

STRATEGI PENGEMBANGAN BALI ZOO PARK SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KABUPATEN GIANYAR BALI

Raden Agus Sarwa Edy¹, Ni Kadek Widyastuti²

widyastuti@undhirabali.ac.id²

Program Studi Manajemen Universitas Dhyana Pura¹

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Universitas Dhyana Pura²

Abstract

Development in the tourism sector remains the leading sector in economic development in Bali. The development of tourism has a considerable influence on economic growth in Indonesia in general and Bali in particular. For this reason, the Balinese government through the Tourism Office and other relevant agencies continues to strive to improve and organize existing tourist attractions and develop these tourist attractions so that more and more tourists come. One of them is Bali Zoo Park which is located in Gianyar Regency, Bali. With the development of tourist attractions, especially those that offer animal attractions that can attract tourists, Bali Zoo Park continues to improve because it sees many competitors who also offer the same attractions. Bali Zoo Park is a wildlife sanctuary visited by many tourists, both domestic and foreign tourists. Many animals are protected in Bali Zoo Park and even animals that are almost extinct such as the Bali Starling, Peacock, Cassowary, and Cockatoo besides that there are many other animal collections such as deer, kangaroos, reptiles, primates, tigers and many other species. With so many competitors who also offer the same attractions, Bali Zoo Park has developed a development strategy so that it can continue to exist so that more tourists visit. The types of data used in this research are quantitative and qualitative data, and the data collection techniques used are through observation, interviews, questionnaires and documentation. The strategy for developing Bali Zoo Park as a tourist attraction is carried out using a SWOT analysis by considering internal and external factors, namely Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats.

Keywords: Development strategy, Tourism attractiveness Business

Abstrak

Pembangunan pada sektor pariwisata tetap menjadi sektor terdepan dalam pembangunan ekonomi di Bali. Perkembangan Pariwisata memberikan pengaruh yang cukup besar pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada umumnya dan Bali khususnya. Untuk itu pemerintah Bali melalui Dinas Pariwisata dan instansi terkait lainnya terus berupaya berbenah dan menata daya tarik wisata yang ada serta mengembangkan tempat-tempat wisata tersebut sehingga semakin banyak di datangi wisatawan. Salah satunya adalah Bali Zoo Park yang berada di Kabupaten Gianyar Bali. Dengan semakin berkembangnya tempat wisata khususnya yang menyuguhkan atraksi hewan yang dapat menarik wisatawan, maka Bali Zoo Park terus berbenah karena melihat banyaknya kompetitor yang juga menawarkan atraksi yang sama. Bali Zoo Park merupakan tempat suaka margasatwa yang banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Banyak hewan yang dilindungi di Bali Zoo Park bahkan hewan yang sudah hampir punah seperti Burung Jalak Bali, Burung Merak, Burung Kasuari, dan Burung Kakaktua selain itu banyak koleksi binatang lainnya seperti kijang, kanguru, binatang jenis reptile, primata, macan and banyak spesies lainnya. Dengan banyaknya pesaing yang juga menawarkan atraksi yang

sama sehingga Bali Zoo Park melakukan strategi pengembangan supaya terus bisa exist sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui observasi, wawancara, penyebaran angket dan dokumentasi. Strategi pengembangan Bali Zoo Park sebagai daya tarik wisata dilakukan dengan analisis SWOT dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Kata kunci : Strategi pengembangan, Usaha Daya Tarik Wisata.

PENDAHULUAN

Sejak tahun 1978 pemerintah terus berusaha untuk mengembangkan kepariwisataan. Hal ini bisa dilihat dalam TAP MPR No. IV/MPR/1978, yaitu bahwa pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan kebudayaan. Pengembangan pariwisata telah dilakukan baik oleh pemerintah maupun swasta dengan meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan dari suatu daerah ke daerah lain. Sesuai konsepsi pariwisata budaya (pasal 3 Perda No.3 /1991) diharapkan adanya keserasian, keselarasan dan keseimbangan antara penyelenggaraan pariwisata dan kebudayaan Bali. Selain itu, mutu objek dan daya tarik wisata diharapkan meningkat dan dilestarikan. Sebaliknya norma, nilai kebudayaan dan agama harus dipertahankan untuk membendung pengaruh negatif dari aktivitas pariwisata.

Bali sebagai destinasi wisata dunia, banyak dikunjungi wisatawan mancanegara karena atraksi yang dimiliki. Bali sebagai daerah tujuan wisata selama ini diyakini telah mengalami beberapa perkembangan dengan semakin bervariasi dan bertambahnya obyek dan atraksi wisata yang ditawarkan dan sangat diharapkan mampu meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan (Putra, 2008 : 22). World Tourism Organization (WTO) telah menggariskan kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan yang menitikberatkan pada tiga hal yaitu keberlanjutan alam, sosial dan budaya, dan ekonomi. Konsep ini secara jelas menjabarkan bahwa pengembangan pariwisata tidak boleh merusak alam, lingkungan, dan lahan terutama lahan pertanian. Pariwisata di Bali semakin

berkembang khususnya wisata edukasi yang banyak diminati oleh wisatawan. Misalnya dengan memperkenalkan beranekaragam jenis satwa kepada anak – anak sehingga mereka memahami bagaimana kehidupan satwa tersebut dan juga bisa ikut memberikan makan , *feeding animals* sehingga hal ini merupakan hal yang baru dan menarik bagi wisatawan. Bali Zoo Park merupakan salah satu daya tarik wisata edukasi yang berlokasi di di jalan Raya Singapadu, Batuan, Sukawati, Kabupaten Gianyar. Lokasi kebun binatang ini sangat strategis. Seperti sebuah kebun binatang pada umumnya, Bali Zoo Park memiliki koleksi yang sama seperti kebun binatang yang lain dengan keragaman flora dan fauna yang terdapat di Zoo Park. Pengunjung juga diberikan kesempatan berphoto dengan binatang dan juga burung. dilanjutkan dengan tour mengunjungi sejumlah objek wisata berdekatan seperti Tari Barong Batu Bulan, Taman Burung, Ubud dan objek wisata air terjun Tegenungan dekat pasar Sukawati.

Bali Zoo Park merupakan tempat suka margasatwa terbaik yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan luar dan dalam negeri dan menjadi tujuan study tour populer di Bali. Memiliki banyak koleksi binatang yang sangat beragam dan banyak dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Sebagai salah satu wujud pengembangan Bali Zoo Park karena banyaknya competitor yang menawarkan atraksi yang sama maka saat ini Bali Zoo Park bekerjasama dengan The Sanctoo Villa yang terletak berdekatan dengan areal Bali Zoo dan menawarkan

beberapa paket tour diantaranya berkeliling dengan gajah, breakfast dengan orang hutan dan paket menginap

yang sudah termasuk entrance fee ke Bali Zoo Park.

Sehingga dengan demikian dapat menarik minat wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali Zoo Park maupun yang menginap di The Santcoo Villa.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : “Bagaimana strategi pengembangan Bali Zoo Park sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar Bali ?”.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, tujuan yang ingin dicapai adalah merumuskan strategi pengembangan Bali Zoo Park sebagai daya tarik wisata dengan melihat perkembangan atraksi wisata serta *competitor* yang memiliki atraksi yang sama.

LANDASAN TEORI

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industry adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan dalam Puspita dan Mefrina (2014) Yoeti yang dikutip Arsih (2017;6) menyatakan dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dana analisis sumber daya. Tujuan analisis ini yakni untuk mengetahui dan mengidentifikasi sumber daya utama, terutama mengetahui kekuatan dan kelemahan organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan tersebut

Mangkuprawira (2014:135) menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan untuk kepentingan masa depan. Menurut Suwanto yang dikutip dalam (Fatimah-2015:30-31)

Berdasarkan seluruh definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan dengan meninggalkan tempat tinggalnya ke daerah tujuan wisata untuk sementara waktu dan bukan untuk menetap. Kegiatan perjalanannya bertujuan untuk menikmati layanan dan fasilitas yang dibutuhkan selama berada di luar tempat tinggalnya.

Jenis Pariwisata

Menurut pendit dalam Utama (2017:145) pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis –jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut (1) Wisata Budaya Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri untuk mengetahui keadaan rakyat di suatu wilayah, mengetahui kebiasaan atau adat istiadat, cara hidup, serta mempelajari budaya dan keseniannya.(2) Wisata Maritim atau Bahari dimana jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih lebih di danau, pantai teluk, atau laut seperti memancing, berselancar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah daerah atau negara-negara maritim, di laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya. (3) Wisata Cagar Alam dimana untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agent atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan, dan sebagainya yang kelesatariannya di lindungi oleh Undang-Undang. (4) Wisata MICE Menurut pendit dalam Utama (2017;148) MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan berupa usaha jasa konvensi, perjalanan intensif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan member jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan dan lain

sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. (5) Wisata Agro Filosofi adalah meningkatkan pendapatan kaum tani, dan meningkatkan kualitas alam edesaan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan sebagai hunian berkualitas, memberikan kesempatan masyarakat untuk belajar kehidupan pertanian yang menguntungkan dan ekosistemnya. (6) Wisata Ziarah Jenis wisata ini dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.

Lingkungan Eksternal

Peluang dan ancaman sebagian berada diluar kendali organisasi sehingga disebut Eksternal. Peluang dan ancaman eksternal (*External opportunities and threats*) mengacu pada ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, serta trend kompetisi dan kejadian yang secara signifikan dapat menguntungkan atau membahayakan organisasi di masa depan menurut David Fred R (2012: 120) dan terdapat 5 kekuatan eksternal utama yang mempengaruhi suatu perusahaan yaitu sebagai berikut (a) Kekuatan Ekonomi Faktor ekonomi memiliki dampak langsung terhadap daya tarik potensial dari beragam strategi. Sebagai contoh, ketika tingkat suku bunga naik, dana yang diperlukan untuk ekspansi modal menjadi lebih mahal atau tidak tersedia. Selain itu, ketika pasar bertumbuh, kekayaan konsumen dan bisnis meluas. (b) Kekuatan Sosial, Budaya, Demografis dan Lingkungan Perubahan sosial, budaya, demografis, dan lingkungan memiliki dampak yang besar atas hampir semua produk, jasa, pasar dan konsumen. Organisasi organisasi kecil, besar, laba, dan nirlaba di semua industri dikejutkan dan ditantang oleh peluang dan ancaman yang muncul dari perubahan dalam variabel sosial, budaya, demografis, dan lingkungan. (c) Kekuatan Politik, Pemerintahan dan Hukum Pemerintah baik pusat maupun daerah merupakan pembuat regulasi, deregulasi, penyubsidi, pemberi kerja, dan konsumen utama organisasi. Faktor-faktor politik, pemerintahan, dan hukum dapat

merepresentasikan peluang dan ancaman utama baik bagi organisasi kecil maupun besar. Untuk industri dan perusahaan yang sangat bergantung pada kontrak atau subsidi pemerintah, ramalan politik bisa menjadi bagian terpenting bagi suatu perusahaan. (d) Kekuatan Teknologi mempresentasikan peluang dan ancaman besar yang harus dipertimbangkan dalam perumusan strategi. Kemajuan teknologi bisa secara dramatis mempengaruhi produk, jasa, pasar, pemasok, distributor, pesaing, konsumen, proses produksi, praktik pemasaran, dan posisi kompetitif organisasi. Kemajuan teknologi dapat menciptakan pasar baru, menghasilkan pengembangbiakan produk yang baru dan lebih baik, mengubah posisi biaya kompetitif relatif dalam suatu industri, serta mengakibatkan produk dan jasa yang ada saat ini usang. Kemajuan teknologi bisa menciptakan keunggulan kompetitif baru yang lebih baik daripada keunggulan kompetitif yang ada. (e) Kekuatan Kompetitif Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing penting bagi perumusan strategi yang berhasil. Mengidentifikasi pesaing tidak selalu mudah karena banyak perusahaan memiliki divisi-divisi yang bersaing di industri yang berbeda. Banyak perusahaan multidivisional umumnya tidak menyediakan informasi penjualan dan laba menurut divisi karena alasan kompetitif. Lingkungan eksternal perusahaan adalah pelaku dan kekuatan diluar perusahaan yang mempengaruhi kemampuan manajemen dalam perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan perusahaan. Lingkungan eksternal memiliki dua macam lingkungan eksternal, yaitu lingkungan kerja atau industri dan lingkungan sosial. Lingkungan kerja atau industri terdiri dari elemen-elemen yang secara langsung mempengaruhi operasi-operasi perusahaan. Beberapa Elemen tersebut adalah pemasok, pesaing dan pelanggan (Pontas,2011:149). Sedangkan lingkungan sosial adalah suatu lingkungan eksternal perusahaan yang tidak berhubungan dan berpengaruh langsung dengan aktivitas-aktifitas perusahaan. Lingkungan sosial tersebut meliputi lingkungan

ekonomi, lingkungan sosial budaya dan lingkungan teknologi. (1) Lingkungan Ekonomi dimana Faktor ekonomi berhubungan dengan sifat dan arah ekonomi dimana suatu perusahaan beroperasi, sebab pola konsumsi masyarakat secara relatif dipengaruhi oleh tren sektor ekonomi dan pasar, sehingga dalam perencanaan strateginya setiap organisasi atau perusahaan harus mempertimbangkan arah tren ekonomi dari setiap sektor pasar yang mempengaruhi industri atau pasarnya. (2) Faktor sosial-budaya yang dapat mempengaruhi aktivitas dan kinerja perusahaan mencakup keyakinan, nilai-nilai, sikap, pandangan, serta gaya hidup manusia sebagai akibat perkembangan dan perubahan kondisi kebudayaan, bahasa, ekologi, demografi, keberagaman, pendidikan, suku bangsa dan ras. (3) Lingkungan Teknologi merupakan pendorong utama dibalik pengembangan berbagai produk dan pasar baru, tetapi kadang juga menjadi alasan utama menurunnya berbagai produk dan pasar. Teknologi mempunyai pengaruh penting pada kinerja industri (Pontas, 2011:224).

Dari pendapat tersebut diatas, dapat dikatakan lingkungan eksternal merupakan hal-hal yang berada di luar kendali dari perusahaan, yang terdiri dari peluang dan ancaman, dan itu juga mengacu pada ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, serta trend kompetisi yang akan di analisis atau diidentifikasi untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Pengertian Objek Dan Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 19 tahun 2009 daya tarik wisata di jelaskan sebagai sesuatu yang memiliki keunikan kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata itu harus dikelola sedemikian rupa agar berkelanjutan dan kesinambungan terjamin, adapun daya

tarik wisata sebagai berikut (1) daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna. (2) Daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah seni budaya, dan hiburan (Ismayanti, 2010:148).

Produk Industri Pariwisata

Menurut Utama (2017:105) menyatakan ada empat pendekatan yang digunakan untuk mengelompokan pariwisata sebagai suatu komoditas yang dapat dijelaskan aspek-aspeknya secara sengaja diciptakan untuk merespon kebutuhan masyarakat. Pariwisata adalah sebuah produk kesatuan totalitas dari empat aspek dasar yakni (1) *Attraction* (daya tarik): tersedianya daya tarik pada daerah tujuan wisata atau destinasi untuk menarik wisatawan, yang mungkin berupa daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya. (2) *Accesability* (transportasi): Tersedianya alat-alat transportasi agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata. (3) *Aminities* (fasilitas): Tersedianya fasilitas utama maupun pendukung pada sebuah destinasi berupa; akomodasi, restoran, fasilitas penukaran valas, pusat oleh-oleh, dan fasilitas pendukung lainnya yang berhubungan aktivitas wisatawan pada sebuah destinasi. (3) *Ancillary* (kelembagaan): adanya lembaga penyelenggara perjalanan wisatawan sehingga kegiatan wisata dapat berlangsung, aspek ini dapat berupa, pemandu wisata, biro perjalanan, pemesanan tiket, dan ketersediaan informasi tentang destinasi.

Produk industri pariwisata dapat berupa lokasi atau objek wisata yang didalamnya memiliki daya tarik, transportasi yang memadai untuk menuju objek wisata, fasilitas yang ada juga menjadi salah satu alasan, dan yang terakhir ada kelembagaan atau organisasi yang mengurus objek atau destinasi wisata tersebut.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Jalan Raya Singpadu, Sukawati, Kabupaten Gianyar. Lokasi ini dekat dengan tempat wisata di Ubud dan hanya memerlukan waktu 20 menit jika berangkat dari Kawasan wisata Ubud.

Jenis dan Sumber Data

Menurut jenisnya, data penelitian ini terdiri dari (1) Data Kuantitatif yaitu pengambilan data yang berupa keterangan terhadap masalah-masalah yang diteliti berupa hasil wawancara yang dilakukan di suatu objek dengan narasumber. (2) Data Kualitatif merupakan data yang berupa keterangan yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti. Mencakup keadaan geografis, atraksi wisata serta persepsi wisatawan dan masyarakat yang tidak berupa angka saja. Sumber data adalah suatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder (1) Data primer **yaitu** data yang di ambil dan diperoleh oleh peneliti melalui sarana wawancara, kuisisioner, observasi, dan dokumentasi. (2) Data Sekunder yaitu data yang di ambil dan didapat secara tidak langsung.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Observasi metode pengumpulan data melalui observasi ini akan mengamati secara langsung Bali Zoo Park sebagai daya tarik wisata untuk mengetahui permasalahan yang akan diteliti. (2) Wawancara metode wawancara sendiri dilakukan untuk mendapatkan informasi yang jelas untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti, wawancara akan dilaksanakan kepada beberapa narasumber seperti, pihak pengelola daya tarik wisata Bali Zoo Park dan General Manager The Sanctoo Villa Gianyar Bali. (3) Kuesioner mengumpulkan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan tentang penelitian kepada beberapa responden yang terpilih, yaitu secara tertulis. (4) Dokumentasi dalam penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan untuk

melihat dokumen-dokumen atau berita yang berhubungan dengan penelitian ini atau fotografi untuk memperlihatkan hasil yang sebenarnya yang berada di lapangan.

Teknik Analisis Data

Analisis SWOT

Teknik analisis yang digunakan karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu dengan menggunakan metode IFAS dan EFAS dan matriks SWOT dengan tujuan meneliti faktor internal dan eksternal lingkungan yang mempunyai kekuatan dan kelemahan di faktor internal dan faktor peluang dan ancaman di lingkungan eksternal Bali Zoo Park Gianyar Bali.

SWOT sendiri adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) kelemahan (*weakness*), dan faktor eksternal sendiri mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threats*). Dengan ini, analisa SWOT di bagi dalam empat komponen: (1) S= *Strength* = adalah situasi maupun kondisi yang berupa kekuatan dari Bali Zoo Park Gianyar Bali. (2) W= *Weakness* = situasi dan kondisi yang merupakan kelemahan dari cara mengelola Bali Zoo Park Gianyar Bali. (3) O= *Opportunity* = situasi dan kondisi yang merupakan peluang yang ada dalam organisasi atau pemerintah dalam perkembangan bagi kelangsungan Bali Zoo Park Gianyar Bali sebagai daya tarik wisata. (4) T= *Threat* = situasi dan kondisi yang datang dari luar untuk mengancam perkembangan Bali Zoo Park Gianyar Bali untuk kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bali Zoo Park merupakan tempat suaka margasatwa yang dikunjungi oleh wisatawan luar dan dalam negeri dan memiliki banyak koleksi binatang yang sangat beragam dan banyak dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Seiring perkembangan zaman maka bermunculan daya tarik wisata yang menampilkan atraksi satwa serupa dengan Bali Zoo, sehingga dengan demikian manajemen Bali Zoo Park berusaha mencari strategi dalam pengembangan daya tarik tersebut

sehingga tetap exist dan diminati wisatawan. Untuk mengetahui strategi pengembangan Bali Zoo Park sebagai daya tarik wisata maka langkah awal yang dapat dilakukan adalah dengan menganalisis Bali Zoo Park dengan menggunakan analisis SWOT yaitu mengidentifikasi Kekuatan (*Strength*) Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), Ancaman (*Threats*)

- a. Kekuatan (*Strenghts*) yang menjadi kekuatan dari daya tarik wisata Bali Zoo Park diantaranya (1) atraksi satwa yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung sehingga bisa dijadikan sebagai wisata edukasi dengan demikian banyak dikunjungi oleh anak – anak sekolah yang ingin mengenal beragam satwa. (2) Lokasi Bali Zoo Park yang cukup strategis karena berada di daerah Singapadu Gianyar hanya sekitar 15 menit dari Ubud dan disekitarnya juga banyak terdapat hotel maupun villa. (3) Aktifitas yang ditawarkan di Bali Zoo Park juga beragam mulai dari memberi makan binatang, menaiki kuda pony, berfoto dengan orangutan serta bermain air di Jungle Splash Waterplay.
- b. Kelemahan (*Weakness*) adapun yang menjadi kelemahan pada daya tarik wisata Bali Zoo Park diantaranya cuaca yang panas sehingga wisatawan kurang nyaman jika berkunjung pada saat musim panas. (2) aktifitas yang ditawarkan kurang di perbaharui sehingga mampu bersaing dengan competitor lainnya yang menawarkan atraksi yang sama.
- c. Peluang (*Opportunity*) adapun yang menjadi peluang pada daya tarik wisata Bali Zoo Park adalah (1) lokasinya yang strategis dan satu manajemen dengan Sanctoo Suites & Villas sehingga lebih mudah mempromosikannya (2) disekitar lokasi Bali Zoo Park belum banyak ada atraksi wisata sehingga menjadi peluang bagi Bali Zoo Park untuk dikunjungi wisatawan.
- d. Ancaman (*Threats*) yang menjadi ancaman pada daya tarik Bali Zoo Park adalah (1) mulai bermunculan kompetitor yang menawarkan atraksi serupa seperti Safari Marine Park yang

memiliki area yang lebih yang luas dan keragaman satwa yang lebih banyak. (2) sejak masa pandemi masyarakat mengalami krisis sehingga lebih selektif dalam menentukan kebutuhan.

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal seperti kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang, maka strategi pengembangan Bali Zoo sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar mencakup

1. Strategi Strengths – Opportunities (S-O) memperbaharui atraksi satwa yang ada di Bali Zoo sehingga tidak kalah jauh dengan atraksi yang di tawarkan oleh daya tarik wisata yang menawarkan atraksi yang sama. Dengan melihat lokasi Bali Zoo Park yang cukup strategis dan satu manajemen dengan Sanctoo Suites and Villas membuat promo tour berkaitan guest yang stay di Sanctoo Suites and Villa mendapat free access untuk berkunjung ke Bali Zoo melalui media online maupun bekerjasama dengan travel agent.
2. Strategi Weaknesses – Opportunities (W-O) memperbaharui dan menambah koleksi satwa yang ada di Bali Zoo Park, memberikan informasi dan melakukan promosi dimana harga stay di Sanctoo Suites and Villas sudah termasuk free access ke Bali Zoo selain itu melakukan kerjasama dengan travel agent dan hotel – hotel disekitarnya
3. Strategi Strengths – Threats (S-T) membuat harga promo yang lebih terjangkau mengingat dalam masa pandemi masyarakat mengalami krisis dalam keuangan
4. Strategi Weaknesses – Threats (W-T) jika melihat kelemahan dan ancaman yang ada strategi yang bisa dilakukan adalah dengan menambah koleksi satwa dan memperbaharui atraksi satwa, menambah atraksi naik kereta keliling dengan melewati lokasi Sanctoo Suites and Villas sehingga lebih dikenal oleh wisatawan yang berkunjung.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis SWOT dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman maka ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan

Bali Zoo Park sebagai daya tarik wisata diantaranya:

1. Memperbaharui atraksi satwa dan menambah koleksi satwa yang ada di Bali Zoo Park.
2. Membuat promo tour dimana harga stay di Sanctoo Suites and Villas sudah termasuk free akses ke Bali Zoo melalui media online dan bekerjasama dengan Travel agent
3. Melakukan evaluasi terhadap entrance fee mengingat dalam masa pandemi kondisi masyarakat yang mengalami krisis dalam keuangan.

SARAN

Saran-saran yang dapat di sampaikan ke manajemen Bali Zoo diantaranya :

1. Hendaknya promosi terus dilakukan baik secara offline maupun online, seperti informasi edukatif yang berkaitan dengan Bali Zoo Park baik pengenalan satwa maupun atraksi yang ditawarkan secara virtual mengingat saat masih dalam masa pandemic.
2. Bali Zoo Park hendaknya menambah koleksi satwa dan memperbaharui atraksi wisata yang ada sehingga lebih kekinian dan menarik wisatawan yang berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Amdani, S. 2008. Analisis Potensi Obyek Wisata Alam Pantai Di Kabupaten Gunung Kidul. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Burkart, A.J and Medlik, S. 1976. *Tourism Past, Present and Future*. London : Heinemann

Damardjati, 2004. *Dasar – dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Mahadewi, Eka. 2004 Atraksi Budaya dan Event Pariwisata (Kasus Bali). *Jurnal Pariwisata*. Vol 1: No 4. Aceh : Akademi Pariwisata Muhammadiyah Aceh.

Marpaung. 2002. *Pengantar Kepariwisata*. Bandung:Alfabeta

Martaleni. 2011. Pertumbuhan Pariwisata Global: Tantangan untuk pemasaran Daerah Tujuan Wisata (DTW). *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 4, No 2.

Malang : Fakultas Ekonomi Universitas Gajayana Malang.

Irianto. 2011. Dampak Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Gili Trawangan Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol 7: No 5. Mataram : STIE Mataram.

Ismayanti. 2009. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : PT. Grasindo

Pendit, Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT Pradnya Paramita.

Pitana I Gede dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Pradnyani, Ayu, Ketut. 2012. “Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Fasilitas dan Daya Tarik Wisata di Kawasan Wisata Senggigi Kabupaten Lombok Barat” (*tesis*). Denpasar: Universitas Udayana

Rahayu, Kania, Sofiantina. 2011. “Persepsi Wisatawan Domestik (Bogor) Terhadap The Island of Paradise” (*tesis*). Denpasar: Universitas Udayana.

Sarsby, Afan ,2016 *SWOT Analysis, A guide to SWOT for Business Studies Student*. UK: Leadership Library

Winardi. 2002. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: Raja

Yoeti, Oka A. 1983. *Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata*, Bandung: Angkasa.

Yoeti, Oka A. 2001. Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata Menyongsong Penerapan Otonomi Daerah. *Jurnal Pariwisata* Vol 1 : Nomor 2. Januari Stiepari Yapari-Aktripa. Bandung