

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI WISATA ALAM CURUG PUTRI DI TAMAN HUTAN RAYA BANTEN
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**

Widia Rahayu Mulyana¹, Asri Nabila Jahro²
Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia
widiarahayu.m@gmail.com¹, dosen03205@unpam.ac.id²

Abstract

This study aims to analyze the promotional strategies implemented in developing Curug Putri, a natural tourist attraction located within the Banten Grand Forest Park (Taman Hutan Raya/Tahura), as well as to identify supporting and inhibiting factors affecting efforts to increase tourist visits. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through interviews, field observations, and documentation to obtain a comprehensive understanding of the promotion practices carried out by the management. The findings indicate that promotional activities remain largely dependent on conventional methods such as brochures and basic social media posts, which have not been effective in reaching a wider target audience. The main obstacles include limited promotional budgets, a shortage of personnel skilled in digital marketing, and low community involvement in supporting tourism activities. This study recommends strengthening digital promotion strategies through optimized social media content, collaborations with local influencers, and the development of thematic tourism packages to attract young travelers. With more innovative and integrated promotional efforts, Curug Putri has the potential to grow into a leading tourism destination that contributes to local economic development while supporting sustainable conservation efforts.

Keywords: *promotion strategy, nature tourism, Curug Putri, Banten Tahura, digital marketing*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi promosi yang diterapkan dalam pengembangan wisata alam Curug Putri di kawasan Taman Hutan Raya (Tahura) Banten, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik promosi yang dilakukan pengelola. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi masih didominasi oleh metode konvensional, seperti brosur dan publikasi sederhana di media sosial, sehingga belum mampu menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas. Hambatan utama meliputi keterbatasan anggaran, minimnya sumber daya manusia yang memahami pemasaran digital, serta rendahnya partisipasi masyarakat sekitar dalam mendukung kegiatan promosi. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan promosi berbasis digital melalui optimalisasi media sosial, kolaborasi dengan konten kreator, dan pengembangan paket wisata tematik agar lebih menarik bagi wisatawan, khususnya generasi muda. Dengan penerapan strategi yang lebih inovatif dan terintegrasi, Curug Putri berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan yang mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat serta mendukung pengelolaan kawasan konservasi secara berkelanjutan.

Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[attribution-noncommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Kata kunci: strategi promosi, wisata alam, Curug Putri, Tahura Banten, pemasaran digital	
--	--

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Perkembangan pariwisata tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga berperan dalam memperluas lapangan kerja, memperkuat potensi lokal, dan melestarikan kekayaan alam sebagai aset berharga daerah. Seiring meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata alam yang menawarkan pengalaman rekreatif dan suasana yang menenangkan, berbagai daerah di Indonesia mulai mengembangkan destinasi berbasis lingkungan sebagai upaya menarik kunjungan wisatawan. Salah satunya adalah Curug Putri yang terletak di kawasan Taman Hutan Raya (Tahura) Banten, sebuah kawasan konservasi yang memiliki potensi alam yang asri dan nilai edukatif tinggi.

Curug Putri memiliki daya tarik berupa keindahan air terjun, pesona hutan lindung, serta suasana alami yang masih terjaga. Potensi tersebut menjadikan Curug Putri sebagai destinasi yang layak dikembangkan baik dari sisi ekowisata maupun pariwisata berbasis konservasi. Namun, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh tingkat kunjungan wisatawan yang stabil. Berdasarkan hasil observasi awal, tingkat kunjungan wisatawan masih fluktuatif, terutama disebabkan oleh kurang optimalnya strategi promosi dan keterbatasan informasi yang tersedia bagi masyarakat luas. Kegiatan pemasaran yang dilakukan belum mampu menempatkan Curug Putri sebagai destinasi yang dikenal secara luas, khususnya di kalangan wisatawan muda yang cenderung mencari informasi melalui media digital.

Dalam konteks pariwisata modern, strategi promosi memegang peranan penting dalam meningkatkan visibilitas destinasi dan menarik minat wisatawan. Promosi tidak hanya dimaknai sebagai kegiatan publikasi, tetapi juga mencakup bagaimana suatu destinasi dikemas, dipresentasikan, dan dikomunikasikan melalui berbagai saluran informasi yang relevan. Di tengah persaingan destinasi wisata yang semakin intensif, promosi harus dilakukan secara kreatif, terarah, dan berbasis kebutuhan pasar. Sayangnya, upaya promosi yang dilakukan oleh pengelola Curug Putri masih cenderung bersifat konvensional sehingga belum memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan jumlah wisatawan.

Selain keterbatasan dalam strategi promosi, ditemukan pula beberapa faktor penghambat lain seperti minimnya pemanfaatan media sosial secara profesional, belum adanya kerja sama promosi dengan pihak eksternal, serta kurangnya partisipasi masyarakat sekitar dalam mendukung kegiatan pariwisata. Padahal, keberhasilan pengembangan destinasi wisata alam tidak hanya bergantung pada potensi alam yang dimiliki, tetapi juga pada kualitas informasi, penyampaian pesan kepada publik, dan citra destinasi yang dibangun melalui kegiatan promosi. Destinasi dengan potensi besar dapat tetap tidak dikenal apabila tidak didukung oleh strategi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai strategi promosi yang telah dilakukan serta analisis terhadap faktor pendukung dan penghambat promosi wisata Curug Putri. Analisis ini diperlukan agar pengelola memiliki gambaran yang jelas mengenai aspek yang perlu diperbaiki sekaligus peluang yang dapat dimanfaatkan dalam memperluas jangkauan wisatawan. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran situasi aktual, tetapi juga dapat menjadi dasar bagi penyusunan strategi promosi yang lebih inovatif dan sesuai dengan karakteristik wisatawan masa kini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi promosi wisata Curug Putri, mengidentifikasi kendala yang dihadapi pengelola dalam kegiatan promosi, serta memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren perilaku wisatawan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola dalam meningkatkan daya tarik destinasi serta bagi pemangku kebijakan dalam mendukung pengembangan pariwisata alam berbasis konservasi di Banten.

2. Tinjauan Pustaka

Pariwisata dan Pengembangan Destinasi

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengembangan potensi lokal. Menurut Yoeti (2016), pariwisata mencakup seluruh kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia baik untuk tujuan rekreasi, pendidikan maupun pengalaman budaya. Dalam konteks destinasi wisata alam, aspek yang menjadi perhatian adalah kelestarian lingkungan, kenyamanan wisatawan, serta bagaimana sebuah kawasan mampu mengemas potensi alam menjadi daya tarik yang bernilai. Supriatna (2020) menegaskan bahwa destinasi wisata hanya dapat berkembang apabila terdapat manajemen destinasi yang baik, termasuk penyediaan fasilitas, pelayanan, dan aksesibilitas yang memadai.

Wisata Alam dan Konservasi

Wisata alam atau ekowisata merupakan bentuk perjalanan wisata yang memanfaatkan potensi lingkungan alami sebagai daya tarik utamanya. Ekowisata tidak hanya berorientasi pada rekreasi, tetapi juga mengandung unsur edukasi dan pelestarian alam (Fandeli & Nurdin, 2018). Kawasan konservasi seperti Taman Hutan Raya mempunyai fungsi ganda, yaitu sebagai habitat ekologi sekaligus ruang rekreasi bagi masyarakat. Pengelolaan wisata alam membutuhkan perencanaan yang memperhatikan kelestarian lingkungan, kapasitas daya tampung, serta keterlibatan masyarakat sekitar. Apabila dimanfaatkan secara optimal, wisata alam dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat tanpa merusak ekosistem yang ada.

Strategi Promosi Pariwisata

Promosi merupakan salah satu elemen utama dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang berfungsi membangun kesadaran, minat, dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Menurut Kotler dan Keller (2018), promosi melibatkan upaya menyampaikan nilai suatu produk kepada pasar sasaran melalui berbagai media dan strategi komunikasi. Dalam pariwisata, promosi memiliki peran strategis untuk mempengaruhi persepsi calon wisatawan terhadap daya tarik destinasi. Promosi yang efektif harus mempertimbangkan karakteristik target wisatawan, pesan yang ingin disampaikan, serta media yang digunakan. Destinasi dengan potensi besar sering kali tidak berkembang akibat kurangnya promosi yang terarah dan mengikuti tren kebutuhan pasar.

Media Sosial dalam Promosi Wisata

Perkembangan teknologi digital menjadikan media sosial sebagai salah satu alat promosi paling efektif dalam dunia pariwisata. Menurut Nugroho dan Putri (2021), media sosial mampu menciptakan jangkauan informasi yang lebih luas, cepat, dan interaktif sehingga memungkinkan destinasi wisata dikenal oleh berbagai lapisan masyarakat. Penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memiliki pengaruh besar dalam membentuk citra destinasi, terutama bagi wisatawan muda. Konten visual yang menarik dapat meningkatkan minat kunjungan dan memperkuat keterlibatan wisatawan terhadap suatu destinasi. Dengan

demikian, pengelola wisata perlu mengelola media sosial secara profesional agar mampu bersaing dengan destinasi lain.

Citra Destinasi dan Perilaku Wisatawan

Citra destinasi (destination image) memegang peranan penting dalam keputusan wisatawan untuk berkunjung. Menurut Tasci dan Gartner (2007), citra destinasi terbentuk melalui persepsi wisatawan yang dipengaruhi oleh informasi yang diterima, pengalaman sebelumnya, dan pandangan masyarakat umum. Citra yang positif dapat mendorong intensi berkunjung, sedangkan citra negatif dapat menurunkan minat wisatawan meskipun destinasi memiliki potensi besar. Promosi yang tepat sasaran dapat membantu membentuk citra destinasi yang kuat dan relevan. Dalam konteks wisata alam, citra keindahan, keamanan, dan kenyamanan sering menjadi faktor utama yang menentukan minat kunjungan wisatawan.

Peran Masyarakat dalam Pengembangan Wisata

Partisipasi masyarakat merupakan komponen penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Menurut Sunaryo (2013), masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam menjaga kelestarian dan keberlanjutan destinasi. Keterlibatan masyarakat dapat berupa penyediaan jasa wisata, menjaga kebersihan lingkungan, hingga terlibat dalam kegiatan promosi melalui komunitas lokal. Tanpa dukungan masyarakat, upaya promosi dan pengembangan destinasi sering kali tidak berjalan efektif. Oleh karena itu, sinergi antara pengelola, pemerintah, dan masyarakat sangat dibutuhkan dalam meningkatkan daya tarik wisata Curug Putri.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan minat kunjungan wisatawan. Studi oleh Hidayat (2022) menemukan bahwa destinasi yang memaksimalkan penggunaan media sosial mengalami peningkatan kunjungan secara konsisten. Sementara itu, penelitian Sari dan Rachman (2021) menyatakan bahwa kurangnya promosi yang terarah menjadi salah satu penyebab rendahnya jumlah wisatawan pada destinasi wisata alam. Penelitian lain oleh Rahmawati (2020) menyoroti pentingnya kolaborasi antara pengelola destinasi dan masyarakat untuk menciptakan strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan.

3. Metodologi Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena fokus utamanya adalah menggambarkan secara mendalam strategi promosi, kondisi lapangan, serta pengalaman para pelaksana kegiatan di destinasi wisata Curug Putri. Menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial melalui pengumpulan data yang bersifat naratif dan interpretatif sehingga peneliti dapat menangkap konteks yang terjadi secara nyata. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakter kegiatan pengabdian masyarakat yang ingin menilai efektivitas promosi serta melihat respon pengelola dan masyarakat.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Curug Putri, salah satu destinasi wisata alam yang berlokasi di Desa Sindangheula, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang. Kawasan ini dipilih karena memiliki potensi wisata alam yang cukup besar namun belum dikelola secara optimal terutama dalam aspek promosi digital. Kegiatan penelitian berlangsung selama pelaksanaan program magang,

yaitu pada tanggal 14 Juli - 14 Agustus 2025, yang mencakup observasi lokasi, wawancara dengan pengelola, serta pendampingan promosi melalui media sosial.

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan promosi Curug Putri. Informan utama meliputi pengelola destinasi, anggota masyarakat sekitar yang terlibat dalam kegiatan wisata, serta pengunjung yang hadir pada saat kegiatan berlangsung. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman relevan dengan topik penelitian. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh lebih kaya dan sesuai dengan kebutuhan analisis.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama:

1. Observasi Lapangan

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi destinasi, fasilitas yang tersedia, alur pelayanan wisatawan, serta hasil promosi yang telah dijalankan. Observasi dilakukan secara partisipatif selama kegiatan berlangsung.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pengelola wisata, masyarakat, dan beberapa pengunjung. Pertanyaan difokuskan pada kondisi pengelolaan destinasi, tantangan dalam promosi, serta persepsi mereka terhadap efektivitas media sosial sebagai sarana pemasaran.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berupa foto kegiatan, materi pelatihan, hasil desain promosi, dan aktivitas publikasi yang dilakukan di media sosial. Dokumen pendukung membantu memperkuat hasil analisis dan menggambarkan perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah kegiatan program magang.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2014) yang mencakup tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi Data

Data hasil wawancara dan observasi diringkas dan dipilih berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian yaitu strategi promosi dan respons pengelola.

2. Penyajian Data

Data disusun dalam bentuk narasi, tabel, dan dokumentasi visual yang memudahkan interpretasi hasil. Penyajian data juga digunakan untuk menunjukkan perubahan yang terjadi setelah pelaksanaan kegiatan promosi.

3. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menyimpulkan temuan utama yang berkaitan dengan efektivitas promosi, tantangan pengelolaan destinasi, serta dampak kegiatan terhadap peningkatan awareness masyarakat tentang Curug Putri.

Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Data yang diperoleh dari observasi dibandingkan dengan informasi dari wawancara dan dokumentasi. Triangulasi dilakukan agar interpretasi data tidak bias dan temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Teknik ini juga membantu memastikan bahwa hasil penelitian menggambarkan kondisi lapangan secara objektif.

4. Hasil dan Pembahasan

Curug Putri merupakan salah satu destinasi wisata alam yang berada di Desa Sindangheula, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang. Kawasan ini dikenal dengan panorama air terjun yang masih alami, dikelilingi pepohonan rimbun dan aliran sungai yang jernih. Namun, potensi tersebut belum diimbangi dengan strategi pengelolaan dan promosi yang sistematis. Selama kegiatan magang, penulis mengamati bahwa sebagian besar aktivitas operasional masih dilakukan secara manual dan mengandalkan kunjungan spontan dari masyarakat sekitar tanpa dukungan promosi digital yang memadai.



Gambar 4.1 Lokasi Curug Putri

Pelaksanaan Kegiatan Magang

Kegiatan magang berlangsung selama periode yang telah ditentukan dan berfokus pada pemahaman alur kerja destinasi wisata, mulai dari pengelolaan fasilitas, pelayanan pengunjung, hingga dokumentasi kegiatan promosi. Penulis berinteraksi dengan pengelola wisata dan masyarakat sekitar untuk mempelajari bagaimana sistem operasional berjalan sehari-hari. Dari hasil pengamatan, terlihat bahwa pengelola memiliki komitmen kuat dalam menjaga kelestarian alam, namun masih menghadapi kendala pada aspek administrasi dan penyusunan materi pemasaran.

Selama magang, penulis turut mendampingi proses pengumpulan data, melakukan observasi fasilitas, dan membantu penyusunan konten sederhana yang dapat digunakan sebagai media promosi. Kegiatan ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana sebuah destinasi wisata lokal beroperasi dalam kondisi sumber daya yang terbatas.

Pengelolaan Administrasi dan Operasional Wisata

Hasil observasi menunjukkan bahwa pengelolaan administrasi Curug Putri masih bersifat tradisional. Catatan pengunjung, pengelolaan keuangan sederhana, serta pendataan fasilitas dilakukan secara manual tanpa sistem yang terintegrasi. Kondisi ini menyebabkan beberapa informasi penting sulit dilacak secara cepat, seperti data jumlah pengunjung bulanan atau catatan biaya operasional.

Dalam diskusi dengan pengelola, penulis menemukan bahwa keterbatasan pemanfaatan teknologi menjadi salah satu faktor yang menghambat efektivitas pengelolaan. Pengelola menyampaikan bahwa mereka belum memiliki perangkat atau pengetahuan yang cukup untuk menerapkan sistem administrasi berbasis digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa

peningkatan kapasitas pengelola dalam penggunaan teknologi informasi perlu menjadi perhatian ke depan.

Pelayanan kepada Pengunjung

Pelayanan pengunjung di Curug Putri cenderung bersifat informal. Pengunjung disambut oleh pengelola yang bertugas menjaga area wisata dan memberikan arahan mengenai rute menuju lokasi air terjun. Walaupun sikap pengelola ramah dan membantu, tidak terdapat standar pelayanan baku seperti sistem tiket digital, peta kawasan, atau prosedur penanganan pengunjung.

Dari hasil wawancara, pengelola menyampaikan bahwa mereka berharap dapat meningkatkan kualitas layanan, namun terkendala oleh sumber daya manusia yang terbatas dan belum adanya pelatihan khusus mengenai manajemen pelayanan wisata. Kondisi ini menjadi catatan penting bahwa pelayanan wisata yang profesional tidak hanya bergantung pada fasilitas fisik, tetapi juga kompetensi SDM dalam memberikan pengalaman terbaik bagi pengunjung.

Observasi terhadap Promosi Wisata

Salah satu temuan utama selama magang adalah minimnya aktivitas promosi yang dilakukan oleh pengelola. Curug Putri lebih banyak dikenal melalui cerita dari mulut ke mulut atau unggahan pribadi pengunjung di media sosial. Tidak ada akun resmi yang dikelola secara konsisten, maupun materi visual yang menampilkan keunggulan destinasi.

Berdasarkan observasi, potensi visual Curug Putri sebenarnya cukup tinggi jika didukung dengan strategi promosi digital yang tepat. Penggunaan foto dan video yang menarik, pengenalan rute wisata, serta penyampaian informasi fasilitas dapat membantu memperluas jangkauan wisatawan. Namun, keterbatasan kemampuan dalam desain dan pengelolaan media sosial menjadi hambatan utama dalam upaya promosi.

Temuan Tantangan dan Peluang Pengembangan

Dari keseluruhan kegiatan magang, terdapat beberapa tantangan yang teridentifikasi:

- Kurangnya pemanfaatan teknologi untuk administrasi dan promosi
- Tidak adanya SOP pelayanan pengunjung yang baku
- Minimnya pelatihan bagi pengelola terkait manajemen destinasi wisata

Keterbatasan anggaran untuk pengelolaan fasilitas dan perbaikan infrastruktur

Namun, peluang pengembangan juga cukup besar, terutama karena:

- Curug Putri memiliki daya tarik alam yang kuat
- Wisata alam semakin diminati generasi muda
- Promosi digital sangat potensial untuk menarik pengunjung baru

Terbuka peluang kolaborasi dengan mahasiswa, komunitas wisata, dan pemerintah desa.

Pembahasan

Berdasarkan data yang dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan Curug Putri masih berada pada tahap dasar, dengan pola kerja yang lebih mengutamakan pemeliharaan alam daripada strategi pemasaran. Kondisi ini selaras dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa banyak destinasi wisata lokal menghadapi kendala dalam pengelolaan administrasi dan promosi (Suryani, 2020). Hasil magang memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa aspek manajemen dan promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung.

Selain itu, pengalaman magang memberikan gambaran bahwa keberhasilan sebuah destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam, tetapi juga bagaimana pengelola menyusun strategi pelayanan dan promosi yang tepat. Dengan semakin berkembangnya media digital, destinasi seperti Curug Putri memiliki peluang besar untuk dikenal luas apabila dikelola dengan pendekatan yang lebih profesional.

5. Kesimpulan

Kesimpulan

Kegiatan magang yang dilaksanakan di destinasi wisata Curug Putri memberikan gambaran langsung mengenai bagaimana pengelolaan wisata alam dilakukan oleh masyarakat setempat. Berdasarkan hasil observasi dan keterlibatan dalam aktivitas lapangan, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan di Curug Putri masih berjalan secara sederhana dan belum didukung oleh sistem administrasi yang terstruktur. Proses pencatatan pengunjung, pengelolaan dana operasional, hingga dokumentasi kegiatan masih dilakukan secara manual sehingga menyulitkan pengelola dalam memantau perkembangan wisata secara akurat.

Selain itu, pelayanan kepada pengunjung telah dilakukan dengan sikap ramah dan terbuka, namun belum memiliki standar prosedur yang baku. Hal ini menyebabkan pemberian informasi dan layanan tidak selalu konsisten. Pada aspek promosi, Curug Putri memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui media digital, tetapi pengelola belum memiliki strategi dan kemampuan teknis untuk memaksimalkan platform tersebut. Keterbatasan sumber daya manusia dan minimnya pelatihan menjadi kendala utama dalam meningkatkan profesionalitas pengelolaan.

Walaupun menghadapi beberapa tantangan, Curug Putri memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata yang lebih dikenal luas. Keindahan alam yang masih terjaga, tingginya minat masyarakat terhadap wisata berbasis alam, serta peluang kolaborasi dengan mahasiswa atau institusi pendidikan memberikan kesempatan bagi pengelola untuk memperbaiki sistem kerja dan meningkatkan kualitas pelayanan ke depan.

Saran

Berdasarkan temuan selama magang, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh pengelola Curug Putri untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan:

1. Penguatan Kapasitas Administrasi

Pengelola perlu mulai menerapkan sistem administrasi sederhana berbasis teknologi, seperti pencatatan pengunjung dan pemasukan menggunakan aplikasi spreadsheet atau aplikasi pengelolaan wisata. Langkah kecil ini dapat membantu meningkatkan akurasi data dan memudahkan proses evaluasi.

2. Penyusunan SOP Pelayanan Wisata

Untuk menjaga konsistensi pelayanan, penting bagi pengelola untuk menyusun standar operasional prosedur (SOP) mulai dari penerimaan pengunjung, pemberian informasi, hingga pengelolaan kebersihan dan keamanan area wisata. SOP ini dapat menjadi acuan kerja harian bagi seluruh petugas.

3. Optimalisasi Media Sosial untuk Promosi

Mengingat potensi visual Curug Putri yang kuat, pengelola disarankan membuat akun resmi di media sosial dan mengunggah foto atau video secara berkala. Bekerja sama dengan mahasiswa, komunitas, atau konten kreator dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan promosi.

4. Pelatihan Manajemen Wisata

Pengelola dapat menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi atau dinas terkait untuk mendapatkan pelatihan mengenai manajemen destinasi wisata, pengelolaan keuangan, dan teknik dasar pemasaran digital. Pelatihan ini penting untuk meningkatkan kualitas SDM dan profesionalisme layanan.

5. Peningkatan Infrastruktur Dasar

Perbaikan fasilitas pendukung seperti papan informasi, jalur pejalan kaki, atau area istirahat dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Meskipun membutuhkan biaya, pengelola dapat mengajukan kerja sama dengan pemerintah desa, swasta, atau program pemberdayaan masyarakat.

6. Kolaborasi dengan Pemerintah Desa dan Komunitas Wisata

Kerja sama dengan pihak eksternal dapat membuka peluang pendampingan, bantuan promosi, ataupun pengembangan program wisata. Kolaborasi ini juga dapat membantu memperluas jejaring komunikasi antara pengelola dan instansi terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S., & Prabowo, A. (2021). *Pengelolaan destinasi wisata berbasis masyarakat di Indonesia*. Jurnal Pariwisata Nusantara, 12(2), 101-114.
- Ardika, I. W. (2020). *Pembangunan pariwisata berkelanjutan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2019). *Perencanaan ekowisata: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Fandeli, C., & Mukhlison, M. (2020). *Pengantar wisata alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Fatimah, N., & Suwanto, E. (2022). Media sosial sebagai alat promosi wisata desa. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(1), 45-57. <https://doi.org/10.25123/jkd.v8i1.2345>
- Hakim, R. (2021). Peran media sosial dalam pengembangan wisata alam. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(3), 122-134.
- Kadir, A., & Wulandari, S. (2021). Strategi promosi digital dalam meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 5(2), 88-98.
- Mahmud, M. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Prakoso, Y. A., & Putri, H. S. (2022). Analisis pengelolaan destinasi wisata alam berbasis masyarakat. *Journal of Tourism Studies*, 3(1), 55-70.
- Putra, D. P., & Kurniawan, B. (2021). Tantangan pengembangan wisata alam pascapandemi. *Jurnal Ekowisata dan Lingkungan*, 9(2), 144-156.
- Ramadhan, T., & Lestari, D. (2023). Penguatan digital branding untuk destinasi wisata pedesaan. *Jurnal Media Teknologi*, 11(1), 67-76.
- Rizki, F., & Pratiwi, N. (2022). Pengelolaan administrasi pelayanan publik di tingkat daerah. *Jurnal Administrasi Publik Modern*, 4(2), 93-105.
- Sari, M. R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 10(1), 33-42.
- Sutanto, E. (2020). *Administrasi publik dan pelayanan masyarakat*. Jakarta: Rajawali Press.
- Triana, H., & Yofi, Y. (2021). Pengaruh lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(2), 113-124. <https://doi.org/10.32493/jism.v1i2.25615>
- Wijaya, G. (2023). Pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata berbasis potensi lokal. *Jurnal Pengabdian dan Pariwisata*, 2(1), 77-85.

Yuliani, T., & Mulyadi, A. (2021). Peran pemerintah desa dalam mendukung pengembangan wisata alam. *Jurnal Kebijakan Publik dan Desa*, 6(2), 109-118.