

ABSTRAK

Judul: Analisis Pendapatan Wisata Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten Pada Tahun 2015.

Kebutuhan rekreasi masyarakat kota saat ini sangat meningkat. Hal tersebut membuat Perum Perhutani mulai melirik dan serius mengelola usaha pariwisata alam dalam rangka meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan serta kesejahteraan masyarakat hutan. Namun selama tahun 2015, pendapatan wisata Perhutani mengalami kenaikan dan penurunan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hasil produksi dari wisata yang dikelola Perhutani, hasil jual dari wisata tersebut, penyebab terjadinya penurunan pendapatan wisata, dan strategi Perum Perhutani dalam menstabilkan pendapatan wisata.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis data yang digunakan data kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Produk wisata sebagai salah satu objek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri dari tiga bagian. Yaitu Daya tarik yang dibuat Perum Perhutani dalam objek wisata yang dikelolanya harus berbeda dengan tempat objek wisata lain. Seperti pada wisata Puncak Bintang yang mana di sana dibuatkan *sign board* berbentuk bintang berukuran besar yang mampu menarik banyak wisatawan. Selanjutnya, fasilitas dan akses menuju objek wisata yang dikelola Perhutani tidak semuanya memadai. Hanya beberapa objek wisata saja yang memiliki fasilitas dan akses yang nyaman, Harga jual atau yang dikalangan wisata disebut Kartu Tanda Masuk (KTM) sangat mempengaruhi pendapatan wisata. Dalam menentukan harga KTM ini, dapat dilihat dari nilai pangsa pasar di setiap objek wisata. Penurunan pendapatan wisata terjadi karena harga KTM di beberapa objek wisata yang harus dikeluarkan wisatawan tidak sesuai dengan fasilitas yang disediakan di dalam objek wisata tersebut. Kurangnya pembenahan dan pengelolaan fasilitas-fasilitas yang terdapat pada objek wisata yang dikelola Perhutani membuat wisatawan menjadi jenuh dan bosan yang akhirnya mereka akan memilih mengunjungi objek wisata lainnya yang mempunyai fasilitas lebih nyaman yang mungkin wisata tersebut tidak dikelola oleh Perhutani. Selain itu, penyebab penurunan pendapatan wisata ini karena terjadi bencana alam pada objek wisata yang mana hal tersebut membuat takut para wisatawan untuk kembali mengunjungi objek wisata tersebut. Strategi Perhutani dalam meningkatkan pendapatan wisata diantaranya strategi pengembangan produk, yaitu meningkatkan daya tarik wisata, fasilitas, dan memperbaiki akses menuju objek wisata. Kedua, strategi promosi yaitu dengan mempromosikan melalui media cetak dan media social. Ketiga, strategi pemanfaatan ruang untuk pariwisata. Dalam hal ini kawasan yang diprioritaskan untuk dilakukan pengembangan oleh Perhutani yakni daerah Lembang. Keempat, strategi pengembangan sumber daya manusia yaitu dengan penyiapan tenaga-tenaga terampil di bidang perhotelan, restoran, dan biro perjalanan dan pemandu wisata. Kelima, strategi pengelolaan lingkungan yaitu peningkatan kesadaran lingkungan objek wisata dan daya tarik wisata dan juga pemantapan konversi kawasan-kawasan rentan bencana.

Kata kunci: Pendapatan, Pariwisata, Pendapatan Wisata