

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PAKUHAJI SEBAGAI WISATA EDUKASI

Dally Nur Arif¹, Dias Pratami Putri², Syifa Qulbi Fauziah³

Syifaqfauziah@upi.edu

^{1,2,3}Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia

Abstrak

Wisata Pakuhaji merupakan wisata alam yang berada di daerah Kabupaten Bandung Barat, dengan letaknya yang berada diperbatasan antara Kabupaten Bandung Barat dan Kota Cimahi. Letaknya yang tidak strategis karena cukup jauh dari jalan besar dan kondisi topografi yang menanjak dengan jalan yang relatif kecil, namun memiliki keberagaman potensi yang dimiliki untuk dikembangkan dengan membuat inovasi dan memanfaatkan potensi itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjabarkan potensi apa saja yang ada di Wisata Pakuhaji, diantaranya Wisata Pakuhaji memiliki produk wisata yang dapat dikembangkan dengan inovasi berupa wisata edukasi untuk membuka pasar yang lebih luas dan beragam, kemudian menentukan strategi yang tepat untuk inovasi pengembangannya sebagai Wisata Edukasi. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan teknik Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka yang kemudian datanya diolah menggunakan analisis SWOT dengan Matriks IFAS dan EFAS. Kemudian melakukan perhitungan Bobot, Rating, Skor untuk menentukan Strategi yang paling cocok digunakan pada Strategi Pengembangan Wisata Pakuhaji Sebagai Wisata Edukasi. Dan dengan Analisis tersebut menghasilkan Strategi yang paling cocok digunakan yaitu Strategi SO (Strength-Opportunities). Dibuktikan melalui perhitungan Bobot, Rating, Skor yang menghasilkan titik koordinat pada diagram kartesius analisis SWOT yang titiknya berada tepat di kuadran I sehingga strategi yang paling relevan untuk digunakan adalah Strategi SO.

Kata Kunci: SWOT, Wisata Pakuhaji, Potensi, Wisata Edukasi, Strategi Pengembangan.

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang belakangan ini menjadi sorotan dan gencar dikembangkan oleh pemerintah. Hal ini berkaitan juga dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi sehingga mudahnya akses dari suatu informasi yang menyebabkan adanya peningkatan terhadap jumlah kunjungan wisata baik domestik maupun mancanegara. pada oktober 2023 wisatawan mancanegara di Indonesia mencapai 978,500 kunjungan yang di dominasi dengan moda transportasi udara (Riwanto, 2024). Sedangkan berdasarkan survey BPS kunjungan domestik mencapai angka 195,52 juta pada triwulan tiga tahun 2023 (Meliantari *et al.*, 2024).

Wisata Pakuhaji yang terletak di jl. Haji Ghofur, Pakuhaji, Kecamatan Ngamprah, Jawa Barat. Merupakan sebuah wisata keluarga yang diawali dengan hobi berkuda yang dimiliki oleh pemilik dari wisata pakuhaji yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata berkuda dengan harga yang ekonomis, sehingga dapat dijangkau oleh beberapa kalangan wisatawan. Dan seiring perkembangannya untuk dapat terus bersaing dikembangkan pula berbagai produk wisata selain berkuda untuk menarik minat wisatawan yang diantaranya taman satwa, *riding* ATV, kolam berenang, outbond, wisata anak, wisata kuliner warung liweut, *camping ground*, villa, penginapan dan lainnya.

Wisata Pakuhaji memiliki banyak potensi untuk dikembangkan namun terdapat beberapa masalah yang terjadi. dalam observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan beberapa fenomena yang ada seperti jumlah pengunjung yang tidak terlalu banyak serta pelayanan yang kurang interaktif dari pramu wisata yang ada. Dalam wawancara sendiri pengelola mengatakan bahwa kendala yang dialami diantaranya adalah adanya destinasi wisata lain yang menyebabkan persaingan serta akses jalan yang kurang sehingga banyak pengunjung yang enggan untuk berkunjung walaupun jalannya udah diperbaiki namun kondisi jalan yang sempit dan lumayan jauh dari jalan besar menjadi alasan pengunjung untuk tidak berkunjung dan memilih destinasi yang lain.

Untuk memperkuat fenomena tersebut peneliti melakukan sebuah survei awal yang berkaitan dengan Wisata Pakuhaji dengan tujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terkait dengan destinasi Wisata Pakuhaji melalui pengikut Instagram dengan 56 responden. Berdasarkan survei tersebut masih banyak orang yang belum berkunjung ke destinasi Wisata Pakuhaji meskipun mengetahuinya, dalam kolom pendapat beberapa orang mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui sehingga tidak pernah berkunjung ke destinasi tersebut dan kebanyakan orang mengetahui destinasi Wisata pakuhaji bukan sebagai wisata edukasi melainkan wisata alam. Karena posisinya yang kurang strategis, akses jalan yang kurang, serta kurangnya promosi pada wisata ini dibutuhkan adanya pengembangan yang dapat meningkat jumlah kunjungan dan loyalitas kunjungan. Loyalitas kunjungan merupakan konsep dimana wisatawan melakukan kunjungan lebih dari satu kali atau bahkan secara berkala karena adanya faktor

kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Secara lebih spesifik loyalitas dapat diartikan sebagai sebuah kondisi dimana kosumen atau wisatawan memiliki sikap yang positif terhadap suatu produk dan adanya komitmen terhadap produk tersebut dan memiliki keterikatan untuk melakukan pembelian secara berkelanjutan pada masa yang mendatang. Artinya loyalitas memiliki keterikatan terhadap pembelian secara nyata yang menjadi selera tersendiri bagi konsumen atau wisatawan. (Lupiyodi, 2013&Tunisya *et al.*, 2022). Menciptakan loyalitas kunjungan tentunya dibutuhkan adanya inovasi dan pengembangan dari destinasi wisata itu tersendiri selain daya tarik yang sudah pasti harus ada pada destinasi wisata, faktor penunjang lainnya pun harus memadai. Seperti halnya produk wisata, Menurut Suwanto (2004) "Produk Wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula."

Produk wisata tentunya tidak bisa hanya sekedar produk yang biasa saja karena memiliki tujuan untuk menarik wisatawan untuk membeli produk tersebut. Dalam dunia pariwisata produk yang ditawarkan merupakan sebuah jasa yang tentunya harus memiliki nilai yang bisa dinikmati dan memuaskan wisatawan. Jasa tersebut diantaranya berupa fasilitas dan juga pelayanan dari pelaku jasa wisata. Untuk itu kualitas dari produk wisata tentunya menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Produk wisata dapat menjadi faktor penarik dari keputusan wisatawan untuk berkunjung sehingga pelaku wisata dapat menyesuaikan produk wisatanya sesuai dengan target yang

dituju, untuk itu para pelaku wisata berlomba-lomba untuk menginovasi produk wisata yang dimilikinya untuk menarik minat wisatawan karena seiring dengan merebaknya eksistensi dari pariwisata itu sendiri tentunya menimbulkan daya saing yang tinggi. Dari hal tersebut pengembangan wisata edukasi bisa menjadi peluang untuk menumbuhkan citra baru yang menarik banyak pengunjung. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pengembangan Wisata Pakuhaji Sebagai Wisata Edukasi”**

Penelitian terdahulu oleh Azis, M. A., & Meirinawati, M. (2020) Manajemen Strategi Pengembangan Wisata Edukasi di Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri terdapat perbedaan dalam objek penelitian dan metode analisis data yang digunakan, namun penelitian ini menjadi identifikasi kesenjangan yang menjadi fokus penelitian baru, penelitian terdahulu juga dijadikan sebagai sebuah acuan untuk memvalidasi temuan dari penelitian yang baru.

Strategi merupakan sebuah perencanaan yang telah direncanakan untuk melakukan suatu tujuan yang dirancang agar mencapai target yang sudah ditentukan atau digambarkan. Menurut studi Putri, *et al* (2022) dalam strategi diperlukan sebuah tujuan yang ingin dicapai pada masa mendatang pada sebuah tindakan, pengetahuan yang berkaitan dengan bisnis, dan niat yang ditujukan terhadap masa depan. Strategi merupakan reaksi yang memiliki sifat yang melakukan peningkatan secara terus menerus untuk itu dalam pelaksanaannya dilakukan dengan melihat perspektif dari apa yang diinginkan oleh pelanggan pada masa yang mendatang.

Menurut studi Ismail (2020) dalam pengembangan pariwisata dibutuhkan beberapa hal yang harus dilalui yang diantaranya adalah :

1. Promosi, merupakan sebuah pelaksanaan upaya pemasaran yang harus dilakukan secara terpadu baik dilakukan di dalam ataupun di luar negeri,

2. Aksesibilitas, merupakan salah satu dari aspek penting yang dapat mendukung karena mengangkut kepada pengembangan dari lintas sektor,

3. Kawasan pariwisata

Berdasarkan hal tersebut tentunya dibutuhkan adanya promosi yang dapat menunjang eksistensi dari pariwisata itu sendiri. Dalam menawarkan jasa tentunya perlu diketahui banyak orang seperti apa bentuknya, rasanya sehingga wisatawan akan tertarik untuk berkunjung, untuk itu melakukan promosi yang dapat diingat dan menjadi kenangan bagi wisatawan, dalam menciptakan komunikasi penawaran yang baik tentunya harus menggunakan konsep komunikasi pemasaran yang terarah dan tepat, dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep bauran pemasaran (marketing mix) 4P (Nurrohman, 2024) selanjutnya yaitu aksesibilitas, yang tentunya sangat penting karena dibutuhkan kemudahan untuk mencapai destinasi wisata baik itu berupa akses jalan yang memadai maupun ketersediaan transportasi umum sehingga dapat menarik minat wisatawan. Untuk kawasan wisata tentunya menjadi komponen paling penting karena menjadi sarana dan juga tujuan untuk berkunjung.

Pengembangan pariwisata dibutuhkan adanya dua aspek penting yang diantaranya adalah Penerapan sarana dan prasarana pariwisata, sarana kepariwisataan merupakan

bentuk dari perusahaan-perusahaan pariwisatanya itu sendiri, dan prasarana merupakan fasilitas yang tersedia di sebuah sarana pariwisata yang bertujuan untuk menunjang sarana pariwisata agar lebih hidup dan juga menjadi sebuah daya tarik tersendiri (Suryani, 2017) Pengembangan Pariwisata membutuhkan aspek-aspek penunjang didalam proses pelaksanaannya hal tersebut untuk meningkatkan pariwisatanya itu sendiri hal-hal yang menunjang tersebut diantaranya adalah pengembangan dari segi sarana dan prasarana tersendiri baik bentuk dari sumber daya manusianya maupun fasilitas yang menunjang sarananya tersendiri.

Wisata edukasi adalah jenis pariwisata yang menggabungkan perjalanan rekreasi dengan kegiatan belajar. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman pendidikan yang menyenangkan dan informatif bagi peserta, baik itu anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Wisata edukasi dapat melibatkan kunjungan ke berbagai tempat yang memiliki nilai pendidikan, seperti museum, situs sejarah, kebun binatang, pusat sains, atau bahkan perusahaan yang menawarkan tur pabrik.

II. METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. jenis penelitian ini berfokus kepada kualitas bukan kuantitas dan mengumpulkan data-data penelitian melalui observasi dan wawancara yang dilakukan secara langsung dengan narasumber sebagai sumber data penelitian, dan bukan hasil dari kuesioner yang disebar. Penelitian akan jelas jika diamati melalui proses karena penelitian kualitatif lebih mementingkan proses dibandingkan dengan hasil yang didapatkan.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang proses pengumpulan sumber data penelitiannya tidak melalui tahapan-tahapan yang bersifat statistik atau hitungan. Penelitian kualitatif adalah suatu penyelidikan naturalistik yang memiliki tujuan untuk mencari pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial dengan cara yang alami (hendyadi *et al.*, 2019)

Penelitian kualitatif juga penelitian yang memahami fenomena mengenai hal yang dialami subjek penelitian contohnya seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan lain-lain yang secara holistik dan menggunakan cara deskripsi melalui bahasa dan kata-kata pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan pemanfaatan berbagai bentuk dari metode alamiah (moleong, 2017) Itu artinya dalam penelitian kualitatif pada intinya merupakan penelitian yang tertuju pada proses yang ada dilapangan dan dengan mengandalkan cara-cara pengumpulan data yang dihasil dari wawancara dan observasi secara langsung terhadap nara sumber untuk menyusun seluruh data yang dijabarkan menggunakan bahasa dan kata-kata secara deskriptif yang berkaitan dengan perilaku, persepsi, motivasi, dan lainnya.

Studi Pustaka merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara membaca literatur atau hasil-hasil penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Wisata Pakuhaji Sebagai Wisata Edukasi. Dengan melakukan kajian terhadap jurnal, artikel, buku dan lainnya yang bisa menjadi data yang memiliki jaminan kevalidannya.

Analisis SWOT merupakan salah satu metode pengolahan data yang digunakan dalam investigasi ini. Strength, Weakness,

Opportunity, and Threat, atau analisis SWOT, adalah alat yang berguna untuk menentukan kelebihan dan kekurangan suatu objek serta potensi untuk pengembangan atau perbaikan. Matriks SWOT adalah alat yang berguna untuk menilai kekuatan dan kelemahan suatu objek dan untuk berkonsentrasi pada kemungkinan yang pada akhirnya dapat dikejar. Ada beberapa tindakan yang terlibat dalam analisis data, seperti tampilan data, kegiatan edukasi data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Setelah pengumpulan data, peneliti melakukan analisis antisipatif sebelum memulai reduksi data. Data kemudian ditampilkan menggunakan ringkasan singkat, bagan, korelasi antar kategori, dan metode serupa. Selanjutnya, kesimpulan dan verifikasi yang diberikan sejak awal dan didukung oleh data yang dapat diandalkan dan konsisten akan ditarik.

III. PEMBAHASAN

Wisata Pakuhaji merupakan salah satu pelopor wisata alam bertemakan rekreasi keluarga yang ada di Bandung Barat, tepatnya berada di Jalan Haji Ghofur No.Km. 4, RT.02/RW.10, Desa Pakuhaji, Kec. Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40552. Wisata Pakuhaji sudah berdiri selama 18 tahun tepatnya pada tanggal 8 mei 2006, yang dikelola oleh keluarga dengan diawali karena pemilik yang memiliki lahan di Pakuhaji dan hobi berkuda juga memasak. Pada mulanya destinasi ini bernama Wisata Kuda dan Warung Liwet Pakuhaji dan berganti nama menjadi Wisata Pakuhaji, pada awal pembukaannya Wisata Pakuhaji hanya menawarkan wisata berkuda dan warung liwet dengan harga yang terjangkau.

Seiring dengan perkembangannya Wisata Pakuhaji mengadakan berbagai inovasi wahana yang diantaranya Berkuda, ATV, Kolam Renang, Wahana Bermain Anak, Taman Satwa, *Flying Fox*, dan lainnya. Tiket masuk Wisata Pakuhaji terbilang sangat terjangkau dengan harga Rp. 10.000,- wisatawan dapat berjalan-jalan di area Destinasi Wisata yang cukup luas, untuk wahana sendiri dikenakan biaya tambahan yang setiap wahananya dihargai Rp. 20.000,- tersedia juga camping ground, villa/penginapan, dan terdapat juga berbagai fasilitas umum seperti taman bermain anak, lahan luas untuk piknik dan lainnya. Wisata Pakuhaji hanya buka pada hari Sabtu, Minggu, dan tanggal merah saja dengan jam buka pada pukul 08.00 pagi sampai dengan pukul 16.00 sore.

Potensi yang dimiliki Wisata Pakuhaji berdasarkan aspek 6A yang diperlukan dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata yang diantaranya adalah :

1) Aksesibilitas (*Accessibility*)

Berkaitan dengan kemudahan pengunjung untuk mencapai destinasi wisata yaitu akses jalan menuju wisata dan transportasi umum yang tersedia. Akses jalan menuju wisata pakuhaji masih kurang karena lokasinya yang tidak strategis. Wisata Pakuhaji berada di jalan Haji Ghofur yang akses jalannya terbilang kecil serta menanjak, selain itu tidak ada transportasi umum yang tersedia, jarak dari jalan besar menuju wisata pakuhaji cukup jauh sehingga wisatawan harus menggunakan kendaraan pribadi, terdapat juga beberapa bagian jalan yang rusak sehingga mengganggu kenyamanan wisatawan selama diperjalanan menuju Wisata Pakuhaji. Namun karena jalan haji Ghofur merupakan jalan umum sehingga hal ini harusnya menjadi tanggung jawab dari pemerintah setempat untuk lebih

memperhatikan akses jalan yang ada sehingga mempermudah aksesibilitas perjalanan bagi wisatawan maupun warga sekitar.

2) Atraksi (*Attraction*)

Daya tarik utama wisatawan dalam berkunjung yaitu atraksi yang tersedia pada destinasi wisata yang dikunjungi. Wisata Pakuhaji tentu saja memiliki berbagai macam atraksi wisata yang diantaranya keindahan alam yang tersedia, dengan lahan yang cukup luas serta penampakkannya yang asri dengan ditumbuhi beragam tumbuhan seperti *bougenvil*, pohon pinus, pohon cemara dan lainnya. Ada pula taman bermain anak yang menyediakan ayunan, dan lainnya yang bisa dinikmati oleh pengunjung, ada juga objek wisata buatan yang biasa dikenal Wahana Wisata Pakuhaji yang diantaranya adalah Taman Satwa, Arena Berkuda yang tentunya dapat dikembangkan menjadi Wisata edukasi untuk anak.

3) Amenitas (*Amenities*)

Fasilitas penunjang yang menjadi kebutuhan dasar wisatawan yang terdapat di Wisata Pakuhaji diantaranya adalah Masjid untuk beribadah, lahan parkir yang cukup luas, ada pula restoran atau warung liwet yang tersedia bagi pengunjung walaupun Wisata Pakuhaji mengizinkan pengunjung untuk membawa makanan dari luar, ada juga kantin kecil, untuk fasilitas kesehatan wisata pakuhaji menyediakan ruangan pmr untuk pertolongan pertama jika terjadi hal yang tidak diinginkan, ada pula toilet umum meskipun perlu perbaikan karena menjadi salah satu faktor yang di keluhkan wisatawan karena kondisinya yang kurang memadai untuk itu pihak Wisata pakuhaji berencana melakukan perbaikan serta menambah sumber air yang ketersediaanya cukup sulit di Wisata Pakuhaji. Wisata Pakuhaji juga menyediakan Villa dan Penginapan yang dapat disewa oleh wisatawan, untuk villa terdapat lima villa

dengan fasilitas yang berbeda. Untuk penginapan terdapat 14 kamar yang tersedia dengan harga Rp. 300.000,- per malam. Ada pun lahan yang luas untuk piknik keluarga dan area camping, selain itu Wisata Pakuhaji juga menyediakan *venue* untuk *wedding*.

4) Aktivitas (*Activities*)

Terdapat banyak aktivitas yang dapat dilakukan di Wisata Pakuhaji yang diantaranya adalah Aktivitas Berkuda, Bola Air, Berenang, Viar Tour, ATV, *outbound*, *flying fox*, Trampolin dan kereta anak, Camping keluarga atau bersama teman.

5) *Avaible Package* (Paket Wisata)

Terdapat beberapa paket wisata yang tersedia di wisata pakuhaji yang contohnya adalah Paket terusan dan makan (PH) dengan tawaran yaitu PH 1 : 2 Wahana, Tiket Masuk, Tempat Istirahat dan Makan siang Rp. 60.000/Orang, PH 2 : 4 Wahana, Tiket Masuk, Tempat Istirahat dan Makan Rp. 90.000/Orang dan PH 3 : 6 Wahana, Tiket Masuk, Tempat Istirahat dan Makan Rp. 110.000/Orang

Dengan ketentuan Minimal Peserta 20 orang dan paket makan yang berisi Nasi Putih, Ayam Tepung, Perkedel Kentang, sambal dan air mineral gelas. Dan paket wisata pakuhaji yang lainnya. Berikut terlampir poster paket wisata :



Gambar 4.1. Paket Wisata Pakuhaji
Sumber : Instagram Wisata Pakuhaji, 2024



Gambar 4.2. Paket Wisata Pakuhaji
Sumber : Instagram Wisata Pakuhaji, 2024

6) Ancillary (Layanan Tambahan)

Pelayanan tambahan memanglah tersedia di Wisata Pakuhaji, seperti penyewaan kendaraan di area berwisata, layanan informasi wisata yang teredia di papan informasi dan flatform media sosial, dan juga pemandu wisata yang tersedia jika dilakukan pemesanan. Namun kualitas pelayanan ini lah yang harus ditambahkan karena dengan perencanaan pengembangan sebagai wisata edukasi tentunya penyedia layanan harus terlebih dahulu lebih tereduksi dengan kemampuan yang informatif bagi wisatawan yang berkunjung. Untuk itu dibutuhkan pelatihan khusus bagi staff yang bertugas, pengadaan standar operasional dalam pelayanan tamu pun diperlukan agar staff lebih terstuktur dalam menjalankan tugas yang ada dilapangan. Contohnya dengan mengamalkan point-point sapta pesona yang menjadi dasar pariwisata. Berdasarkan pemaparan penelitian Dandi Sulisty, diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi interpersonal tourguide memiliki pengaruh positif dan berkontribusi yang besar terhadap kepuasan pengunjung di tempat wisata sebagai contoh tempat wisata yang serupa dengan wisata Pakuhaji adalah Taman Mini

Indonesia Indah, dalam penelitiannya semakin efektif komunikasi interpersonal yang dilakukan btourguide, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung serta terdapat hubungan antara kualitas komunikasi interpersonal staff atau *tourguide* dengan tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi. (Dandi, 2024)

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis Data SWOT pada pengembangan Wisata Pakuhaji Sebagai Wisata Edukasi dikelompokan beberapa temuan dengan mengidentifikasi berdasarkan Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*), yang diantaranya adalah :

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan yang dimiliki Wisata Pakuhaji diantaranya adalah memiliki harga tiket masuk yang terbilang murah yang mampu bersaing dengan wisata lain, dan keberagaman inovasi produk wisata yang dapat dikembangkan sebagai Wisata Edukasi, selain itu adanya paket wisata yang banyak untuk ditawarkan kepada wisatawan, lahan yang luas dengan pemandangan alam serta suasana yang sejuk menjadi kekuatan dari Wisata Pakuhaji, tersedianya penginapan dan villa, *wedding venue*, Rumah makan atau restoran. Berdasarkan faktor internal tersebut dapat mempengaruhi kekuatan yang ada pada Destinasi Wisata Pakuhaji yang menjadi nilai tambah untuk pengembangan wisata edukasi.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan yang teridentifikasi dalam penelitian pengembangan Wisata Pakuhaji yaitu Akses Jalan yang kurang dan keterjangkauan Transportasi umum yang kurang memadai, selain itu Kurang komunikatifnya staff atau pegawai sehingga dibutuhkan pelatihan khusus yang berkaitan dengan pemanduan Wisata Edukasi, pemeliharaan fasilitas yang kurang maksimal

sehingga terdapat beberapa titik yang kebersihannya kurang terjaga, seperti toilet umum, kebersihan kolam, karena banyaknya pepohonan sehingga diperlukan pembersihan daun yang berguguran secara berkala. Berdasarkan temuan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor internal dapat berpengaruh dalam terciptanya kelemahan yang dapat menghambat pengembangan dan bisa menjadi pembanding dengan wisata lain.

3. Peluang (*Opportunities*)

Hasil temuan yang berkaitan dengan peluang dari wisata pakuhaji diantaranya adalah adanya Produk Wisata yang memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi Wisata Edukasi yaang diantaranya adalah Wahana Taman satwa yang memberikan edukasi terkait fauna, wahana berkuda yang memberikan pengalaman berolahraga dan dapat mengedukasi mengenai tata cara berkuda, *outbond* yang memberikan pengalaman untuk beraktivitas fisik dan kerjasama kelompok, selain itu sumber daya manusia yang berasal dari warga sekitar yang merupakan staff Wisata Pakuhaji dapat berpeluang menciptakan Wisata berkelanjutan dengan melakukan pengembangan dengan mengedukasi staff yang ada untuk meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia yang ada. Berdasarkan faktor internal tersebut dapat didimpulkan bahwa faktor internal berpengaruh terhadap peluang yang ada.

4. Ancaman (*Threath*)

Persaingan dengan konsep pariwisata yang sama serta inovasi yang lebih modern atau terbaru dari Destinasi Wisata yang baru dapat menempatkan Wisata pakuhaji pada posisi terancam karena adanya daya saing dalam memperebutkan kunjungan dari Wisatawan. Nerdaarkan faktor eksternal tersebut dapat diimpulkan bahwa faktor

eksternal dapat berpengaruh pada ancaman bagi Wisata Pakuhaji.

Berdasarkan pengelompokkan semua data yang mengidentifikasi kekuatan (Strenghts), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats) dari pengembangan pada Wisata Pakuhaji Sebagai Wisata Edukai, berikutnya akan dianalisa dengan menggunakan Matriks SWOT yang dapat menghasilkan kemungkinan alternatif strategi pengembangan yang dapat digunakan. Selain memperhatikan faktor-faktor yang ada diatas, dari kekuatan dan kelemahan (faktor internal), dan peluang serta ancaman (faktor eksternal) dalam upaya mengembangkan wisata dapat disusun dengan Internal Factor Analysis Summary (IFAS) Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) untuk menentukan strategi bersaing yang akan digunakan IFAS tersebut dengan cara sebagai berikut:

Tabel 4.1. Bobot, Rating, IFAS

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	NILAI SKOR
Strength (S) Wahana yang beragam dan menarik yang diantaranya adalah Wahana Berkuda, Taman satwa, Taman Kelinci, Kolam Renang, ATV, Viar Tour, Bola Air dan fasilitas umum lainnya yang dapat dinikmati pengunjung	0,15	4	0,60
Tersedianya paket wisata baik itu yang berkaitan dengan wahana, makanan, aktivitas, camping, dan pernikahan	0,10	2	0,20
Adanya villa dan penginapan yang banyak	0,10	3	0,30
Memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata edukasi	0,16	4	0,64
Total Strength	0,51	13	1,74
Weaknesses Akses jalan yang kecil dan rusak di beberapa titik	0,11	2	0,22
Kurang komunikatif dan kualitas pelayanan dari staff	0,12	3	0,36
Promosi yang kurang maksimal	0,15	3	0,45
Kurangnya pemeliharaan kebersihan dan kualitas dari fasilitas yang ada	0,11	3	0,33
Total Weaknesses	0,49	11	1,36
Total Strength + Weaknesses	1,00	24	3,10
Skor Strength – Weaknesses			0,38

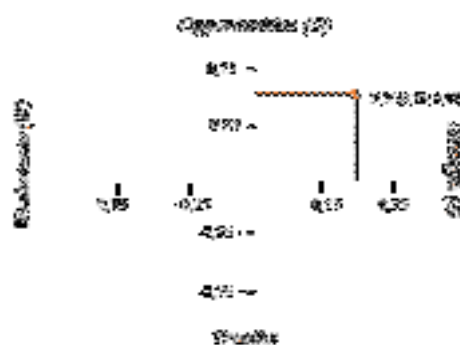
Pengelolaan data EFAS dilakukan dengan metode perhitungan yang sama namun mengganti faktornya menjadi faktor eksternal yang komponennya terdapat *Opportunities* dan *Threat*, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1. Bobot, Rating, Skor EFAS

FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	NILAI SKOR
Opportunities (S) Memberikan pelatihan kepada staff yang berkaitan dengan kepemanduan Wisata Edukasi	0,16	4	0,64
Membuat Paket Wisata Edukasi	0,11	3	0,33
Melakukan promosi setelah terciptanya inovasi yang dapat bersaing	0,15	4	0,60
Memberikan layanan tambahan pemandu wisata	0,12	3	0,36
Total Opportunities	0,54	14	1,93
Threat Adanya pesaing wisata dengan jenis atau tema yang serupa	0,16	4	0,64
Kondisi Cuaca yang tidak dapat terduga	0,10	2	0,20
Pengunjung yang tidak tertib membuang sampah pada tempatnya	0,10	3	0,30
Pelanggaran dalam merusak fasilitas yang ada	0,10	3	0,30
Total Threats	0,46	11	1,44
Total Opportunies + Threats	1,00	25	3,37
Skor Opportunies – Threats			0,49

Sumber : Analisis, 2024

Pada tabel diatas faktor-faktor kekuatan (strenghts) mempunyai nilai skor 1,74 sedangkan faktor-faktor kelemahan (weakness) mempunyai nilai skor 1,36 berarti Wisata Pakuhaji mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan dalam menentukan strategi bersaingnya. Kemudian pada tabel 4.3 diatas faktor peluang (opportunities) mempunyai nilai skor 1,93 dan faktor ancaman (threats) mempunyai nilai skor 1,44 ini berarti dalam upaya menentukan strategi bersaingnya Wisata Pakuhaji mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang ada. Berdasarkan hasil dari faktor internal dan eksternal yang disusun langkah berikutnya adalah melakukan penempatan trategi pengembangan untuk wisata pakuhaji melalui diagram kartesiu SWOT dengan komposisi sumbu x yaitu variabel faktor internal (IFAS) yang terdiri dari kekuatan dan kelemah Wisata Pakuhaji, untuk sumbu y merupakan faktor eksternal (EFAS) yang terdiri dari peluang dan ancaman, berikut diagram kartesius yang telah ditentukan titiknya:



Gambar 4.2. Diagram kartesius Analisis SWOT Penempatan titik kuadran pada Strategi Pengembangan Wisata Pakuhaji Sebagai Wisata Edukasi
Sumber : Analisis, 2024

Dari tabel dan gambar diagram kartesius diatas menunjukkan hasil dimana

4) Memberikan layanan tambahan pemandu wisata	dinikmati oleh wisatawan 4) Wahana atau produk wisata adalah alternatif pilihan untuk mendapatkan layanan tambahan (ancillary) berupa jasa pemandu wisata	seperti wisata edukasi 3) Melakukan pemeliharaan fasilitas dengan lebih terata 4) Membuat kerjasama dengan pemerintah berkaitan dengan pelayanan akses jalan menuju tempat wisata
Threats (T) 1) Adanya persaingan wisata dengan jenis atau tema yang serupa 2) Kondisi cuaca yang tidak dapat terduga	Strategi ST (Strength-Threats) 1) Menambahakan fasilitas umum untuk berteduh di area camping untuk mengantisipasi adanya cuaca buruk 2) Membuat inovasi paket wisata dengan harga yang dapat bersaing serta promosi yang menarik	Strategi WT (Weakness-Threats) 1) Kelangkaan dengan waktu secepat untuk mendahului liburan agar tidak terjadi bencana ketika cuaca buruk 2) Kelangkaan dengan waktu secepat untuk mempromosikan Wisata melalui media ke media

Sumber : Analisis, 2024

Berdasarkan Matriks SWOT yang dipaparkan pada tabel diatas terdapat empat alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh wisata pakuhaji dalam pengembangannya sebagai wisata edukasi, dengan menggunakan kekuatandari Wisata Pakuhaji kemudian memanfaatkan peluang yang dimiliki, menekan atau mengurangi kelemahan yang ada serta mengantisipasi ancaman yang dimiliki atau yang dapat terjadi. Dalam matriks yang telah disusun disimpulkan strategi yang cocok dan tepat untuk pengembangan wisata Pakuhaji sebagai Wisata Edukasi yaitu menggunakan Strategi SO yaitu Strength dan Opportunities.

Strategi ini memiliki tujuan untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada. Untuk itu Wisata Pakuhaji memiliki strategi yang dapat dilakukan dalam proses pengembangannya sebagai wisata pakuhaji, yang diantaranya adalah :

- a) Melakukan pelatihan kepemanduan wisata yang berkaitan dengan produk wisata edukasi. Wisata pakuhaji tentunya memiliki banyak staff yang bekerja dan akan bersinggungan langsung dengan wisatawan untuk memaksimalkan kualitas dari pelayanannya perlu dilakukan pelatihan yang berkaitan dengan kepemanduan wisata edukasi, karena dalam proses wisata edukasi diperlukan pemadu wisata yang komunikatif dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi wisatawan.
- b) Membuat paket Wisata Edukasi dengan memanfaatkan produk wisata atau wahana yang ada. Wahana atau produk Wisata yang dimiliki oleh wisata pakuhaji cukup beragam dan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai wisata edukasi. Untuk menambah pasar baru tentunya dibutuhkan inovasi yang beragam, untuk itu dengan membuat paket wisata yang berkaitan dengan wahana yang ada dengan mengembangkannya menjadi produk dari wisata edukasi
- c) Melakukan promosi terkait wisata edukasi dan fasilitas yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Setelah melakukan inovasi kepada produk yang ada dan mengemasnya menjadi sebuah paket wisata Edukasi tentunya diperlukan adanya promosi wisata untuk mengenalkannya kepada banyak orang agar menjadi wisatawan di wisata pakuhaji metodenya bisa melalui media sosial maupun secara langsung dengan melakukan promosi ke sekolah-sekolah untuk target wisatawan kelompok studi *tour, field trip* dan lainnya.

Wahana atau produk wisata edukasi diberikan pilihan untuk mendapatkan layanan tambahan (ancillary) berupa jasa pemandu

wisata. Pelayanan merupakan salah satu komponen yang penting yang harus ada dalam jasa pariwisata terutama wisata edukasi yang bertujuan sebagai *tour guide* yang mengarahkan dan juga memaparkan mengenai destinasi atau produk wisata yang ada. Untuk itu pemandu wisata dibutuhkan dan harus memiliki kriteria yang menguasai cara berkomunikasi yang komunikatif dengan wisatawan dan memiliki pengetahuan berkenaan dengan produk wisata.

IV. PENUTUP

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan dalam temuan dan bahasan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya berbagai macam komponen yang ditemukan di wisata pakuhaji berdasarkan aspek 6A yang diantaranya *Accesibility, Amenities, Activities, Atraction, Awaible Package, dan Ancillary*, ditemukan bahwa wisata pakuhaji memiliki seluruh komponen yang ada dalam 6A yang dapat dijadikan sebagai potensi bagi wisata Pakuhaji. Meskipun dalam temuan juga ditemukan bahwa terdapat masalah.

Aksesibilitas jalan menuju destinasi wisata karena jalannya yang rusak dan tidak adanya transportasi umum yang menjangkau hingga destinasi wisata, kemudian pada poin amenities wisata pakuhaji memiliki beragam fasilitas yang dapat dinikmati wisatawan seperti taman bermain anak, lahan parkir, lahan piknik, akomodasi berupa penginapan dan villa, kemudian pada aspek atraksi dan aktivitas terdapat wahana yang bisa dinikmati oleh pengunjung, seperti Wisata berkuda, ATV, Viar Tour, Bola Air, Taman Satwa, Taman Kelinci, Kolam Renang dan lainnya, selanjutnya ada *awaible package* dimana Wisata pakuhaji memiliki paket wisata yang ditawarkan baik berkenaan dengan wahana maupun aktivitas seperti *outbond* dan *Wedding*

venue, yang terakhir ada *ancillary* atau layanan tambahan yang harus dikembangkan yaitu dengan melakukan pelatihan yang berkaitan dengan pemandu wisata karena adanya potensi sumber daya manusia dimana 99% pegawai wisata pakuhaji merupakan warga sekitar. dapat ditarik kesimpulan bahwa wisata pakuhaji memiliki banyak potensi wisata yang elanjutnya dapat dikembangkan sebagai wisata edukasi dengan memperbaiki komponen dari 6A.

Disimpulkan bahwa dalam perhitungan Bobot, Rating, Skor berdasarkan Faktor Internal (IFAS) dan Faktor Eksternal (EFAS) Wisata Pakuhaji memiliki kekuatan yang dapat digunakan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Dan berdasarkan hasil perhitungan Bobot, Rating, Skor menghasilkan titik koordinat (0,38; 0,49) pada diagram kartesius Analisis SWO. Perhitungan tersebut membuktikan Wisata pakuhaji berada di titik kuadran I yang artinya Wisata Pakuhaji berpeluang sangat besar untuk dikembangkan sebagai Wisata Edukasi dengan menggunakan Strategi SO (*Strength-opportunities*) yaitu dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan analisis tersebut dirumuskan strategi SO yang diantaranya adalah melakukan pelatihan pemanduan wisata yang berkaitan dengan produk wisata edukasi, membuat paket Wisata Edukasi dengan memanfaatkan produk wisata atau wahana yang ada, melakukan promosi terkait wisata edukasi dan fasilitas yang dapat dinikmati oleh wisatawan dan wahana atau produk wisata edukasi diberikan pilihan untuk mendapatkan layanan tambahan (*ancillary*) berupa jasa pemandu wisata

Peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang didasari simpulan dan hasil penelitian yang diharapkan dapat

dimplementasikan dan diantaranya adalah bagi pemerintah diharapkan untuk lebih mendukung pariwisata yang ada dengan memfasilitasi akses jalan kesetiap destinasi wisata, serta melakukan sebuah penyuluhan atau pelatihan kepada masyarakat agar terciptanya masyarakat yang sadar wisata serta dapat meningkatkan kualitas sumber manusia yang ada, kemudian untuk pengelola Wisata Pakuhaji diharapkan untuk melakukan kembali pengembangan wisata pakuhaji dengan memperbaiki kualitas pelayanan yang ada, menerapkan standar operasional pelayanan terhadap wisatawan, dan melakukan pelatihan terhadap staff yang berkaitan dengan inovasi yang akan dilakukan atau dikembangkan sehingga jika melakukan pengembangan Wisata Pakuhaji dengan inovasi pengadaan Wisata edukasi dapat memberikan pelayanan yang komunikatif dan edukatif.

Daftar Pustaka

- Amalyah, R., Hamid, D., & Hakim, L. (2016). *Peran stakeholder pariwisata dalam pengembangan Pulau Samalona sebagai destinasi wisata bahari*. Brawijaya University.
- Azis, M. A., & Meirinawati, M. (2020). Manajemen Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Di Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri. *Publika*, 8(4).
- Dandi Sulistyo., Muria Putriana., Mentari Anugrah., & Wina Puspita Sari. (2024). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Tourguideterhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Mini Indonesia Indah. *Journal Media Public Relations Volume 4(1)*, 25-31
- Devicha, Y. (2022). *Strategi Pengembangan Produk Wisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT).
- Harwindito, B., Wahyuni, N., Saputra, N. G., Suheryadi, H., & Renaldo, R. (2023). Taman Wisata Lebah Madu Cibubur Sebagai Objek Wisata Edukasi di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 221-226.
- Hermawan, Y., Hidayatullah, S., Alviana, S., Hermin, D., & Rachmadian, A. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui wisata edukasi dan dampak yang didapatkan masyarakat desa pujonkidul. *Edusia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Asia*, 1(1), 1-13.
- Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*, 4(1), 59-69.
- Jannah, H., Handayani, Y. I., & Haifa, H. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA KAWASAN TPA SEBAGAI WISATA EDUKASI DI DESA KERTOSARI KECAMATAN PAKUSARI JEMBER. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 4(2), 177-192.
- Joseph, F. S., Edison, E., & Kartika, T. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Science Center sebagai Wisata Edukasi di Kabupaten Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, 2(1), 68-76.
- Khairunnisa, H., Prasetyo, J. S., Jehane, P. T., & Asyianita, R. A. (2019). Kajian pengembangan wisata edukasi berbasis konservasi di Taman Hutan Raya KGPAA Mangkunegoro I Karanganyar. *Bio Educatio*, 4(2), 378998.
- Maghfiroh, N. L., & Murtini, S. (2018). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Edukasi Lembah Mbencirang di Desa Kebontunggul Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. *Swara Bhumi*, 5(7), 46-54.
- Meliantari, D., & Apriani, A. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Berdampak pada Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 48-56.
- Muhammad, A., Hakim, L., & Fatmawati, F. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Malino Di Kabupaten Gowa. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 2(5), 1548-1562.
- Nandi, N. (2016). Pariwisata dan pengembangan sumberdaya manusia. *Jurnal Geografi Gea*, 8(1), 33-42.
- Nawaningrum, U. S., & Atmaja, H. E. (2022). Analisis peran SDM dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Magelang. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 6(1), 11-15.
- Nurrohman., Immawati Asniar., & Achmadi. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan

- Brandpakalolo (Studi Pada PT. Mitra Prima Cahaya Sentosa Cabang Lampung). *Journal Media Public Relations Volume 4 No. 1*. 14-15
- Prasetyo, D., Manik, T. S., & Riyanti, D. (2021). Pemanfaatan museum sebagai objek wisata edukasi. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 15(1), 1-11.
- Prasetyo, H., & Nararais, D. (2023). Urgensi Destinasi Wisata Edukasi Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 135-143.
- Putri, F. E., Ariadi, B., Syarkawi, I., & Mulyati, R. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN SOLOK SELATAN. *E-Jurnal Akuntansi, Auditing & Investasi*, 2(2), 43-50.
- Rahmadina, A. B., & Sumanto, A. (2022). Strategi pengembangan wisata edukasi kampung gerabah Desa Precet Kademangan Kabupaten Blitar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 40-53.
- Rihardi, E. L. (2021). Pengembangan manajemen sumber daya manusia sebagai sebuah keunggulan kompetitif pada industri pariwisata dan perhotelan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 10-20.
- Riwanto, M. A. Analisis Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Menggunakan Microsoft Power Bi.
- Siburian, M., Kausar, D. R. K., & Firmansyah, R. (2017). Strategi Pengembangan Wisata Edukasi di Godong Ijod Depok dengan Experiential Marketing. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 5(1), 11-18.
- Thabita Carolina & Nuryana. (2021). Strategi Promosi Perut Bulat Cafe & Resto Melalui Media Sosial Instagram. *Journal Media Public Relations Volume 1 No. 1*, 18