

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA DI KAWASAN GUNUNG ANDONG MAGELANG

M Ryan Saputra
Dra. Rodhiyah. Su

Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro

Email : rian.gate@hotmail.com

ABSTRACT

Tourism industry is one of the national income sources that playing an important role to improve the prosperity of local communities. Mt Andong as one of tourism destination in Central Java still lose in term of number of visitors when compare to another tourism destination in Central Java. Based on presurvei result that being conducted by writer, the problem was caused by the lack of government assistance, the lack of public transportation to access the tourism destination, traffic condition with minimum road light, and unpredictable nature phenomenons. Tourism development strategy was required to maximize the benefit, and less the issue of tourism destination development effort.

This study was conducted to figure out the internal and external factor that would become strengths and weaknesses, alongside as opportunities and threats in the development of the Mt. Andong tourism area. This study is a descriptive qualitative study by using in-depth interviews, observation techniques, and documentation as the data collection methods. Then the finding was analyzed by using SWOT method. Based on the SWOT analysis, some strategies that can be applied to develop the tourism area are develop new tourist attractions such as agricultural tourism, establish tour guides group, porters and enhance outdoor equipment rental services, use the tourist visa-free policy to attract foreign tourists, and held a folklore festival as variation for tourist attraction.

Key words: tourism development, ecotourism, strategy, SWOT analysis, Mt.Andong

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara dan pengembangannya diharapkan dapat memacu pertumbuhan perekonomian nasional. Pariwisata diketahui memiliki *multiplier effect*. Dalam artian lain, industri pariwisata mampu menggerakkan industri-industri lain sebagai pendukungnya. Menurut Gasson (1990 dalam Yoeti 2008) Komponen utama industri pariwisata adalah daya tarik wisata yang berupa atraksi alam dan budaya, Sedangkan komponen pendukungnya, antara lain berupa transportasi lokal, kuliner, perbankan, dan juga manufaktur.

Perencanaan pariwisata sangat penting dilakukan karena saat ini dan di masa depan akan terus terjadi pergeseran minat wisata. Motif, minat, selera, tuntutan, dan perilaku wisatawan terus menerus berubah dan perlu direspon dengan tepat. Dengan terbatasnya ketersediaan produk wisata yang berkualitas, ditambah dengan meningkatnya persaingan produk dan jasa di pasar wisata. Perencanaan akan pengembangan wisata mutlak dilakukan.

Perencanaan yang baik diharapkan tentunya akan menghasilkan peningkatan daya saing dari suatu produk wisata. (Damanik dan Weber, 2006:25).

Pemerintah Indonesia telah menyadari betapa pentingnya peranan pariwisata lokal dalam upaya membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Seperti yang dijelaskan dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 pasal 4, pembangunan kepariwisataan nasional bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa

Dengan adanya pasal tersebut, pemerintah daerah memiliki peran untuk bertanggung jawab dalam mengelola sumberdaya pariwisata mereka seefektif mungkin sehingga dapat membangun daerah mereka sendiri seoptimal mungkin.

Kabupaten Magelang merupakan salah satu kabupaten di propinsi Jawa Tengah yang memiliki banyak potensi wisata yang layak dikembangkan. Akan tetapi, selama ini wisatawan hanya mengenal Candi Borobudur sebagai obyek wisata di Jawa Tengah sehingga obyek wisata tersebut menjadi pusat konsentrasi wisatawan di Kabupaten Magelang. Oleh karena itu, sudah saatnya perlu dilakukan pengembangan pariwisata baru agar mampu berfungsi sebagai pendukung obyek wisata yang memadai. Potensi wisata Kabupaten Magelang sudah saatnya diolah dan dibentuk hingga menjadi suatu rangkaian kegiatan wisata yang mampu mengalihkan perhatian wisatawan untuk tidak hanya mengunjungi Candi Borobudur saja, tetapi juga menikmati sajian wisata lain yang ada di Kabupaten Magelang.

Dewasa ini dalam mengatasi isu akan kejenuhan wisatawan akan wisata percandian yang didominasi oleh candi Borobudur maka mulai dikembangkan potensi-potensi wisata lain yang ada di Kabupaten Magelang, kondisi geografis, lingkungan alam, asal usul sejarah dan filosofi kehidupan merupakan unsur-unsur yang membentuk nilai tradisi budaya sehari-hari menjadi ide dasar dalam mengembangkan potensi wisata di Kabupaten Magelang. Dalam mewujudkan wisata tersebut, pemerintah Kabupaten Magelang mulai menggalakan program desa wisata sebagai wisata andalan dan juga sebagai alternatif obyek wisata yang ada di Kabupaten Magelang khususnya.

Kawasan wisata gunung Andong merupakan salah satu obyek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai alternatif tujuan wisata yang ada di Kabupaten Magelang. Kawasan wisata Gunung Andong memiliki beberapa potensi wisata yang dapat dikembangkan, diantaranya :

1. Wisata Pendakian Gunung Andong
2. Wisata alam perkemahan Hutan Jangli
3. Wisata Agraris

Wisata khusus pendakian Gunung Andong merupakan tujuan utama di kawasan ini. Hampir tiap akhir pekan Gunung Andong selalu dipadati dengan pengunjung dan hampir keseluruhannya merupakan wisatawan domestik. Pariwisata di kawasan Gunung Andong sendiri mengusung tema ekowisata. Data dari pengelola obyek wisata menunjukkan bahwa ada kecenderungan kenaikan wisatawan dari tahun 2013 (43.077 orang) ke 2014 (63.460 orang) Namun mengalami penurunan pada tahun 2015 menjadi (62.600). Untuk mengatasi masalah tersebut, kawasan wisata Gunung Andong masih memerlukan usaha pengembangan yang lebih intensif. Berdasarkan wawancara prasurvey, diketahui beberapa

penyebab permasalahan yaitu usaha pengembangan masih dilakukan seadanya oleh masyarakat lokal. Bantuan pemerintah setempat masih minim. Pengunjung yang datang masih didominasi wisatawan lokal dari daerah Jawa Tengah. Usaha promosi masih belum giat dilakukan.

Untuk aksesibilitas, kawasan wisata Gunung Andong dapat dicapai dengan menggunakan transportasi umum dari Salatiga dan Magelang. Kendala utama terkait transportasi adalah minimnya transportasi umum yang menuju atau melewati obyek wisata ini. Jalan raya untuk mengakses lokasi wisata ini masih butuh penerangan yang layak. Faktor alam seperti cuaca buruk juga merupakan penghambat wisatawan untuk berkunjung. Agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, kawasan Gunung Andong masih memerlukan upaya pengembangan yang intensif dari masyarakat maupun pemerintah.

Berdasarkan uraian tersebut, untuk mengatasi permasalahan terkait pengembangan wisata Gunung Andong, maka diperlukan suatu upaya rencana pengembangan agar obyek wisata Gunung Andong dapat bersaing dengan obyek wisata lainnya. Mill (2000:168) menyebutkan bahwa pengembangan wisata bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun komunitas tuan rumah. Dengan adanya pembangunan pariwisata diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut dilakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Gunung Andong Magelang”

Adapun pertanyaan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja potensi wisata yang dapat dikembangkan yang ada di sekitar kawasan Gunung Andong?
2. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi pendukung dan penghambat upaya pengembangan kawasan wisata Gunung Andong?
3. Apa saja alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh *stakeholder* dalam rangka mengembangkan sektor pariwisata, khususnya di kawasan wisata Gunung Andong?
4. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di kawasan wisata Gunung Andong?

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui potensi wisata apa saja yang dapat dikembangkan yang ada di sekitar kawasan Gunung Andong.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan objek wisata di kawasan Gunung Andong.
3. Untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh *stakeholder* dalam rangka mengembangkan sektor pariwisata, khususnya di kawasan wisata Gunung Andong.
4. Untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat yang sebaiknya diterapkan oleh pengelola objek wisata kawasan Gunung Andong.

Kerangka Teori

Oka A. Yoeti (1990:109) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*bussines*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pariwisata berkembang sejalan perubahan-perubahan sosial, budaya, ekonomi, teknologi, dan politik. Runtuhnya sistem kelas dan kasta, semakin meratanya distribusi sumberdaya ekonomi, ditemukannya teknologi transportasi, dan peningkatan waktu luang yang didorong oleh penciptaan jam kerja telah mempercepat mobilitas manusia antar daerah, negara, dan benua, khususnya dalam hal pariwisata (Damanik & Weber, 2006 : 1).

Menurut Swarbrooke (1996 : 99) pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata.

Menurut Kanom dalam penelitiannya (2015), strategi pengembangan wisata adalah suatu kesatuan rencana yang sifatnya komprehensif dan terpadu dari unsur pemerintah, swasta, masyarakat, dan akademisi untuk mengkaji kendala, kondisi lingkungan internal dan eksternal obyek wisata sehingga dapat menjadi destinasi pariwisata berkelanjutan serta berdaya saing tinggi.

Adapun menurut Yoeti (1997: 2-3), pengembangan pariwisata perlu memperhatikan beberapa aspek yaitu:

1. Wisatawan (Tourist)
Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.
2. Transportasi
Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.
3. Atraksi/obyek wisata
Atraksi dan objek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat yaitu: a) Apa yang dapat dilihat (*something to see*), b) Apa yang dapat dilakukan (*something to do*), c) Apa yang dapat dibeli (*something to buy*).
4. Fasilitas pelayanan
Fasilitas apa saja yang tersedia di DTW tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restaurant, pelayanan umum seperti Bank/money changers, kantor pos, telepon/teleks yang ada di DTW tersebut.
5. Informasi dan promosi
Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leaflets/ brosur disebar sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan pariwisata di wilayahnya dan harus menjalankan kebijakan yang paling menguntungkan bagi daerah dan wilayahnya

Perumusan strategi pengembangan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis SWOT dimana menurut Rangkuti (2009:18) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan dengan cara ini dilakukan dengan cara membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) guna menetapkan formulasi strategi (perencanaan strategi) dalam upaya penyusunan strategi jangka panjang.

Dalam analisis SWOT ini, dilakukan analisis terhadap dua faktor lingkungan yang berupa :

1. Lingkungan internal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya. Faktor tersebut dari terdiri sumber daya manusia yang meliputi karyawan, pelatihan, pengalaman, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan, upaya promosi dan operasional, serta sumber daya organisasi yang meliputi operasional, keuangan, atraksi wisata, fasilitas wisata.
2. Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan tidak mempunyai kemampuan atau sedikit kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhinya. Menurut Fred. R. David (2002) Faktor eksternal yang berasal dari lingkungan luar objek wisata adalah faktor ekonomi, sosial, budaya, demografi dan lingkungan, politik, pemerintah dan hukum, teknologi, serta dari segi kompetitifnya.

Menurut Rangkuti (2009:21) proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui 3 tahap analisis yaitu :

1. Tahap Pengumpulan Data
Tahap ini adalah kegiatan mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan faktor internal dan faktor eksternal obyek wisata. Faktor internal tersebut berupa pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia. Dan faktor eksternal adalah ekonomi, politik, sosial budaya.
Dalam tahap ini model yang dipakai adalah menggunakan Matrik Faktor Strategi Internal dan Matrik Faktor Strategi Eksternal.
2. Tahap Analisis
Nilai-nilai dari faktor internal dan faktor eksternal yang telah didapat dari hasil Matrik Faktor Strategi Internal dan Matrik Faktor Strategi Eksternal dijabarkan dalam bentuk diagram SWOT dengan mengurangi nilai kekuatan (*Strength*) dengan nilai kelemahan (*Weakness*), dan nilai peluang (*Opportunity*) dengan nilai ancaman (*Threat*). Semua informasi disusun dalam bentuk matrik, kemudian dianalisis untuk memperoleh strategi yang cocok dalam mengoptimalkan upaya untuk mencapai kinerja yang efektif, efisien dan berkelanjutan.

Dalam tahap ini digunakan matrik SWOT, agar dapat dianalisis dari 4 alternatif strategi yang ada mana yang dimungkinkan bagi organisasi untuk bergerak maju. Apakah strategi *Strengths-Opportunities* (SO), strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO), strategi *Strengths-Threats* (ST) atau strategi *Weaknesses-Threats* (WT).

3. Tahap Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini dilakukan kajian ulang terhadap empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis. Setelah itu diambil keputusan dalam menentukan strategi yang paling menguntungkan, efektif dan efisien bagi organisasi berdasarkan Matriks SWOT dan pada akhirnya dapat disusun suatu rencana strategis yang akan dijadikan pegangan dalam melakukan kegiatan selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Dalam penelitian ini dilakukan identifikasi terhadap faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan obyek wisata. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Girirejo, Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang karena desa tersebut merupakan pintu masuk utama menuju kawasan obyek wisata.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu:

1. Wawancara (*depth-interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan komunikasi kepada informan pada obyek penelitian. Wawancara yang dilakukan adalah jenis wawancara tidak terstruktur. Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2010:233),

2. Observasi langsung

Nasution, dalam Sugiyono (2012:226) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data- data tertulis yang sudah ada sebelumnya. Teknik pengambilan data secara tertulis bersumber pada catatan-catatan, arsip-arsip, gambar atau foto pada acara-acara tertentu yang ada di lokasi penelitian. yang berkaitan dengan penelitian dan bertujuan untuk memperjelas dan mendukung proses penelitian.

Narasumber dalam penelitian ini ditentukan secara purposif, yaitu informan kunci yang dianggap paling mengetahui situasi di lokasi wisata. Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah Kepala Resort Bumi Perkemahan Hutan Mangli, Polisi Hutan Gunung Andong, Kepala LMDH Desa Girirejo, masyarakat lokal, dan wisatawan. Analisis data yang digunakan adalah menurut Miles dan Huberman yaitu

reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2010 : 430). Hasil data direduksi dan dianalisis sesuai dengan tema penelitian, kemudian data disajikan secara naratif.

Uji validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Dan berbagai waktu dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Lalu dilakukan juga *membercheck*, tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila pemberi data tersebut valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya, tetapi apabila data yang ditemukan peneliti tidak disepakati oleh pemberi data, maka perlu melakukan didiskusikan dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, data yang ditemui harus dikoreksi, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

HASIL PENELITIAN

Kawasan wisata Gunung Andong memiliki 2 atraksi wisata utama, yaitu wisata pendakian Gunung Andong, dan wisata bumi perkemahan Hutan Mangli. Kedua obyek wisata tersebut terdapat di wilayah desa Girirejo. Jarak obyek wisata dengan Kecamatan adalah kurang lebih 2 km dengan waktu tempuh 10 menit, jarak kantor desa dengan Kabupaten/Kota kurang lebih adalah 45 km dengan waktu tempuh 1,5 jam, dan jarak kantor desa dengan ibukota provinsi adalah 62 km dengan waktu tempuh 2 jam. Kawasan wisata dapat di tempuh dengan menggunakan bus dari terminal Salatiga tujuan Magelang via Kopeng, atau sebaliknya. Apabila menggunakan kendaraan umum wisatawan harus berhenti di terminal Kopeng, lalu melanjutkan perjalanan ke obyek wisata dengan kendaraan milik warga. Pengelolaan kawasan dibagi kedalam beberapa unit kecil, sesuai wilayah dusun masing-masing.

Berdasar pengamatan yang selama masa penelitian, dapat disimpulkan bahwa wilayah sekitar kawasan Gunung Andong memiliki potensi antara lain :

1. Pada sektor pertanian, terdapat pertanian hortikultura dengan komoditas unggulan berjenis kubis, cabai, wortel, dan lain-lain.
2. Pada sektor peternakan, sebagian masyarakat Desa Girirejo beternak, sapi, ayam kampung, domba, dan angsa.
3. Pada sektor UMKM, terdapat gabungan kelompok tani yang bergerak pada bidang produksi pembibitan cabai, ada pula yang membuat usaha warung rumahan dan jual beli sayur.
4. Pada sektor pariwisata, terdapat wisata pendakian gunung andong yang terbagi menjadi 3 jalur pendakian, yaitu jalur yang melalui dusun sawit, dusun pendem dan dusun gogik. Terdapat pula wisata Bumi Perkemahan Hutan Pinus yang ada di Mangli Girirejo.

Matriks Analisa Faktor Strategi Internal (IFE)

No	Faktor-Faktor Strategis Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
	1. Keindahan bentang alam	20	4	80
	2. Mayoritas masyarakat yang bercocok tanam. Cocok untuk wisata Agraris	10	2	20
	3. Keramahan masyarakat lokal	20	4	80
	4. Dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata	25	4	100
	5. Keamanan lokasi wisata yang terjamin	15	4	60
	6. Ketersediaan rumah singgah	20	3	60
Total		110		400
	Faktor-Faktor Strategis Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
	1. Masih ada potensi wisata yang belum intensif dikembangkan	20	1	20
	2. Usaha Promosi yang dilakukan pengelola terbatas pada obyek wisata tertentu	10	2	20
	3. Ketersediaan toko souvenir	10	2	20
	4. Kualitas SDM masyarakat sekitar masih rendah	20	2	40
	5. Dana pengembangan yang terbatas	40	1	40
Total		100		140
<p align="center">Nilai Skor IFE Kekuatan – kelemahan = 400 – 140 = + 260</p>				

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE untuk wisata Gunung Andong, didapat nilai skor Faktor strategi internal yaitu 260. Hal ini menunjukkan posisi obyek wisata terletak di kuadran positif yaitu 2,6 dan mengindikasikan bahwa obyek wisata memiliki potensi internal yang kuat.

Analisa Faktor Strategi Eksternal (EFE)

No	Faktor-Faktor Strategis Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
	1. Sektor pariwisata berbasis alam yang semakin berkembang dan semakin diminati	30	4	120
	2. Penyerapan tenaga kerja di daerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran	20	4	80
	3. Perkembangan teknologi	10	3	30
	4. Peranan <i>word of mouth</i> yang positif dari wisatawan ke orang lain	30	4	120
	5. Pengaruh kebijakan bebas visa kunjungan	10	2	20
Total		100		370
	Faktor-Faktor Strategis Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
	1. Persaingan antar objek wisata	20	2	40
	2. Terjadinya bencana/gangguan alam	10	2	20
	3. Kondisi jalan yang minim penerangan	10	2	20
	4. Kurangnya alat transportasi umum	10	2	40
	5. Dukungan Pemerintah Daerah (dalam promosi dan sarana prasarana) masih kurang	40	2	80
Total		100		200
Nilai Skor EFE Peluang – Ancaman = 370-200 = 170				

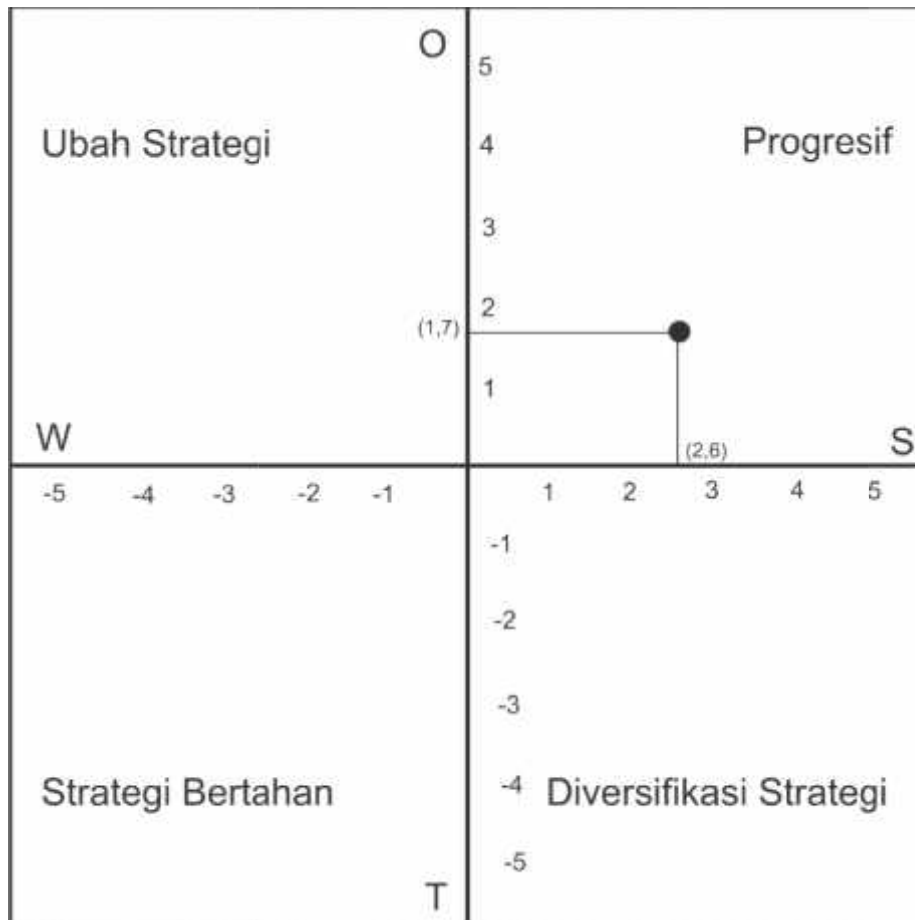
Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE untuk wisata Gunung Andong, didapat nilai skor Faktor strategi internal yaitu 170. Hal ini menunjukkan posisi obyek wisata terletak di kuadran positif yaitu 1,7 dan mengindikasikan bahwa obyek wisata memiliki potensi eksternal yang kuat.

Matriks Strategi SWOT

	Kekuatan	Kelemahan
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keindahan bentang alam 2. Mayoritas masyarakat yang bercocok tanam 3. Keramahan masyarakat lokal 4. Dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata 5. Keamanan lokasi wisata yang terjamin 6. Ketersediaan rumah singgah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih ada potensi wisata yang belum intensif dikembangkan 2. Usaha Promosi yang dilakukan pengelola terbatas pada obyek wisata tertentu 3. Ketersediaan toko souvenir 4. Kualitas SDM masyarakat sekitar masih rendah 5. Dana pengembangan yang terbatas
Peluang	Kekuatan - peluang	Kelemahan - Peluang
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sektor pariwisata berbasis alam yang semakin berkembang dan semakin diminati 2. Penyerapan tenaga kerja di daerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran 3. Perkembangan teknologi 4. Peranan <i>word of mouth</i> dari wisatawan ke orang lain 5. Pengaruh kebijakan bebas visa kunjungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan obyek wisata baru yaitu wisata agraris 2. Meningkatkan fasilitas lain seperti membuat jasa pemandu wisata, porter, dan menambah tempat persewaan alat 3. Memanfaatkan kebijakan bebas visa kunjungan untuk melakukan promosi guna menarik wisatawan dari mancanegara. 4. Melakukan kerjasama dengan agen-agen perjalanan wisata 5. Mengadakan festival rakyat agar ada variasi wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi yang lebih intensif terhadap obyek wisata Bumi Perkemahan Mangli 2. Melakukan kerjasama dengan investor swasta 3. Melakukan pelatihan dan pendidikan terhadap tenaga SDM yang ada 4. Membangun toko-toko cinderamata untuk mengembangkan UKM lokal
Ancaman	Kekuatan - Ancaman	Kelemahan - Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> 1. Konflik didalam objek wisata 2. Terjadinya bencana/gangguan alam 3. Kondisi jalan yang minim penerangan 4. Kurangnya alat transportasi umum 5. Dukungan Pemerintah Daerah (dalam promosi dan sarana prasarana) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama dengan basecamp lain 2. Membuat lampu-lampu penerangan sederhana untuk akses masuk ke desa 3. Menyediakan transportasi umum lainnya, misal jasa angkutan dengan menggunakan minibus 4. Melakukan kerja sama dengan pemerintah daerah dalam hal bantuan upaya promosi wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan mediasi untuk menyelesaikan konflik internal di dalam pengelolaan obyek wisata 2. Membangun pos-pos penanganan bencana 3. Mengajukan proposal permohonan bantuan ke pemerintah daerah untuk pembangunan sarana dan prasarana

Untuk mengetahui letak kuadran strategi yang dianggap memilikiprioritas yang tinggi dan mendesak untuk segera dilaksanakan digunakan formulasi sumbu X dan Y, dimana sumbu X adalah EFAS (Peluang – Ancaman) dan sumbu Y adalah IFAS (Kekuatan–Kelemahan) yang dinyatakan dalam nilai sesuai hasil skoring (Tabel 26 dan Tabel), sebagaimana hasilnya diperlihatkan pada gambar berikut :

Kuadran SWOT



Berdasarkan hasil penilaian matriks IFE dan EFE, posisi kawasan Gunung Andong berada pada kuadran I (positif, positif) Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Dari hasil Analisis IFAS dan EFAS yang tertuang dalam grafik letak kuadran maka strategi SO merupakan strategi yang dianggap memiliki prioritas yang tinggi dan mendesak untuk dilaksanakan. Strategi tersebut adalah :

1. Mengembangkan obyek wisata baru yaitu wisata agraris
2. Membentuk jasa pemandu wisata, porter, dan menambah tempat persewaan alat pendakian.
3. Memanfaatkan kebijakan bebas visa kunjungan untuk melakukan promosi guna menarik wisatawan dari mancanegara.
4. Melakukan kerjasama dengan agen-agen perjalanan wisata
5. Mengadakan festival rakyat agar ada variasi wisata

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh terhadap pengembangan wisata kawasan Gunung Andong adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor internal yang menjadi pendukung pengembangan obyek wisata adalah Keindahan bentang alam, mayoritas masyarakat yang bercocok tanam, keramahan masyarakat lokal, dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata, keamanan lokasi wisata yang terjamin, ketersediaan rumah singgah. Sedangkan faktor internal yang menjadi penghambat pengembangan adalah masih ada potensi wisata yang belum intensif dikembangkan, usaha promosi yang dilakukan pengelola terbatas pada obyek wisata tertentu, ketersediaan toko souvenir, kualitas SDM masyarakat sekitar masih rendah, dana pengembangan yang terbatas
2. Faktor eksternal yang menjadi pendukung pengembangan obyek wisata adalah sektor pariwisata berbasis alam yang semakin berkembang dan semakin diminati, penyerapan tenaga kerja di daerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran, perkembangan teknologi, omongan atau opini positif dari wisatawan tentang obyek wisata Gunung Andong, dan pengaruh kebijakan bebas kunjungan wisata. Sedangkan yang menjadi penghambat pengembangan obyek wisata adalah persaingan di dalam objek wisata, terjadinya bencana/gangguan alam, kondisi jalan yang minim penerangan, kurangnya alat transportasi umum, dukungan pemerintah daerah khususnya dari dinas pariwisata (dalam promosi dan sarana prasarana)
3. Strategi pengembangan berdasarkan hasil analisis SWOT adalah (1) strategi yang memanfaatkan kekuatan-peluang (SO) yaitu : mengembangkan obyek wisata baru yaitu wisata agraris, meningkatkan fasilitas lain seperti membuat jasa pemandu wisata, porter, dan menambah tempat persewaan alat pendakian, memanfaatkan kebijakan bebas visa kunjungan untuk melakukan promosi guna menarik wisatawan dari mancanegara, melakukan kerjasama dengan agen-agen perjalanan wisata , mengadakan festival rakyat agar ada variasi wisata. (2) strategi yang memanfaatkan peluang dan meminimalisir kelemahan (WO) yaitu : melakukan promosi yang lebih intensif terhadap obyek wisata Bumi Perkemahan Mangli, melakukan kerjasama dengan investor , melakukan pelatihan dan pendidikan terhadap tenaga SDM yang

ada, membangun toko-toko cinderamata. (3) strategi yang memanfaatkan kekuatan dan meminimalisir ancaman (ST) yaitu : melakukan kerja sama dengan basecamp lain, membuat lampu-lampu penerangan sederhana untuk akses masuk ke desa, menyediakan transportasi umum lainnya, misal jasa angkutan dengan menggunakan minibus, melakukan kerja sama dengan pemerintah daerah dalam hal bantuan upaya promosi wisata. (4) strategi yang meminimalkan dampak ancaman dan kelemahan yang ada (WT) adalah Melakukan mediasi untuk menyelesaikan konflik dan persaingan yang ada, membangun pos-pos penanganan bencana, mengajukan proposal permohonan bantuan ke pemerintah daerah untuk pembangunan sarana dan prasarana

Saran

Stakeholder selaku pengelola obyek wisata sebaiknya lebih gencar melakukan kerja sama dengan pihak luar, baik itu dari pemerintah maupun swasta. Upaya promosi sebaiknya juga harus lebih gencar dilakukan. Pengelola dapat menggunakan media internet, membuat brosur wisata, dan juga menggunakan agen perjalanan wisata untuk melakukan promosi.

Masalah konflik internal antar sesama masyarakat perlu segera diselesaikan. Untuk tempat penginapan, masyarakat setempat juga sebaiknya perlu mengembangkan dan mempersiapkan rumah mereka untuk dijadikan sarana *homestay* bagi wisatawan yang berkunjung. Selain tempat tinggal hal yang perlu diperhatikan adalah kebersihan obyek wisata. pengelola dapat meniyasati hal ini dengan cara memberikan pengarahan kepada pendaki untuk membawa sampah mereka turun, melakukan kegiatan bersih-bersih gunung secara rutin, dan menyiapkan tempat sampah yang mudah di jangkau.

Kerja sama antar pengelola obyek wisata disekitar kawasan Gunung Andong dan pemerintah daerah setempat perlu dilakukan karena dapat membantu upaya pengembangan dengan memanfaatkan potensi yang ada. Pengelola obyek wisata perlu menyusun suatu master plan yang dapat memanfaatkan peluang usaha yang ada. Agar kawasan wisata Gunung Andong tetap terjaga seutuhnya, perlu komitmen bersama antara pemerintah daerah setempat dan masyarakat lokal sebagai pengelola obyek wisata untuk menjaga kawasan Gunung Andong agar dapat terjaga kelestariannya, di sisi lain dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Daftar Pustaka

Anonim. *Kabupaten Magelang Dalam Angka*. 2015.

http://bappeda.magelangkab.go.id/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=394&Itemid=. Diakses pada 19 April 2016

Laporan Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional No. 48/07/Th. XVII, 1 Juli 2014. *Laporan Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional No. 48/07/Th. XVII*, 1 Juli 2014. Diakses pada 19 April 2016

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah. http://ekowisata.org/wp-content/uploads/2011/11/P_33_2009_Dagri.pdf . Diakses pada 19 April 2016

Peraturan Presiden no.104 tahun 2015 tentang bebas visa kunjungan. <http://www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/lt5624dee824223/parent/lt5624de604966f>. Diakses pada 20 Agustus 2016

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Jakarta. Bumi Aksara.

<http://maritim.go.id/wp-content/uploads/2016/01/UU-No.-10-Tahun-2009-Tentang-Kepariwisataaan.pdf> diakses pada 21 April 2016

A, Yoeti, Oka. 1980, *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Angkasa

1990. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung . Angkasa

1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*, Bandung : Angkasa

David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta : Salemba. Empat.

Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta : LKiS

Fandeli, Chafid dan Nurdin, Muhammad. 2005. *Pengembangan ekowisata berbasis konservasi di taman nasional*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM,

Glueck, W.F. dan Lawrence, R.J. 1998. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry Sitanggang. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Hjam'an Satori, AAN Komariah. *Metodologi penelitian kualitatif*. 2009. Bandung : Alfabeta.

Ilyas, Muhammad. 2009. *Strategi Pengembangan Pariwisata Kepulauan Togean di Kabupaten Tojo Una-Una*. Tesis. Makassar: Program Studi Perencanaan Pengembangan Wilayah. Program.

pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/7d487d5b29255da5c0a6f6886ae4a654.pdf diakses pada 19 April 2016

J. Damanik dan H. F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata : Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi dan Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) UGM.

Kanom. 2015. *Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan* Tesis. Program Studi Kajian Pariwisata. Universitas Udayana.

http://www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf_thesis/unud-1316-798055528-3.pdf. Diakses pada 7 Juli 2016

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Maryam, Selvia. 2011. *Pendekatan SWOT Dalam Pengembangan Obyek Wisata Kampoenng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang.

http://eprints.undip.ac.id/29421/1/jurnal_skripsi_selvi.pdf . Diakses pada 19 April 2016

Mason, P. 2004, *Tourism Impact. Planning and Management*. Amsterdam : Butterwort Heinemann.

Miles. B dan Huberman, Michael. 2009. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI-Press).

Mill, Robert Christie, Alih Bahasa Sastro Tribudi. 2000. *Tourism The international Business*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.

Pearce dan Robinson. 2007. *Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.

Rangkuti, Freddy 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

2009, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi Keenam Belas, Pt. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Riduwan. 2014. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta
- Saridarmini, N.L.A.R. *Dampak Agrowisata Berbasis Modal dan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Bali*. 2011. Tesis. Universitas Udayana Denpasar
- [Http://www.pps.unud.ac.id/thesis/unud-195-1665995373v.pdf](http://www.pps.unud.ac.id/thesis/unud-195-1665995373v.pdf). Diakses pada 21 April 2016
- Satria, Dias. 2009. *Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Malang*. Volume 3 No 1. Mei
- <http://jiae.ub.ac.id/index.php/jiae/article/view/136> . Diakses pada 21 April 2016
- Spillane, J James. 1982. *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*
1994. *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Kebudayaan*, Kansius
- Sudana, I Putu. Jurnal Pariwisata Vol 13 No.1 *Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis Di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan*. Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
- [Http://www.pps.unud.ac.id/thesis/unud-195-1665995374.pdf](http://www.pps.unud.ac.id/thesis/unud-195-1665995374.pdf). Diakses pada 21 April 2016
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, CV. Alfabeta
- Suwantoro, Gamal, SH. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata.*, Yogyakarta. : Penerbit Andi.
- Wahab, Solihin A. 1997. *Analisis kebijaksanaan dari formulasi ke implementasi kebijaksanaan negara*. Jakarta : Bumi Aksara
- Teguh G. Deny, Mukhsin Dadan. 2015. *Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung (Studi Kasus : Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya)*. Skripsi. Fakultas Teknik. Universitas Islam Bandung
- <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/PWK/article/view/2678/pdf> Diakses pada 21 April 2016