



**STRATEGI MANAJEMEN PENGUNJUNG UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH  
KUNJUNGAN DI TELAGA WARNA PUNCAK BOGOR JAWA BARAT**

Oleh

**Dela Safitri<sup>1</sup>, Liliana Dewi<sup>2</sup>**

**<sup>1,2</sup>Jurusan Pariwisata, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nasional**

**Jl. Sawo Manila No.61, RW.7, Pejaten Bar., Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12520, (021) 7806700 of Universitas Nasional**

**E-mail: [liliana.dewi@civitas.unas.ac.id](mailto:liliana.dewi@civitas.unas.ac.id)**

*Abstract*

*This research aims to analyze the management strategy at Telaga Warna Puncak, Bogor West Java to increase the number of tourist visits. In this research, Telaga Warna is one of the natural destinations in Puncak, Bogor. This destination has great potential to be developed but there are still several problems in increasing the number of visitors. This research uses qualitative descriptive data analysis techniques and uses qualitative data analysis tools in the form of Nvivo 12 software. The results of this study use the concept of AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), the strategy is focused on increasing promotion to attract potential tourists, attracting tourists' attention to visit the destination. This research is expected to provide information to destination managers to be more optimal in increasing the number of visits with visitor management strategies, **Keywords: Telaga Warna, Management Strategy, Tourism Destination, Increased Visitation, Tourism Nature***

**PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang-undang No.10 Tahun 2009). Pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari suatu tempat ke tempat lain untuk membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, tujuan rekreasi, dan mendapatkan hiburan yang diinginkannya (Mark Anthony Camilleri, 2018). Sektor pariwisata juga dapat mempromosikan destinasi di daerah-daerah di Indonesia karena, secara tidak langsung kegiatan pariwisata juga akan memperkenalkan budaya, ciri khas, dan keunikan destinasi yang bersangkutan (yamin et al 2021).

Manajemen Pengunjung merupakan bagian dari manajemen destinasi pariwisata yang mengatur pengelolaan pengunjung sehingga destinasi pariwisata mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan daya tarik sehingga

jumlah wisatawan terus meningkat dan hal itu kemudian memberikan dampak positif baik bagi wisatawan, komunitas lokal, pelaku usaha, pemerintah maupun lingkungan setempat seperti yang sudah diungkapkan Damanik dan Teguh (2013:23) dalam (Harianto, 2018). Manajemen pengunjung, sebenarnya bertujuan untuk menjamin daya dukung kawasan Tjiptojuwono, eko (2013) dalam (Harianto, 2018).

Strategi Manajemen Pengunjung sangat penting untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke sebuah destinasi. Salah satu destinasi wisata yang memerlukan strategi manajemen pengunjung adalah Telaga Warna. Telaga warna adalah salah satu destinasi wisata alam yang terletak di Puncak Bogor. Permasalahan yang terjadi di destinasi ini adalah penurunan jumlah kunjungan yang disebabkan oleh preferensi wisatawan. Faktor terjadinya penurunan kunjungan di destinasi ini berupa penurunan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, adanya pesaing baru yang



menawarkan produk atau layanan yang lebih menarik dan berkualitas, kurangnya promosi yang efektif, dan pengalaman buruk yang dialami pengunjung sebelumnya, seperti pelayanan yang buruk dan fasilitas yang tidak memadai.

Penelitian ini akan membahas tentang strategi manajemen pengunjung yang diterapkan di destinasi wisata Telaga Warna Puncak Bogor dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Manajemen pengunjung berguna untuk memahami preferensi pengunjung dalam pariwisata dan meningkatkan berbagai hal yang didalamnya berpotensi untuk meningkatkan kunjungan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui penerapan manajemen pengunjung di destinasi wisata alam di Telaga Warna Puncak. *Visitor management* didefinisikan sebagai pengelolaan pengunjung ke suatu objek wisata (baik alam maupun budaya) yang diarahkan pada upaya memaksimalkan kualitas lingkungan dan fisik objek wisata (Hall and McArthur, 1993) dalam (Priono, 2017)

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Eti Arini, 2021), yang berjudul “strategi peningkatan kunjungan wisatawan ke danau dendam tak sudah kota bengkulu” penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner kepada pengelola destinasi wisata telaga warna, masyarakat dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa destinasi ini memiliki peluang dan kekuatan yang sangat besar berupa potensi wisata yang sangat besar berupa potensi wisata yang sangat indah dan eksotis, terleyak di tengah kota namun minim sarana dan prasarana, fasilitas umum, promosi dan peranan manajemen kurang maksimal dalam penataan sehingga wisatawan yang datang masih sangat minim.

Berbeda dari penelitian sebelumnya, Penelitian ini bertujuan untuk mendalami strategi manajemen pengunjung di destinasi wisata telaga warna puncak bogor, jawa barat

dalam meningkatkan jumlah kunjungan. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi langkah yang harus diterapkan dalam meningkatkan kembali jumlah kunjungan ke destinasi telaga warna. Dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan perlu menerapkan konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Metode penelitian yang digunakan sama yaitu metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan alat bantu analisa data Nvivo 12. Lokasi penelitian sebelumnya di Kota Bengkulu, sedangkan penelitian ini Kota Bogor.

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan diatas maka jurnal ini akan menjawab tiga rumusan masalah yang pertama untuk menentukan apa strategi manajemen pengunjung di destinasi wisata telaga warna puncak, yang kedua untuk mengetahui mengapa strategi manajemen pengunjung diperlukan dan yang ketiga untuk mengetahui bagaimana manajemen pengunjung berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru terhadap strategi manajemen pengunjung untuk meningkatkan jumlah kunjungan di telaga warna puncak bogor, jawa barat dan memberikan kontribusi dalam pengembangan solusi yang lebih efektif terhadap permasalahan yang sama.

## LANDASAN TEORI

### 1. Manajemen Pengunjung

Manajemen pengunjung menjadi elemen inti dari manajemen destinasi yang berkelanjutan di tengah sektor pariwisata yang terus berkembang (Yihalem Kebete, 2019). Keterlibatan pemangku kepentingan pariwisata memiliki keterkaitan erat dalam mempertahankan pengembangan pariwisata berkelanjutan. menurut (Alubel Workie Eyassu, 2021), definisi manajemen pengunjung adalah alat praktis untuk mempromosikan pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui pengaturan aktivis pengunjung untuk



meminimalkan dampak negatif pada suatu destinasi.

Definisi lain dari manajemen menurut (A.N Candrea, 2015), pengunjung adalah tindakan administratif yang berorientasi pada pemeliharaan kualitas suatu daya tarik wisata. Pengelolaan pengunjung perlu dilakukan karena dari perspektif manajemen, dampak pengunjung sangat signifikan yang secara langsung mencerminkan keberhasilan manajemen dalam memenuhi dua tuntutan utama: perlindungan sumber daya dan penyediaan rekreasi yang menyenangkan (A.N Candrea, 2015).

Menurut (Liliana Dewi, 2023), Pendekatan manajemen pengunjung berkaitan erat dengan kepentingan perlindungan sumber daya yang menyangkut empat aspek, antara lain:

- 1) Destinasi pariwisata dan kawasan lindung
- 2) Manajemen pengunjung di kawasan lindung
- 3) Peran survei dampak pengunjung dalam manajemen pengunjung
- 4) Kinerja manajemen pengunjung

Dalam hal ini manajemen pengunjung diperlukan karena kegiatan pengunjung dapat berdampak negatif terhadap vegetasi, tanah, air, dan sumber daya pengunjung, menimbulkan kegaduhan dan konflik jika terlalu ramai, dapat mempengaruhi jenis dan tingkat keparahan dampak sumber daya pengunjung. Oleh karena itu, efektivitas pengurangan dan pembatasan pengunjung dengan strategi penyebaran dan mempermudah pemantauan pengunjung.

## 2. Destinasi Wisata Alam

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 19909 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, wisata alam adalah kawasan pelestarian alam yang dimanfaatkan terutama untuk wisata alam dan rekreasi. Fungsi melindungi sistem penyangga kehidupan sekitar ruang pendidikan alam dan pengembangan ilmu pengetahuan. Semua

penggemar sumber daya hayati di daerah ini harus dilakukan secara berkelanjutan.

Wisata alam merupakan bentuk kegiatan wisata alam yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan pengelolaan lingkungan, baik dalam kegiatan alam maupun setelah budidaya, wisata alam menggunakan pendekatan, Penekanan pendekatan ini adalah pada pelestarian lingkungan, tetapi memperhatikan kebutuhan pengunjung mengenai fasilitas dan kebutuhan dalam melakukan aktivitas wisata alam dapat berada di pantai, gunung, pemandangan, alam dan wisata bahari atau air (Utami, 2017) dalam (Kurniawan, 2023).

Menurut Darsoprajitno (2002) dalam (Kurniawan, 2023), wisata alam bentuk terpadu tata alam nonhayati dan hayati. Wisata alam mempunyai sumber daya yang dapat diperoleh langsung dari alam. Apalagi wisata alam mempunyai potensi dan daya tarik yang tinggi bagi wisatawan, dan kegiatannya terbukti dapat meningkatkan kecintaan terhadap alam baik pada saat melakukan aktivitas alam maupun setelah melakukan budidaya alam.

## 3. Peningkatan Kunjungan

Peningkatan kunjungan suatu destinasi wisata mengacu pada inisiatif dan strategi yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan yang tidak terlepas dari faktor keamanan dan kenyamanan (Firdaus Yuni Dharta, 2021) dalam (Kumala dkk., 2018; Salambue dkk., 2020). Wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain, Smith dalam (Dinda Bella Pramita, 2018).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang



yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna Sugiyono (2018 : 213).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman rinci mengenai faktor penyebab penurunan jumlah kunjungan wisatawan meliputi penurunan kualitas daya tarik seperti kondisi fisik, aksesibilitas, serta ketertarikan untuk datang kembali. Konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) berperan sebagai pedoman dalam kegiatan pariwisata, membangkitkan minat calon wisatawan dan membimbing mereka melalui berbagai tahapan dalam memutuskan berkunjung.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam dengan berbagai pihak terkait, termasuk pengelola, objek wisata, *staff* dan masyarakat lokal. Wawancara ini mengacu pada konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), yang memungkinkan peneliti memperoleh sudut pandang berbeda mengenai strategi manajemen pengunjung yang diterapkan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, survei kualitatif, serta studi literatur dari berbagai sumber, termasuk jurnal, buku ilmiah dan media massa (*website*). Teknik dan alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan survei, observasi, dan dokumentasi. Alat analisa data yang digunakan adalah perangkat lunak Nvivo 12 untuk memastikan akurasi data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Destinasi Wisata Telaga Warna Puncak Bogor, Jawa Barat

Destinasi wisata Telaga Warna adalah sebuah destinasi wisata alam yang terletak di Kawasan Puncak Bogor, Jawa Barat. Destinasi wisata ini berada di dalam perkebunan *The Estate THE CILIWUNG EST:1907* PTP VII Gunung Mas. Dilatarbelakangi persawahan dan perkampungan penduduk dengan gunung yang

menjulang tinggi menambah keindahan panorama alam yang sudah ada. Sebelum ditetapkan sebagai kawasan taman wisata pada tahun 1972, kawasan Telaga Warna Puncak Pass Cisarua - Bogor, merupakan bagian dari Kawasan Cagar Alam hutan Gunung Mega Mendung dan hutan Gunung Hambalang. Taman Wisata Alam (TWA) Telaga Warna mempunyai luas 5 Ha yang ditetapkan berdasarkan S. K Menteri Pertanian Tanggal 9 Juni 1981 No. 481/Kpts/UM/6/81.

Telaga Warna di Puncak menjadi destinasi wisata alam yang memukau dengan keindahan alamnya. Ciri yang paling menonjol adalah perubahan warna air, yang berubah dari waktu ke waktu tergantung pada pantulan sinar matahari dari permukaan air dan faktor alam lainnya. Telaga yang dikelilingi hutan tropis yang rimbun memberikan kesan mistis dan mempesona bagi pengunjung. Selain itu, suasana sejuk dan segar udara sekitar telaga semakin menambah daya tariknya sebagai tempat bersantai dan menikmati keindahan alam.

Strategi manajemen pengunjung sangat penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Telaga Warna, strategi manajemen pengunjung dapat disesuaikan dengan konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA). Melalui analisis menyeluruh terhadap konsep AIDA dapat mengarahkan wisatawan melalui perjalanan yang terstruktur dari ketertarikan awal hingga tindakan yang konkret, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan secara efektif.

Untuk meningkatkan jumlah kunjungan di Telaga Warna, telah diterapkan strategi manajemen pengunjung. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan menambahkan beberapa atraksi baru, di antaranya adalah playground untuk anak-anak dan perahu untuk berkeliling telaga. Selain itu, fasilitas pendukung seperti mushala dan tempat duduk yang strategis untuk menikmati keindahan pemandangan Telaga Warna juga telah



.....  
disediakan. Penerapan strategi ini terbukti efektif dalam menarik lebih banyak pengunjung. Pada saat *weekend*, jumlah pengunjung yang sebelumnya hanya mencapai 80 orang, kini meningkat menjadi 200 orang. Sedangkan pada saat *weekdays* jumlah pengunjung yang sebelumnya hanya sekitar 25 orang, kini bertambah menjadi 50 orang. Dengan kapasitas maksimum 250 pengunjung, peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan berhasil mengoptimalkan daya tarik Telaga Warna sebagai destinasi wisata.

Oleh karena itu, dengan menerapkan konsep AIDA secara efektif, pengelola dapat meningkatkan peluang untuk menarik pengunjung, membangkitkan minat dan keinginan wisatawan, serta mendorong wisatawan untuk melakukan tindakan yang diinginkan. Pendekatan ini membantu dalam menciptakan jalur yang terstruktur dan terfokus yang akan mengarahkan wisatawan dengan cara logis dan meyakinkan.

#### **Identifikasi konsep AIDA manajemen pengunjung di destinasi wisata Telaga Warna**

Konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang sudah diterapkan di destinasi wisata Telaga Warna Puncak, Bogor. Proses identifikasi sangat penting karena pengelola destinasi dapat mengenali wisatawan potensial, menarik perhatian wisatawan, membangkitkan minat wisatawan untuk berkunjung, dan mendorong tindakan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Berdasarkan hasil observasi, berikut hasil temuan peneliti :

##### **Attention (Perhatian)**

- 1) Promosi dan pemasaran
  - Pengelola Telaga Warna menggunakan berbagai media periklanan seperti media sosial (instagram) untuk menarik perhatian wisatawan.
  - Foto dan video menarik seputar keindahan alam Telaga Warna yang dibagikan di sosial media untuk menarik perhatian.

- 2) Papan nama dan penanda
  - Papan petunjuk di sekitar Puncak Bogor yang jelas, membantu menginformasikan lokasi Telaga Warna kepada wisatawan dan menarik perhatian calon pengunjung di kawasan tersebut

##### **Interest (Minat)**

- 1) Informasi yang menarik
  - Artikel, blog dan *review* pengunjung sebelumnya yang menggambarkan pengalaman dan keunikan Telaga Warna, meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke tempat ini
- 2) Keanekaragaman aktivitas
  - Menawarkan berbagai kegiatan seperti trekking dan fotografi alam untuk menarik wisatawan dengan selera berbeda.

##### **Desire (Keinginan)**

- 1) Testimoni positif
  - Ulasan dan testimoni pelanggan dari pengunjung yang cukup baik di platform seperti Trip Advisor, *Google Review*, dan di media sosial meningkatkan keinginan orang lain untuk mendapatkan pengalaman yang sama.
- 2) Fasilitas dan pelayanan
  - Pengelola Telaga Warna menyediakan fasilitas unggulan seperti tempat parkir, toilet yang bersih dan pemandu yang ramah untuk menarik calon pengunjung merasakan kenyamanan dan pelayanan.

##### **Action (Tindakan)**

- 1) Kemudahan reservasi
  - Sistem reservasi *online* dan informasi harga tiket yang jelas memudahkan pengunjung dalam merencanakan kunjungannya.
- 2) Akses Transportasi
  - Memberikan informasi lengkap mengenai jalur dan akses transportasi, termasuk petunjuk arah dan rekomendasi transportasi umum



maupun pribadi, akan membantu pengunjung dalam mengambil tindakan untuk mengunjungi Telaga Warna.

Dengan menerapkan konsep AIDA, Telaga Warna di Puncak Bogor akan mampu menarik lebih banyak wisatawan, memberikan pengalaman wisata yang tak terlupakan dan mendorong wisatawan untuk merekomendasikan tempat ini kepada orang lain.

Dibawah ini adalah hasil dari analisa data wawancara yang dilakukan di destinasi wisata Telaga Warna Puncak menggunakan perangkat lunak Nvivo 12. *Word clouds* frekuensi dan keterkaitan kata-kata yang paling umum, yang menunjukkan tema dan isu utama dalam percakapan orang yang diwawancarai.



**Gambar 1: Word Clouds Hasil Analisis  
Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024**

Berdasarkan hasil analisis data wawancara yang divisualisasikan dalam word cloud, beberapa tema utama muncul yang menunjukkan aspek penting dalam pengelolaan Telaga Warna Puncak. Fasilitas menjadi salah satu fokus utama dalam wawancara. Pengunjung dan narasumber menekankan pentingnya ketersediaan fasilitas yang memadai seperti toilet, tempat parkir, dan area makan. Fasilitas yang baik dianggap penting untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung.

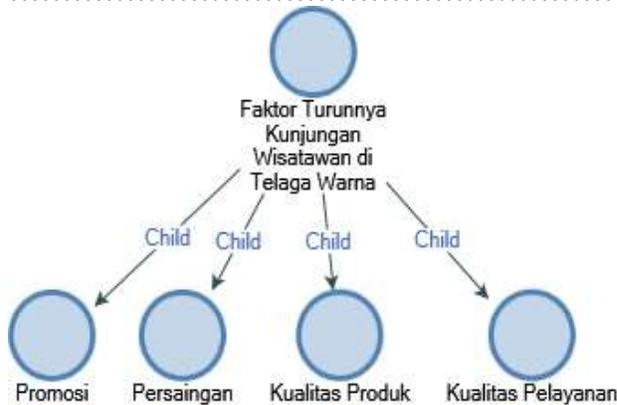
Pengelolaan dan pengaturan pengunjung di Telaga Warna Puncak juga menjadi aspek penting yang sering dibahas. Diskusi mencakup bagaimana destinasi ini dapat dikelola dengan lebih baik untuk mengatur arus pengunjung, menghindari kepadatan, dan memastikan pengalaman yang optimal bagi setiap pengunjung. Pengalaman

pengunjung merupakan prioritas utama, seperti yang terlihat dari frekuensi munculnya tema ini. Pembahasan berkisar pada cara meningkatkan kepuasan pengunjung melalui berbagai upaya, seperti peningkatan pelayanan dan penyediaan informasi yang akurat.

Kebersihan lingkungan dan praktik keberlanjutan juga menjadi perhatian utama dalam wawancara. Pengelolaan sampah, pemeliharaan kebersihan area wisata, dan pelestarian lingkungan alam sekitar Telaga Warna Puncak adalah hal-hal yang dianggap penting untuk menjaga daya tarik wisatawan dan kesehatan lingkungan. Staf yang bekerja di Telaga Warna Puncak juga menjadi topik yang signifikan. Narasumber menyoroti pentingnya pelatihan staf untuk memberikan pelayanan yang ramah, informatif, dan responsif terhadap kebutuhan pengunjung.

Keberagaman atraksi dan aktivitas yang ditawarkan di Telaga Warna Puncak juga menjadi topik pembahasan. Menambah atau memperbarui atraksi dianggap sebagai cara yang efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung dan menjaga minat mereka tetap tinggi. Secara keseluruhan, hasil analisis ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Telaga Warna Puncak, perhatian perlu diberikan pada peningkatan dan pengelolaan fasilitas, memastikan pengalaman pengunjung yang memuaskan, menjaga kebersihan dan keberlanjutan lingkungan, serta melatih staf untuk memberikan pelayanan yang optimal. Diversifikasi atraksi dan aktivitas juga penting untuk menarik minat lebih banyak wisatawan.

Gambar dibawah ini merupakan peta konsep analisis data menggunakan perangkat lunak Nvivo 12 yang menggambarkan terkait diagram faktor turunnya kunjungan wisatawan di Telaga Warna untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan ke destinasi tersebut



**Gambar 2: Project Map, Hasil Analisa Data**  
Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berikut adalah deskripsi penjelasan terkait diagram faktor turunnya kunjungan wisatawan di Telaga Warna berdasarkan analisis menggunakan NVivo:

Diagram tersebut mengidentifikasi beberapa faktor utama yang menyebabkan penurunan kunjungan wisatawan di Telaga Warna. Faktor-faktor ini dikategorikan ke dalam empat area utama: Promosi, Persaingan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan.

**Promosi**

Promosi yang kurang efektif atau tidak memadai dapat menjadi penyebab utama penurunan kunjungan wisatawan. Hal ini mencakup kurangnya kampanye pemasaran yang menarik dan inovatif, minimnya penggunaan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan destinasi, serta kurangnya kerjasama dengan agen perjalanan dan hotel. Promosi yang tidak sesuai dengan target pasar atau kurangnya informasi tentang daya tarik Telaga Warna juga dapat berkontribusi pada masalah ini.

**Persaingan**

Persaingan dengan destinasi wisata lain di sekitar kawasan Puncak atau daerah lain juga menjadi faktor yang signifikan. Jika destinasi wisata lain menawarkan atraksi yang lebih menarik, fasilitas yang lebih baik, atau pengalaman yang lebih memuaskan, wisatawan mungkin lebih memilih untuk mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, persaingan harga tiket masuk dan paket wisata juga

mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi.

**Kualitas Produk**

Kualitas produk yang ditawarkan oleh Telaga Warna, seperti atraksi wisata, fasilitas, dan kondisi lingkungan, dapat memengaruhi kepuasan pengunjung. Jika kualitas produk tidak memenuhi harapan wisatawan, mereka mungkin enggan untuk kembali atau merekomendasikan destinasi ini kepada orang lain. Kualitas produk yang rendah mencakup fasilitas yang kurang terawat, atraksi yang tidak menarik, dan kurangnya inovasi dalam menawarkan pengalaman baru kepada pengunjung.

**Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf dan pengelola Telaga Warna juga memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan wisatawan. Pelayanan yang buruk, seperti staf yang tidak ramah, kurangnya informasi dan bantuan kepada pengunjung, serta respon yang lambat terhadap keluhan, dapat merusak reputasi destinasi. Pelatihan staf dan peningkatan standar pelayanan sangat penting untuk memastikan wisatawan merasa dihargai dan puas dengan kunjungan mereka.

**Pendekatan Inovatif Dalam Manajemen Pengunjung Destinasi Telaga Warna**

Strategi manajemen pengunjung sangat penting untuk destinasi wisata Telaga Warna ini, karena mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup signifikan. Wisatawan yang berkunjung di destinasi ini pada tahun 2019 sebelum pandemi pada saat weekend mencapai 200-300 orang sedangkan weekdays sekitar 100 orang. Pada saat setelah pandemi pada pertengahan tahun 2023 jumlah pengunjung destinasi hanya mencapai 80 orang pada saat weekend dan maksimalnya 25 orang. Dengan *carrying capacity* (daya tampung) maksimal 250 orang. Oleh karena itu strategi yang dibutuhkan untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan di destinasi wisata Telaga Warna yaitu:

**1) Attention (Perhatian)**



- Meningkatkan promosi melalui media sosial, website, dan iklan untuk menarik perhatian calon pengunjung. Ini adalah bagian penting dari strategi pemasaran modern untuk menarik perhatian calon pengunjung. Media sosial menjadi salah satu alat pemasaran paling berpengaruh selama dekade terakhir. Dengan membuat konten yang menarik, relevan, dan berharga bagi pengikut media sosial, sehingga dapat membangun hubungan yang kuat dengan mereka dan mengembangkan jangkauan merek secara organik. Dengan memahami masing-masing karakteristik media sosial dan mengintegrasikannya kedalam strategi promosi yang terkoordinasi, dapat menciptakan kampanye promosi yang efektif untuk menarik perhatian calon pengunjung dan memperoleh hasil yang diinginkan.

- Menyelenggarakan acara khusus dan festival unik di sekitar Telaga Warna untuk menarik perhatian. Strategi yang menarik untuk meningkatkan daya tarik dan menarik perhatian pengunjung potensial. Salah satu jenis acara dapat diadakan adalah festival seni dan budaya, Seperti pameran seni lokal, pertunjukan tari tradisional, dan demonstrasi kerajinan tangan. Dengan memperkenalkan pengunjung pada seni dan budaya lokal, tidak hanya meningkatkan daya tarik Telaga Warna sebagai destinasi wisata, tetapi juga mendukung komunitas seniman dan pengrajin lokal.

## 2) *Interest (Minat)*

- Menawarkan paket wisata yang menarik dan beragam seperti tur alam, kegiatan petualangan, atau kuliner lokal. Ini merupakan salah satu strategi utama dalam mempromosikan destinasi wisata kepada calon pengunjung. Salah satu jenis paket wisata yang bisa ditawarkan adalah tur alam yang

menyelami keindahan alam sekitar destinasi Telaga Warna. Dengan menyediakan panduan yang berpengetahuan tentang flora dan fauna lokal, dapat memberikan pengunjung pengalaman yang mendalam tentang keanekaragaman alam di destinasi tersebut.

- Menggunakan konten visual yang menarik seperti foto dan video untuk menampilkan keindahan Telaga Warna dan aktivitas yang bisa dilakukan di kawasan tersebut. Visual memiliki kekuatan untuk menangkap imajinasi dan perhatian pengunjung potensial dengan cara yang tidak dapat dilakukan oleh kata-kata saja. Penting untuk memastikan bahwa konten visual yang digunakan mencerminkan destinasi wisatanya dengan konsisten dan menciptakan kesan yang positif tentang destinasi Telaga Warna. Dengan menyajikan keindahan Telaga Warna dan aktivitas yang menarik melalui konten visual, dapat menarik dan memikat pengunjung potensial untuk mengunjungi dan menjelajahi keajaiban alam tersebut secara langsung.

## 3) *Desire (Keinginan)*

- Mempromosikan testimonial atau ulasan positif dari pengunjung sebelumnya dan membangun kepercayaan dan keinginan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Ini merupakan salah satu strategi promosi yang sangat efektif untuk membangun kepercayaan dan keinginan calon pengunjung untuk mengunjungi destinasi wisata Telaga Warna. Mempromosikan testimonial dan ulasan positif juga melibatkan upaya untuk mengumpulkan umpan baik secara aktif. Bukti sosial ini akan menjadi pendorong yang kuat untuk menarik lebih banyak pengunjung dan



memperkuat citra positif destinasi wisata Telaga Warna.

- Menonjolkan keunikan Telaga Warna, antara lain keindahan alam, ekosistem yang beragam, dan kekayaan budaya lokal. Telaga warna mempunyai sejumlah daya tarik yang istimewa, termasuk keindahan alam yang memukau, ekosistem yang beragam, dan kekayaan budaya lokal. Keindahan alam Telaga Warna adalah salah satu daya tarik utama yang tidak boleh dilewatkan, karena telaga ini terkenal dengan warna airnya yang berubah-ubah, fenomena yang disebabkan oleh kandungan belerang dan mineral dalam air serta pantulan sinar matahari.

#### 4) Action (Tindakan)

- Tawarkan intensif, diskon, atau promosi untuk mendorong pengunjung untuk segera mengambil tindakan dan mengunjungi Telaga Warna. Intensif dan diskon dapat memberikan dorongan tambahan yang diperlukan bagi calon pengunjung untuk memutuskan perjalanan mereka, terutama ketika mereka berada dalam tahap mempertimbangkan berbagai destinasi. Salah satu intensif yang bisa ditawarkan adalah tiket masuk. Dengan menawarkan intensif, diskon atau promosi yang dirancang dengan baik, dapat membuat Telaga Warna menjadi pilihan yang lebih menarik bagi calon pengunjung. Strategi ini tidak hanya untuk menarik pengunjung baru tetapi juga dalam membangun hubungan jangka panjang dengan mereka, memastikan bahwa mereka tidak hanya datang sekali tetapi juga kembali di masa depan.

### Strategi manajemen pengunjung berdampak pada peningkatan kunjungan di destinasi wisata Telaga Warna

Strategi manajemen pengunjung yang efektif di Telaga Warna Puncak dapat

berdampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dengan berbagai cara. Mengelola pengalaman pengunjung dengan baik merupakan kunci utama. Telaga Warna Puncak dapat meningkatkan daya tariknya dengan menambah atau memperbaiki atraksi yang ada, seperti menyediakan area pengamatan yang lebih nyaman, jalur hiking yang terawat, serta fasilitas pendukung seperti tempat duduk dan area istirahat. Pengalaman yang memuaskan dan mempesona akan mendorong wisatawan untuk merekomendasikan tempat ini kepada orang lain dan kembali berkunjung.

Pemasaran dan promosi yang tepat juga memainkan peran penting. Menggunakan media sosial dan *platform digital* untuk mempromosikan keindahan Telaga Warna dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Konten visual seperti foto dan video yang menampilkan keindahan alam dan fenomena perubahan warna air akan menarik perhatian calon pengunjung. Selain itu, penawaran diskon khusus, paket wisata keluarga, dan promosi musiman dapat menjadi insentif tambahan bagi wisatawan untuk berkunjung.

Kemitraan dengan pihak lokal seperti hotel, restoran, dan agen perjalanan juga dapat meningkatkan kunjungan. Melalui kerja sama ini, Telaga Warna dapat menjadi bagian dari paket wisata yang lebih luas, menarik wisatawan yang mencari pengalaman liburan yang lengkap dan terorganisir. Selain itu, bekerja sama dengan sekolah dan institusi pendidikan untuk program kunjungan edukatif dapat menarik segmen pengunjung pelajar.

Pemanfaatan teknologi juga merupakan strategi penting. Mengembangkan aplikasi dan situs web interaktif yang menyediakan informasi lengkap, peta, dan opsi pembelian tiket *online* akan memudahkan pengunjung dalam merencanakan kunjungan mereka. Fitur tambahan seperti tur virtual atau *augmented reality* dapat menarik minat awal dan memberikan gambaran kepada calon



.....  
 pengunjung tentang apa yang akan mereka alami di Telaga Warna.

Pengumpulan dan analisis data pengunjung melalui survei dan umpan balik akan membantu dalam memahami preferensi dan kebutuhan mereka. Data ini dapat digunakan untuk terus meningkatkan fasilitas dan layanan, serta menyesuaikan program dan atraksi sesuai dengan keinginan pengunjung. Dengan mendengarkan dan merespons umpan balik pengunjung, Telaga Warna dapat memastikan bahwa mereka memberikan pengalaman yang memuaskan.

Pelayanan pelanggan yang unggul juga sangat penting. Melatih staf untuk memberikan pelayanan yang ramah dan membantu akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Fasilitas yang memadai dan aksesibilitas yang baik juga akan membuat pengunjung merasa lebih nyaman dan dihargai.

Diversifikasi konten dan atraksi, seperti menampilkan elemen budaya lokal atau tradisi unik, dapat menambah daya tarik Telaga Warna. Dengan menawarkan berbagai program dan atraksi yang sesuai untuk berbagai segmen pasar, tempat ini dapat menarik lebih banyak pengunjung dari berbagai latar belakang dan minat. Secara keseluruhan, strategi manajemen pengunjung yang efektif akan meningkatkan daya tarik Telaga Warna Puncak, memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian ini untuk mengidentifikasi strategi manajemen di destinasi wisata Telaga Warna puncak, Bogor Jawa Barat yang terjadi penurunan kunjungan akibat penurunan kualitas produk yang ditawarkan perlu untuk ditingkatkan demi kenyamanan wisatawan yang berkunjung. Serta peran promosi di sosial media yang sangat penting untuk dikembangkan supaya memiliki jangkauan yang lebih luas. Strategi selanjutnya

adalah menawarkan intensif, diskon tiket untuk masuk destinasi Telaga Warna dapat memberikan dorongan kepada calon pengunjung yang sedang mempertimbangkan destinasi. Dan strategi berikutnya peningkatan pelayanan terhadap pengalaman buruk yang dialami pengunjung serta fasilitas yang tidak memadai. Kesimpulan penelitian ini menyoroti pentingnya melakukan strategi manajemen pengunjung bagi destinasi terutama destinasi wisata alam yang mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan agar dapat kembali meningkatkan jumlah kunjungan ke destinasi tersebut. Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai strategi manajemen pengunjung yang efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan di Telaga Warna dan berkontribusi pada pengembangan solusi yang lebih baik untuk permasalahan serupa di destinasi wisata lainnya.

### **Saran**

Telaga Warna Puncak merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar. Namun destinasi ini mengalami permasalahan yang cukup serius dengan terjadinya penurunan jumlah kunjungan, Faktor utama penyebabnya adalah dengan menurunnya kualitas produk, adanya pesaing baru, kurangnya promosi, dan fasilitas yang tidak memadai.

Untuk mengatasi tantangan ini, strategi yang dapat dilakukan yaitu:

- 1) Dengan melakukan penambahan fasilitas dengan meningkatkan kualitas seperti: toilet, area parkir, mushala, tempat makan, tempat istirahat.
- 2) Dengan membangun atraksi tambahan seperti: Menyediakan Paddle Boat, camping ground, bird watching, trekking dan hiking, edukasi lingkungan.
- 3) Dengan meningkatkan promosi dan pemasaran melalui platform media sosial seperti (*instagram, tiktok, website*)



- 4) Saran untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah meneliti beberapa aspek lain yang masih berhubungan dengan strategi manajemen pengunjung seperti: melakukan studi mendalam tentang kapasitas daya dukung fisik di Telaga Warna untuk menentukan jumlah maksimum pengunjung yang dapat diterima tanpa merusak lingkungan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.N Candrea, A. I. (2015). Visitor Management A Tool For Sustainable Tourism Development In Protected Areas. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Vol. 2 (51)* , 135-136.
- [2] Alubel Workie Eyassu, G. M. (2021). Practices and challenges of visitor management implementation for sustainable tourism development in Fasil Ghebbi, Ethiopia . *Journal of Hospitality Management and Tourism Vol. 12(1)* , 1-8.
- [3] Dinda Bella Pramita, D. S. (2018). Pengaruh Manajemen Keselamatan Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Stp Ampta Yogyakarta* , 1-6.
- [4] Eka Rosyidah Aprilia, S. E. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 51 No. 2* , 1-6.
- [5] Eti Arini, B. A. (2021). Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Ke Danau Dendam Tak Sudah Kota Bengkulu. *BALANCE: Economic, Business, Management, and Accounting Journal Vol. XVII No. 1* , 20-28.
- [6] Firdaus Yuni Dharta, R. K. (2021). Penguatan Strategi Komunikasi Pada Pengelola Destinasi Wisata Di Kabupaten Karawang . *Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 135-144.
- [7] Harianto, J. P. (2018). Analisa Pengelolaan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Candi Borobudur. *Program Studi Destinasi Pariwisata FTI-UKSW* .
- [8] I Wayan Suteja, S. W. (2023). Penerapan Visitor Management Dalam Mengurangi Dampak Lingkungan Pada Daya Tarik Wisata Loang Baloq Kota Mataram. *Jurnal Ilmiah Hospitality* , 1-10.
- [9] Kurniawan, M. I. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Alam Pada Hutan Mangrove Pematang Pasir Kabupaten Lampung Selatan. 1-61.
- [10] Liga Suryadana, M. V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Alfabeta.
- [11] Liliana Dewi, M. L. (2023). *Manajemen Pengunjung Di Destinasi Wisata*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Unas-Universitas Nasional.
- [12] Mark Anthony Camilleri, P. (. (2018). *The Tourism Industry: An Overview*. Cham, Switzerland: Springer Nature.
- [13] Priono, Y. (2017). Pengeloaan Tinggalan Budaya Melalui Pendekatan "Visitor Management" (Studi kasus: kawasan wisata bukit batu tjilik riwut). *Jurnal Perspektif Arsitektur Volume 12 / No.2* , 295-312.
- [14] Yihalem Kebete, A. W. (2019). Visitor management and sustainable destination management nexus in Zegie Peninsula, Northern Ethiopia . *Journal of Destination Marketing & Management* , 83-98.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN