebatas warga terdekat dengan *base camp* Offroad Kali Gendol atau yang aktif mengenalkan diri kepada pengelola untuk ikut terlibat, terutama Karang Taruna. Belum adanya kerjasama yang terorganisir dalam bentuk pertemuan yang rutin, pengadaan program kerja, dan diskusi aktif terhadap warga sekitar kawasan yang dilalui oleh jalur trip off road Kali Gendol, terlebih UKM yang mampu menjadi faktor pendukung penting dalam pengembangan off road Kali Gendol ke depannya.

Tidak ada inovasi jalur kembali pada paket trip yang di sediakan, sehingga jalur berangkat dan jalur kembali adalah sama. Jadi akan menjadi masalah jika dalam sehari banyak trip yang dilakukan tetapi jalur kembali adalah jalur yang sama dilewati dengan jalur berangkat maka akan menyebabkan kemacetan dan ketidaknyamanan mengingat jalan yang dilalui tidak lebar dan banyak rumah warga di jalur-jalur yang dilalui, secara tidak langsung juga akan mengganggu aktivitas warga.

Beberapa warga yang masih melakukan penambangan liar di tempat ini menjadi sebuah kekhawatiran tersendiri. Meskipun jika diadakan event maka warga sekitar yang menambang istirahat dari aktivitas sejenak dan mendapat ganti rugi, namun ini bukan bagian dari solusi. Kekhawatiran lain adalah karena wilayah ini merupakan kawasan rawan terkena erupsi sehingga menjadi pertimbangan lain wisatawan berkunjung.

Tidak ada jalur tetap yang ditawarkan kepada calon wisatawan sehingga sesuai permintaan wisatawan. Jika wisatawan tidak mengetahui mengenai daerah sekitar atau orang baru maka akan mendapat jalur trip yang tidak sesuai ekspektasi atau kebutuhan pengalaman yang ingin dirasakan. Penentuan jalur yang baku serta informasi lengkap mengenai atraksi sangat perlu disusun untuk menjawab kebutuhan informasi pengunjung.

Banyaknya paket *trip* yang ada belum semua efektif. Paket wisata tersebut didasarkan permintaan wisatawan sehingga banyak jalur dibuat tanpa analisis potensi atraksinya. Beberapa lokasi yang tertutup erupsi seperti Desa Bakalan

yang sudah mulai terlihat rumah-rumahnya mengurangi histori dari perjalanan offroad ini, sehingga baiknya jika dibuat paket wisata yang efektif sesuai dengan keberadaan titik-titik persinggahan yang ada.

Komponen Pasar

- **Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan wisatawan yang telah mencoba atraksi Offroad Kali Gendol. Sejauh objek wisata ini berjalan selama setahun pengunjung terbanyak adalah kelompok wisatawan domestik yang berasal dari sekitar Yogyakarta, dan kota tetangga yang datang ketika musim libur yaitu Surabaya dan Semarang. Selain itu banyak juga yang datang dari kelompok pecinta offroad daerah lain yang ingin menikmati jalur alam Kaligendol yang hanya ada satu-satunya di Yogyakarta.

Kelompok lain yang berkunjung dan menggunakan jalur Offroad Kali Gendol berasal dari kelompok Lava Tour Merapi yang menginginkan suasana berbeda dari tour yang ada di paket. Pengguna Sirkuit Leresede juga kerap berkunjung untuk mengadakan *gathering* atau sekedar mencoba jalur yang selalu membuat pengulangan kunjungan.

Keberadaan Warung Kopi Ndomblang yang merupakan titik sekaligus basecamp dari pengelola offroad Kaligendol ini membuat banyak pelajar dari Yogyakarta yang datang berkunjung meski hanya sekedar duduk, ngobrol, dan santai sore hari atau sekedar berfoto, yang kemudian diposting di media sosial dan menyebabkan *self marketing*, sehingga tempat ini dikenal oleh masyarakat luas.

- **Pasar Potensial**

Pasar potensial merupakan pangsa pasar baru (selain pasar yang sudah datang saat ini) yang diharapkan akan datang. Pasar potensial merupakan sasaran wisatawan yang sangat potensial untuk berkunjung ke objek wisata Offroad Kali Gendol. Selama ini berdasarkan karakteristik dan kunjungan yang sudah ada

maka wisatawan yang datang ke Offroad Kali Gendol adalah para pecinta offroad, dan yang tertarik ingin mencoba hal baru yang tidak *mainstream*.

Dengan adanya *pengembangan dan inovasi di paket wisata offroad Kali Gendol* diharapkan pasar potensial yang ada adalah:

a. Komunitas pecinta olahraga extreme

Selain offroad akan ada banyak opsi untuk pengembangan ke depan seperti *motor cross* atau sepeda *down hill*. Lokasi jalur yang menantang menjadi alasan kuat kedatangan komunitas ini.

b. Komunitas pecinta alam

Keberadaan offroad Kali Gendol yang berada di dalam hutan dan lapangan luas menjadi sebuah tantangan dan hal menarik bagi komunitas ini. Bukan tidak mungkin jika ke depannya offroad Kali Gendol menjadi gerbang untuk pengembangan atraksi dan objek wisata baru di sekitarnya seperti outbond.

c. Komunitas sosial

Bukan rahasia lagi jika komunitas terbanyak di negeri ini adalah komunitas sosial. Adanya jiwa sosial yang tinggi dari masyarakat Indonesia membuat komunitas ini mampu melebarkan sayap dan kiprahnya. Kawasan offroad Kaligendol yang berada di tengah-tengah warga mampu dijadikan sebagai tempat untuk memberikan kontribusinya bagi komunitas ini.

d. Peneliti

Kawasan Offroad Kaligendol yang berada dan berinteraksi langsung dengan masyarakat mampu membuat berbagai macam opsi yang menjadi alasan kuat para peneliti ini datang. Lingkup hidup sosial masyarakat yang menarik serta kawasan yang dekat dan rawan bencana serta kondisi

psikologis masyarakat merupakan hal yang paling menarik untuk didalami.

e. Pelajar

Yogyakarta sebagai kota pelajar tentunya didominasi oleh pelajar-pelajar yang datang dari berbagai daerah dan budaya berbeda. Mempelajari budaya dan hal menarik dari warga desa di sekitar kawasan offroad Kali Gendol mampu memberikan pengalaman dan pembelajaran tak terlupakan.

f. Komunitas Fotografer

Semua fotografer yang datang ke Kali Gendol pasti akan tertarik dengan lanskap yang indah dan pemandangan yang menarik. Kawasan offroad yang berada di sekitar warga pedesaan dimana sawah merupakan pemandangan yang menarik untuk diamati dan bentang alam terbuka untuk melihat *sunrise, sunset*, bintang dan bulan pada malam hari, serta orang bekerja di sawah merupakan momen yang sangat disayangkan untuk dilewati.

Promosi dan Pemasaran

Promosi yang dilakukan oleh pengelola Offroad Kali Gendol selama ini hanya dilakukan melalui internet. Ada beberapa blog yang memberikan informasi dan melakukan promosi. Sayangnya dalam proosi internet tersebut sebatas hanya promosi mengenai informasi objek wisata dan *contact person*. Tidak ada feedback dari pengunjung berupa testimoni, atau chat personal dengan pengelola, tidak ada update kegiatan terbaru, dan masih berupa blog. (<https://gendoltour.wordpress.com/2015/06/16/profil-gat/>). Banyaknya terdapat blog-blog serupa seperti <http://gendoltour.blogspot.co.id/2015/06/extreme-off-road-sirkuit.html> dan belum adanya *officially website* yang dikelola secara teratur kemungkinan terlihat tidak terlalu meyakinkan bagi para wisatawan mancanegara, terlebih bahasa yang digunakan belum ada dalam versi bahasa Inggris.

Tidak ada kegiatan promosi yang dilakukan secara khusus sehingga semua kegiatan dan objek wisata dikenal melalui *self marketing* yang dilakukan oleh wisatawan yang telah berkunjung dan tersebar melalui sosial media. Hal yang mempermudah wisatawan mengetahui lokasi *basecamp* ini adalah dipasangnya spanduk besar tepat di depan Warung kopi yang menjadi sekaligus tempat nongkrong para pengelola.

KONSEP MARKETING MIX

Konsep marketing mix merupakan salah satu konsep dalam pemasaran modern pada saat sekarang ini. Dimana konsep tersebut adalah salah satu kegiatan yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengejar maksimum profit. Adapun definisi Marketing Mix dari beberapa ahli diantaranya yakni, menurut Malcom dan Keegen (1999:23) “Marketing Mix adalah suatu set variabel dalam rencana pemasaran yang dapat di kontrol yang biasanya di nyatakan dalam bentuk 4P yaitu *Produk, Price, Promotion, dan Place*. Dari definisi tersebut Marketing Mix merupakan rencana pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi.

Berdasarkan defenisi beberapa Ahli, secara umum variabel-variabel Marketing Mix yang utama ada empat yang di kenal dengan “7P” yaitu :

1. Product (produk)

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang di tawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Produk tidak hanya meliputi unit fisiknya saja tetapi juga kemasan, garansi, merek, dan pelayanan purna jual.

2. Price (harga)

Menurut Mc.Daniel Dkk (2001 : 56) harga adalah apa yang harus diberikan oleh pembeli untuk mendapatkan suatu produk. Harga bukan saja suatu komponen bagi perusahaan untuk mengembalikan modalnya. Tetapi juga untuk mendapatkan keuntungan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan.

3. Place (Tempat)

Tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang di lakukan perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi perusahaan.

4. Promotion (Promosi)

Mc. Daniel Dkk (2001:56) mendefinisikan promosi sebagai kegiatan yang menghasilkan informasi, membujuk, atau mengingatkan konsumen akan manfaat dari suatu produk tujuan dari melakukan kegiatan promosi adalah:

- e. Memperkenalkan produk baru kepada masyarakat.
- f. Memperpanjang masa kedewasaan produk.
- g. Menjaga stabilitas perusahaan dari kemungkinan persaingan.
- h. Mendorong penjualan produk.

5. People (Orang)

Adalah semua pelaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.

6. Process (Proses)

Meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan.

7. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan, perusahaan jasa dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen yang berwujud memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

Dari beberapa pemaparan mengenai konsep *Marketing Mix*, penulis memilih Product (Produk) sebagai fokus penelitian.

Kawasan Kali Gendol yang terletak di Dusun Sindumartani, Kecamatan Ngemplak ini memiliki karakteristik alam yang potensial untuk dijadikan salah satu daya tarik wisata di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Melalui pengamatan di lapangan diketahui bahwa Kali Gendol merupakan salah satu sungai di Yogyakarta yang berhulu di lereng Gunung Merapi dan pasca

erupsi Gunung Merapi tahun 2010 mengakibatkan perubahan bentang alam Kali Gendol dan sekitarnya. Setelah dilakukan kajian, Kali Gendol ideal untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata minat khusus yaitu, offroad. Seperti yang kita ketahui Offroad merupakan olahraga otomotif yang menggunakan mobil berpengerak 4 roda (4x4 Four Wheel Drive) dan memiliki ban besar, baik jenis *Terrain* dan *All-Terrain* serta medan yang dilalui lebih berat dari aspal atau jalan-jalan biasa, seperti batu, lumpur, sungai, pasir dan lain-lain. Kebutuhan ini dianggap sangat sesuai dengan kondisi yang ada di Kali Gendol. Disamping itu, Kawasan Kali Gendol merupakan satu-satunya kawasan yang memiliki jalur penelusuran alami dan menarik bagi para pecinta offroad di Yogyakarta serta didukung oleh beberapa daya tarik wisata seperti Candi Morangan, Embung Tiban Kali Gendol, Watu Gedhe dan Sendang Joholanang. Dalam pengembangan konsep Daya Tarik Wisata Offroad Kali Gendol harus memaksimalkan peluang seoptimal mungkin dan meminimalkan dampak-dampak negative yang mungkin timbul dari pengembangan objek wisata melalui pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Melalui pembangunan pariwisata berkelanjutan kegiatan yang dilakukan dapat dihitung dampak ekonomi saat ini dan masa yang akan datang, meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial, serta berusaha memenuhi kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, lingkungan dan masyarakat lokal. Untuk mendukung pengembangan produk ini, disusun sebuah *image branding* yang bernama **“Off Your Daily, On Your Dirty”**. Maksud dari *image branding* ini adalah agar wisatawan tertarik untuk datang dan menjajal sensasi offroad di Kali Gendol. Konsep yang ditawarkan adalah agar wisatawan keluar dari rutinitas dan siap merasakan pengalaman baru dengan mengikuti kegiatan offroad. Selain itu, *image branding* mempunyai kontribusi yang sangat penting karena berperan sebagai penghambat munculnya merek-merek baru yang mewakili produk-produk dari pesaing serta menjadi pembeda dengan produk lainnya, sehingga menjadi *tagline* yang memudahkan pengunjung untuk merujuk pada Offroad Kali Gendol.

ANALISIS SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis pengembangan Wisata Minat Khusus Offroad Kali Gendol adalah Matriks SWOT. Matriks ini dapat menjelaskan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini menghasilkan empat set alternatif strategis:

Tabel 5. DIAGRAM MATRIKS SWOT

<p>Faktor-faktor internal strategi (IFAS) Faktor-faktor eksternal strategi (EFAS)</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jalur off road merupakan satu-satunya jalur alami - Trek offroad terhubung langsung dengan objek pendukung - Adanya alokasi dana dari setiap trip (25.000/trip) untuk keperluan desa - Adanya event berskala regional - Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk di kembangkan 	<p>Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manajemen Pengelolaan yang belum profesional - Kurangnya mobil Jeep - Konsep pengembangan tidak berbasis <i>community based tourism</i> - Tidak tersedianya fasilitas parkir dan arena penonton yang memadai - Tidak adanya standarisasi keamanan dan asuransi bagi offroader
<p>Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya RIPPDA Kab. Sleman sebagai acuan pengembangan pariwisata minat khusus - Kerja sama dengan komunitas pecinta off road - Peluang kerjasama dengan UKM disekitar Kali Gendol - Pengembangan konsep CBT untuk melibatkan masyarakat dalam 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendorong pemerintah daerah untuk berpartisipasi aktif dalam mengembangkan sarana infrastruktur pengembangan off road Kali Gendol 2. Mengadakan event kerjasama dengan berbagai komunitas 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan sarana-sarana promosi dari Pemerintah Kab. Sleman serta kerja sama dengan akademisi dalam mengembangkan <i>grand design</i> promosi Offroad Kali Gendol.

TULISAN ILMIAH PARIWISATA

pengembangan konsep wisata minat khusus - Menjadi Track utama Off Road bagi komunitas pecinta Off Road dan Pecinta Alam	offroad dan pecinta alam 3. Pendekatan sosial terhadap masyarakat sekitar serta pelibatan masyarakat terhadap pengembangan jalur offroad 4. Bekerjasama dengan komunitas pecinta offroad dalam memilih trek offroad yang lebih menantang (design by order)	2. Hubungan kerjasama yang bisa dikembangkan dengan komunitas dan masyarakat dalam hal supply panganan lokal dan promosi paket wisata kepada komunitas offroad 3. Mengajukan proposalkerjasama dengan model <i>partnership</i> kepada pihak swasta maupun pemerintah
Ancaman (T) - Banjir lahar dingin Merapi - Jalur Kali Gendol merupakan red area - Bencana Alam - Galian C yang ilegal di sekitar kali gendol - Normalisasi sungai kali gendol - Banjir lahar dingin Merapi	Strategi ST 1. Letak strategis yang bisadikembangkan untuk bisabersaing dengan objek wisatasejenis 2. Menciptakan trek-trek baru agar bisa bersaing dengan wisata sejenis. 3. Menciptakan standar keamanan off road	Strategi WT 1. memperbaiki sarana prasarana yang masih kurang 2. Memanfaatkan media sosial dengan maksimal dalam promosi dan informasi

Sumber: Diolah oleh peneliti dari hasil dokumentasi data

Rencana Pengembangan Produk

Berdasarkan kondisi yang ditemukan di lapangan dan pertimbangan analisis SWOT, maka penulis memilih salah satu variabel bauran pemasaran yaitu Product sebagai fokus analisis strategi pemasaran di Offroad Kali Gendol. Adapun strategi pemasaran product dalam penelitian ini adalah diversifikasi atau pengembangan product yaitu berupa pembuatan paket trek offroad baru. Paket baru tersebut akan dibagi menjadi tiga jenis yaitu: ***Fun Offroad, Extreme Offroad dan Tour Offroad.***

1) Fun Offroad

Merupakan rute offroad yang ditawarkan kepada wisatawan pemula yang belum berpengalaman dan memiliki sedikit pengetahuan tentang dunia offroad. Dalam paket ini wisatawan yang bisa mengendarai mobil mempunyai pilihan untuk mengendarai sendiri atau didampingi oleh navigator yang disiapkan oleh pengelola. Sedangkan wisatawan yang belum bisa mengendarai mobil akan didampingi oleh driver sehingga posisi wisatawan berperan menjadi navigator atau penumpang. Paket Fun Offroad ini disarankan untuk ditumpangi 2 (dua) orang saja dalam setiap 1(satu) unit kendaraan, sehingga lebih merasakan sensasi nyaman dalam berkendara. Tetapi pengelola memberi keleluasaan sampai maksimal 4 (empat) orang jika tanpa driver dari pengelola atau 3 (tiga) orang jika didampingi oleh pengelola.

Umumnya karakteristik wisatawan yang datang untuk kepentingan dokumentasi media sosial. Jalur yang ditawarkan adalah jalur dengan tingkat keamanan sangat tinggi dan mempunyai durasi waktu dan lintasan yang tidak terlalu panjang. Jalur *fun* ini disiapkan berupa *sirkuit* yang terletak di aliran Kali Gendol dan berdekatan dengan pusat pelayanan Offroad Kali Gendol dengan tujuan memudahkan wisatawan untuk mengakses seluruh fasilitas yang tersedia di Offroad Kali Gendol dan menekankan kepada kenyamanan untuk wisatawan karena segmentasi pasar untuk paket ini adalah wisatawan dengan karakter *organized-mass tourist*. Selain itu, untuk membuat waktu menjadi lebih efektif dan efisien ketika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan seperti kecelakaan. Tindakan darurat akan cepat dilakukan dengan lokasi yang berdekatan dengan fasilitas. Paket *Fun Offroad* berdurasi waktu antara 30 menit sampai 60 menit berkendara. Harga yang ditawarkan untuk paket ini adalah Rp.150.000 untuk satu kali trip. Adapun biaya tersebut untuk operasional kendaraan, bahan bakar, jasa navigator atau driver yang disediakan oleh pengelola, asuransi kecelakaan serta helm pengaman yang digunakan untuk offroad. Sedangkan untuk penyewaan

pakaian dan perlengkapan offroad (sepatu, sarung tangan) belum termasuk di dalam biaya paket ini.

2) **Extreme Offroad**

Merupakan rute offroad yang ditawarkan kepada wisatawan dengan kategori pehobi dan pencinta dunia offroad yang berpengalaman di dunia offroad. Jalur yang ditawarkan adalah jalur dengan tingkat kesulitan yang ekstrim dan menantang. Wisatawan yang memilih trek ini lebih berfokus kepada tantangan *trek* yang akan dilalui bukan kepada nilai historis dari daya tarik wisata yang dilalui sepanjang jalur yang dimaksud, wisatawan bisa mengendarai sendiri atau dibantu oleh supir yang disiapkan pengelola. Mobil yang disediakan merupakan mobil yang memiliki spesifikasi tinggi dan wajib menggunakan 4WD (*four wheel drive*) mengingat jalur yang dilalui sangat menantang. Durasi jalur ini berkisar antara 4(empat) jam yang akan mengeksplorasi Kali Gendol sampai Bunker Merapi dengan rute yaitu: Dam Jambon – Embung Tiban Kali Gendol – Candi Morangan – Desa Plumbon – Watu Gedhe Bronggang – Desa terkubur – Museum Sisa Hartaku – Batu Alien – Bunker Merapi (Kaliadem) – Sendang Joholanang – Dam Jambon. Harga yang ditawarkan untuk paket ini adalah Rp. 700.000 untuk satu kali offroad. Adapun biaya tersebut untuk operasional kendaraan, bahan bakar, jasa navigator atau driver yang disediakan oleh pengelola, asuransi kecelakaan serta helm pengaman yang digunakan untuk offroad. Sedangkan untuk penyewaan pakaian dan perlengkapan offroad (sepatu, sarung tangan) belum termasuk di dalam biaya paket ini. Umumnya wisatawan yang memilih paket ini membawa peralatan dan perlengkapan sendiri karena kebanyakan yang datang adalah para *offroader*.

3) **Tour Offroad**

Merupakan rute offroad yang ditawarkan kepada wisatawan dengan pilihan jalur yang berfokus kepada nilai historis dari daya tarik wisata yang dilewati di sepanjang jalur yang

dimaksud. Selain itu, jalur ini diharapkan untuk memenuhi permintaan pasar potensial berupa pelajar, peneliti, komunitas fotografi, dan komunitas pencinta alam. Dengan dipandu oleh guide yang merangkap supir kendaraan, tidak jauh berbeda dengan jalur *Extreme Offroad*, jalur ini juga akan melewati rute: Dam Jambon – Embung Tiban Kali Gendol – Candi Morangan – Desa Plumbon – Watu Gedhe Bronggang – Desa terkubur – Museum Sisa Hartaku – Batu Alien – Bunker Merapi (Kaliadem) – Kinahrejo – Museum Merapi – Sendang Joholanang – Dam Jambon. Perbedaannya adalah selain ada beberapa rute tambahan, terdapat penekanan fokus pada setiap *stop site* yang dilalui. Apabila *Extreme Offroad* menekankan kepada tingkat kesulitan jalurnya sedangkan *Fun Offroad* lebih mengulas dan menikmati setiap *stop site* yang dilalui. Rute yang ditawarkan berdurasi 4–5 jam. Tour ini biasanya dilakukan atas kesepakatan dengan wisatawan, baik berupa waktu berangkat, tambahan makan atau *stop site* tambahan yang berdasarkan keinginan wisatawan. Harga paket *Tour Offroad* ini ditawarkan sebesar Rp. 600.000 dengan mendapatkan snack dan minum, namun bisa juga dikondisikan sekaligus makan siang di *stop site* yang disiapkan dengan harga dan waktu start yang disepakati.

4. PENUTUP

Karakteristik pasar untuk wisata khusus *Offroad* Kali Gendol adalah komunitas pecinta olahraga extreme, komunitas pecinta alam, komunitas sosial, peneliti, pelajar, dan komunitas fotografer. Motif utama kegiatan petualangan, jumlah wisatawan masih jauh dari kapasitas efektifnya. Para wisatawan menginginkan perjalanan berkualitas, mencari sesuatu yang baru dan dapat memperluas pengalaman.

Produk wisata yang bisa dikemas berdasarkan kondisi yang ditemukan di lapangan dan pertimbangan analisis pasar potensial adalah trek *Offroad* yang dibagi menjadi tiga jenis yaitu; *Fun Offroad*, *Extreme Offroad* dan *Tour Offroad*.

Daftar Pustaka

- Angipora P. Marius, *Dasar-dasar Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta, 1999
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benjamin Molan Dan Hendra Teguh, Edisi Milenium, Jakarta, 2000.
- Assuari, Sofyan, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, Cetakan VI, PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Mc. Daniel, *Pemasaran*, Edisi I, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Kotler, Philip, Amstrong, G. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Hapsari, I. 2015. Dampak Erupsi Gunung Merapi terhadap Lingkungan serta Penanganan Pasca Erupsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Yoeti, O.A. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.