

ANALISIS PENGEMBANGAN POTENSI WISATA TKL ECOPARK SEBAGAI WISATA UNGGULAN KOTA MAGELANG

Andini Ayuningtyas^{1*}, Sekar Ayu Damayanti², Muhammad Arif Kurniawan³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar
E-mail: ¹⁾ andiniayuningtyas0108@gmail.com

Abstract

Magelang City is one of the cities in Central Java that has the potential for tourist attractions. There are various tourism objects presented by the City of Magelang to tourists who visit, one of which is TKL-Ecopark. This study aims to identify, support policy development and provide alternative strategies for managing the development of tourism potential in TKL-Ecopark. The research method this time uses qualitative and quantitative methods. The data collection technique in this study using questionnaire instruments and population and samples in this study is the management of TKL Ecopark (Taman Kyai Langgeng Ecopark) Magelang City which is the mainstay tourism of Magelang City. The method used is to combine the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) matrix and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

Keywords: QSPM, SWOT, TKL-Ecopark

Abstrak

Kota Magelang merupakan salah satu Kota di Jawa Tengah yang memiliki potensi objek wisata. Terdapat berbagai objek pariwisata yang disajikan Kota Magelang kepada wisatawan yang berkunjung salah satunya yaitu TKL-Ecopark. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendukung pengembangan kebijakan dan memberikan alternatif strategi bagi pengelolaan pengembangan potensi wisata di TKL-Ecopark. Metode penelitian kali ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dan populasi serta sample pada penelitian ini ialah pengelolaan pada wisata TKL Ecopark (Taman Kyai Langgeng Ecopark) Kota Magelang yang menjadi wisata andalan Kota Magelang. Metode yang digunakan yaitu mengkombinasikan antara matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Kata Kunci: QSPM, SWOT, TKL-Ecopark

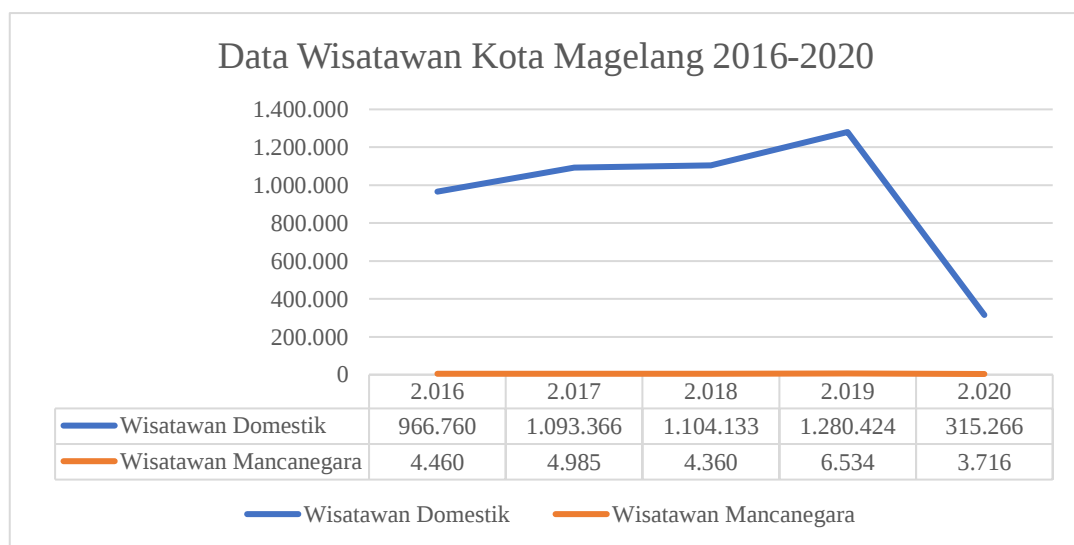
1. PENDAHULUAN

Menurut Mahyuni et al. (2020) “Pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian daerah maupun negara”. Di Indonesia, pariwisata merupakan industri yang cukup banyak dikembangkan. Hal ini karena industri dari pariwisata tergolong dalam industri yang sangat beragam di dunia. Terdapat banyak negara yang memanfaatkan adanya industri pariwisata sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan daerah. Banyak masyarakat yang ramai ke tempat wisata untuk menikmati waktu senggang atau hanya untuk bersantai. Dengan adanya ketertarikan masyarakat dengan pariwisata, tentunya ini menjadi peluang dalam pengembangan pariwisata sehingga dapat meningkatkan pendapatan daerah lokasi wisata tersebut. Dalam pengembangannya,

pemerintah Indonesia selalu berupaya untuk mengembangkan pariwisata karena pariwisata dinilai mampu meningkatkan jumlah pendapatan negara.

Pariwisata di Indonesia yang ada saat ini tidak hanya dapat dinikmati oleh masyarakat lokal, tetapi juga diharapkan dapat menarik perhatian wisatawan mancanegara yang berkunjung di Indonesia. Signifikansi pariwisata ditunjukkan dengan kontribusinya terhadap perolehan devisa negara baik dari kunjungan wisatawan lokal maupun internasional, kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja di sektor pariwisata. Saat ini, pembangunan pariwisata diarahkan pada pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Ada banyak jenis pariwisata di Indonesia, dengan Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satunya. Jawa Tengah memiliki beragam tempat wisata yang bisa dijelajahi. Disajikan berbagai bentuk atraksi wisata, antara lain wisata konvensi, wisata ziarah, wisata pertanian, dan wisata cagar alam. Bentuk pariwisata ini lazim di seluruh kota dan kabupaten di Jawa Tengah. Magelang merupakan salah satu kota di Jawa Tengah yang berpotensi sebagai destinasi wisata berkelanjutan.

Kota Magelang merupakan salah satu Kota di Jawa Tengah yang memiliki potensi objek wisata. Terdapat berbagai objek pariwisata yang disajikan Kota Magelang kepada wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), jumlah wisatawan di Kota Magelang menunjukkan data dengan pergerakan yang berfluktuatif.



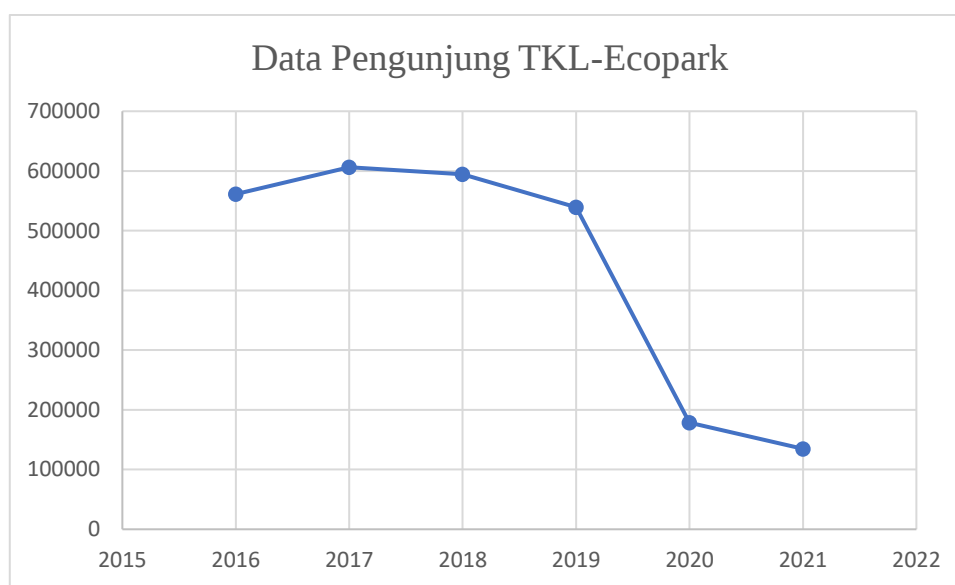
Sumber. Badan Pusat Statistik

Gambar 1 Jumlah Wisatawan Kota Magelang 2016-2020

Gambar 1. memperlihatkan data jumlah wisatawan Kota Magelang yang cenderung mengalami kenaikan dari tahun 2016 hingga tahun 2019 kemudian mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2020. Penurunan tersebut disebabkan akibat dari adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan beberapa sektor ekonomi menjadi terhambat termasuk sektor pariwisata. Dari data yang disajikan, perbandingan antara wisatawan domestik dengan wisatawan mancanegara memiliki perbedaan jumlah yang sangat signifikan. Akan tetapi pada setiap tahunnya tetap terdapat wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke objek wisata di Kota Magelang.

Taman Kyai Langgeng (TKL) Ecopark merupakan salah satu objek wisata yang berada di Kota Magelang dengan luas lahan TKL-Ecopark yaitu 27,36 Ha. Pesona alam merupakan suatu daya tarik tersendiri dengan berbagai jenis pohon didalamnya. Panorama Gunung Sumbing juga menjadi bagian yang menarik dari TKL-Ecopark.

TKL-Ecopark merupakan destinasi wisata yang sering dikunjungi oleh pengunjung dari segala usia, mulai dari anak muda hingga lansia.. Berbagai objek wisata yang ditawarkan TKL-Ecopark terus berkembang seiring berjalannya waktu. Terdapat beberapa fasilitas dan wahana tambahan yang disediakan sehingga mampu menarik minat pengunjung yang hadir.



Sumber. Badan Pusat Statistik

Gambar 2 Data Pengunjung TKL-Ecopark tahun 2017-2021

Data pada gambar 2 diatas menjelaskan bahwa data pengunjung TKL-Ecopark selama 6 tahun terakhir cenderung mengalami penurunan. Namun, penurunan drastis terjadi pada tahun 2020 dan 2021. Penurunan ini disebabkan karena terjadinya pandemi Covid-19 yang membuat pemerintah menetapkan peraturan PPKM sehingga TKL-Ecopark tidak dapat beroperasi secara maksimal. Akan tetapi, TKL Ecopark masih tetap dapat mempertahankan eksistensinya sebagai objek wisata yang berkembang di Kota Magelang.

TKL-Ecopark cenderung selalu melakukan inovasi terbaru sebagai wujud perkembangan objek wisata tersebut. Lebih daripada itu, TKL-Ecopark juga menjadi tempat kunjungan wisata yang ramai diminati pengunjung dari berbagai daerah sehingga menjadikan TKL-Ecopark lebih dikenal masyarakat luas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan potensi wisata TKL-Ecopark sebagai wisata unggulan di Kota Magelang.

2. TINJAUAN LITERATUR

Kepariwisataan meliputi segala kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata, yang bersifat multidimensional dan multidisipliner serta muncul sebagai wujud kebutuhan setiap

individu dan bangsa, serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. Sedangkan Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling tergantung dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan melalui produksi barang dan/atau jasa. Dalam proses perencanaan dan pengembangan wisata di banyak negara, sumber daya manusia yang diperlukan untuk mendukung operasional pariwisata yang tepat dan efektif terkadang kurang diperhatikan. Menurut Setiawan (2016) “hal ini mengakibatkan terhalangnya partisipasi masyarakat setempat dalam kegiatan ekonomi yang dikembangkan kepariwisataan. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (*tourist*) atau sebagai pekerja (*employment*)”.

Perkembangan pariwisata di Indonesia muncul sebagai bisnis baru yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah dan nasional. Sehingga pemerintah akan bekerja keras untuk menumbuhkan industri pariwisata sehingga masyarakat dapat merasakan manfaatnya. Oleh karena itu pengelolaan, pengembangan, dan pembiayaan kawasan wisata memerlukan dukungan dari banyak *stake-holders* (*public*, *private*, dan *society*) sehingga prosesnya berjalan dengan lancar. Yuningsih et al. (2019) “Upaya pengembangan kepariwisataan tidak mungkin dapat dilakukan tanpa campur tangan para *stakeholder* daerah”. Pemerintah Kota Semarang berupaya untuk melakukan sinkronisasi Kerjasama pengembangan kepariwisataan dengan berbagai pihak termasuk asosiasi pelaku pariwisata di Kota Semarang menggunakan teori *Pentahelix*. Yang dimaksud *Pentahelix* menurut Arif Yahya adalah kolaborasi 5 unsur subjek atau *stakeholder* pariwisata, yaitu: *Academician*, *Business*, *Community*, *Government*, dan *Media* atau yang selanjutnya ABCGM. Sektor akademik, korporasi, pemerintah, komunitas, dan media terlibat dalam pengembangan wisata Kota Semarang sebagai hasil kajian dengan menggunakan *Model Pentahelix*. Berdasarkan temuan penelitian ini, terlihat jelas bahwa unsur masyarakat (penggiat wisata) memegang peranan penting dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang, yaitu sebagai kelompok yang mampu mengkoordinir semua bagian.

Untuk mencapai industri pariwisata yang unggul dan berkembang, diperlukan perencanaan untuk mengatur dan mengelolanya sehingga dapat memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya bagi daerah (Itamar et al., 2014). Selain itu, diharapkan bahwa industri pariwisata akan dapat meningkatkan kualitas hidup di kota. Strategi pengembangan pariwisata yang dirumuskan dalam RIPPDA Tana Toraja 2011-2016 oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tana Toraja terdiri dari strategi dasar yang memiliki *multiplier effect* atau efek ganda; strategi yang berkaitan dengan pengelolaan kepentingan wisata; strategi keterkaitan dan pengembangan produk; strategi penguatan pemasaran; strategi pengembangan sumber daya manusia; dan strategi rasionalisasi pengembangan ruang pariwisata.

Sedangkan menurut Purwanti (2014) “semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah tujuan wisata, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tujuan wisata tersebut”. Dengan hadirnya wisatawan baik mancanegara maupun domestik yang melakukan kegiatan konsumtif, maka sektor pariwisata suatu daerah akan menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Oleh karena itu, semakin besar jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah, maka semakin besar pendapatan sektor tersebut. Daerah Tujuan Wisata (DTW) akan mendapatkan keuntungan dari peningkatan pengunjung, terutama sebagai sumber pendapatan daerah (Azizah et al., 2022). Selain itu, temuan kajian tentang fungsi pariwisata dalam mengembangkan potensi wisata daerah di Tapanuli Utara menunjukkan bahwa peran

fasilitator lebih dominan dibandingkan peran lainnya, seperti motivator dan dinamika. Peran sebagai fasilitator ini dapat dipahami terutama dalam hal penyediaan sarana prasarana obyek wisata yang biasanya masih ditanggung oleh instansi, sarana pengarahan dana stimulus bagi masyarakat yang ingin mengembangkan obyek wisata, upaya promosi obyek wisata, serta sebagai fasilitas yang diberikan kepada pihak ketiga seperti investor dan pengusaha. Pariwisata Kabupaten Tapanuli Utara akan memperluas industri pariwisatanya (Simamora & Sinaga, 2016). Agar industri pariwisata dapat mencapai potensi penuhnya, diperlukan strategi dengan pola pengembangan pariwisata yang terencana atau terstruktur. Primadany (2013) menjelaskan “di dalam memajukan sector pariwisata di tingkat daerah peran pemerintah daerah adalah sebagai motor penggerak yang selanjutnya memberikan kewenangan penuh kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk dalam menentukan strategi pembangunan kepariwisataan”.

Sedangkan menurut Suryani (2017) “strategi pengembangan pariwisata pada daerah pedesaan yaitu dengan memperhatikan sarana dan prasarana yang ada dan penerapan sapta pesona pariwisata”. Sarana kepariwisataan dapat dibagi dalam 3 bagian yaitu sarana pokok, sarana pelengkap, dan sarana penunjang. Sedangkan prasarana kepariwisataan dapat dibagi menjadi 2 yaitu prasarana perekonomian dan sosial. Penerapan sapta pesona yang mengandung 7 unsur yang menentukan citra baik terhadap objek wisata yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, serta ketenangan. Pelaksanaan sapta pesona merupakan inti dari program dalam meningkatkan sadar wisata masyarakat dan merupakan syarat dalam usaha pengembangan pariwisata kearah yang lebih baik. Menurut Suardana (2013) “pembangunan pariwisata berkelanjutan di Bali merupakan kebijakan dalam pengembangan yang berdimensi ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup dengan landasan keadilan tidak hanya untuk generasi saat ini tetapi juga generasi masa yang akan datang”. Untuk itu, pariwisata dipandang sebagai suatu system yang saling terkait. Dibutuhkan sinergi kebijakan dengan pendekatan multisector dan multidisiplin. Sinergitas pemerintah, swasta, dan masyarakat mutlak diperlukan dan menjadikan identitas pariwisata Bali dalam persaingan global. Menurut penelitian Nurlestari (2016) menunjukkan bahwa “daya Tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan”. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan di Taman Safari Indonesia dan hasil hipotesis menunjukkan bahwa daya Tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan di Taman Safari Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Sumber Data

Objek pada penelitian ini adalah wisata TKL Ecopark (Taman Kyai Langgeng Ecopark) yang berada di Kota Magelang. Proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuisioner. Dan populasi serta sample pada penelitian ini ialah pengelolaan pada wisata TKL Ecopark (Taman Kyai Langgeng Ecopark) Kota Magelang yang menjadi wisata andalan Kota Magelang.

3.2. Metode Analisis

Metode yang peneliti gunakan pada penelitian kali ini merupakan metode kualitatif dan kuantitatif yang mana dengan mengkombinasikan antara matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang mana akan digunakan dalam menganalisis pengembangan wisata TKL Ecopark.

3.3. SWOT

Dapat diketahui bahwa analisis SWOT merupakan alat analisis yang biasa digunakan dalam merumuskan strategi berdasarkan pemahaman secara objektif, Analisis ini didasarkan pada logika yang mana dengan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT sendiri dilihat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman.

3.4. QSPM

Diketahui bahwa QSPM merupakan teknik analisis alternatif dari strategi-strategi terbaik untuk kondisi suatu perusahaan. Keuntungan dari QSPM termasuk kemampuan untuk mengamati beberapa strategi sekaligus, persyaratan bagi ahli strategi untuk memasukkan faktor eksternal dan internal yang bersangkutan ke dalam proses pengambilan keputusan, menguraikan hubungan yang signifikan yang dapat mempengaruhi keputusan strategis, dan kemungkinan peningkatan pencapaian. strategi akhir terbaik untuk organisasi. Namun, QSPM memiliki kelemahan yang secara konsisten membutuhkan asumsi ahli dan penilaian intuitif.

Adapun tahapan proses perumusan strategi pengembangan yang akan dilakukan yaitu melalui 3 tahap :

- 1) Tahap Masukan (dimana pada tahap ini peneliti akan menggunakan 2 matriks yaitu IFE dan EFE)
 - a. Matrik IFE atau (*Internal Factor Evaluation*) merupakan faktor internal perusahaan yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting seperti pada aspek fungsional, manajemen, keuangan, sdm, pemasaran, sistem informasi, operasi dan produksi.
 - b. Matrik EFE atau (*External Factor Evaluation*) merupakan faktor eksternal yang berpengaruh secara langsung terhadap pengembangan perusahaan yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, budaya, demografi dan politik.
- 2) Tahap Pencocokan (pada tahap ini peneliti menggunakan matriks IE dan Matrik SWOT)
 - a. Matrik IE merupakan pemetaan skor dari matriks IFE dan EFE dari tahap masukan dan posisikan kawasan wisata dalam tampilan sembilan sel, dengan bagian berikut
 - a) Sel 1,2,4 (daerah tumbuh dan bina (*grow and build*))
 - b) Sel 3,5,7 (daerah pertahanan danelihara (*hold and maintain*))
 - c) Sel 6,8,9 (daerah panen atau divestasi (*harvest and divestiture*))
 - b. Matrik SWOT merupakan alat untuk mencocokkan yang penting untuk membantu pengelola mengembangkan empat tipe strategi, terdiri dari sembilan sel yaitu 4 sel faktor kunci, dan 4 sel strategil. Empat sel strategi yang diberi nama SO, WO, ST,

WT dikembangkan setelah menyelesaikan empat faktor kunci yang diberi nama S, W, O, T.

- 3) Tahap Keputusan (alat analisis yang digunakan dalam tahap ini ialah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)) adapun tahapan yang dilakukan untuk mengembangkan matriks QSPM sebagai berikut;
- a. Membuat daftar kekuatan kelemahan internal dan peluang ancaman eksternal pada kolom kiri dalam matriks QSPM.
 - b. Berikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal.
 - c. Evaluasi matriks tahap dua (pencocokkan) dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan
 - d. Menentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Score-AS*), adapun batasan nilai daya tarik adalah sebagai berikut,
 - a) 1 (Tidak menarik)
 - b) 2 (Kurang menarik)
 - c) 3 (Cukup menarik)
 - d) 4 (Sangat menarik)
 - e. Menghitung *Total Attractiveness Score* (TAS) yang diperoleh
 - f. Menghitung jumlah TAS (STAS) pada masing-masing kolom matriks QSPM. Adapun tingkat perbedaan antara penjumlahan STAS dari set alternatif strategi tertentu mengindikasikan tingkat kesukaan relatif dari satu strategi di atas strategi lainnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Magelang mempunyai 12 obyek wisata yang terdiri atas 6 museum, 1 taman rekreasi, dan 5 lainnya. Satu-satunya tempat rekreasi yang berada di Kota Magelang yaitu Taman Kyai Langgeng (TKL Eco-Park). Saat ini, pengembangan pariwisata semakin penting, tidak hanya untuk peningkatan penerimaan devisa negara tetapi juga untuk memperluas kesempatan kerja dan juga pemerataan pendapatan daerah. Sektor pariwisata memainkan peran penting dalam program pembangunan dalam skala lokal, nasional, dan internasional. Sumbangan sektor pariwisata dari dinas pariwisata kota Magelang secara langsung dapat berupa pajak hotel, restoran, hiburan, Taman Kyai Langgeng, sewa, karaoke dan keuntungan Perusahaan Daerah Kyai Langgeng.

Taman Kyai Langgeng dianggap menjadi objek wisata andalan Kota Magelang. Taman Kyai Langgeng yang saat ini sering disebut dengan TKL-Ecopark berfokus pada perlindungan tanaman langka. Selain fungsinya sebagai taman rekreasi dan olahraga, TKL-Ecopark diproyeksikan menjadi pilar wisata di Kota Magelang,

Sejak pandemi 2020, pengunjung objek wisata TKL-Ecopark terus menurun. Pada tahun 2021, terjadi penurunan yang signifikan dalam kunjungan wisata ke tempat-tempat wisata ini. Tercatat penurunannya mencapai lebih dari 90%. Daya Tarik wisata Magelang terkhusus di Magelang. Akan tetapi, TKL-Ecopark dianggap masih memiliki power dalam mengembangkan pariwisata di Kota Magelang pasca pandemic. Hal ini karena program-program yang ada di TKL-Ecopark terus dikembangkan untuk menarik minat pengunjung. Dengan adanya perkembangan potensi wisata yang ada, TKL-Ecopark dinilai mampu berpeluang menjadi wisata unggulan di Kota Magelang.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan diperoleh beberapa faktor yang menjadi point utama. Responden diminta untuk memilih jawaban terkait pertanyaan yang berkaitan dengan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dari jawaban responden kemudian direkap dalam beberapa poin jawaban untuk kemudian dilakukan analisis. Hasil jawaban dari responden yaitu sebagai berikut:

4.1. Kekuatan

Tabel 1 Jawaban Responden untuk Faktor Kekuatan

Kekuatan	Persentase Jawaban
TKL Ecopark sudah menyediakan penginapan	2,43%
Terdapat banyak pilihan wahana permainan	15,86%
Memiliki kemudahan akses jalan	14,63%
Harga tiket masuk terjangkau	8,54%
Tersedia pilihan aneka jajanan dan kuliner	4,88%
Memiliki suasana yang asri dan sejuk	15,86%
Tidak terlalu jauh dari pusat kota	13,41%
TKL Ecopark menyediakan fasilitas umum (tempat ibadah dan kamar mandi)	14,63%
Ramah pengunjung anak dan orangtua	9,75%
Total	100%

Dari analisis data diatas dapat diketahui dari 9 ragam jawaban responden, terdapat 5 jawaban yang disebutkan secara konsisten oleh seluruh responden dengan presentase jawaban lebih dari 10% yaitu antara lain.

Tabel 2 Frekuensi Jawaban Tertinggi untuk Faktor Kekuatan

Kekuatan	Persentase Jawaban
Terdapat banyak pilihan wahana permainan	15,86%
Memiliki suasana yang asri dan sejuk	15,86%
Memiliki kemudahan akses jalan	14,63%
TKL Ecopark menyediakan fasilitas umum (tempat ibadah dan kamar mandi)	14,63%
Tidak terlalu jauh dari pusat kota	13,41%

Dengan begitu 5 faktor inilah yang akan digunakan sebagai analisis lanjutan pada analisis SWOT ini.

4.2. Kelemahan

Tabel 3 Jawaban Responden untuk Faktor Kelemahan

Kelemahan	Persentase Jawaban
Terbatasnya karyawan yang ahli dibidang pariwisata	9,25%
Minimnya fasilitas keamanan dan jaringan seluler/wifi	18,53%
Masih minimnya pemanfaatan media teknologi untuk media promosi	11,11%
Kurangnya wisatawan dari luar negeri	20,36%
Cukup jauh dari pusat kota	1,86%
Belum ada transportasi umum yang langsung menuju ke TKL Ecopark	11,11%
Daerah Kota Magelang secara natural memiliki udara sejuk dan dingin	0,00%
Dukungan pembangunan dari pemerintah kurang	9,25%
Jam kunjungan hanya sampai sore hari	18,53%
Total	100%

Dari analisis data diatas dapat diketahui dari 9 ragam jawaban responden, dimana ada 5 jawaban yang disebutkan secara konsisten oleh seluruh responden dengan presentase jawaban lebih dari 10% yaitu sebagai berikut:

Tabel 4 Frekuensi Jawaban Tertinggi untuk Faktor Kelemahan

Kelemahan	Persentase Jawaban
Kurangnya wisatawan dari luar negeri	20,36%
Jam kunjungan hanya sampai sore hari	18,53%
Minimnya fasilitas keamanan dan jaringan seluler/wifi	18,53%
Belum ada transportasi umum yang langsung menuju ke TKL Ecopark	11,11%
Masih minimnya pemanfaatan media teknologi untuk media promosi	11,11%

Dengan begitu 5 faktor inilah yang akan digunakan sebagai kajian strategi lanjutan.

4.3. Peluang

Tabel 5 Jawaban Responden untuk Faktor Peluang

Peluang	Persentase Jawaban
Mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dan Kementerian Pariwisata	15,16
Mendapat dukungan dari masyarakat sekitar	13,64
Terbukanya digital marketing sebagai sarana promosi	18,18

Terbukanya informasi lowongan dan pengembangan karyawan	7,57
Kerjasama dan kemitraan dengan investor	7,57
Masih banyak area yang belum dikembangkan secara profesional	15,16
Memiliki beberapa data sekolah (TK-SMA) yang dapat menjadi pengunjung	12,11
Banyak investor yang mau berinvestasi di wilayah Kota Magelang	4,55
Masih banyak lahan kosong di wilayah Kota Magelang yang belum dimantaafkan	6,07
Total	100%

Dari analisis data diatas dapat diketahui dari 9 ragam jawaban responden, terdapat 5 jawaban yang disebutkan secara konsisten oleh seluruh responden dengan presentase jawaban lebih dari 10% yaitu sebagai berikut:

Tabel 6 Frekuensi Jawaban Tertinggi untuk Faktor Peluang

Peluang	Persentase Jawaban
Terbukanya digital marketing sebagai sarana promosi	18,18
Masih banyak area yang belum dikembangkan secara profesional	15,16
Mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dan Kementerian Pariwisata	15,16
Mendapat dukungan dari masyarakat sekitar	13,64
Memiliki beberapa data sekolah (TK-SMA) yang dapat menjadi pengunjung	12,11

Berdasarkan analisis peluang di atas, terdapat 5 faktor pada hasil tertinggi inilah yang menjadi kajian strategi lanjutan.

4.4. Ancaman

Tabel 7 Jawaban Responden untuk Faktor Ancaman

Ancaman	Persentase Jawaban
Persaingan antar tempat wisata di Kota Magelang	6,07
Penguasaan teknologi yang masih terbatas	18,18
Keadaan ekonomi yang belum stabil	7,57
Risiko kerusakan lingkungan	10,61
Dampak Pandemi Covid-19	12,11
Pengunjung tidak patuh (merusak fasilitas dan membuang sampah sembarangan)	19,70
Pembangunan fasilitas wisata akan merusak lingkungan sekitar (sungai progo)	12,11

Terdapat pihak-pihak yang ingin memonopoli TKL Ecopark	6,07
Bila ada investor masuk, budaya lokal akan hilang	7,57
Total	100%

Dari hasil diketahui dari 9 ragam jawaban responden, terdapat 5 jawaban yang disebutkan secara konsisten oleh seluruh responden dengan presentase jawaban lebih dari 10% yaitu sebagai berikut:

Tabel 8 Frekuensi Jawaban Tertinggi untuk Faktor Ancaman

Ancaman	Persentase Jawaban
Pengunjung tidak patuh (merusak fasilitas dan membuang sampah sembarangan)	19,70
Penguasaan teknologi yang masih terbatas	18,18
Dampak Pandemi Covid-19	12,11
Pembangunan fasilitas wisata akan merusak lingkungan sekitar (sungai progo)	12,11
Risiko kerusakan lingkungan	10,61

Berdasarkan analisis ancaman di atas, terdapat 5 faktor pada hasil tertinggi inilah yang menjadi kajian strategi lanjutan.

4.5. Matriks SWOT

Tabel 9 Matriks SWOT

Faktor Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
Faktor Eksternal	1. Terdapat banyak pilihan wahana permainan	1. Kurangnya wisatawan dari luar negeri
	2. Memiliki suasana yang asri dan sejuk	2. Jam kunjungan hanya sampai sore hari
	3. Memiliki kemudahan akses jalan	3. Minimnya fasilitas keamanan dan jaringan seluler/wifi
	4. TKL Ecopark menyediakan fasilitas umum (tempat ibadah dan kamar mandi)	4. Belum ada transportasi umum yang langsung menuju ke TKL Ecopark
	5. Tidak terlalu jauh dari pusat kota	5. Masih minimnya pemanfaatan media teknologi untuk media promosi
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO

1. Terbukanya digital marketing sebagai sarana promosi	1. Memaksimalkan dan menambah wahana permainan agar atraksi lebih banyak sehingga pengunjung akan datang kembali	1. Optimalisasi kunjungan dengan merekomendasikan kepada turis luar negeri
2. Masih banyak area yang belum dikembangkan secara profesional	2. Meningkatkan kerjasama dan kemitraan dengan sekolah TK-SMA baik dari dalam kota maupun luar kota	2. Mengadakan kerjasama dengan pemerintah setempat dalam membuat direct transportasi umum yang langsung menuju ke tempat wisata
3. Mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dan Kementerian Pariwisata	3. Memanfaatkan internet dan konten digital marketing dalam media promosi	3. Meningkatkan keamanan dengan menambah cctv setiap sudut dan membuka wifi gratis untuk publik sebagai layanan pendukung terhadap wisatawan
4. Mendapat dukungan dari masyarakat sekitar		
5. Memiliki beberapa data sekolah (TK-SMA) yang dapat menjadi pengunjung		
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Pengunjung tidak patuh (merusak fasilitas dan membuang sampah sembarangan)	1. Penggunaan teknologi scan barcode dan card emmber ketika wisatawan masuk ke area tempat wisata sebagai wujud tracking data	1. Optimalisasi dan pemaksimalan promosi untuk meperkenalkan dan menarik target pengunjung lebih luas dengan kerjasama bersama influencer
2. Penguasaan teknologi yang masih terbatas	2. Optimalisasi karakteritk alam tempat wisata untuk pengembangan menjadi lebih baik tanpa merusak lingkungan	2. Pegenalan teknologi baru kepada karyawan tempat wisata baik dalam sarana prmosi dan pengembangan layanan yang ada
3. Dampak Pandemi Covid-19	3. Memperbesar kekuatan layanan dan fasilitas wisata dengan dukungan dari pemerintah dan masyarakat sekitar	3. Membuat agenda wisata per 6 bulan pasca pandemi untuk membangkitkan kunjungan dan mempromosikannya secara virtual di media sosial agar dapat diketahui banyak orang
4. Pembangunan fasilitas wisata akan merusak lingkungan sekitar (sungai progo)		
5. Risiko kerusakan lingkungan		

Berdasarkan analisis matriks SWOT, maka alternatif strategi yang dapat diberikan untuk pengembangan Pengelolaan wisata TKL-Ecopark adalah sebagai berikut:

- 1) Memaksimalkan dan menambah wahana permainan agar atraksi lebih banyak sehingga pengunjung akan datang kembali (SO 1)
- 2) Meningkatkan kerjasama dan kemitraan dengan sekolah TK-SMA baik dari dalam kota maupun luar kota (SO 2)
- 3) Memanfaatkan internet dan konten digital marketing dalam media promosi (SO 3)
- 4) Optimalisasi kunjungan dengan merekomendasikan kepada turis luar negeri (WO 1)
- 5) Mengadakan kerjasama dengan pemerintah setempat dalam membuat direct transportasi umum yang langsung menuju ke tempat wisata (WO 2)
- 6) Meningkatkan keamanan dengan menambah cctv setiap sudut dan membuka wifi gratis untuk publik sebagai layanan pendukung terhadap wisatawan (WO 3)

- 7) Penggunaan teknologi scan barcode dan card member ketika wisatawan masuk ke area tempat wisata sebagai wujud tracking data (ST 1)
- 8) Optimalisasi karakteristik alam tempat wisata untuk pengembangan menjadi lebih baik tanpa merusak lingkungan (ST 2)
- 9) Memperbesar kekuatan layanan dan fasilitas wisata dengan dukungan dari pemerintah dan masyarakat sekitar (ST 3)
- 10) Optimalisasi dan pemaksimalan promosi untuk memperkenalkan dan menarik target pengunjung lebih luas dengan kerjasama bersama influencer (WT 1)
- 11) Pengenalan teknologi baru kepada karyawan tempat wisata baik dalam sarana promosi dan pengembangan layanan yang ada (WT 2)
- 12) Membuat agenda wisata per 6 bulan pasca pandemi untuk membangkitkan kunjungan dan mempromosikannya secara virtual di media sosial agar dapat diketahui banyak orang (WT 2)

4.6. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Tujuan dari alat pencocokan sebelumnya hanya untuk menghasilkan alternatif strategi yang layak, bukan untuk memilih strategi yang terbaik. Tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT akan dipilih untuk selanjutnya diimplementasikan. Untuk menentukan strategi yang terbaik yang selanjutnya dapat diimplementasikan yaitu menentukan tahap keputusan. Alat analisis yang digunakan adalah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) menggunakan input dari analisis. Langkah-langkah untuk mengembangkan matriks QSPM adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat daftar kekuatan serta kelemahan internal dan peluang serta ancaman eksternal.
- 2) Memberikan bobot untuk setiap faktor internal dan eksternal.
- 3) Memberikan evaluasi matriks tahap dua atau pencocokan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan untuk diimplementasikan.
- 4) Menentukan nilai daya tarik atau *Attractiveness Score*-AS yang didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari setiap strategi alternatif tertentu.
- 5) Menghitung *Total Attractiveness Score* (TAS) yang diperoleh dari hasil perkalian bobot dengan nilai pada masing-masing baris.
- 6) Menghitung jumlah TAS pada masing-masing kolom matriks QSPM.

Tabel 10 Matrix Internal Factor Evaluation

Kekuatan (Strength)	Sig	Bobot	Nilai	Score
1. TKL Ecopark sudah menyediakan penginapan	1	0,01369863	1	0,01369863
2. Terdapat banyak pilihan wahana permainan	7	0,095890411	4	0,383561644
3. Memiliki kemudahan akses jalan	6	0,082191781	3	0,246575342
4. Harga tiket masuk terjangkau	4	0,054794521	2	0,109589041
5. Tersedia pilihan aneka jajanan dan kuliner	2	0,02739726	1	0,02739726
6. Memiliki suasana yang asri dan sejuk	7	0,095890411	4	0,383561644

7. Tidak terlalu jauh dari pusat kota	6	0,082191781	3	0,246575342
8. TKL Ecopark menyediakan fasilitas umum (tempat ibadah dan kamar mandi)	6	0,082191781	3	0,246575342
9. Ramah pengunjung anak dan orangtua	4	0,054794521	2	0,109589041
Kelemahan (Weakness)				
1. Terbatasnya karyawan yang ahli di bidang pariwisata	3	0,04109589	2	0,082191781
2. Minimnya fasilitas keamanan dan jaringan seluler/wifi	5	0,068493151	3	0,205479452
3. Masih minimnya pemanfaatan media teknologi untuk media promosi	3	0,04109589	2	0,082191781
4. Kurangnya wisatawan dari luar negeri	6	0,082191781	3	0,246575342
5. Cukup jauh dari pusat kota	1	0,01369863	1	0,01369863
6. Belum ada transportasi umum yang langsung menuju ke TKL Ecopark	3	0,04109589	2	0,082191781
7. Daerah Kota Magelang secara natural memiliki udara sejuk dan dingin	1	0,01369863	1	0,01369863
8. Dukungan pembangunan dari pemerintah kurang	3	0,04109589	2	0,082191781
9. Jam kunjungan hanya sampai sore hari	5	0,068493151	3	0,205479452
TOTAL	73			2,780821918

Analisis internal menguraikan kekuatan dan kelemahan dari kuesioner yang disebar. Faktor- faktor yang mendukung tingginya nilai kekuatan dan kelemahan diambil melalui hasil observasi. Variabel yang digunakan untuk mengukur nilai kekuatan dan kelemahan pada masing-masing faktor serta pembobotannya.

Tabel 11 *Matrix External Factor Evaluation*

Peluang (Opportunities)	Sig	Bobot	Nilai	Score
1. Mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dan Kementerian Pariwisata	5	0,071428571	3	0,214285714
2. Mendapat dukungan dari masyarakat sekitar	5	0,071428571	3	0,214285714
3. Terbukanya digital marketing sebagai sarana promosi	6	0,085714286	3	0,257142857

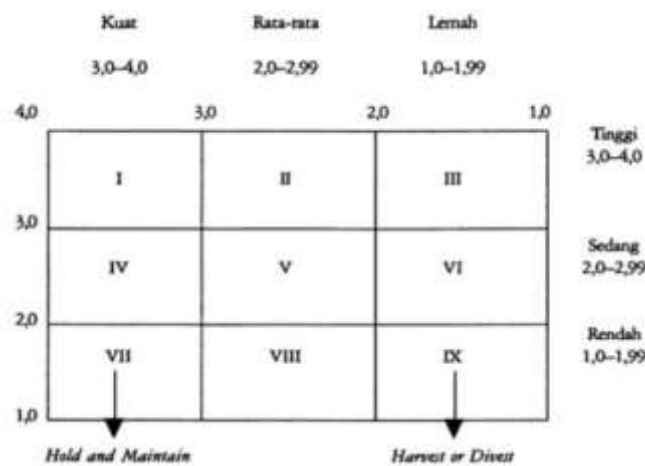
4. Terbukanya informasi lowongan dan pengembangan karyawan	3	0,042857143	2	0,085714286
5. Kerjasama dan kemitraan dengan investor	3	0,042857143	2	0,085714286
6. Masih banyak area yang belum dikembangkan secara profesional	5	0,071428571	3	0,214285714
7. Memiliki beberapa data sekolah (TK-SMA) yang dapat menjadi pengunjung	4	0,057142857	2	0,114285714
8. Banyak investor yang mau berinvestasi di wilayah Kota Magelang	2	0,028571429	1	0,028571429
9. Masih banyak lahan kosong di wilayah Kota Magelang yang belum dimanfaatkan	2	0,028571429	1	0,028571429
Ancaman (Treaths)				
1. Persaingan antar tempat wisata di Kota Magelang	2	0,028571429	1	0,028571429
2. Penguasaan teknologi yang masih terbatas	6	0,085714286	3	0,257142857
3. Keadaan ekonomi yang belum stabil	3	0,042857143	2	0,085714286
4. Risiko kerusakan lingkungan	4	0,057142857	2	0,114285714
5. Dampak pandemi Covid-19	4	0,057142857	2	0,114285714
6. Pengunjung tidak patuh (merusak fasilitas dan membuang sampah sembarangan)	7	0,1	4	0,4
7. Pembangunan fasilitas wisata akan merusak lingkungan sekitar (Sungai Progo)	4	0,057142857	2	0,114285714
8. Terdapat pihak-pihak yang ingin memonopoli TKL Ecopark	2	0,028571429	1	0,028571429
9. Bila ada investor masuk, budaya lokal akan hilang	3	0,042857143	2	0,085714286
TOTAL	70			2,471428571

Analisis eksternal menguraikan faktor-faktor peluang dan ancaman bagi wisata TKL-Ecopark. Pengukurannya meliputi faktor-faktor alam, teknologi, keadaan ekonomi, dampak pandemi Covid-19, persaingan dengan destinasi wisata lainnya. Pada tabel diatas telah menjabarkan skor serta pembobotan bagi peluang dan ancaman wisata TKL-Ecopark.

4.7. *External-Internal Matrix (EI Matrix)*

Atas dasar analisis yang dilakukan terhadap faktor eksternal dan internal yang diringkas dalam matriks EFE dan IFE seperti di atas. Maka dapat disusun EI Matrix dengan mempertemukan skor pada matrix EFE dan IFE. Dengan demikian dalam matrix EI

diperoleh perbandingan EFE: IFE = 2,780821918 : 2,471428571 maka berada pada sel V hold and maintain. Strategi ini dilakukan dengan penetrasi pasar dan pengembangan produk yang telah ada di TKL-Ecopark.



Sumber: diolah

Gambar 3 External - Internal Matrix

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendukung pengembangan kebijakan dan memberikan alternatif strategi bagi pengelolaan pengembangan potensi wisata di TKL-Ecopark. Hasil analisis memberikan bukti bahwa TKL-Ecopark memiliki ppotensi untuk menjadi wisata unggulan di Kota Magelang, alternatif strategi digunakan sebagai alat bantu dalam penyusunan kebijakan pengelolaan wisata yang dapat dilakukan untuk mewujudkan potensi yang ada tersebut yaitu sebagai berikut:

- 1) Memaksimalkan perkembangan teknologi sebagai upaya digital marketing serta mengembangkan aktivitas pemasaran lainnya dalam bentuk promosi untuk menarik target pengunjung baik lokal maupun mancanegara.
- 2) Menerapkan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk yang ada di TKL-Ecopark.
- 3) Meningkatkan motivasi dan keterampilan karyawan melalui kegiatan benchmarking dan belajar bersama dengan studi wisata lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, R., Ramdani, E., & Purwadinata, S. (2022). Pengaruh Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10(2), 197–205.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Wisatawan Menurut Obyek Wisata di Kota Magelang (Orang)*, 2018-2020. Badan Pusat Statistik.
- Itamar, H., Alam, A. S., & Rahmatullah, R. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. *GOVERNMENT: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 91–108.
- Mahyuni, L. P., Permana, G. P. L., Yoga, I. M. S., & Setiawan, I. W. A. (2020). Bisnis Eco-Park Di Mata Milenial: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Milenial Mengunjungi Eco-Park. *Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 75. <https://doi.org/10.35590/jeb.v7i1.1689>

- Nurlestari, A. Fitri. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 2, 1–9.
- Primadany, S. R. (2013). *Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah (studi pada dinas kebudayaan dan pariwisata daerah kabupaten nganjuk)*. Brawijaya University.
- Purwanti, N. D. (2014). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Mojokerto tahun 2006-2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 2(3).
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan sumber daya manusia di bidang pariwisata: perspektif potensi wisata daerah berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 23–35.
- Simamora, R. K., & Sinaga, R. S. (2016). Peran pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata alam dan budaya di Kabupaten Tapanuli Utara. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 4(1), 79–96.
- Suardana, I. W. (2013). Analisis kebijakan pengembangan pariwisata. *Seminar Nasional: Unud*.
- Suryani, A. I. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal. *Jurnal Spasial*, 3(1). <https://doi.org/10.22202/js.v3i1.1595>
- Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 84. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p84-93>