

RINGKASAN

Pariwisata merupakan sektor dalam manajemen sektor publik. Oleh karena itu produk wisata dan promosi wisata sebagai inti dalam pariwisata harus dikelola dengan baik. Manajemen pariwisata yang dilakukan oleh organisasi-organisasi pariwisata perlu ditata, diorganisasi dan dijalankan menurut konsep-konsep manajemen dan permasaran ilmiah modern dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata dapat tercapai.

Manajemen pariwisata menurut Salah Wahab (2003) meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, motivasi dan pengawasan. Manajemen pariwisata harus memperhatikan produk wisata dan promosi wisata pada suatu obyek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan manajemen pariwisata Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin di Kabupaten Banyumas.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini berada di Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin dengan sasaran penelitian yaitu Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas, pengelola Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin dan pengunjung. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Hasil penelitian secara umum menunjukkan bahwa perencanaan produk wisata dan promosi wisata dilakukan di bawah pengelolaan Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas. Secara pengorganisasian, Pengelola Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin hanya diberikan tugas operasional dalam mengurus obyek wisata. Sedangkan untuk promosi wisata masih sepenuhnya dikelola oleh dinas. Penggerakan produk wisata dan promosi wisata meliputi pengembangan dan pemeliharaan. Motivasi yang dilakukan terhadap karyawan dilakukan melalui pendekatan personal. Pengawasan yang dilakukan terhadap produk wisata dan promosi wisata di Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin dilakukan dengan pengamatan langsung, inspeksi teratur dan langsung melalui inspeksi mendadak, pelaporan lisan dan tulisan setiap hari senin, evaluasi pelaksanaan, serta diskusi dan koordinasi antara atasan dan bawahan dalam pelaksanaan suatu kegiatan.

Kesimpulan penelitian ini ialah perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, motivasi dan pengawasan terhadap produk wisata Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin sudah dilakukan dengan cukup baik meskipun terdapat beberapa komponen produk yang belum optimal dikelola. Fungsi manajemen terhadap promosi wisata Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin juga sudah cukup baik meskipun dalam pengelolaannya masih dilakukan secara bersama-sama dengan obyek wisata lain di bawah Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas.

Kata Kunci: **Manajemen Pariwisata, Produk Wisata, Promosi Wisata, Obyek Wisata Pemandian Air Mineral Kalibacin**

SUMMARY

Tourism is one of the industries which is new sector of public management. Therefore, the products and promotions as the essential parts of tourism should be managed well. Tourism management which is done by tourism organizations needs to be taken care of, organized, and run according to the concept of modern scientific management and marketing with the aim of developing the tourism growth. Kalibacin Mineral Bath is a tourism object that is managed under the Department of Youth, Sports, Culture and Tourism of Banyumas where the management has not been optimally done.

According to Salah Wahab (2003), tourism management consists of planning, organization, actuating, motivation, and controlling by paying attention to the tourism product and promotion which is applied to the Kalibacin Mineral Bath. This research aims to find out and describe the tourism management of the Kalibacin Mineral Bath in Banyumas.

The method of the research is qualitative. The location of the research is the Kalibacin Mineral Bath and the object is Department of Youth, Sport, Cutural and Tourism of Banyumas, the organizers of the Kalibacin Mineral Bath and the visitors. The technique for choosing the participants is purposive sampling and accidental sampling. The result of the research in general shows that the planning of tourism product and promotion is done under the supervision of Department of Youth, Sport, Cutural and Tourism of Banyumas. The organizers of the Kalibacin Mineral Bath are only assigned to do operational matters in taking care of the tourist destination. Meanwhile, the tourism promotion is fully handled by Department of Youth, Sport, Cutural and Tourism of Banyumas. The actuating of the tourism product and promotion which consists of development and sustenance is well enough. The employees' motivation is increased by personal approach. The controlling of tourism product and promotion in the Kalibacin Mineral Bath is done by control by observation, control by regular and sudden inspection, oral and written report every Monday and evaluation, and discussion among the managers and employees about an event using report and coordination.

The conclusion of this research indicates that planning, organizing, actuating, motivating and controlling of tourism product, Kalibacin Mineral Bath has done well enough although some components of tourism product that have not been optimally managed. The management function of tourism promotion of Kalibacin Mineral Bath is also quite good although the management is still done together with other tourism objects under the Department of Youth, Sports, Culture and Tourism of Banyumas.

Keywords: Tourism management, tourism product, tourism promotion, Kalibacin Mineral Bath