ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan obyek wisata Senjoyo, Desa Tegalwaton, Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang dengan cara mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesedian membayar pengunjung ke obyek wisata Senjoyo dan mengetahui besarnya nilai *Willingness to Pay* (WTP) dari pengunjung untuk datang ke obyek wisata Senjoyo. Penelitian ini menggunakan metode *mixed method* dimana dalam penelitian akan dilakukan penggabungan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung obyek wisata Senjoyo. Responden pada penelitian ini akan dibagi kedalam dua kategori yaitu responden yang bekerja/berpenghasilan dan responden pelajar/belum berpenghasilan. Hasil penelitian sebagai berikut: (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan responden yang bekerja/berpenghasilan untuk membayar dalam upaya pengembangan obyek wisata Senjoyo diantaranya adalah tingkat usia, domisili, fasilitas umum, keramahan petugas, kondisi lingkungan dan pencemaran lingkungan, sedangkan factor yang mempengaruhi responden pelajar/belum berpenghasilan untuk membayar dalam upaya pengembangan obyek wisata Senjoyo adalah frekuensi kunjungan dan keramahan petugas. (2) Nilai rata-rata WTP responden dalam upaya pengembangan obyek wisata Senjoyo adalah sebesar Rp. 20.000. (3) Strategi pengembangan obyek wisata Senjoyo dapat dilakukan dengan memperhatikan lima aspek yang diantaranya adalah aspek sarana dan prasarana, aspek promosi pariwisata, aspek tenaga kerja atau sumber daya manusia, aspek peluang dan tantangan serta aspek pengembangan obyek wisata. Aspek sarana dan prasara mensyaratkan untuk dilakukan perbaikan dan perawatan terhadap fasilitas yang ada, sehingga pengunjung merasa nyaman, seperti tempat parkir, fasilitas umum, akses jalan dll. Aspek promosi yang dilakukan pengelola saat ini belum maksimal, dimana tidak ada media social yang secara khusus yang dikelola oleh pengelola sebagai media promosi, sehingga perlu dilakukan pengelolaan media social secara serius dan aktif mengikuti dan mengadakan kegiatan yang dapat menunjang kemajuan Senjoyo. Aspeek tenaga kerja dapat diketahui bahwa kualitas sumber data manusia yang ada saat ini belum memenuhi standar sebagai pengelola tempat wisata sehingga perlu pembekalan dan pelatihan terhadap pengelola sehingga skilnya meningkat dan mampu mengembangkan Senjoyo dengan maksimal. Aspek peluang, kalo dilihat peluang Senjoyo untuk menjadi obyek wisata yang maju sangat besar, dimana lokasi Senjoyo yang strategis serta dukungan lingkungan sekitar yang besar, maka hal ini perlu direspon dengan baik oleh pengelola untuk memaksimalkan peluang yang ada untuk menjadi obyek wisata yang maju. Aspek selanjutnya adalah program pengembangan Senjoyo, dimana program yang disusun harus memperhatikan semua aspek yang ada, sehingga dalam penyusunan program pengembangan berorientasi pada kemajuan obyek wisata.

Kata Kunci: Senjoyo, Strategi Pengembangan Obyek Wisata, *Willingness To Pay*, Atlas.ti