

**STRATEGI PENGEMBANGAN TAMAN WISATA AIR WENDIT
DESA MANGLIAWAN, KECAMATAN PAKIS, KABUPATEN MALANG**
*WENDIT WATER TOURISM PARK DEVELOPMENT STRATEGY MANGLIAWAN VILLAGE, PAKIS
DISTRICT, MALANG REGENCY*

Ni Kadek Dwi Ayu Prami Yogi¹, Ida Soewarni², Annisaa Hamidah Imadudina³

¹Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Nasional Malang, Kampus 1 ITN Malang, Jalan Bendungan Sigura-Gura No.2, Kota Malang 65145, Indonesia,

e-mail: dwiayupramiyogi06@gmail.com

ABSTRACT

Wendit Water Tourism Park is a tourism area that can be the main tourist attractions in the form of bathing pool and long-tailed monkey species habitat. The research aims to development strategies for Wendit Water Park. Respondents in this research are in accordance with the analysis of stakeholder engagement based on main tasks and functions to achieve goals. In this study, data was collected using observation, questionnaires, interviews. The method used is descriptive, delphi, IFAS-EFAS and SWOT analysis to show strategies that can be carried out in developing the Wendit Water Tourism Park area by increasing new innovations promotion and tour packages. The implication in this research is to pay attention to the factors that cause the decline in tourism quality which also has an impact on the decline in visitors and the UPDT management of the Wendit Water Tourism Park area can be more responsive to the potential it has.

Keywords: tourism, tourism development 6A, development strategy.

ABSTRAK

Taman Wisata Air Wendit adalah wilayah kawasan pariwisata yang memiliki berbagai potensi yang dapat dinikmati dan memiliki daya tarik wisata utama berupa kolam pemandian dan habitat jenis monyet ekor panjang. Penelitian bertujuan merumuskan strategi pengembangan kawasan Taman Wisata Air Wendit. Responden pada penelitian ini sesuai dengan analisis pemilihan stakeholder berdasarkan TUPOKSI untuk mencapai tujuan. Pada penelitian ini data dikumpulkan menggunakan observasi, kuesioner, wawancara. Metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif untuk mendeskripsikan secara teori dengan kondisi eksisting dari keseluruhan variabel penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan analisis delphi untuk mengetahui faktor - faktor yang menyebabkan penurunan kualitas wisata pada Kawasan Taman Wisata Air Wendit menurut stakeholder. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat 7 faktor yang konsensus. Metode analisis kedua menggunakan analisis IFAS-EFAS dan SWOT untuk menunjukkan strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan kawasan Taman Wisata Air Wendit dengan meningkatkan inovasi baru seperti promosi wisata baik dilakukan dengan cara kerjasama antara pendukung jasa pariwisata ataupun bekerjasama dalam membuat paket perjalanan wisata. Implikasi dalam penelitian ini yaitu dengan memperhatikan faktor penyebab dari penurunan kualitas wisata yang juga berdampak pada penurunan pengunjung dan hendaknya pengelola UPDT kawasan Taman Wisata Air Wendit dapat lebih tanggap terhadap potensi yang dimiliki.

Kata kunci: pariwisata, pengembangan pariwisata 6A, strategi pengembangan

PENDAHULUAN

Pengunjung yang data ke obyek Taman Wisata Air Wendit (TAWW) terdiri dari anak-anak, remaja hingga orang tua. Pengembangan yang dilakukan pada objek TAWW belum dioptimalkan yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2011 jumlah wisatawan 252.484, tahun 2012 dengan jumlah wisatawan 182.768, pada tahun 2013 dengan jumlah wisatawan 176.443, pada tahun 2014 dengan jumlah wisatawan 152.699, pada tahun 2015 dengan jumlah wisatawan 153.954, pada tahun 2016 dengan jumlah wisatawan 153.091, pada tahun 2017 dengan jumlah wisatawan 152.884, pada tahun 2018 dengan jumlah wisatawan 134.031, pada tahun 2019 dengan jumlah wisatawan 108.432, pada tahun 2020 dengan jumlah wisatawan 28.165, pada tahun 2021 dengan jumlah wisatawan 26.905 (Nabila, Wicaksono, and Wijayanti 2020), keadaan ini menunjukkan bahwa TAWW ini telah mengalami penurunan selama 10 tahun terakhir sehingga dari permasalahan tersebut diperlukan suatu strategi pengembangan kedepannya sesuai dengan kondisi eksisting dilapangan dengan hasil analisis pengembangan. Menurut (Rusyidi and Fedryansah 2018) diperlukannya suatu strategi pengembangan karena akan menjadi sebuah fondasi atau dasar untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan, serta dari segi pengembangan suatu wisata dapat memberikan suatu kepuasan dan pengalaman yang berkesan kepada para wisatawan, sehingga akan berdampak juga pada ketertarikan untuk kembali datang ke TAWW.

Meninjau dari permasalahan tersebut maka diperlukan suatu strategi - strategi agar TAWW melakukan pengembangan terhadap segala potensi wisata yang telah dimiliki, maka dari itu penulis bermaksud untuk melakukan kajian penelitian mengenai **“Strategi Pengembangan Taman Wisata Air Wendit, Desa Mangliawan, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang”**.

Untuk mendukung tujuan dari strategi pengembangan pada penelitian menggunakan sasaran yaitu:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan kualitas pada Kawasan Taman Wisata Air Wendit.
2. Merumuskan strategi pengembangan Taman Wisata Air Wendit.

KAJIAN TEORI

a. Strategi Pengembangan

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang yang berorientasi ke masa depan yang memiliki konsekuensi multifungsi dan multidimensi serta perlu pertimbangan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan (Umar Nimran, 2021). Menurut (Akay, Kaawoan, and Pangemanan 2021) strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut (Tampubolon 2014) strategi merupakan sasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir. Strategi juga merupakan suatu rencana yang terpadu dan bersifat mengikat semua bagian organisasi untuk menjamin pelaksanaan yang tepat dalam rangka mencapai tujuan. Menurut Tjiptono (2011) dalam (Gunawan 2022) strategi merupakan sekumpulan cara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah rencana dalam kurun waktu yang telah ditentukan (Gunawan 2022) strategi adalah rumusan perencanaan untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan.

b. Komponen Pengembangan Wisata

Komponen merupakan bagian atau keseluruhan yang membentuk suatu

kesantunan, dimana dalam konteks pengembangan wisata merupakan kesatuan untuk membuat suatu obyek wisata yang nyaman dalam berwisata serta menjadi daya tarik dalam berwisata. Adapun komponen yang perlu diperhatikan dalam pengembangan wisata adalah sebagai berikut:

1. Atraksi

Menurut (Darmawan 2019) atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu:

1. Natural Resources (alami),
2. Atraksi wisata budaya, dan
3. Atraksi buatan manusia itu sendiri

Menurut (Fitroh, Hamid, and Hakim 2017) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, yang bernilai, baik yang berupa suatu keanekaragaman, yang memiliki keunikan, baik dalam kekayaan budaya maupun hasil buatan manusia yang menjadi faktor daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung, yang menjadikan wisatawan termotivasi untuk melakukan wisata ke obyek wisata tersebut. Atraksi, yang terdiri dari wisata alam, atraksi buatan, atraksi budaya, dan atraksi sosial, merupakan semua hal yang menarik turis dan bisa berupa tempat seperti alam, danau, pantai, monumen, dll. Atraksi adalah tempat yang diminati turis, biasanya karena nilai alam atau budayanya yang intrinsik, signifikansi sejarah, keindahan alam, menawarkan rekreasi, petualangan, hiburan dan bahkan layanan medis untuk pelancong lanjut usia. (Purwaningrum and Ahmad 2021). Berdasarkan definisi tersebut, maka atraksi adalah suatu kemampuan yang dimiliki untuk mengembangkan pariwisata yang dapat membuat minat wisatawan untuk datang kembali untuk merasakan suatu wisata dengan atraksi dan potensi dari kawasan wisata tersebut.

2. Amenitas

Amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan

selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum (Darmawan 2019). Menurut (Dafa Rizky Prayoga et al. 2022) amenitas adalah pelengkap dari atraksi utama wisata, ketiadaan atau kurang baiknya kondisi amenitas pada lokasi wisata akan menurunkan minat dari wisatawan sehingga penyediaan amenitas pada lokasi wisata sangat penting untuk diperhatikan keberadaannya. Amenitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung dari studi kelayakan pasar, untuk kehidupan yang baik dan nyaman saat bepergian seperti makanan, air minum, sanitasi, dan lain-lain, hal ini mengacu pada fasilitas yang disediakan di tempat tujuan (Purwaningrum and Ahmad 2021). Berdasarkan dari teori tersebut konsep pengembangan wisata amenitas ini adalah sebuah pelengkap dari suatu wisata. Amenitas ini terdiri dari sarana umum, fasilitas umum serta fasilitas pariwisata.

3. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya (Darmawan 2019). Menurut (Dafa Rizky Prayoga et al. 2022) aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan juga waktu tempuh. Hal ini menjadi sesuatu yang sangat penting karena semakin tingginya aksesibilitas maka akan semakin mudah pula untuk di jangkau serta semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan maka semakin banyak pula orang yang berkunjung. Berdasarkan dari teori aksesibilitas dapat dikatakan sebagai sarana infrastuktur dalam kemudahan

untuk mencapai tujuan, dimana dalam aksesibilitas ini adalah salah satu strategi untuk meningkatkan wisatawan berkunjung dengan meningkatkan tingkat kenyamanan wisatawannya.

4. Akomodasi

Akomodasi dapat diartikan sebagai penginapan yang tentunya di satu destinasi dengan destinasi lainnya akan berbeda. Akomodasi yang umum dikenal adalah hotel dengan beragam fasilitas didalamnya. Akomodasi di desa wisata berbeda dengan akomodasi di destinasi lain. Akomodasi di desa wisata biasanya terdiri dari sebagian tempat tinggal para penduduk setempat atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk atau biasa dikenal dengan homestay. Akomodasi untuk mendukung terselenggaranya kegiatan wisata di destinasi dapat terletak di lokasi desa wisata tersebut atau berada didekat desa wisata. (Hadiwijoyo 2012). Berdasarkan definisi tersebut, maka akomodasi adalah sesuatu yang disediakan oleh wisata untuk mempermudah dan memberikan suatu kenyamanan untuk para wisatawannya. Akomodasi ini dapat berupa villa, guest house maupun hostel.

5. Activities

Activities, merupakan suatu nilai yang memberikan potensi dari suatu kawasan baik itu berupa aktivitas wisata alam, buatan, budaya, maupun khusus. (Hayati, Achmadi, and Adelia 2021). Menurut (Nugroho and Sugiarti 2018) activities adalah aktifitas yang tersedia di destinasi wisata selain dari daya tarik wisata utama dengan adanya kegiatan-kegiatan lain yang dapat dilakukan wisatawan selama waktu kunjungannya. Menurut (Purwaningrum and Ahmad 2021) aktivitas sering kali diartikan dengan berbagai kegiatan. Aktivitas disini berisi kegiatan yang dapat dilakukan seperti berjalan-jalan di alam, sejarah & arsitektur, berperahu, pemandangan, kesehatan, dan lain-lain. Berdasarkan definisi tersebut, maka activities adalah sesuatu yang memberikan potensi untuk mendukung dari suatu atraksi wisata yang

ada, activities ini dapat berupa area hiburan dimana wisatawan ikut serta dalam suasana berkegiatan wisata.

6. Ancillary

Ancillary berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut, hal ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenities yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka ke depannya pasti akan terbengkalai (Darmawan 2019). Menurut (Cooper dkk, 2000) dalam (Darmawan 2019) ancillary adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata. Menurut (Sugiama 2011) bahwa ancillary adalah organisasi pengelola destinasi wisata. Organisasi pemerintah, asosiasi kepariwisataan, tour operator dan lain-lain. Dalam hal ini organisasi dapat berupa kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi untuk terselenggaranya kegiatan wisata. Sama halnya dengan desa wisata, tentunya penyelenggaraan desa wisata didukung oleh kebijakan pemerintah baik daerah maupun pusat untuk terselenggaranya kegiatan wisata. Berdasarkan definisi tersebut, maka ancillary ini adalah salah satu yang berpengaruh dalam suatu pengembangan, ancillary ini merupakan kelembagaan yang mendukung dari suatu wisata tersebut dalam melakukan promosi maupun keterlibatan partisipasi masyarakat dalam wisata tersebut.

7. Available Package

Menurut (Hayati, Achmadi, and Adelia 2021) available packages merupakan pengaturan serta kerjasama dalam mempromosikan suatu daya tarik wisata ke dalam bentuk sebuah paket perjalanan wisata oleh pihak biro perjalanan wisata. Available Package (paket wisata) merupakan paket yang menggabungkan beberapa atraksi (event) dalam satu kurun waktu, dan dibuat oleh perantara atau pelaku utama. Biasanya paket wisata memudahkan wisatawan

untuk merasakan dan mengalami berbagai atraksi dalam satu kesatuan (Ginting 2019). Berdasarkan definisi tersebut, maka available package sama dengan paket perjalanan wisata, diaman available package ini berkaitan dengan suatu kerjasama promosi baik itu dari pemerintah maupun swasta untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dengan kombinasi atau gabungan dari komponen pariwisata.

METODELOGI PENELITIAN

a. Metode Pengumpulan Data

Menurut (Adhi, 2019), metodologi adalah langkah – langkah suatu penerapan penelitian dengan cara atau teknik yang disusun secara teratur yang digunakan oleh seorang penelitian untuk mengumpulkan data dan informasi dalam melakukan suatu penelitian yang sesuai dengan tujuan sasaran maupun subyek dan obyek yang akan diteliti.

Dalam pengumpulan data primer dalam riset ini menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi dan di tunjang dengan pengumpulan data sekunder berupa kumpulan fakta dari berbagai sumber yang sudah pernah digunakan atau memperoleh data - data kepustakaan seperti dokumen, artikel, jurnal.

b. Metode Analisis Data

i. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada sasaran ini dilakukan sebelum adanya proses analisis delphi. Variabel- variabel yang telah ditentukan berdasarkan sintesa kajian Pustaka akan dibandingkan dengan teori – teori terkait konsep pengembangan atau peningkatan kualitas wisata serta dilihat dari kondisi eksisting di lapangan sehingga akan di dapatkan faktor- faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan menurunnya kualitas di Taman Wisata Air Wendit ini akan diperkuat menggunakan analisa delphi dengan responden stakeholder yang telah ditentukan.

ii. Analisis Delphi

Analisa delphi adalah suatu metode yang mempunyai sistem kerja tersendiri

dalam mengumpulkan data dari tenaga ahli melalui serangkaian kuesioner dimana sistem kerja pada analisa delphi ini terdapat beberapa sesi yang disebut iterasi, yang dimaksud pada iterasi ini ialah bagian bagian yang dimana bagian kedua diadakan untuk mempertegas hasil pada bagian pertama dengan hasil yang pasti akan mengerucut dan memperoleh jawaban yang dianggap paling benar, selanjutnya tahapan terakhir yang dimana setelah faktor dengan kriteria sama dengan kesepakatan sebelumnya telah tercapai.

iii. Analisis IFAS dan EFAS

Analisis faktor internal dan eksternal adalah pengolahan faktor dengan memberikan bobot dan rating pada setiap faktor. Menganalisis faktor internal (IFAS) adalah untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi wilayah studi kasus penelitian yang akan datang. Sedangkan menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) yaitu bertujuan untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Menurut (Adi Wibowo 2022) penggunaan metode- metode kuantitatif sangat dianjurkan untuk membuat peramalan dan asumsi secara internal. Adapaun langkah- langkah dari analisis IFAS dan EFAS ini adalah sebagai berikut:

iv. Analisis SWOT

Analisis SWOT meliputi aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, dimana keempatnya memiliki keterkaitan satu dengan yang lain. Dengan adanya keterkaitan tersebut maka akan diperoleh beberapa strategi atau konsep dasar pengembangan yang dapat digunakan dalam penentuan konsep dasar pengembangan dilakukan berdasarkan analisis SWOT dengan melakukan penilaian (pembobotan) tersebut ditampilkan dalam bentuk kuadran yang akan menentukan strategi pengembangan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan kualitas pada Kawasan Taman Wisata Air Wendit.

i. Deskripsi

Berdasarkan hasil analisis dengan menyandingkan teori dan kondisi eksisting dilapangan maka mendapatkan hasil deskriptif pada variabel Atraksi wisata alam yang dilihat dari nilai presentase 85,9% tidak berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit, Wisata buatan dengan kuantitas 1 atraksi wisata dengan presentase dimensi nilai 79,4% berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Wisata budaya yang ada di kawasan Taman Wisata Air Wendit termasuk kategori langka dan memiliki nilai presentase 85,8% yang tidak berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Rumah makan yang tidak beroprasional pada kawasan Taman Wisata Air Wendit berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Tidak adanya tempat berbelanja berupa toko cinderamata atau oleh-oleh berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Fasilitas parkir dengan kondisi yang tidak terawat dari kebersihan dan keamanan kendaraan berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Jarak dari Kota Kabupaten menuju Kawasan Taman Wisata Air Wendit sejauh 7 km tidak berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Kondisi jalan yang baik (100meter kondisi jalan tidak berlubang) tidak berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Tidak tersedianya akomodasi seperti sarana penginapan dalam radius jangkauan minimal 500meter berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Jenis activities wisatawan hanya dengan 3 jenis aktivitas memberikan pengaruh

terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Kelembagaan pemerintah tidak berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Tidak adanya kelembagaan pendukung jasa pariwisata berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Ketersediaan paket perjalanan wisata berupa pamflet dan brosur yang tidak menarik berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit.

ii. Analisis Delphi

Hasil eksplorasi faktor yang telah dilakukan pada iterasi I dijadikan sebagai bahan wawancara untuk tahap iterasi II dalam hal persetujuan faktor-faktor terhadap penurunana kualitas pada kawasan Taman Wisata Air Wendit. Hasil wawancara pertama mengenai pendefinisian dari para responden akan dikonfirmasi melalui iterasi II kepada responden yang sama. Adapun hasil iterasi II ini adalah sebagai berikut:

1. Wisata Alam, Semua reponden sepakat/setuju bahwa penilaian penurunan kualitas di kawasan Taman Wisata Air Wendit. Di wilayah studi wisata alam ini di diukung dengan tingkat kualitas wisata yang baik.
2. Wisata Buatan, Semua responden sepakat/setuju bahwa semakin sedikitnya jumlah atraksi wahana buatan yang beroperasi akan semakin sedikit minat kunjungan. Di wilayah penelitian hanya terdapat 1 wahana yang beroperasi dengan presentase 79,4% sehingga kualitas wisata buatan masih rendah dan akan berdampak terhadap kepercayaan pengguna, kualitas tempat penyelenggaraan dari pendukung kegiatan pariwisata tersebut menurun.
3. Wisata Budaya, Semua reponden sepakat/setuju bahwa wisata budaya tidak berpengaruh terhadap penilaian penurunan kualitas di kawasan Taman Wisata Air Wendit. Di wilayah studi wisata budaya ini di diukung dengan niali kekhasan dari

- budaya serta tingkat presentase 85,2%.
4. Rumah Makan atau Restoran, semua reponden sepakat/setuju bahwa berpengaruh terhadap penilaian penurunan kualitas di kawasan Taman Wisata Air Wendit karena di wilayah penelitian kurangnya pemeliharaan dari segi kualitas fasilitas dan fungsi bangunan yang menyebabkan tidak beroprasionalnya
 5. Semua responden sepakat/setuju bahwa tempat berbelanja oleh-oleh sangat penting di dalam kawasan wisata. Dalam wilayah penelitian tidak tersedia fasilitas perbelanjaan cenderung sehingga terjadi wisatawan tidak memiliki kesan dalam berwisata dan berdampak pada kualitas dari kawasan wilayah penelitian.
 6. Fasilitas Tempat Parkir, Semua responden sepakat/setuju semakin tidak amannya kendaraan bermotor akibat dari kenakalan kera maka akan semakin berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan wilayah penelitian.
 7. Jarak, Semua reponden sepakat/setuju bahwa jarak tidak berpengaruh terhadap penilaian penurunan kualitas di kawasan Taman Wisata Air Wendit. Karena di wilayah studi jarak antar kota kabupaten dengan kawasan wisata Taman Wisata Air Wendit strategis yaitu hanya berjarak 7km
 8. Semua reponden sepakat/setuju bahwa kondisi jalan tidak berpengaruh terhadap penilaian penurunan kualitas di kawasan Taman Wisata Air Wendit. Karena untuk menuju wilayah penelitian dari kota kabupaten sudah tergolong baik yaitu jalan beraspal, rata dan tidak bergelombang.
 9. Semua responden sepakat/setuju ketidak tersediaan akomodasi dengan standar radius jangkauan yang sesuai dalam standar wisata akan berpengaruh dalam tingkat kenyamanan wisatawan sehingga semakin tidak adanya atau jauh dalam jangkauan maka akan semakin berpengaruh terhadap penurunan kualitas pada kawasan wilayah penelitian.
 10. Semua responden sepakat/setuju penurunan kualitas kawasan Taman Wisata Air Wendit dalam jenis aktivitas tidak dilihat dari segi kuantitas aktivitasnya namun penilaian dilihat dari kesan dan keseruan wisatawan. Di wilayah penelitian aktivitas ini tidak menjadi faktor penurunan karena wisatawan memiliki kesan dan keseruan yaitu dalam aktivitas melakukan ritual dan aktivitas wisatawan dengan kera/monyet.
 11. Ketersediaan Lembaga Pemerintah, Semua reponden sepakat/setuju bahwa lembaga pemerintahan tidak berpengaruh terhadap penilaian penurunan kualitas di kawasan Taman Wisata Air Wendit. Di wilayah studi lembaga pemerintahan berperan aktif, hal ini didukung dengan tupoksi, tugas dari masing-masing bidang UPDT Taman Wisata Air Wendit
 12. Semua reponden sepakat/setuju bahwa tidak adanya kelembagaan pendukung jasa pariwisata berpengaruh terhadap penilaian penurunan kualitas di kawasan Taman Wisata Air Wendit. Karena semakin tidak adanya hubungan kerjasama dengan pendukung jasa pariwisata akan semakin rendah kunjungan wisata serta akan berdampak pula terhadap kualitas dari kawasan wisata
 13. Semua responden sepakat/setuju bahwa semakin kurang menariknya promosi paket wisata (tidak adanya jenis kegiatan, harga, lokasi, kegiatan yang menarik, informasi kontak yang bisa dihubungi, penawaran serta informasi yang bisa menarik perhatian orang lain) akan berdampak juga terhadap kualitas dari kawasan Taman Wisata Air Wendit yang dilihat dari jumlah kunjungan wisata.

Berdasarkan tabel analisis delphi iterasi II, responden yang dimintai pendapat dalam analisis ini menghasilkan kesimpulan bahwa faktor yang sudah mencapai konsensus namun tidak berpengaruh terhadap penurunan kualitas dari kawasan Taman Wisata Air Wendit adalah wisata alam, wisata budaya, jarak, kondisi jalan, jenis aktivitas, serta ketersediaan lembaga pemerintah. Sedangkan konsensus yang berpengaruh yaitu wisata buatan, rumah makan/restoran, tempat berbelanja cenderamata atau oleh-oleh, fasilitas tempat parkir, ketersediaan akomodasi (penginapan), ketersediaan pendukung jasa pariwisata, dan ketersediaan paket perjalanan.

b. Merumuskan strategi pengembangan Taman Wisata Air Wendit.

i. IFAS

Tabel 1.2 Hasil Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS)

IFAS	Responden				Total	Rata - Rata
	1	2	3	4		
Kekuatan						
Daya tarik wisata alam: yang menarik di Taman Wisata Air Wendit adalah adanya ratusan monyet yang dibiarkan bebas berkeliaran. Monyet di sini berjenis kera ekor panjang. Di hutan kecil Taman Wisata Air Wendit terdapat puluhan jenis pohon seperti beringin, jati, kelapa, pinus dan kedondong menjadi habitat bagi monyet itu untuk hidup dan bergelantangan bermain-main. monyet – monyet jinak ini merasa tidak terancam dengan kehadiran pengunjung.	1,0	1,0	0,7	0,3	3,0	0,750
Atraksi wisata budaya: Taman Wisata Air Wendit ini mempunyai acara yang khas pada setiap Bulan Syawal. Taman Wisata Air Wendit seringkali dipenuhi pengunjung yang ingin merayakan hari Lebaran sampai dengan 1 minggu setelah hari H Idul Fitri, yang sering pula disebut sebagai hari raya Ketupat Lebaran dalam wisata budaya ini juga terdapat arca peninggalan Sejarah serta adanya kaitannya dengan kebudayaan orang tenagar.	0,7	0,3	0,3	0,7	2,0	0,500
Jenis aktivitas yang memberikan kesan baru terhadap suatu wisatawan akan menunjang kegiatan dari Taman Wisata Air Wendit.	0,3	0,7	0,7	1,0	2,7	0,667
Jumlah Bobot Kekuatan					1,917	
Kelemahan (M)						
Atraksi wisata buatan: Taman Wisata Air Wendit mempunyai kualitas wisata yang masih rendah karena kurangnya pengelolaan dan perawatan pada wisata buatan.	1,0	1,0	0,8	0,8	3,5	0,875
Rumah makan pada kawasan Taman Wisata Air Wendit tidak beroperasi.	0,5	0,8	0,5	0,8	2,5	0,625
Tidak tersedianya toko cenderamata pada kawasan Taman Wisata Air Wendit.	0,5	0,3	0,5	0,3	1,5	0,375
Fasilitas parkir dengan kondisi yang kotor secara kebersihan dan tingkat keamanan mempengaruhi tingkat kenyamanan wisatawan.	0,3	0,3	0,5	0,3	1,3	0,313
Jumlah					2,188	
Total					-0,271	

Sumber: Hasil Analisis IFAS, 2024

Berdasarkan analisis faktor strategis internal (IFAS) terhadap 4 responden stakeholder dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan dari kawasan Taman Wisata Air Wendit. Pada hasil analisis faktor kekuatan memiliki nilai atau jumlah bobot sebesar 1,917 dengan nilai kekuatan tertinggi yaitu 0,750 pada faktor daya tarik wisata alam yang disusul dengan nilai 0,667 pada faktor kekuatan aktifitas wisata serta nilai 0,500 pada faktor kekuatan wisata budaya. Pada kelemahan secara internal memiliki nilai sebesar 2,188 yang dimana dalam analisis kelemahan tertinggi yaitu pada atraksi

buatan dengan nilai 0,875, kemudian ketersediaan rumah makan, lanting atau restoran dengan nilai 0,625 yang disusul dengan ketidakterseidannya toko cenderamata dengan nilai 0,375 serta kelemahan fasilitas parkir dengan nilai 0,313.

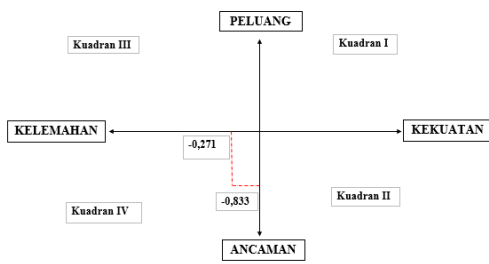
ii. EFAS

Tabel 1.3 Hasil Analisis Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

EFAS	Responden				Total	Rata - Rata
	1	2	3	4		
Peluang (O)						
Aksesibilitas jarak dari kawasan Taman Wisata Air Wendit tidak jauh dari kota kabupaten Malang menunjang kegiatan wisata.	0,7	0,7	0,3	0,3	2	0,500
Kondisi jalan yang baik (tidak berlubang dan bergelombang)	0,7	0,7	0,7	0,7	2,67	0,667
Kelembagaan pemerintah: adanya peraturan Bupati sebagai payung hukum (Peraturan No.11 Tahun 2008 Tentang susunan organisasi dan tata kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Peraturan Bupati Malang No.57 Tahun 2008 tentang unit pelaksanaan teknis dinas (UPST) Taman Wisata Air Wendit pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata).	0,3	0,3	0,3	0,3	1,33	0,333
Jumlah					1,500	
Ancaman (T)						
Ketidak tersedianya akomodasi berupa penginapan dalam radius jangkauan minimal 500meter menjadikan penurunan kualitas Kawasan Taman Wisata Air Wendit.	0,3	0,3	0,3	0,7	1,67	0,417
Tidak tersedianya pendukung jasa pariwisata dalam pengelolaan kepariwisataan Taman Wisata Air Wendit dalam Kerjasama wisata serta banyaknya tawaran wisata yang lebih menarik dari pesaing.	1,3	1,0	1,0	1,0	4,33	1,083
Ketersediaan perjalanan paket wisata yang belum maksimal	0,7	0,7	1,0	1,0	3,33	0,833
Jumlah					2,333	
Total					-0,833	

Sumber: Hasil Analisis EFAS, 2024

Berdasarkan analisis faktor eksternal (EFAS) terdapat 2 klasifikasi dengan 4 responden dalam memberikan penilaian atau rating. Berdasarkan hasil analisis, nilai peluang yaitu 1,500 dengan peluang tertinggi yaitu kondisi jalan dengan nilai 0,667, yang disusul dengan aksesibilitas jarak dengan score 0,500 serta adanya kelembagaan pemerintah sebagai payung hukum menjadi peluang eksternal dengan nilai 0,333. Pada ancaman eksternal memperoleh nilai sebesar 2,33 dengan ancaman tertinggi yaitu karena tidak tersedianya pendukung jasa pariwisata dengan nilai 1,083, kemudian disusul dengan tidak tersedianya paket perjalanan wisata dengan nilai 0,833 serta ketidak tersedianya akomodasi pendukung dengan nilai 0,417. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai scoring untuk IFAS (kekuatan – kelemahan) adalah -0,271 dan nilai scoring untuk EFAS yang diperoleh dari score (peluang – ancaman) adalah -0,833. Untuk lebih jelasnya kuadran analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 5.2 berikut.



Gambar 1.1 Grafik Letak Kuadran Analisis SWOT

Sumber: Hasil Analisis IFAS dan EFAS,2024

Berdasarkan formulasi letak kuadran pada **Gambar 5.2** diatas strategi pengembangan kawasan Taman Wisata Air Wendit adalah terletak di kuadran IV. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan yang besar. Dimana memiliki bobot nilai yang rendah dalam lingkungan internal dan eksternalnya. Setelah perhitungan bobot factor internal dan eksternal dengan tabulasi score IFAS-EFAS maka selanjutnya akan masuk pada tahap matriks SWOT. Matriks SWOT adalah matriks yang menginterasikan factor strategis internal dan eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan (internal) yang di sesuaikan dengan peluang dan ancaman (eksternal) yang dimiliki.

iii. SWOT

Strategi yang dilakukan dalam pengembangan pada kawasan Taman Wisata Air Wendit sesuai analisis SWOT dengan melihat matriks informasi menghasilkan empat alternatif strategi yaitu alternatif strategi SO (ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), alternatif strategi WO (ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), alternatif strategi ST (ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman) dan alternatif strategi WT (ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)

- **Strategi SO (Strength and Opportunities)**

Ada beberapa starategi dalam meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang di Kawasan Taman Wisata Air Wendit yaitu:

- a. Memanfaatkan aksesibilitas yang bagus dan payung hukum serta meningkatkan kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan untuk menjaga kualitas daya tarik wisata dalam kawasan Taman Wisata Air Wendit
- b. Mengadakan event budaya dan meningkatkan kekhasan serta kualitas dari kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan guna menjadi daya tarik wisata budaya yang unik dan memiliki ciri khas dari suatu kawasan Taman Wisata Air Wendit
- c. Meningkatkan kuantitas dan kualitas aktivitas di dalam kawasan wisata tanpa mengesampingkan sesuatu yang berkesan bagi wisatawan

- **Strategi WO (Weaknesses and Opportunities)**

Ada beberapa strategi dalam meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang di Kawasan Taman Wisata Air Wendit yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas dari atraksi wisata buatan agar wahana yang tersedia dapat beroperasi
- b. Mengembalikan kualitas dan fungsi bangunan dari rumah makan di dalam Kawasan Taman Wisata Air Wendit
- c. Meningkatkan kualitas dari fasilitas parkir agar wisatawan merasa nyaman dalam berwisata

- d. Meningkatkan kelembagaan dalam mengatur, memfasilitasi sumberdaya dan distribusi manfaat dalam upaya peningkatan potensi pariwisata
- **Strategi ST (Strength and Treats)**
Ada beberapa strategi dalam menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman di Kawasan Taman Wisata Air Wendit yaitu:
 - a. Daya tarik wisata alam, wisata budaya serta adanya aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan di dalam kawasan Taman Wisata Air Wendit juga perlu dukungan dari luar yaitu perlu adanya fasilitas pendukung wisata seperti sarana penginapan.
 - b. Kawasan Taman Wisata Air Wendit memiliki keragaman potensi daya tarik wisata, sehingga cara yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik tersebut adalah perlu adanya suatu kerjasama dengan pendukung jasa pariwisata.
 - c. Perlu adanya perjalanan paket wisata Kawasan Taman Wisata Air Wendit sehingga masyarakat tahu keunikan, keindahan dari wisata alam, buatan serta keseluruhan dari kawasan Taman Wisata Air Wendit
 - **Strategi WT (Weaknesses and Treats)**
Ada beberapa strategi dalam meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman di Kawasan Taman Wisata Air Wendit yaitu:
 - a. Perlu adanya peningkatan,perbaikan serta ketersediaan dari sarana prasarana dalam kawasan wisata.
 - b. Perlu adanya akomodasi penunjang pariwisata seperti penginapan agar meningkatkan rasa nyaman dalam berwisata sehingga wisatawan juga merasa efisien waktu dalam melakukan perjalanan wisata di kawasan Taman Wisata Air Wendit.
 - c. Perlu adanya pendukung jasa pariwisata untuk bekerjasama dalam mempromosikan suatu kawasan Taman Wisata Air Wendit mendukung dari tingkat kunjungan wisatawan, karena tingkat kunjungan wisatawan akan berdampak terhadap suatu kawasan Taman Wisata Air Wendit.
 - d. Perlu adanya inovasi baru dan ketertarikan dalam meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan yang lebih baik untuk menarik pengunjung sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek.

KESIMPULAN

a. Mengidentifikasi faktor- faktor yang menyebabkan penurunan kualitas pada Kawasan Taman Wisata Air Wendit.

Faktor – faktor yang menyebabkan penurunan kualitas pada Kawasan Taman Wisata Air Wendit di Desa Mangliawan, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang adalah :

1. Wisata Buatan
2. Rumah Makan Atau Restoran
3. Tempat Berbelanja cenderamata
4. Fasilitas Tempat Parkir
5. Ketersediaan Akomodasi
6. Ketersediaan Pendukung Jasa Pariwisata
7. Ketersediaan Paket Perjalanan Wisata

b. Merumuskan strategi pengembangan Taman Wisata Air Wendit.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka Taman Wisata Air Wendit mendukung strategi defensif yaitu alat pemasaran yang membantu perusahaan dengan mempertahankan pelanggan yang dapat diambil alih oleh pesaing. Hal ini tentunya menjadi tantangan besar bagi Taman Wisata Air Wendit. Strategi mendesak yang dapat dilakukan adalah:

1. Perlu adanya peningkatan, perbaikan serta ketersediaan dari sarana prasarana dalam kawasan wisata seperti perbaikan kondisi dari wisata buatan agar dapat beroperasi, perlunya peningkatan dari rumah makan atau restoran serta perlu adanya ketersediaan toko oleh – oleh atau cenderamata. Dalam strategi pengembangan dari keseluruhan dari kawasan penelitian ini maka diperlukan penambahan 1 kawasan pusat toko oleh- oleh atau toko cinderamata, perlunya peningkatan 1 kawasan fasilitas tempat parkir, perlu peningkatan 1 kawasan oprasional dari loket wisata, perlunya penambahan 7 unit tempat sampah yang tersebar di masing – masing zona untuk menunjang dan meminimalisis dari pencemaran, perlunya penambahan 3 unit kursi beton, 2 unit kursi penunjang dari wisatawan untuk menikmati atraksi alam serta 3 unit sarana fasilitas kursi beserta payung, perlunya penambahan ayunan 1 unit, perlunya penambahan dan perbaiki 1 kawasan rumah makan atau restoran serta diperlukan penambahan sebanyak 3 unit gazebo.
2. Meningkatkan rasa nyaman dalam berwisata sehingga diperlukan akomodasi penunjang pariwisata agar wisatawan merasa efisien waktu dalam melakukan perjalanan wisata.
3. Perlu adanya inovasi baru dalam meningkatkan promosi serta memperbaiki program pengembangan yang lebih baik dan menarik pengunjung seperti adanya paket

perjalanan wisata dalam bentuk brosur, pamflet ataupun memanfaatkan media sosial sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar wisata lainnya.

4. Perlu adanya pendukung jasa pariwisata untuk bekerja sama dalam mempromosikan kawasan Taman Wisata Air Wendit.

Daftar Pustaka

- Adi Wibbowo, Lili. 2022. “Analisis IFAS Dan EFAS Menggunakan Metode SWOT Pada Perguruan Tinggi Swasta.” *Jurnal Wahana Informatika (JWI)* 1 (2): 125–39.
- Adhi Kusumastuti, A. m. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo
- Agustian, Ilham, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda. 2019. “Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu.” *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6 (1): 42–60. <https://doi.org/10.37676/professiona1.v6i1.837>.
- Akay, Reséal, Johannis E Kaawoan, and Fanley N Pangemanan. 2021. “Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Jurnal Governance* 1 (2): 1–8.
- Ayu Masruroh, Nanda, and Herawati Zeta Rahman. 2023. “Analisis Ability To Pay (Atp) Dan Willingness To Pay (Wtp) Pada Rencana Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum (Spam) Sumber Air Wendit.” *Jurnal ARTESIS* 3 (1): 75–80. <https://doi.org/10.35814/artesis.v3i1.5025>.
- Azhari, Abdul Kholiq. 2017. “Kolaborasi Dan Kerja Sama Pengelolaan Obyek Wisata Alam: Kendala Dan Prospeknya Di Era Otonomi Daerah” 1 (2): 1–14.
- Berutu, Feronika. 2023. “Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Tangga Seribu Delleng Sindeka

- Sebagai Daya Tarik Wisata Kabupaten Pakpak Bharat Sumatera Utara.” *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 6 (1): 132–40.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58331>.
- Choirunnisa, Iin, Mila Karmilah, Bobby Rahman-89, Strategi Pengembangan, Pariwisata Budaya..., Program Studi, Perencanaan Wilayah, Dan Kota, and Agung Semarang. 2021. “Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbang.” *Jurnal Kajian Ruang* 1 (2): 89–109.
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>.
- CS.Purwowidhu. 2023. “Kian Melesat Di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi.” 2023.
<https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kian-melesat-di-2023-pariwisata-indonesia-bersiap-menuju-level-prapandemi>.
- Dafa Rizky Prayoga, Afiaty Zata Dini, Lara Anjelita Tarigan, Putri Andiana Sari, Darwin P. Lubis, and Sendi Permana. 2022. “Analysis of Concept 3a in Tourism Development (Case Study: Dusun Iv, Desa Denai Lama, Kab. Deli Serdang).” *Jurnal Samudra Geografi* 5 (2): 114–26.
<https://doi.org/10.33059/jsg.v5i2.5545>.
- Damardjati. (2001). *Istilah-istilah dunia pariwisata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramitha
- Darmawan, Dimas. 2019. “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung” 8 (1): 51.
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>.
- Ester, Apriliyanti, Hudayah Syarifah, and ZA Zainurossalamia Saida. 2020. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Citra Destinasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda.” *Jurnal Manajemen* 12 (1): 145–53.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika* 21 (1): 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Fitroh, Syakir Kamil Ainul, Djamhur Hamid, and Luchman Hakim. 2017. “Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 42 (2): 18–25.
- Ginting, Ginta. 2019. “Pengertian Dan Konsep -Konsep Penting Pemasaran Jasa Pariwisata.” *Pemasaran Jasa Pariwisata*, 1–56.
- Gunawan, Drs. Heru. 2022. “Strategi Pengembangan Pariwisata Bandungan Kabupaten Semarang.” *Jurnal Widya Praja* 2 (1): 46–59.
- Handayani, Putu Ika, Nindya Sari, Dian Dinanti, Jurusan Perencanaan, and Wilayah Dan Kota. 2019. “Penentuan Kriteria Wisata Budaya Di Kabupaten Mlang Berdasarkan Stakeholder” 8 (April).
- Harlan, Fandy Bestario, Adhitomo Wirawan, and Nur Alifia Maulida. 2021. “Analisis Swot Tentang Strategi Pemasaran Agribisnis Di Pulau Setokok (Studi Kasus Komoditas Semangka).” *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 20 (01): 69–80.
<https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.69-80>.