

# Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot

*by* Hary Hermawan

---

**Submission date:** 14-Jan-2022 06:10PM (UTC+1100)

**Submission ID:** 1717226018

**File name:** Pada\_Tingkat\_Tapak\_Lahan\_Dengan\_Pendekatan\_Analisis\_SWOT\_1.pdf (190.82K)

**Word count:** 4833

**Character count:** 30658

## Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot

Hary Hermawan

STP ARS Internasional, haryhermawan8@gmail.com

### ABSTRAK

Kunjungan wisatawan ke Yogyakarta dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa masih terjadi ketimpangan kunjungan wisata antar kabupaten yang cukup mencolok karena kualitas destinasi wisata antar Kabupaten belum merata. Artikel ini mencoba untuk menggali konsep dalam pengembangan destinasi yang berbasis alam di Kawasan Puspo Ardi, dikaji dengan pendekatan SWOT. Hasil analisis merujuk pada strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang (WO). Aplikasi dalam pengembangan destinasi tingkat tapak lahan, meliputi : Penataan taman atau *landscaping*; Pembangunan sarana wisata dan aksesibilitas; Rekomendasi menggarap potensi daya tarik alam budaya serta potensi flora khas yang ada untuk dikemas menjadi daya tarik wisata yang indah, unik dan otentik dengan penataan taman atau *landscaping* sebagai kesan pertama dan icon wisata Puspo Ardi, Pengadaan fasilitas mulai yang paling dasar seperti tempat parkir, plang penunjuk, tempat duduk umum, gazebo, toilet, parkir dan seterusnya, dan pembangunan daya tarik yang ikonik, atau *instagramable* untuk memaksimalkan potensi pasar anak muda dengan trend selfie.

**Kata kunci:** Pengembangan destinasi, daya tarik wisata, tapak lahan, landscaping

### ABSTRACT

*Tourist visits to Yogyakarta from year to year experienced a fairly rapid growth. But it can not be denied that there is still an imbalance in tourist visits between districts is quite striking because the quality of tourist destinations between districts has not been evenly distributed. This article attempts to explore concepts in the development of natural-based destinations in the Puspo Ardi region, studied by the SWOT approach. The results of the analysis refer to the strategy of fixing weaknesses to take opportunities (WO). Applications in the development of land-level destination sites, including: Arrangement of parks or landscaping; Development of tourism facilities and accessibility; The construction of the Recommendations on the Group of natural charm and culture group flora typical tourist attraction to be included in a beautiful, unique and authentic with a garden or landscape configuration as the first impression and a tourist icon Puspo Ardi, the procurement of the start facilities the most basic such as parking, mark penunjuk, General seating, gazebo, toilets, parking and so on, and the development of icon attractions, or instagramable to maximize the Group's young market with trends selfie.*

**Keywords:** Destination development, tourism attraction, tread land, landscaping

### PENDAHULUAN

Kunjungan wisatawan ke Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Menurut rangkuman data statistik statistik kepariwisataan tahun 2015, jumlah wisatawan mancanegara yang menginap di Hotel Bintang Yogyakarta mengalami

kenaikan sebesar 16,06% dibanding tahun 2014 sebanyak 199.864 orang. Sedangkan jumlah wisatawan nusantara mengalami kenaikan sebesar 32,59% dibanding tahun 2014 sebanyak 1.194.148 orang. Pertumbuhan berdasarkan angka statistik diatas menggambarkan peluang yang sangat potensial bagi pengembangan usaha

1 destinasi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Bahkan pernah dikatakan bahwa potensi DIY menduduki peringkat kedua setelah Bali (Muallidin, 2007).

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika masing-masing Kabupaten/ Kota di Yogyakarta berlomba-lomba mengembangkan destinasi wisata baru, berharap mampu menarik kunjungan wisatawan sebanyak mungkin ke daerahnya. Akan tetapi, jika dikaji lebih jauh, angka kunjungan di atas ternyata belum dapat terserap secara merata pada setiap kabupaten dan kota di D.I.Yogyakarta.

Ketimpangan kunjungan wisata antar kabupaten di Yogyakarta masih terlihat cukup mencolok. Sebagai gambaran Kota Yogyakarta berhasil meraih kunjungan sebanyak 5.251.352 wisatawan, Kabupaten Sleman dengan kunjungan 4.223.958 wisatawan, sedangkan Kabupaten Kulonprogo hanya mampu menarik kunjungan wisatawan sebanyak 904.972 wisatawan (*Statistik Kepariwisata*, 2015). Padahal jika dilihat dari sumber daya alamnya Kabupaten Kulonprogo termasuk daerah cukup potensial bagi pengembangan kepariwisataan. Isu perpindahan bandara internasional dari Kota ke Kabupaten Kulonprogo merupakan magnet bisnis yang bagus bagi pengusaha bisnis pariwisata untuk berinvestasi (Prianggoro & Kumiawan, 2016).

Sayangnya potensi pengembangan pariwisata di Kulonprogo masih dihantui masalah klasik tentang kurangnya inovasi maupun konsep-konsep baru masih menjadi persoalan dalam pengembangan daya tarik destinasi. Otonomi daerah memberikan kewenangan kepada masing-masing kabupaten/ kota, namun disisi lain justru menimbulkan persaingan bauran produk yang belum terspesialisasi (Prihatno, 2010). Destinasi-destinasi wisata baru yang bermunculan cenderung monoton, konsep yang ditawarkan cenderung itu-itu saja. Sehingga, destinasi wisata yang banyak bermunculan cenderung kurang diminati. Akibatnya banyak destinasi wisata yang hanya sebentar tenar sesaat kemudian redup

kembali, akibat rendahnya kualitas daya tarik destinasi.

Padahal daya tarik wisata yang berkualitas merupakan faktor kunci yang sangat menentukan minat berkunjung wisatawan (Basiya & Rozak, 2012); (Sopyan & Widiyanto, 2015); dan (Nasution et al., 2009)..

Albarq (2014) mengatakan bahwa minat berkunjung wisatawan berarti sama dengan minat pembelian. Dalam dimensi pemasaran minat beli akan dipengaruhi oleh stimulus-stimulus serta perasaan positif terhadap suatu produk atau biasa disebut persepsi positif (Susanto & Kotler, 2000). Sedangkan dalam pariwisata stimulus yang membentuk daya tarik wisata meliputi: keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai (*value destinasi*) (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, 2009).

Puspo Ardi merupakan salah satu puncak di dalam kawasan pegunungan menoreh Kulon Progo yang sedang diinisiasi oleh masyarakat lokal setempat untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata. Akan tetapi, wacana tersebut sampai saat ini belum menemukan desain serta konsep pengembangan yang jelas. Padahal telah menjadi pemahaman umum bahwa kunci sukses dari pengembangan destinasi wisata ditentukan dari konsep dan perencanaan daya tarik destinasi yang matang.

Oleh karena itu, kajian-kajian serta dimulai dari level tapak lahan serta konsep perencanaannya merupakan hal penting sebelum dilakukan pembangunan.

Berdasarkan permasalahan diatas, artikel ini mencoba untuk menggali perumusan ide, atau konsep dalam pengembangan destinasi yang berbasis pada kawasan alam perbukitan "Puspo Ardi" di Dusun Talunombo, Desa Sidomulya, Kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dikaji dengan pendekatan Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) atau lebih dikenal dengan analisis SWOT.

## KAJIAN PUSTAKA

### Destinasi Wisata

Pitana (2009), destinasi adalah tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan (misalnya daerah transit). Menurut Penggolongan destinasi menurut Kusudianto dalam Pitana & Diarta (2009) adalah seperti berikut : 1. Destinasi sumber daya alam seperti iklim, pantai, hutan; 2. Destinasi sumber daya budaya seperti tempat bersejarah, museum, teater, dan masyarakat lokal; 3. Fasilitas rekreasi seperti taman hiburan. 4. *Event* seperti Pesta Kesenian Bali, Pesta Danau Toba, pasar malam dan sebagainya.

Ditinjau dari aspek fisik, Puspo Ardi termasuk destinasi wisata berwujud sumber daya alam dengan potensi budaya situs Damarwulan.

Disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 10 tentang Kepariwisata bahwa unsur produk wisata atau destinasi setidaknya ada 3 yaitu : Attraksi/ daya tarik wisata, *Ammenities* dan *Akseblities* biasa disingkat 3 A pariwisata. Pengembangan destinasi wisata pada tingkatan tapak lahan setidaknya memperhitungkan 3 poin kunci tersebut.

### Daya Tarik Wisata (*Attractions*)

Menurut Pendit (2002), daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Daya tarik wisata disebutkan secara lebih spesifik menjadi tiga jenis, yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, maupun daya tarik wisata buatan (Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata).

Daya tarik wisata alam merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian serta nilai berupa keanekaragaman alam hasil ciptaan Tuhan YME. Sedangkan daya tarik wisata budaya adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian serta nilai berupa keanekaragaman hasil budaya manusia (Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata).

Daya tarik alam dapat berwujud pegunungan, pantai, hutan, sungai dan sebagainya. Sedangkan daya tarik budaya dapat berupa ide-ide, gagasan, nilai, atau norma, pola aktifitas atau pola tindakan manusia dalam masyarakat, maupun benda-benda hasil karya manusia (Koenjaraningrat, 2005).

Daya tarik wisata dalam penelitian terdahulu telah terbukti menjadi salah satu faktor utama yang wajib diperhitungkan dalam perencanaan destinasi wisata, karena akan sangat menentukan tingkat kepuasan wisatawan (Naidoo, Ramseook-Munhurrin, & Seegoolam, 2011).

### Sarana Wisata (*Ammenities*)

Baud Bovy & Lawson (1998) dalam bukunya "*Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design*" mengatakan bahwa amenitas merupakan semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhannya selama tinggal atau berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, contohnya hotel, motel, restaurant, bar, discotheques, kafe, shopping center, souvenir shop. Perusahaan-perusahaan inilah yang memberi pelayanan bila mereka datang berkunjung pada suatu destinasi wisata.

Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisata perlu disediakan fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata, maupun pada saat wisatawan kembali ke tempat semula (Suryadana, 2015).

### Akseibilitas

Aksesibilitas yang baik akan menentukan mudah atau tidaknya lokasi untuk dijangkau. Selain itu Jaringan jalan juga merupakan salah satu yang berpengaruh terhadap kelancaran pelayanan umum yang sangat penting (Sumarabawa, 2013).

Akseibilitas sangat penting dalam pengembangan destinasi wisata karena menjamin keterjangkauan, serta efektifitas dan efisiensi bagi kunjungan wisatawan.

### Tapak Lahan

Tapak adalah lahan dengan luas tertentu yang dialokasikan untuk pembangunan suatu fasilitas bagi kegiatan manusia,

termasuk salah satunya kegiatan pariwisata. Lokasi tapak dapat dilihat dari sisi geografis dan dari sisi guna lahan. Oleh karena itu lokasi merupakan salah satu aspek yang menentukan karakter tapak (Rustiadi, 2009).

Permasalahan tapak lahan pada arsitektur perencanaan destinasi alam salah satunya ada pada pemilihan vegetasi atau tanaman, yang disesuaikan dengan fungsi. Sehingga keberadaan vegetasi mampu menjadi indikator kondisi tapak yang dinamis. Pemilihan vegetasi disesuaikan fungsi (Kurniawan, 2010). Vegetasi untuk taman pada destinasi pariwisata tentu dipertimbangkan juga mengenai masalah estetika dan daya tariknya untuk menimbulkan kesan positif bagi wisatawan.

#### METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT dipilih untuk menggali data serta merumuskan konsep pengembangan destinasi yang berbasis pada kawasan perbukitan "Puspo Ardi" di Dusun Talunombo.

Selain itu pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran diskriptif yang lebih luas mengenai fenomena yang diamatai (Moleong, 1995). Karena, pendekatan kualitatif dipandang mampu menggali pemaknaan terhadap fenomena secara lebih mendalam (Creswell, 1994). Fenomena yang dimaksud mengenai potensi kawasan perbukitan di Dusun Talunombo yang bernama "Puspo Ardhi." Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi langsung terhadap kawasan untuk memperoleh data diskriptif. Didukung dengan data dari narasumber (*key person*) untuk memberikan penilaian terhadap variabel-variabel pada objek teramati (*judgment value*). Adapun pihak-pihak yang menjadi *key person* dalam penentuan nilai *judgment* adalah 1) Kepala Desa Sido Mulyo; 2) Dhimas Setyo Nugroho (akademisi pariwisata); 3) Ivas (praktisi pariwisata).

Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dengan melihat faktor-faktor yang menjadi kekuatan objek (*strengs*), kelemahan objek (*weakness*),

peluang pengembangan (*opportunities*), serta kemungkinan faktor-faktor luar yang menjadi ancaman (*treaths*) (Rangkuti, 2011).

Kemudian dirumuskan strategi serta kemungkinan konsep baru dalam pengembangan objek untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata.

#### Pendekatan Perencanaan Strategik

Perencanaan strategis muncul dan diminati berkaitan dengan semakin terbatasnya sumber daya internal organisasi dan banyaknya tantangan eksternal yang dipengaruhi kinerja dan peran organisasi (Baiquni, 2004).

Suatu perencanaan yang strategis mengandung unsur efektif dan efisien dalam menggali sumber daya. Perencanaan strategis dalam hubungannya dengan pengembangan kawasan dibutuhkan literatur yang aktual dan relevan dengan kondisi dan konsep perencanaan kawasan (Hunger & Wheelen, 2001).

Manajemen strategis mengamati lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan ancaman serta mengamati lingkungan internal melihat kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor lingkungan itu disebut dengan SWOT yaitu *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (Hunger & Wheelen, 2001).

#### PEMBAHASAN

##### Gambaran Umum Pucak Puspo Ardi dan Masyarakat Dusun Talunombo

Puncak Puspo Ardi terletak di Dusun Talunombo/ Desa Sidomulyo, Kecamatan Pengasih, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Puspo Ardi terletak di dataran tinggi pegunungan menoreh memiliki bentang alam yang unik. Puspo Ardi diapit beberapa barisan pegunungan menawarkan potensi pemandangan alam yang unik serta bentangan pegunungan lain yang mengelilingi puncak tertinggi (Puspa Ardhi) menghadirkan resonansi suara-suara air suangai yang lembut, unik jika didengar. Kawasan ini memiliki iklim tropis pegunungan dengan suhu siang hari sekitar 25°C dan cenderung kering.

Batuan yang ada di desa Sido mulyo juga cukup unik yang sering dinamai dengan watu gembel (kemungkinan adalah campuran brangkal batuan andesit dan endapan yang menjadi satu bongkahan-bongkahan batuan yang besar). Sedangkan tanah pada kawasan ini adalah tanah liat berwarna merah.

Flora dan fauna yang berkembang di kawasan ini adalah flora dan fauna khas pegunungan yang mampu beradaptasi di iklim kering. Flora khas yang biasa ditanam di dataran tinggi maupun tanaman liar yang mampu beradaptasi, antara lain: 1. Tanaman buah seperti : sirsak, pisang, kakao, duwet; 2. Tanaman umbi-umbian salah satunya ketela/singkong; 3. Tanaman obat : jahe, laos, serai, dan lainnya; 4. Tanaman hias seperti : Anggrak tanah, Bunga bangkai *amorphophallus paeniifolius* (suweg); 5. Tanaman kayu seperti : akasia dan mahoni merupakan tanaman terbanyak di kawasan ini.

Ditinjau berdasarkan aspek demografi, 90% warga Desa Sidomulyo bekerja sebagai petani. Potensi budaya yang ada berupa cerita rakyat Damarwulan (Tokoh pada masa Kerajaan Majapahit), beserta petilasanya. Selain itu, Desa Sidomulyo memiliki berbagai kesenian tradisional seperti ketoprak, tari tradisional, orkes dangdut, perjanjen (sholawat) dan lainnya.

Pengembangan destinasi wisata Puspa Ardhi sebelumnya telah diinisiasi masyarakat, berupa pembangunan sarana prasarana seperti pembebanan jalan setapak, pendapa, tempat parkir, toilet dan seterusnya. Pada tahun 2012 Pemkab Kulonprogo juga telah meresmikan Dusun Talunombo di Desa Sidomulyo sebagai destinasi wisata (Kepala Desa Sidomulyo, 2016).

Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi di lapangan terlihat bahwa kawasan ini masih memiliki beberapa kelemahan sebagai sebuah destinasi wisata, antara lain: 1. Kawasan masih belum tertata rapi, bahkan taman sebagai *first impresion* belum ada; 2. Belum tersedia Sarana Wisata: gazebo-gazebo dan tempat duduk di titik-titik yang dapat digunakan wisatawan untuk

beristirahat, dan menikmati pemandangan dengan nyaman dan aman; 3. Belum tersedia plang-plang penunjuk seperti tanda larangan, maupun plang informasi yang mampu membuat destinasi wisata menjadi hidup 4. Belum tersedia sarana air bersih dengan kapasitas yang mencukupi; 5. Akseibilitas/ jalur menuju lokasi yang sempit, sehingga rawan untuk mobil yang berpapasan; 6. Belum tersedia pusat cinderamata dan oleh-oleh yang dapat menjadi ciri khas Desa Sidomulyo.

Peluang pengembangan destinasi wisata Puspo Ardhi masih sangat terbuka lebar mengingat perkembangan ekonomi, sosial-budaya, teknologi, serta permintaan produk pariwisata itu sendiri yang sangat baik. Peluang ditinjau dari sudut pandang teknologi, saat ini adalah mulai tumbuhnya masarakat online, pengguna internet, atau yang lebih dikenal sebagai netizen di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu Negara dengan pertumbuhan pengguna internet paling besar di Asia (Kertajaya, 2013). Fonomena penggunaan sosial media sebagai media sharing foto-foto berwisata sesama pengguna media sosial terutama melalui Instagram, dipandang penulis sebagai media promosi yang paling efektif dan efisien untuk saat ini. Ditinjau dari sudut pandang sosial menunjukkan kecenderungan bahwa semakin banyak masyarakat yang mulai menyadari bahwa pariwisata merupakan kebutuhan yang cukup penting bagi kehidupannya. Petumbuhan ekonomi diduga menjadi faktor yang mendorong masyarakat untuk berwisata. Data statistik membuktikan bahwa pertumbuhan permintaan produk wisata di Kbpupaten Kulonprogo dari tahun ke tahun semakin meningkat;



Gambar 1: Pertumbuhan wisatawan ke Kulonprogo

Sumber: (Statistik Kepariwisata, 2015)

Motivasi berwisata untuk bersenang-senang, atau sekedar berfoto selfi menjadi hal umum dikalangan masyarakat saat ini, terutama kalangan muda.

Prospek perkembangan pariwisata di Kulonprogo dimasa yang akan datang diprediksi akan semakin meningkat dengan dibangunnya Bandara Internasional Kulon Progo, tentu akses menuju destinasi dengan moda transportasi udara akan semakin mudah.

#### Analisis Internal-Eksternal

Data diperoleh dengan metode observasi/pengamatan, kemudian ditentukan skor kinerja objek dengan cara penilaian (*judgement*) dari para narasumber sesuai bidang keahliannya. Skala penilaian untuk

faktor positif (kekuatan dan peluang) sebagai berikut : 1 untuk nilai sangat lemah, 2 untuk nilai lemah, 3 untuk nilai kuat dan 4 untuk nilai sangat kuat. Sedangkan untuk menilai faktor negatif (kelemahan dan ancaman) digunakan skala dengan pola sebagai berikut : 1 untuk nilai sangat kuat), 2 untuk nilai kuat, 3 untuk nilai lemah, dan 4 untuk nilai sangat lemah.

Nilai bobot ditentukan tergantung seberapa penting faktor tersebut, sesuai hasil kajian teori-teori kepariwisataan. Jumlah keseluruhan nilai bobot maksimal adalah satu (1). Untuk mempermudah pemberian nilai skor dan bobot digunakan bagan *internal faktor strategi (IFAS)* dan *eksternal faktor strategi (EFAS)* sebagai berikut :

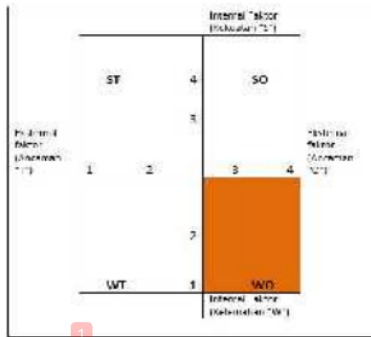
Tabel 1: Analisis *Internal Faktor (IFAS)*

| No   | Internal Faktor (IFAS)  | Skor | Bobot    | Jumlah     |
|--|---|------|----------|------------|
| <b>Kekuatan</b>  |   |      |          |            |
| 1  | Kekayaan alam yang beraneka ragam dan serta memiliki kunikan                | 4    | 0.2      | 0.8        |
| 2  | Keindahan pemandangan alam  | 3    | 0.2      | 0.6        |
| 3  | Kenaka ragam potensi flora yang dimiliki                                    | 3    | 0.1      | 0.3        |
| <b>Kelemahan</b>   |   |      |          |            |
| Kurangnya fasilitas : Plang petunjuk, parkir, toilet, tempat duduk yang nyaman dst |   |      |          |            |
| 1  | Penataan kawasan/ fisik objek belum maksimal sebagai <i>first Impresion</i> | 2    | 0.05     | 0.1        |
| 2  | Akseibilitas seperti jalan dan moda transportasi sangat minim               | 1    | 0.1      | 0.1        |
| 3  | Belum ada cinderamata khas sebagai unsur memorabiliti                       | 2    | 0.05     | 0.1        |
| 4  | Belum terlihat adanya upaya promosi   | 1    | 0.05     | 0.05       |
| 5  | Pengemasan daya tarik masih minim oleh pengelola                            | 1    | 0.1      | 0.1        |
| 6  | Air bersih dan akses sinyal telepon/ internet sangat minim                  | 2    | 0.1      | 0.2        |
| 7  |   |      |          |            |
| <b>Total</b>   |   |      | <b>1</b> | <b>2.4</b> |

Tabel 2: Analisis *Eksternal Faktor (EFAS)*

| No             | Eksternal Faktor (EFAS)                                     | Skor | Bobot    | Jumlah     |
|----------------|---|------|----------|------------|
| <b>Peluang</b> |   |      |          |            |
| 1              | Pertumbuhan teknologi komunikasi dan pengguna internet      | 4    | 0.2      | 0.8        |
| 2              | Meningkatnya wisatawan muda dengan ternd selfi              | 4    | 0.1      | 0.4        |
| 3              | Pertumbuhan kunjungan wisata di Yogyakarta                  | 2    | 0.05     | 0.1        |
| 4              | Pembangunan bandara internasional di Kabupaten Kulonprogo   | 3    | 0.15     | 0.45       |
| <b>Ancaman</b> |   |      |          |            |
| 1              | Keterjangkauan lokasi rendah dibanding destinasi lain       | 3    | 0.2      | 0.6        |
| 2              | Destinasi wisata lain di daerah sekitar banyak (persaingan) | 1    | 0.3      | 0.3        |
| <b>Total</b>   |   |      | <b>1</b> | <b>2.7</b> |

Dari kedua bagan diatas diketahui bahwa nilai *internal faktor strategi* sebesar 2,4 atau dibulatkan satu digit menjadi 2 (lemah). Sedangkan nilai *eksternalnya faktor strategi* adalah 2,7 atau dibulatkan satu digit menjadi 3 (kuat). Kemudian untuk merumuskan strategi pengembangan penulis menggunakan diagram bantu berikut :



Gambar 2: Diagram SWOT

Karena nilai IFAS sebesar 2 sedangkan nilai EFAS 3 maka dengan alat bantu diagram diatas dipilihlah strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang atau *weakness to opportunity (WO)*.

Adapun strategi perbaikan kelemahan yang dapat diterapkan pada level pengembangan tapak lahan sebagai berikut : 1. Menggarap potensi daya tarik alam budaya serta potensi flora khas yang ada untuk dikemas menjadi daya tarik wisata yang indah, unik dan otentik dengan penataan taman atau *landscaping* sebagai icon wisata Puspo Ardi 2. Pengadaan fasilitas mulai yang paling dasar seperti tempat parkir, plang penunjuk, tempat duduk umum, gazebo, toilet, parkir dan seterusnya; 3. Memaksimalkan potensi pasar anak muda dengan trend selfi dengan pembangunan daya tarik yang iconik, atau dalam bahasa populer dikenal dengan istilah *instagramable*.

Selain itu rekomendasi memaksimalkan peluang dengan cara melakukan upaya promosi melalui media elektronik dan internet, seperti pembuatan website, sosial media dan lain sebagainya. internet dipilih sebagai media paling efektif mengingat peluang pasar (pengguna internet / sosial media) sangat besar. Maksimalkan potensi pasar anak muda dengan trend selfi dengan pembangunan prasarana dan daya tarik yang iconik, atau *instagramable*.

Berdasarkan hasil analisis data yang merujuk pada strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang atau *weakness to opportunity (WO)*, maka dirumuskan beberapa rekomendasi konsep pengembangan dan perbaikan atau penataan ulang kawasan perbukitan Puspo Ardi sebagai berikut :

### 1. Upaya meningkatkan daya tarik dengan *landscaping* (penataan taman)

Untuk merepresentasikan nama Destinasi Wisata Puspha Ardhi yang memiliki arti sebagai Bunga Gunung, maka penataan taman dianggap sangat penting. Selain itu taman di sekitar pintu masuk sampai pendopo merupakan *first impression* tamu, yang menentukan kesan pertama apakah destinasi ini menarik atau tidak. Kesan pertama yang memikat akan membuat wisatawan semakin penasaran dan tertarik untuk mencoba berwisata lebih jauh lagi. Dalam perencanaan taman di Destinasi Wisata Puspa Ardhi, konsep taman bergaya eropa cocok diaplikasikan di area pintu masuk ke arah pendopo.

Taman bergaya eropa adalah konsep taman yang menekankan kepada perpaduan tanaman hias yang mudah dibentuk dengan seni geometri dan perpaduan warna-warna tanaman hias yang indah. Berikut merupakan salah satu contoh desain lanscape yang dapat digunakan.



Gambar 3a: Salah Satu Sudut di Puspo Ardi (sebelum)



Gambar 3b: Kemungkinan Desain Taman yang Dapat Diadaptasi (asumsi setelah penataan),

Sumber :

<https://sixtotenallaroundtheworld.wordpress.com>, diakses 20 Juli 2017

Taman bergaya eropa dipilih karena keindahannya berupa perpaduan tanaman hias



dan bunga yang warna-warni, tidak terkesan monoton dengan alam asli yang dominan hijau.

Sedangkan area depan pendapa dan lainnya menggunakan konsep taman bergaya jawa/bali dengan disesuaikan alur cerita rakyat Damar Wulan sebagai kearifan lokal dengan penggunaan patung-patung.



Gambar 4a: Jalur Pejalan Kaki Belum Tertata (sebelum penataan)



Gambar 4b: Kemungkinan Desain Jalur Pejalan Kaki yang Dapat Diadaptasi (asumsi setelah penataan). Sumber : <https://djangki.wordpress.com>, diakses 20 Juli 2017

Berikut adalah bagan fungsi tanaman dalam pembuatan taman serta jenis tanaman yang dapat digunakan pada tanah liat.

Tabel 3

Fungsi dan Contoh Jenis Tanaman untuk Aplikasi Pembuatan Taman

| Fungsi                      | Contoh tanaman                  |
|-----------------------------|---------------------------------|
| Penutup tanah               | Rumput gajah, rumput jepang.    |
| Sebagai pagar/list          | The-tehan, pucuk merah          |
| Sebagai tirai/ penutup area | Bambu kuning, atau bamboo cina  |
| Sebagai perindang           | Cemara, pinus, beringin, akasia |
| Sebagai penunjuk arah       | Pohon palem yang dijejer        |

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Sebagai pewarna dan penghias | Aneka bunga seperti amarilis, bunga kertas, mawar, kamboja, adenium dan sebagainya |
|------------------------------|--|

Sumber : Arifin (2010)

Pembuatan taman dapat diimplementasikan dengan bekerjasama dengan sponsor, seniman seni supra, atau akademisi dari Sekolah Seni di Yogyakarta.

## 2. Mengoptimalkan pemandangan di puncak 1

Puncak 1 memang memiliki pemandangan yang cukup menarik, namun area ini merupakan area batu gembel yang paling besar jumlahnya. Batu gembel sendiri juga merupakan potensi daya tarik tersendiri jika mampu digali informasi yang benar mengenai sejarah atau fase geologi terbentuknya dengan bekerja sama dengan ahli-ahli geologi. Kemudian hasil riset diterangkan dalam sebuah media (papan informasi) agar menghasilkan narasi/ cerita yang mampu membuat wisatawan tertarik untuk mempelajarinya.



Gambar 5 : Puncak 1 Puspo Ardhi

Oleh karena itu untuk area ini pembangunan yang sifatnya permanen (semen beton) diminimalkan, namun disediakan gazebo yang sifatnya natural (berbahan kayu) serta tidak terletak tepat diatas batu gembel. Pemberian gazebo di sekitar puncak 1 juga cukup penting mengingat area ini minim tanaman perindang sehingga cukup panas.

## 3. Mengoptimalkan pemandangan di puncak 2

Puncak dua lebih ideal dibanding puncak pertama karena pada dasarnya kawasan ini juga memiliki pemandangan menarik dengan view Utara, barat dan selatan.

1  
Puncak 2 menjadi lebih menarik lagi berkat suara alam yang terdengar jelas karena resonansi gelombang suara oleh bentang alam pegunungan sehingga mampu menentramkan jiwa. Puncak 2 sudah cukup sejuk karena kawasan ini cukup rindang oleh pohon akasia, namun tetap diperlukan area untuk istirahat dan bersantai pengunjung dengan pembuatan kursi-kursi dari kayu maupun besi yang di buat semenarik mungkin sehingga wisatawan betah berlama lama di area ini. Kemungkinan di diami pengunjung lebih lama dengan kepadatan yang lebih banyak di bandingkan puncak lain, sehingga perlu difikirkan mengenai aspek keamanan dan kenyamanan yang lebih, selain pembangunan gazebo-gazebo kecil juga penting untuk dibuatkan pagar pembatas yang cukup kuat.



Gambar 6a : Puncak 2 Puspo ardhi



Gambar 6b : Konsep Puncak 2 Mengadaptasi Pagar Permanen, Sumber : <http://www.piknikdong.com>, diakses 20 Juli 2017

#### 4. Pembangunan gasibu sebagai sarana wisata

Pemberian gazebo dimaksudkan sebagai tempat beristirahat dan berteduhnya wisatawan. Pembangunan Gazebo dipilih dari bahan kayu alam karena beberapa alasan sebagai berikut: a. Selain terkesan natural juga terkesan tradisional; b. Bahan kayu tidak terlalu mencolok (kontras) dan mampu bersinergi menimbulkan energy positif bagi

penguna; c. Gazebo kayu juga lebih ramah lingkungan selain itu bahan kayu mudah didapatkan di lokasi.



Gambar 7: Contoh Desain Gasibu yang Serasi dengan Alam, Sumber : <http://aroundofjogja.blogspot.co.id>, Diakses 20 Juli 2017

#### 6. Papan informasi

Pemberian papan informasi permanen sangat penting sebagai panduan wisatawan, papan informasi meliputi : a. nama area destinasi yang menjadi *point of view*; b. Papan petunjuk; c. Papan larangan; d. Petunjuk jalan dan lain sebagainya.

#### 7. Pembangunan toilet dan kamar mandi

Pembangunan toilet dengan memperhatikan *higiyene* dan sanitasi dengan pemasangan keramik agar mudah dibersihkan dan tidak menyerap bau. Perlu juga memperhatikan masalah keamanan dengan pembuatan kamar mandi umum yang tertutup rapat.

#### 8. Pembangunan parkir

Pembangunan parkir dilakukan dengan mempertimbangkan jumlah pengunjung dan moda transportasi yang digunakan. Bekerja sama dengan warga sekitar bukit yang memiliki pekarangan cukup luas dirasa sangat perlu untuk menambah daya tampung sarana parkir.

#### 9. Pembangunan aksesibilitas/ rekayasa jalur

Aksesibilitas menuju dan keluar dari lokasi diperlukan rekayasa jalur yang sedikit extra, mengingat jalur utama menuju lokasi sangat sempit untuk mobil berpapasan maka perlu difikirkan jalur akses lain untuk keluar area (pulang). Dalam teori pariwisata, satu destinasi sedikitnya memiliki 3 jalur akses, jalur masuk area, jalur keluar dan satu jalur alternatif.

Selain itu plangisasi disepanjang jalur juga sangat diperlukan untuk mempermudah wisatawan menuju dan keluar lokasi

Selain perencanaan teknis, penting juga implementasi upaya pemasaran untuk memaksimalkan peluang dengan cara sebagai berikut :

#### 10. Pembuatan website resmi

Pembuatan website yang aktif mempromosikan destinasi wisata sangat perlu mengingat mayoritas pasar saat ini adalah netizen. Website digunakan untuk mengenalkan daya tarik wisata yang dimiliki dan juga sebagai customer servis yang dapat digunakan untuk menjalin relasi dengan pelanggan.

#### 11. Pengelolaan media sosial

Account media sosial penting untuk digunakan, facebook atau instagram dapat digunakan untuk memaksimalkan potensi pasar anak muda dengan trend selfi dengan pembangunan prasarana dan daya tarik yang ikonik, atau *instagramable*. Mengingat banyaknya segmen anak muda yang senang memamerkan destinasi baru yang dikunjunginya di instagaram telah terbukti ampuh diterapkan di destinasi lain.

#### PENUTUP

Hasil analisis SWOT merujuk pada strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang atau *weaknese to oprtunity (WO)*.

Rekomendasi strategi perbaikan kelemahan yang dapat diterapkan dalam pengembangan Puspo Ardi pada level tapak lahan meliputi : 1. Mengarap potensi daya tarik alam budaya serta potensi flora khas yang ada untuk dikemas menjadi daya tarik wisata yang indah, unik dan otentik dengan penataan taman atau *landscaping* sebagai kesan pertama dan icon wisata Puspo Ardi 2. Pengadaan faslilitas mulai yang paling dasar seperti tempat parkir, plang penunjuk, tempat duduk umum, gazebo, toilet, parkir dan seterusnya; 3. Pembangunan daya tarik yang ikonik, atau *instagramable* untuk memaksimalkan potensi pasar anak muda dengan trend selfi.

Sedangkan rekomendasi memaksimalkan peluang dengan cara melakukan upaya promosi melalui media elektronik dan internet, seperti pembuatan website, sosial media dan lain sebagainya. internet dipilih sebagai media paling efektif mengingat peluang pasar (pengguna internet / sosial

media) sangat besar. Maksimalkan potensi pasar anak muda dengan trend selfi dengan pembangunan prasarana dan daya tarik yang ikonik, atau *instagramable*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Albarq, A. N. (2014). Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists' Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business Research*, 7(1), 14.
- Arifin, H. S. (2010). Tanaman dan Desain Penanaman.
- Baiquni, M. (2004). Manajemen Strategis. *Buku Ajar*.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataaan*, 11(2).
- Baud-Bovy, M., & Lawson, F. (1998). *Tourism and Recreation: Handbook of Planning and Design*. Butterworth-Heinemann Ltd.
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design- Qualitative, Quantitative, and Mixed Method*. London: SAGE Publications.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2001). *Strategic Management*. 1996. Fifth Editions. Addison-Wesley Publishing Company, Inc. Agung J.(penterjemah).
- Kertajaya, H. (2013). *Tourism Marketing 3.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Koenjaraningrat. (2005). *Pengantar Antropologi II, Pokok-pokok Etnograf* (2nd ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, L. (1995). *Metode penelitian*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Muallidin, I. (2007). Model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di kota Yogyakarta. *Jurnal Penelitian BAPEDA*

- 1  
Yogyakarta, (2).
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P., & Seegoolam, P. (2011). An Assessment of Visitor Satisfaction with Nature-Based Tourism Attractions.
- Nasution, S., Nasution, M. A., & Damanik, J. (2009). Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Sumatera Utara.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, I. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: andi.
- Pitana, I. G., & Putu, G. (2009). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Prianggoro, A. A., & Kurniawan, A. (2016). Persepsi Masyarakat dan Potensi Reorientasi Usaha Berkaitan Dengan Pembangunan Bandara Internasional di Kulon Progo. *Jurnal Bumi Indonesia*, 5(1).
- Prihatno, P. (2010). Memulihkan Citra Daerah Istimewa Yogyakarta untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan. *Wahana Informasi Pariwisata: MEDIA WISATA*.
- Rangkuti, F. (2011). *SWOT: Balanced Scorecard*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sopyan, S., & Widiyanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Statistik Kepariwisataaan*. (2015). D.I. Yogyakarta Indonesia: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Retrieved from [http://visitingjogja.web.id/assets/uploads/files/bank\\_data/Buku\\_Statistik\\_Kepariwisataan\\_DIY\\_2015\\_05092016040516.pdf](http://visitingjogja.web.id/assets/uploads/files/bank_data/Buku_Statistik_Kepariwisataan_DIY_2015_05092016040516.pdf), diakses 5 Juni 2017
- Sumarabawa, I. G. A. dkk. (2013). Ketersediaan Aksesibilitas Serta Sarana dan Prasarana Pendukung Bagi Wisatawan Di Daerah Wisata Pantai Pasir Putih, Desa Prasi, Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 3(1), 1-14. Retrieved from [ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPG/article/download/1220/1084](http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPG/article/download/1220/1084), Diakses 03 Juni 2017
- Suryadana, M. V. O. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung Indonesia: Alfabeta.
- Susanto, A. B., & Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, Sekretariat Negara. Jakarta § (2009). Indonesia.

#### PROFIL PENULIS

Penulis adalah dosen di STP ARS Internasional Bandung, saat ini mengampu mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis Pariwisata.

# Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot

## ORIGINALITY REPORT

98%

SIMILARITY INDEX

98%

INTERNET SOURCES

16%

PUBLICATIONS

29%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Internet Source

97%

2

[text-id.123dok.com](http://text-id.123dok.com)

Internet Source

1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off