



Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Curug Bayan dalam Meningkatkan Perekonomian Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas

Anggi Galih Pratama[✉] Fahrudin Hanafi

Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Juni 2021
Disetujui Juli 2021
Dipublikasikan Agustus 2021

Keywords:
Development
Strategy, Tourism Economy

Abstrak

Desa Ketenger merupakan desa yang mempunyai tempat wisata berupa Curug Bayan yang merupakan lokasi yang akan menjadi obyek penelitian Potensi yang dimiliki obyek wisata Curug Bayan perlu ada pengembangan yang diimbangi dengan manajemen secara komprehensif. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui faktor internal dan eksternal dan strategi pengembangan Obyek Wisata Curug bayan, dan bagaimana kontribusinya dalam perekonomian desa. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah wisatawan dan masyarakat desa Ketenger khususnya yang melakukan aktivitas ekonomi di area Obyek Wisata Curug Bayan. Pengambilan sampel menggunakan teknik *proportionate random sampling* dan untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 15% sehingga berdasarkan perhitungan mendapatkan 42 responden untuk wisatawan dan 44 responden untuk masyarakat desa. Teknik pengambilan data berupa kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan dalam *Matrix Grand Strategy* terlihat hasil responden pengembangan berada di posisi kuadran 1 atau Strategi pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki. Kontribusi Obyek Wisata Curug bayan terhadap pemerintah desa sebesar 2% setiap tahunnya.

Abstract

With the existence of tourism, a country especially the local government of tourist attraction including managers and tourism economic activists will get income from tourism attraction. Desa Ketenger is famous for the natural beauty, there are nine waterfalls (curug) that never dry out even in the dry season. Desa Ketenger is a village that has a tourist spot namely Curug Bayan which is the location that will be the object of research. The potential of the Curug Bayan tourism attraction needs to be balanced with comprehensive management. This research aims to know the internal and external factors and development strategies of the Curug Bayan Tourism Attraction, and how they contribute to the village economy. This research is quantitative tend. The responder of this research are tourists and the people of Desa Ketenger, especially those who carry out economic activities in the area of Curug Bayan Tourism Attraction. The sampling used a proportionate random sampling technique and to determined the number of samples the researcher used the Slovin formula with an error rate of 15% so that based on the calculation, we get 42 respondents for tourists and 44 respondents for villagers. The data collection techniques were questionnaire, observation, and documentation. This research used a SWOT analysis and descriptive analysis. The results showed that in the Matrix Grand Strategy, development respondents were in quadrant 1 or growth strategy, that is to make optimal use of the strengths and opportunities they have. The contribution of the Curug Bayan Tourism Attraction to the village government is 2% annually.

© 2021 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:
Gedung C1 Lantai 2 FIS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: geografiunnes@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah industri yang menghasilkan berbagai jasa yang meliputi perusahaan-perusahaan seperti akomodasi (penginapan), angkutan wisata, biro perjalanan, restoran, dan hiburan. Berbagai sektor pariwisata dipenjuru Indonesia menyimpan banyak keindahan dan potensinya. Potensi wisata yang dimiliki tidak hanya dijadikan kekayaan alam semata, namun perlu adanya strategi pengembangan wisata dimasa yang akan datang dengan potensi yang menjanjikan. Memasuki era globalisasi peranan industri pariwisata harus didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional. Pengembangan industri pariwisata perlu mempersiapkan atau menyediakan prasarana (infrastruktur) dan sarana (suprastruktur) kepariwisataan (Susyanti, 2013). Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya (Pradikta, 2013). Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat.

Desa Ketenger salah satu desa wisata di kecamatan Baturraden, kabupaten Banyumas sebagai lokasi penelitian (BPS Kabupaten Banyumas, 2019). Desa Ketenger terkenal dengan keindahan alamnya yakni terdapat sembilan curug (air terjun) yang tidak pernah kering pada musim kemarau sekalipun. Desa Ketenger merupakan desa yang mempunyai tempat wisata berupa Curug Bayan yang merupakan lokasi yang akan menjadi obyek penelitian. Desa Ketenger terdiri dari tiga dusun antara lain dusun Karangpule, dusun Ketenger, dusun Kalipagu (Profil desa, 2019). Dusun Karangpule merupakan dusun yang terletak di dekat gapura masuk desa. Pusat administrasi dan kantor desa Ketenger terletak di dusun ini. Sejumlah warga dusun Karangpule menyediakan jasa homestay dengan tarif yang relatif murah. Dusun berikutnya adalah dusun Ketenger yang menjadi pusat desa wisata. Pada dusun ini terdapat kantor sekretariat *Ketenger Adventure*

yang mengelola paket wisata *Ketenger Adventure*. Wisatawan juga bisa menyewa sejumlah villa yang dekat dengan curug Bayan. Dusun terakhir adalah dusun Kalipagu yang terletak diatas dusun Ketenger. Pada dusun ini terdapat curug Gede, berbagai bangunan peninggalan sejarah yang masih terjaga keasliannya seperti DAM Jepang yang membendung kali Banjaran, saluran air peninggalan Belanda yang masih terawat dengan baik, dan situs petilasan yang dianggap keramat oleh warga setempat. Dusun Kalipagu sering dikunjungi rombongan mahasiswa yang mengadakan kegiatan kemping dan menjadi salah satu jalur pendakian menuju puncak Gunung Slamet.

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya (Pradikta, 2013). Berdasarkan hal tersebut, perlu mengetahui strategi pemerintah dan *Ketenger adventure* sebagai POKDARWIS desa Ketenger terkait pengembangan pariwisata Curug Bayan yang terletak di Desa Ketenger Kecamatan Baturraden. Strategi tersebut tidak hanya dilihat melalui kelayakan potensi wisata yang dimiliki, akan tetapi terhadap bagaimana penerapan manajemen atau mekanisme pengelolaan yang ada saat ini dalam upaya mempersiapkan Desa Ketenger sebagai kawasan wisata yang bertaraf nasional. Seluruh kebijakan pengembangan tersebut seyogyanya diimbangi dengan adanya upaya manajemen secara komprehensif, menyeluruh, dan terpadu serta merupakan konsensus bersama bagi semua komponen pembangunan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi obyek wisata curug bayan dalam meningkatkan aspek ekonomi desa Ketenger dan strategi pengembangan apa saja yang perlu dilakukan pengelola dalam pengembangan Obyek Wisata curug Bayan

METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. Populasi penelitian ini adalah wisatawan

berjumlah 3172 orang menurut perhitungan rata-rata perbulan tahun 2019 dan masyarakat desa yang terdiri dari 1007 KK (Profil Desa Ketenger, 2019). Pengambilan sampel menggunakan teknik *proportionate random sampling* dan untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 15% sehingga berdasarkan perhitungan mendapatkan 42 responden untuk wisatawan dan 44 responden untuk masyarakat desa (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan data berupa kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan SWOT. Validitas konstruk dapat diuji dengan menggunakan pendapat para ahli. Instrumen yang telah dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur berdasarkan teori akan dikonsultasikan dengan para ahli. Para ahli diminta pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun dan memberikan keputusan apakah instrumen tersebut dapat digunakan tanpa perbaikan atau rombak total (Sugiyono, 2016). Variabel dalam penelitian ini yaitu faktor internal dan eksternal Obyek Wisata Curug bayan, perencanaan strategi alternatif yang dapat dilakukan dalam pengembangan Obyek Wisata Curug Bayan, meningkatkan aspek perekonomian masyarakat desa Ketenger dan kontribusi terhadap pendapatan desa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini di laksanakan di Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan September 2020.

A. Analisis SWOT Kuantitatif Strategi Pengembangan Obyek Wisata Curug Bayan

Butir kuesioner tentang faktor internal dan eksternal Curug Bayan dengan 4 kriteria jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, dan tidak setuju. Kuesioner terdapat 7 soal *strenght* 5 soal *weakness*, 7 soal *opportunities* dan 5 soal *threats*.

Hasil evaluasi faktor internal dan eksternal dalam matriks SWOT berupa skoring dan pembobotan terhadap faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1 Faktor internal Curug Bayan

Internal	Bobot	Rating	Skor
S1	0,09	3,4	0,29
S2	0,09	3,3	0,28
S3	0,09	3,3	0,28
S4	0,09	3,3	0,28
S5	0,09	3,3	0,28
S6	0,09	3,3	0,28
S7	0,09	3,4	0,29
S8	0,09	3,3	0,28
Total	1		1,98
W1	0,09	1,9	0,16
W2	0,06	2,1	0,12
W3	0,06	2,1	0,12
W4	0,06	2,2	0,12
W5	0,06	2,1	0,13
Total	1		0,67

Sumber : Hasil Olah data 2020

Tabel 2 Faktor Eksternal Curug Bayan

Eksternal	Bobot	Rating	Skor
O1	0,12	3,1	0,36
O2	0,12	3,3	0,38
O3	0,12	3,2	0,37
O4	0,12	3,2	0,37
O5	0,08	3,1	0,24
O6	0,08	3,2	0,25
O7	0,12	3,2	0,37
Total	1		2,34
T1	0,12		0,24
T2	0,04		0,08
T3	0,08		0,17
T4	0,04		0,09
Total	1		0,58

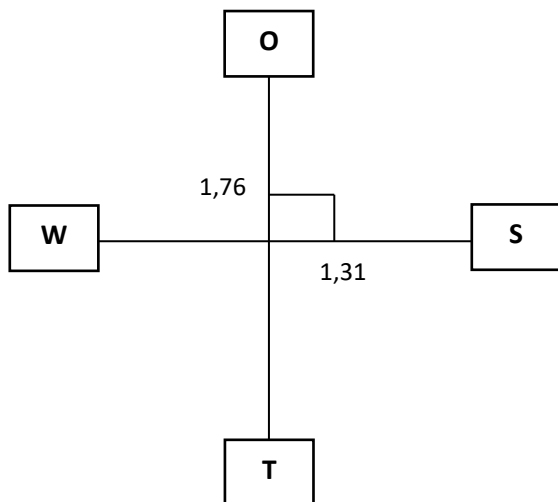
Sumber : Hasil Olah Data 2020

Pada tabel 1 dapat diketahui posisi obyek wisata Curug Bayan berada pada titik sumbu X dengan mengurangi antara total *strenght* dan total *weakness*. Faktor internal didapatkan indeks sebesar Kekuatan – Kelemahan: $1,98 - 0,67 = 1,31$.

Pada tabel 2 diketahui posisi Obyek Wisata Curug Bayan berada pada titik sumbu Y dengan mengurangi skor total *opportunities* dan *threath*. Total skor indeks faktor eksternal Peluang – Ancaman: $2,34 - 0,58 = 1,76$.

Total nilai skor untuk faktor internal dan eksternal menunjukkan ketika semakin nilainya mendekati *Weakness* atau *Threats*, maka semakin banyak kelemahan dibandingkan dengan kekuatannya. Sedangkan semakin nilainya

mendekati *Strenght* dan *Opportunities*, maka semakin banyak kekuatan dibanding kelemahannya (Rangkuti, 2006). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Obyek Wisata Curug Bayan yang berada pada sumbu “X” dan “Y” yang positif dengan angka mendekati *Strenght* dan *Opportunities*. Hal ini menunjukkan bahwa Obyek Wista Curug Bayan masih bisa menutupi kelimahan-kelemahan yang ada dengan kekuatan yang ditawarkan oleh lokasi obyek wisata.



Gambar 1 Posisi Obyek Wisata Curug Bayan dalam Kuadran Analisis SWOT

Berdasarkan pada gambar di atas dapat dilihat bahwa Curug Bayan berada pada Kuadran I (+,+): Strategi Progresif. Posisi ini menandakan sebuah institusi (objek kajian) yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi yang diberikan adalah Progresif (Growth Oriental Strategy), artinya institusi dalam kondisi prima sehingga sangat mungkin untuk terus menerus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan kemajuan secara maksimal (Rangkuti, 2006).

B. Analisis Deskriptif Pengembangan Ekonomi Masyarakat Desa Ketenger

Hasil perhitungan skala likert menjadi acuan rentang skor dan presentase pengaruh terhadap perekonomian dengan kategori rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Skor dan presentase pengaruh terhadap perekonomian dapat diperhatikan dalam tabel 3

Tabel 3 Rentang Faktor Pendorong Perubahan Aspek Perekonomian

No	Skor	%	Kategori
1	15-25	25-42	Rendah
2	26-36	45-62	Sedang
3	37-47	65-82	Tinggi
4	48-58	85-100	Sangat tinggi

Sumber : Perhitungan data 2020

Hasil evaluasi dan perhitungan dari hasil kuesioner yang diperoleh dari 44 sampel menghasilkan skor dan presentase yang dapat dilihat pada tabel 4.8 pada lampiran. Pada perhitungan analisis deskriptif presentase diperoleh dengan rumus berikut (Sugiyono,2016)

$$DP : \frac{n}{N} \times 100 =$$

$$\frac{1964}{60} \times 100 = 32,73 = 33$$

Dengan presentase rata-rata

$$= \frac{\text{jumlah skor responden}}{\text{jumlah responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{1964}{42} \times 100$$

$$= 46,76\%$$

Berdasarkan rekapitulasi kuesioner dampak aspek ekonomi masyarakat diperoleh hasil seperti pada tabel 3, hasil analisis deskriptif dampak ekonomi yang meliputi kemampuan untuk membuka peluang usaha dan meningkatkan kesempatan kerja dengan perhitungan dengan rumus diatas menghasilkan skor 33 dengan presentase rata-rata 47% maka dapat disimpulkan bahwa dampak ekonomi pariwisata Curug Bayan terhadap perekonomian masyarakat sekitar tergolong “sedang”. Dalam hal ini kategori “sedang” yang dimaksud adalah dalam dampak pengembangan pariwisata yang memberikan peluang usaha dan kesempatan kerja kepada masyarakat desa Ketenger sesuai dengan kuesioner yang diberikan.

C. Kontribusi Obyek Wisata Untuk Pendapatan Desa Ketenger

Dengan dikembangkan Obyek Wisata Curug Bayan, pengelola mengambil strategi untuk berkontribusi meningkatkan jumlah pendapatan desa. Dengan demikian, yang dimaksud dari pendapatan yaitu jumlah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan tiket masuk. Kontribusi Obyek Wisata Curug

Bayan untuk pendapatan desa dari tahun 2015 tidak tercatat karena baru dikenakan hanya biaya parkir, mulai berkontribusi untuk pendapatan desa pada awal tahun 2016 dan berlanjut hingga

pada tahun ini sebesar 2% (Pokdarwis, 2020). Untuk gambaran lebih jelas mengenai pendapatan retribusi Obyek wisata Curug bayan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4 kontribusi Curug Bayan terhadap pendapatan Desa

Tahun	Harga	Terjual	Pendapatan	Kontribusi (2%)
2016	3000	42.936	229.284.000	4.586.000
2017	4000	21.661	108.305.000	2.166.000
2018	5000	8915	35.660.000	713.000
2019	5000	6466	19.398.000	388.000

A. Arahan Pengembangan Wisata Curug Bayan

Posisi Obyek Wisata Curug bayan pada kuadran analisis SWOT berada pada kuadran I dengan strategi “progresif”. Artinya obyek wisata Curug bayan merupakan obyek wisata dalam kondisi kuat dan berpeluang sehingga sangat mungkin untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan kemajuan secara maksimal (Rangkuti, 2006). Obyek wisata Curug Bayan memiliki ancaman dan kelemahan dalam pengembangannya, namun melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki tidak menutup kemungkinan kelemahan dan ancaman itu akan

terselesaikan apabila kekuatan dan peluang yang ada dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pihak pengelola obyek wisata Curug Bayan. Berdasarkan pada analisis SWOT model kualitatif, dengan mengetahui faktor internal dan eksternal, maka dirumuskan strategi pengelolaan obyek wisata Curug bayan untuk pengembangan wisata alam. Selanjutnya matriks SWOT disusun untuk mengetahui strategi alternative kebijakan pengelolaan obyek wisata Curug Bayan. Rekomendasi strategi pengembangan obyek wisata Curug bayan sebagai obyek wisata alam adalah sebagai berikut.

	Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Faktor Eksternal		<ol style="list-style-type: none"> 1. pemandangan alam yang indah 2. pelayanan ramah 3. keramahan masyarakat sekitar 4. biaya masuk terjangkau 5. lokasi mudah dijangkau 6. air alam sangat jernih dan bersih 7. daya tarik diminati semua umur 8. tingkat kebersihan maksimal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kurang atraksi wisata 2. kurangnya toko souvenir 3. kurangnya warung makan khas daerah 4. fasilitas kurang memadai 5. pemasaran belum maksimal
Peluang (<i>Opportunity</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. sektor wisata yang semakin berkembang 2. menyerap tenaga kerja di daerah sekitar dan mengurangi pengangguran 3. melestarikan lingkungan alam 4. teknologi semakin berkembang 5. opini positif dari wisatawan 6. menjadi lokasi konservasi jenis flora 7. dapat menambah atraksi wisata 	Strategi S-O	Strategi W-O
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan daya tarik wisatawan dengan melestarikan lingkungan alam 2. Mengoptimalkan keramahan dalam pelayanan agar selalu mendapat opini positif 3. Meningkatkan kebersihan lingkungan supaya berkembang menjadi lokasi konservasi flora 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan pemasaran wisata dengan meningkatkan kualitas SDM pengelola dan masyarakat lokal 2. Menambah atraksi wisata supaya daya tarik wisatawan semakin diminati 3. Memperbaiki / menambah fasilitas pariwisata dengan mengembangkan teknologi yang ada
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan antar objek wisata 2. Terjadinya gangguan alam 3. Lokasi rawan longsor 4. Berkurangnya minat wisatawan 	Strategi S-T	Strategi W-T
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mematok biaya yang terjangkau agar menjadi daya tarik yang berbeda dengan obyek wisata lain 2. Membuka peluang kolaborasi dengan tenaga penanggulangan bencana. 3. Meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana penunjang agar tidak mengurangi minat wisatawan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan partisipasinya dalam pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengelolaan obyek wisata 2. Menambahkan atraksi wisata guna menarik minat wisatawan 3. Pemasaran wisata dengan pengenalan produk lokal obyek wisata Curug Bayan

Sumber: Olah Data peneliti, 2020

Rekomendasi yang diberikan adalah Progresif (*Growth Oriental Strategy*), artinya institusi dalam kondisi prima sehingga sangat mungkin untuk terus menerus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan kemajuan secara maksimal (Rangkuti, 2006).

Pada penelitian ini, peneliti memilih pengembangan menggunakan Strategi S-O (Strength and Opportunities) Strategi yang mengoptimalkan kekuatan (Strength) untuk memanfaatkan peluang (Opportunities). Strategi tersebut terdiri dari :

- Mengembangkan daya tarik wisatawan dengan melestarikan lingkungan alam
- Mengoptimalkan keramahan dalam pelayanan agar selalu mendapat opini positif
- Meningkatkan kebersihan lingkungan supaya berkembang menjadi lokasi konservasi flora

B. Mengembangkan Aspek Perekonomian Masyarakat Desa

Hasil rekap kuesioner dampak aspek ekonomi masyarakat tersebut, menyatakan bahwa keberadaan obyek wisata alam curug bayan dapat membuka peluang kerja dan meningkatkan perekonomian masyarakat dalam skala sedang yang berarti tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Peluang kerja yang terdapat pada Obyek Wisata Curug Bayan diantaranya meliputi pengelola wisata, pedagang, usaha makanan dan minuman, penginapan dan jasa yang berkaitan dengan pariwisata. Hal tersebut terjadi karena masyarakat mendapat tambahan penghasilan yang berasal dari aktivitas pariwisata. Hasil ini menunjukkan bahwa berkontribusinya Curug Bayan terhadap masyarakat desa sejalan dengan teori Pitana (2009) bahwa indikator pengembangan keberhasilan pariwisata berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar karena dapat membuka lapangan kerja, aktifnya partisipasi masyarakat dalam hal pengelolaan wisata dan menciptakan kebermanfaatannya dari sektor ekonomi pariwisata baik untuk masyarakat desa maupun pendapatan desa. Dari dampak tersebut, masyarakat juga harus memperhatikan *Economic sustainability*, yang dikemukakan oleh Mc Intyre (1993) yaitu memastikan bahwa pengembangan dilakukan secara efisien dari segi ekonomi dan

sumber daya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang

Dampak pada aspek ekonomi yang diantaranya mendapatkan peluang kerja dan peluang usaha merupakan kontribusi nyata berdirinya obyek wisata curug Bayan terhadap masyarakat. Ketersediaan lapangan pekerjaan yang ada di obyek wisata curug bayan antara lain: dibukanya penginapan oleh warga sejumlah 4 bangunan dengan 2 lantai di area Curug Bayan, adanya jasa-jasa pariwisata yang disediakan warga seperti contoh fotografi dan perdagangan kuliner. Jumlah pekerja yang ada di Curug Bayan antara lain pengelola wisata sebanyak 10 orang, pedagang sebanyak 20 orang, tukang parkir sebanyak 3 orang, jasa foto sebanyak 3 orang, penjaga ruang MCK sebanyak 2 orang, serta pedagang diluar tempat wisata yang cukup banyak.

Menurut hasil penelitian, pemasukan Obyek wisata Curug Bayan dari hasil penjualan tiket masuk dari tahun 2016-2019 selalu mengalami kenaikan. Kenaikan itu juga dialami baik harga tiket maupun kunjungan wisatawan. Dari hasil pendapatan ini, per tahunnya Obyek wisata Curug bayan memiliki kontribusi sebesar 2% terhadap pendapatan desa dengan jumlah pada tahun 2016 sebesar Rp. 388.000, tahun 2017 sebesar Rp. 713.000, tahun 2018 sebesar Rp. 2.166.000 dan pada tahun 2019 sebesar Rp. 4.586.000.

SIMPULAN

Curug Bayan berada pada Kuadran I Strategi Progresif. Posisi ini menandakan sebuah institusi (objek kajian) yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi yang diberikan adalah Progresif (*Growth Oriental Strategy*), artinya institusi dalam kondisi prima sehingga sangat mungkin untuk terus menerus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan kemajuan secara maksimal (Rangkuti, 2006). Pada penelitian ini, peneliti memilih pengembangan menggunakan Strategi S-O (Strength and Opportunities) Strategi yang mengoptimalkan kekuatan (Strength) untuk memanfaatkan peluang (Opportunities). Strategi tersebut terdiri dari :

- Mengembangkan daya tarik wisatawan dengan melestarikan lingkungan alam
- Mengoptimalkan keramahan dalam pelayanan agar selalu mendapat opini positif
- Meningkatkan kebersihan lingkungan supaya berkembang menjadi lokasi konservasi flora

Dampak ekonomi yang meliputi kemampuan untuk membuka peluang kerja, peluang usaha dan meningkatkan penghasilan dengan perhitungan dengan rumus diatas menghasilkan skor 33 dengan presentase rata-rata 47% maka dapat disimpulkan bahwa dampak ekonomi pariwisata Curug Bayan terhadap perekonomian masyarakat sekitar tergolong “sedang”. Dari hasil pendapatan setiap tahunnya Obyek Wisata Curug bayan selalu mengalami kenaikan, per tahunnya Obyek wisata Curug bayan memiliki kontribusi sebesar 2% terhadap pendapatan desa dengan jumlah pada tahun 2016 sebesar Rp. 388.000, tahun 2017 sebesar Rp. 713.000, tahun 2018 sebesar Rp. 2.166.000 dan pada tahun 2019 sebesar Rp. 4.586.000.

DAFTAR PUSTAKA

- Susyanti, D. W. (2013). *Potensi Desa melalui Pariwisata Pedesaan*. Ekonomi Dan Bisnis, 12(1), 33–36.
- Amalia, U. T., & Purwaningsih, E. (2016). Local Wisdom Tourism Development of Semarang With Tourism Cluster System As an Action for Sustainable Economics Development. *Proceedings of Education and Language International Conference*, 1(1), 871–879.
- Rahmat, C., Saptono, P., Sriyono. (2020). Kajian Pengembangan Fasilitas Pariwisata Berdasarkan Prinsip Pembangunan Berkelanjutan di Kawasan Candi Gedongsongo Kabupaten Semarang. *Sustainable Tourism Development*, 9, 14-21
- Pradikta, Angga. 2013. “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah”: *Development of tourism object*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Pitana, I ketut surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Santoso, Apik budi. 2011. *Geografi Pariwisata*. Semarang. Univesitas Negeri Semarang
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Indah, G., & Pati, K. 2013. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4), 246–256 .
- Pangaribuan, L & Arifien, M. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Bukit Cinta Kawasan Rawa Pening Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang. *Development of tourism object*, 7
- Zaenuri, muhammad. 2012. *Perencanaan strategis kepariwisataan daerah*. Yogyakarta: e-Gov Publishing
- Badan Pusat Statistik. *Kecamatan Baturraden Dalam Angka 2019*. Banyumas: BPS Kabupaten Banyumas
- McIntyre, G. 1993. *Sustainable Tourism Development, Guide for Local Planners*. World Tourism Organization
- Irhamna, Sani alim. "Dampak pengembangan pariwisata terhadap perekonomian masyarakat sekitar obyek wisata di Dieng kabupaten Wonosobo": Jurnal analisis ekonomi pembangunan Volume 6 (hal. 320-328). Semarang Universitas Negeri Semarang.
- Ketenger. 2019. *Buku Profil Desa Ketenger*. Banyumas: Pemdes Ketenger