TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata

E-ISSN: 2720-9873

Available Online at <https://journal.umgo.ac.id/index.php/Tulip/index>

Vol. 4, No. 1 Juni 2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.31314/tulip.4.1.1-5.2021>

FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BERKELANJUTAN DI DESA WISATA MALANGAN YOGYAKARTA

Irma Charisma Hatibie,¹ Hesti Purwaningrum,²

1. Program Studi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia

2. Program Studi S1 Hospitality, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

Email; 1. irma@umgo.ac.id, 2. hestipurwaningrum27@gmail.com

Info Artikel

Diterima: 20
Mei 2020

Disetujui: 02
Juni 2020

Abstract:

The rural tourist attraction of Malangan, Sumberayu Moyudan, is one of the tourist rural destinations in the Yogyakarta Regency which is also affected by the rampant development of rural-based tourism products. In that case, strategic action is needed in destination destinations, such as observations, observing all aspects related to destination sustainability. This is due to the increasing number of tourist villages in an area, there will be many competitors or competitors, as a result, there will be fierce competition or even unhealthy competition between tourism village managers. This research was conducted to answer the challenge of the importance of management that is right on target at the destination, while still paying attention to the principles of the existence of a tourist village built using a SWOT analysis. The result of this research is to present a destination management strategy based on an analysis of external and internal factors, which includes the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of each category.

Keywords: SWOT Analysis, Management Strategy, Malangan Tourism Village, Yogyakarta

---

Abstrak:

Daya tarik wisata pedesaan Malangan Sumberayu Moyudan merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Yogyakarta yang juga terkena imbas dari maraknya pengembangan produk wisata berbasis pedesaan. Dalam hal itu, diperlukan tindakan strategis di destinasi destinasi, seperti observasi, mengamati semua aspek yang terkait dengan keberlanjutan destinasi. Hal ini disebabkan dengan semakin banyaknya desa wisata di suatu daerah maka akan banyak terdapat pesaing atau pesaing sehingga akan terjadi persaingan yang ketat bahkan persaingan tidak sehat antar pengelola desa wisata. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab tantangan akan pentingnya pengelolaan yang tepat sasaran di destinasi, dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip keberadaan desa wisata yang dibangun dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah menyajikan strategi pengelolaan destinasi berdasarkan analisis faktor eksternal dan internal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari masing-masing kategori

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pengelolaan, Desa Wisata Malangan, Yogyakarta

---

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi keindahan dan kekayaan alam yang bernilai tinggi dalam bidang industri wisata alam khususnya desa wisata. Potensi dalam pengembangan desa wisata yang ada di Indonesia memiliki kekhususan tersendiri karena sektor ini mengedepankan pengelolaan wisata alam berbasis konservasi lingkungan, pendidikan, kesejahteraan penduduk lokal dan menghargai budaya lokal (Falak, Chiun & Wee, 2014;). Perkembangan desa wisata ini didukung dengan adanya potensi alam dan ekosistemnya yang melimpah. Maka dari itu desa wisata menjadi banyak diminati wisatawan karena adanya pergeseran konsep dari bentuk wisata massal (mass tourism) ke wisata minat khusus yaitu desa wisata (Ferdinan et al., 2015).

Pertumbuhan desa wisata di Indonesia, khususnya di daerah Yogyakarta beberapa tahun terakhir ini berkembang sangat pesat. Dalam dari pada itu, desa wisata semakin diminati disebabkan adanya promosi terkait potensi desa wisata suatu daerah yang dilakukan dengan gencar dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah, membuka lapangan kerja dan kesempatan menaikkan taraf hidup masyarakat di desa wisata (Damanik, 2013; Kusworo, 2015; Ferdinand et al., 2015). Oleh karena itu, di Indonesia khususnya di Yogyakarta banyak terdapat desa wisata yang bermunculan. Selain karena kegiatan edukasi dan panorama keindahan alam, keunggulan dari desa wisata yang ada di Yogyakarta memiliki atraksi budaya yang unik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Desa wisata Malangan Sumberayu Moyudan, merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Yogyakarta yang ikut terdampak dari aktivitas maraknya desa wisata yang tumbuh tersebut. Atraksi wisata yang dihadirkan di destinasi ini tidak luput

dari keindahan panorama alam beserta dengan atraksi budaya sebagai produk wisatanya. Desa wisata Malangan dikelola sekaligus dapat menjadi alternatif untuk berwisata di Yogyakarta. Dari tahun ke tahun desa wisata menjadi trend sebagai alternatif berwisata ketika sebagian wisatawan telah merasa jenuh dengan wisatawan asal di daerah perkotaan. Namun, meskipun desa wisata mendapat minat bagi para wisatawan minat khusus, namun belum berarti setiap desa wisata dapat bertahan dan menyajikan produk wisata yang dapat terus menarik wisatawan untuk datang. Dalam daripada itu, diperlukan tindakan pengelolaan destinasi yang dapat ditempuh dengan penelitian, observasi terhadap segala aspek yang berkaitan dengan keberlanjutan destinasi agar dapat menarik wisatawan untuk terus berkunjung. Langkah ini dibutuhkan guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada pada destinasi (Suarto, 2014).

Semakin banyaknya desa wisata yang ada di suatu daerah, maka akan memunculkan banyak kompetitor atau pesaing, akibatnya akan menghadirkan persaingan yang ketat atau bahkan memunculkan persaingan yang tidak sehat antar pengelola desa wisata. Oleh karena itu, untuk membuat desa wisata Malangan terus berkembang dan semakin diminati wisatawan, dibutuhkan pengelolaan yang dapat membuat destinasi ini dapat bertahan dari ancaman baik eksternal dan internal dengan menggunakan analisis SWOT agar pengelola dapat memahami berbagai faktor-faktor baik eksternal maupun internal yang menjadi permasalahan manajemen di destinasi. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab tantangan akan pentingnya pengelolaan yang tepat sasaran di destinasi, namun tetap memperhatikan prinsip-prinsip keberadaan dan eksistensi dari desa wisata itu dibangun. Eksistensi keberadaan desa

wisata yaitu tidak terlepas dari prinsip pemberdayaan masyarakat yang berbasis *community based tourism* (Falak, Chiun & Wee, 2014).

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis SWOT yaitu dengan mengembangkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah dan memproyeksikan kedalam konsep bisnis yang aplikatif (Suarto, 2016). Teknik analisis data adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Selain itu, metode dalam pengumpulan data juga dilakukan dengan cara mengamati dan turun langsung kelapangan, sehingga peneliti dapat mengenal lebih dekat objek yang sedang diamati dapat mengklasifikasikan faktor-faktor eksternal serta internal yang ada di desa wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari pembentukan Desa Wisata Malangan adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, tingkat perekonomian masyarakat desa melalui kegiatan desa wisata yang berbasiskan alam, dan kearifan lokal (Soeroso, 2007). Aktivitas di desa wisata Malangan banyak dijadikan wisatawan untuk kegiatan berwisata, seperti kegiatan Pertanian, Peternakan, dan Kerajinan. Produk dari desa wisata ini antara lain dapat dilihat dalam tabel berikut;

Tabel 1 Produk Desa Wisata Malangan

Atraksi	Reko-mendasi	Fasilitas	Jenis Kelamin	
			P	L
Keliling Desa Wisata Kunjungan Kolam Ikan Kunjungan Batik Kunjungan Pembuatan Keris Kunjungan Kerajinan Bambu	Biro Perjalanan Teman/Saudara Papan Nama Media Elektronik Sekolah Lain-lain	Welcome drink Pemandu Sepeda Souvenir	P	L

Kunjungan kerajinan bamboo				
Homestay		Kamar Makan & snack Sepeda Jemput Bandara City Tour		

Sumber : Data Olahan Primer

PEMBAHASAN

Analisis data menggunakan analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengembangkan bisnis dan mengevaluasi suatu masalah di destinasi berdasarkan faktor internal dan faktor eksternalnya. Metode ini lazim digunakan dalam mengevaluasi bisnis dengan mudah karena menampilkan data display yang lebih ringkas dan mudah dipahami. Dalam daripada itu, desa wisata ini merupakan bagian dari bisnis yang berbasis pada *community based tourism*. Artinya, pengelolaan desa wisata tidak terlepas dari konseptual pengembangan bisnis pada umumnya. Dengan demikian, berikut adalah tabel hasil analisis SWOT yang telah diidentifikasi di lapangan, dengan identifikasi terhadap berbagai faktor-faktor yang dapat yaitu;

Faktor Strength (S)/ Kekuatan;

(1) Adanya organisasi terstruktur yang mengelola desa wisata Malangan. (2). Desa wisata Malangan memiliki keunikan dan daya tarik wisata yang khas dibandingkan dengan desa wisata lainnya.

Weakness (W) / Kelemahan;

1. Lemahnya sumber daya manusia dari masyarakat setempat.
2. Kondisi jalan di beberapa titik rusak dan akses jalan menuju area outbond sempit

3. Fasilitas pariwisata yang kurang memadai seperti kurangnya toilet, tidak adanya gazebo, transportasi umum menuju desa wisata Malang dan papan penunjuk arah di desa wisata Malang.
4. Kurangnya kunjungan wisatawan yang datang ke desa wisata Malang.
5. Minimnya dana atau bantuan dari pemerintah di desa wisata Malang.

Opportunities (O) / Kelemahan;

1. Setiap pengelola dan pengunjung harus mentaati peraturan yang berlaku.
2. Memiliki pangsa pasar untuk semua kalangan mulai dari anak – anak hingga orang tua.
3. Masyarakat berperan aktif dalam pengembangan desa wisata Malang.
4. Penambahan infrastruktur berbasis teknologi yang lebih baik dan mudah diakses.

Strategi S-O

1. Potensi wisata di desa wisata Malang menawarkan potensi wisata kearifan lokal yang ada di desa wisata Malang, sehingga harus di pertahankan dan dikembangkan dengan mengemas potensi wisata yang ada menjadi lebih menarik.
2. Menambah fasilitas umum lainnya seperti, taman yang di dalamnya terdapat spot selfie dan di area outbond di tambahkan permainan tradisional yang belum ada.
3. Adanya lahan kosong dapat digunakan untuk menambah fasilitas yang belum tersedia seperti Gazebo dan TIC.
4. Seluruh masyarakat sekitar diberikan pelatihan tentang sadar wisata.

5. Menjaga dan merawat fasilitas yang telah tersedia baik bagi pengelola, masyarakat, dan wisatawan.

Strategi W-O

1. Pengelola dan masyarakat dapat memanfaatkan kearifan lokal setempat untuk menjadi oleh – oleh bagi wisatawan.
2. Melibatkan semua masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan desa wisata Malang, karena mereka yang paham mengenai desa wisata Malang.
3. Membuat dan menambahkan papan penunjuk arah di setiap obyek wisata sehingga wisatawan dengan mudah mencari lokasi desa wisata Malang.
4. Terjaganya keamanan di desa wisata Malang karena adanya peraturan yang mengatur.
5. Penambahan spot selfie yang lebih menarik dan mudah dicapai wisatawan.

Threats (T) / Ancaman;

1. Adanya Kompetitor lain, seperti desa wisata yang lebih dulu ada.
2. Semakin banyak desa wisata yang bermunculan dan lebih bagus

Strategi S-T

1. Meningkatkan promosi wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik melalui media social ataupun media cetak seperti baliho, brosur, dan pamphlet.
2. Penambahan variasi produk wisata yang lebih menarik dan unik.
3. Kepengurusan pengelolaan diberikan kepada pengelola yang lebih paham dan memiliki waktu yang fleksibel, sehingga dapat lebih fokus dalam mengelola desa wisata Malang.

Strategi W-T

1. Penambahan fasilitas yang belum tersedia seperti, gazebo, papan penunjuk arah baik di kawasan desa

wisata Malang maupun di beberapa titik menuju desa wisata Malang, dan spot selfie di desa wisata Malang sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

2. Perbaikan akses menuju area outbond yaitu dengan menerapkan *visitor management*.
3. Perbaikan area parkir untuk kenyamanan wisatawan
4. Penataan kepengurusan tata kelola dan SDM desa wisata.

Meskipun beberapa poin seperti kelemahan (*weakness*) memiliki poin lebih banyak dari kekuatan (*strengthness*), bukan berarti destinasi tidak dapat berkembang ke arah yang lebih baik. sebaliknya, pada bagian peluang, desa wisata memiliki harapan dalam proses pengembangannya. Strategi yang dibebankan kepada kolom “ancaman” masih dapat teratasi dengan strategi yang poinnya tidak sebanyak pada sub-analisis lainnya.

KESIMPULAN

Desa ini seutuhnya di kelola oleh masyarakat setempat, walaupun tidak semua masyarakat ikut berpartisipasi aktif dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata Malang. Desa Wisata Malang merupakan desa wisata yang mengandalkan kearifan lokal yang ada seperti kerajinan, peternakan, dan pertanian. Untuk kegiatan wisata dari pelayanan, pemandu, penjual makanan, tukang masak dan lainnya sudah dikelola oleh masyarakat setempat. Terkait SDM, masyarakat dan pengelola memperoleh pelatihan dari pemerintah seperti pelatihan Pokdarwis, pelatihan Manajemen Desa Wisata dan lain sebagainya.

Desa wisata Malang dalam pengembangan dan pengelolaannya juga telah bekerjasama dengan beberapa instansi dalam industri jasa pariwisata di Yogyakarta. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan,

pengelola dan masyarakat sekitar mulai membangun dan mengembangkan wahana permainan Outbond. Untuk promosi, pengelola menggunakan media social seperti Instagram, Facebook, Blogger, dan melalui media elektronik seperti televisi, serta melalui media cetak seperti brosur.

REFERENSI

- Damanik, Janianton., and Frans Teguh., 2012, Manajemen Destinasi Pariwisata, Sebuah Pengantar Ringkas., Yogyakarta: Kepel Press
- Falak, Shaista., Chius, Lo May., & Wee, Alvin Yeo., 2014. A Repositioning Strategy for Rural Tourism in Malaysia- Community's Perspective. *Social and Behavioral Sciences* 144(2014). 412-415
- Ferdinan, Yoki., Makmur Mochamad., & Ribawanto Heru., 2015. Pengembangan Wisata Alam Berbasis Ekowisata dalam Perspektif Pelayanan Publik; (Studi pada Disparbud Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik*. Vol 3 (12). 2123-2127.
- Kusworo, Adjie., 2015. Framing Poverty: An Institutional Entrepreneurship Approach to Poverty Alleviation Through Tourism. Tesis, University of Groningen.
- Soeroso, Amiluhur., 2007. Konservasi Lingkungan Kawasan Borobudur Dengan Manajemen Berbasis Pada Pembangunan Masyarakat Lokal. *Jurnal: Ekonomi Pembangunan*, Vol 12 (1) . hal 49-67
- Suarto, Edi., 2016. Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi dan Pendidikan Geografi*. Vol 3 (1). 50-63
- Suryadana, L M., 2013. *Sosiologi Pariwisata*. Bandung:Humaniora.