

TESIS

**PEMETAAN POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
PARIWISATA KEBUN RAYA PUCAK MAROS**

Disusun dan diajukan oleh

RAHMAT YUDHA PRAWIRA

P022191024



**PROGRAM STUDI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN WILAYAH
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

**PEMETAAN POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
PARIWISATA KEBUN RAYA PUCAK MAROS**

*POTENTIAL MAPPING AND STRATEGY FOR TOURISM DEVELOPMENT OF
PUCAK MAROS BOTANICAL GARDENS*

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Perencanaan dan Pengembangan Wilayah

Disusun dan Diajukan Oleh

Rahmat Yudha Prawira

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PEMETAAN POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA KEBUN RAYA PUCAK MAROS

Disusun dan diajukan oleh

RAHMAT YUDHA PRAWIRA

P022191024

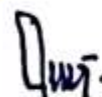
Telah di pertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin

Pada tanggal 11 Juli 2022
dan dinyatakan telah memenuhi Syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

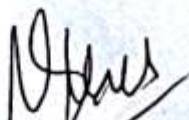



Prof. Dr. Idayanti Nursyamsi, SE., M.Si
Nip.19690627 199403 2 002

Dr. Nurjannah Nurdin, ST., M.Si
Nip. 19680918 199703 2 001

Ketua Program Studi.
Perencanaan dan Pengembangan
Wilayah

Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin




Prof. Dr. Ir. Ahmad Munir, M.Eng
Nip.19620727 198903 1 003

Prof. Dr. Budy, Ph.D., Sp.M (K), M.Med.Ed
Nip.19661231 199503 1 009

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rahmat Yudha Prawira
NIM : P022191024
Program Studi : Perencanaan dan Pengembangan Wilayah
Jenjang : Magister (S2)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 15 Juli 2022

Yang Menyatakan



Rahmat Yudha Prawira

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji bagi Allah Subhana wa Ta'ala, Tuhan semesta alam atas rahmat dan karunia-Nya, serta berkat taufik dan hidayah-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa penulis selalu mengirimkan salam dan shalawat kepada junjungan umat Islam Rasulullah Muhammad Shallallahu 'Alaihi wa Sallam.

Ucapan terima kasih serta doa yang terbaik penulis haturkan kepada kedua orang tua penulis, Bapak Mayor Cpl (purn) Sadino dan Ibu A. Rosmini, atas dorongan, motivasi, waktu dan materi. Kepada istri penulis Ita Novita Sari, S.KM atas dukungan yang luar biasa selama ini, serta kepada saudara penulis yang telah banyak membantu dan kedua putra putri kesayangan, Agrata Razzan Dzikra dan Raaina Agafya Haiqa. Kepada para sahabat penulis yang telah memberikan dukungan dalam berlangsungnya penelitian ini Saudara Yossi Findarta Pratama SE., Amirullah ST., Muh Irfan ST, St. Suryani, ST., Rizky Widyasari Syam ST., Dian Ramadhani S.Pt,

Seiring waktu, proses penelitian ini tentu saja mengalami banyak kendala baik itu pada saat pengambilan data, proses analisis dan penyelesaiannya, namun berkat Rahmat Allah Subhana wa Ta'ala dapat penulis selesaikan dengan baik sesuai

target yang diharapkan. Terima kasih sebesar-besarnya kami haturkan kepada Ibu Prof. Dr. Idayanti Nursyamsi, SE., M.Si dan Dr. Nurjannah Nurdin, ST., M.Si atas bimbingan dan arahannya selama penyusunan tesis ini.

Hal yang melatarbelakangi penulisan tesis ini adalah untuk memetakan potensi faktual pariwisata di Kebun Raya Pucak dan menyusun strategi pengembangan potensi pariwisata di Kebun Raya Pucak. Penelitian ini diharapkan dapat membantu Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan dalam mengembangkan pariwisata di Kebun Raya Pucak melalui langkah-langkah kongkrit dan strategis untuk mengembangkannya dengan tetap pada konsep pengembangan Kebun Raya Pucak sebagai destinasi pariwisata.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Hasanuddin Makassar Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc, Dekan Sekolah Pascasarjana Prof. dr. Budu, Ph.D., Sp.M (K)., M.Med.Ed, Ketua Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Prof. Dr. Ir. Ahmad Munir, M.Eng. dan kepada para dewan penguji Prof. Dr. Ir. Ambo Tuwo, DEA, Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si dan Dr. Ahmad Bahar, ST., M.Si serta para dosen pengampu mata kuliah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penelitian berjalan lancar yaitu kepada Pengelola UPT. Kebun Raya Pucak.

Ucapan terimakasih juga penulis haturkan kepada Pemerintah Sulawesi Selatan yang telah memberikan kami kesempatan untuk memperoleh beasiswa dari BAPPENAS sehingga dapat melanjutkan ke jenjang Magister di Universitas Hasanuddin. Serta kepada para ASN Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan yang senantiasa menjadi kawan berbagi dan mencari solusi dalam menjalani program Tugas Belajar di Universitas Hasanuddin. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa Perencanaan Pengembangan Wilayah secara keseluruhan dan terkhusus untuk mahasiswa beasiswa BAPPENAS Tahun 2019, para staf akademik yang turut membantu terkhusus kak Umi, Ibu Fani, Ibu Ida, semua staf, serta para security dan cleaning service yang melayani mahasiswa dengan sabar dan ikhlas begitu pula semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Tesis ini tentu saja tidaklah sempurna dan masih memiliki kekurangan di sana sini namun penulis berharap agar tesis ini menjadi sumber inspirasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya,

Makassar, 15 Juli 2022

Rahmat Yudha Prawira

ABSTRAK

RAHMAT YUDHA PRAWIRA. Pemetaan Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Kebun Raya Pucak Maros (dibimbing oleh **Idayanti Nursyamsi** dan **Nurjannah Nurdin**)

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan potensi faktual pariwisata dan menyusun strategi pengembangan potensi pariwisata di Kebun Raya Pucak Maros.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan metode gabungan. Metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk mencapai tujuan penelitian pertama dengan pendekatan analisis spasial. Penilaian obyek dan daya tarik wisata alam dilakukan dengan menggunakan Analisis Daerah Operasi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA). Untuk mendapatkan strategi pengembangan pariwisata yang diolah dari data faktor internal dan eksternal yang mendukung serta menghambat pengembangan pariwisata menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebun Raya Pucak berubah menjadi Kawasan Pucak berdasarkan rancangan masterplan terbaru. Kawasan Pucak terdiri dari zona kebun raya, zona peternakan, zona kebun binatang dan zona pengembangan lainnya. Zona Kebun Raya Pucak memiliki luasan 27 hektar, 6 blok tanaman dan status lahan APL yang sesuai peruntukan sebagai TWA berdasarkan RTRWK Maros. Terdapat 14 spot potensi pada Zona Kebun Raya Pucak. Kebun Raya Pucak memiliki indeks kelayakan penilaian potensi ODTWA sebesar 67,85% yang berarti layak dikembangkan. Dengan nilai hampir mendekati batas bawah, disimpulkan bahwa Zona Kebun Raya Pucak memiliki beberapa hambatan untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Zona Kebun Raya Pucak berada pada posisi Kuadran I, hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana Zona Kebun Raya Pucak mempunyai kekuatan dan peluang yang besar, sehingga strategi SO disusun dan dilaksanakan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya berdasarkan hasil dari analisis SWOT.

Kata Kunci: Potensi, Pariwisata, Pengembangan, Spasial, ADO-ODTWA, SWOT

ABSTRACT

RAHMAT YUDHA PRAWIRA. Potential Mapping And Strategy For Tourism Development Of Pucak Maros Botanical Gardens (Supervised by **Idayanti Nursyamsi** and **Nurjannah Nurdin**)

This study aims to map the factual potential of tourism and develop strategies for developing tourism potential in the Pucak Maros Botanical Gardens.

This study is a descriptive study with a combined methodological approach. Quantitative descriptive method is used to achieve the first research objective with spatial analysis approach. The assessment of natural attractions and objects was performed using the Active Area Analysis for Natural Attractions and Objects (ADO-ODTWA). To get a tourism development strategy, one processes data on the internal and external factors that support and hinder tourism development using SWOT analysis.

The results showed that Pucak Botanical Gardens turned into Pucak Areas based on the latest masterplan design. This area consists of a botanical garden zone, livestock zone, zoo zone and other development zones. It has an area of 27 hectares, 6 plant blocks and the status of APL land is suitable for its designation as a TWA based on the RTRWK of Maros. There are 14 potential spots in the Pucak Botanical Gardens Zone. Pucak Botanical Gardens has a feasibility index for assessing ODTWA potential of 67.85%, which means it is feasible to be developed. The Pucak Botanical Garden Zone is in the first quadrant, which is very favorable situation and has significant strengths and opportunities. Therefore, SO strategies are prepared and implemented using all strengths to capture maximum opportunities on a base. A SWOT analysis that captures and uses the results.

Keywords: Potential, Tourism, Development, Spatial, ADO-ODTWA, SWOT

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN PENELITIAN	5
D. MANFAAT PENELITIAN	5
E. BATASAN PENELITIAN.....	5
F. SISTEMATIKA PENULISAN	6
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. MANAJEMEN STRATEGI	9
1. Proses Manajemen Strategi	9
2. Penilaian Eksternal	11
3. Penilaian Internal	12
4. Analisis dan Pilihan Strategi	12
B. PARIWISATA	14
1. Penawaran Pariwisata.....	15
2. Permintaan Pariwisata	17
C. KEBUN RAYA	17

D. PENGINDERAAN JAUH DAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS (SIG)	19
E. ANALISIS DAERAH OPERASI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA ALAM (ADO-ODTWA).....	21
1. Kriteria Penilaian	22
2. Pengukuran dan Penggunaan.....	22
F. ANALISIS SWOT	23
1. Tahap Pengumpulan Data	25
2. Tahap Analisis	26
G. PENELITIAN TERDAHULU.....	29
H. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	36
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN	37
B. WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN	38
C. JENIS DAN SUMBER DATA	39
D. POPULASI DAN SAMPEL	40
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	42
F. TEKNIK ANALISIS DATA.....	45
G. MATRIKS PENELITIAN.....	53
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. PETA POTENSI PARIWISATA KEBUN RAYA PUCAK	56
B. PENILAIAN DAYA TARIK WISATA KEBUN RAYA PUCAK.....	70
1. Daya Tarik.....	73
2. Potensi Pasar.....	74
3. Kadar Hubungan/ Aksesibilitas.....	74
4. Kondisi Sekitar Kawasan.....	76
5. Pengelolaan dan Pelayanan	77
6. Iklim	77
7. Akomodasi	78

8. Sarana dan Prasarana Penunjang	79
9. Ketersediaan Air Bersih.....	79
10. Hubungan dengan Obyek Wisata di Sekitarnya	80
11. Keamanan.....	81
12. Daya Dukung Kawasan.....	82
13. Pengaturan Pengunjung.....	83
14. Pemasaran.....	84
15. Pangsa Pasar	85
C. GAMBARAN UMUM PENGUNJUNG KEBUN RAYA PUCAK	85
D. STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA KEBUN RAYA PUCAK.....	98
1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Kebun Raya Pucak	98
2. <i>Matrix IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)</i> Kebun Raya Pucak.....	100
3. <i>Matrix EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary)</i> Kebun Raya Pucak.....	103
4. Identifikasi Posisi Strategi	105
5. Penyusunan Strategi.....	106
BAB V	109
KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
A. KESIMPULAN	109
E. SARAN.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Tahun 2015-2018 Kabupaten Maros	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. Matriks Penelitian.....	53
Tabel 4. Spot potensi wisata di Zona Kebun Raya Pucak	66
Tabel 5. Rekapitulasi Kriteria Penilaian dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Kebun Raya Pucak	71
Tabel 6. Kriteria Daya Tarik (Obyek Wisata Berbentuk Darat)	73
Tabel 7. Kriteria Potensi Pasar	74
Tabel 8. Kriteria Kadar Hubungan/ Aksesibilitas	75
Tabel 9. Kriteria Kondisi Sekitar Kawasan	76
Tabel 10. Kriteria Pengelolaan dan Pelayanan	77
Tabel 11. Kriteria Iklim	78
Tabel 12. Kriteria Akomodasi.....	78
Tabel 13. Kriteria Sarana dan Prasarana Penunjang.....	79
Tabel 14. Kriteria Ketersediaan Air Bersih	80
Tabel 15. Kriteria Hubungan dengan Obyek Wisata di Sekitarnya.....	81
Tabel 16. Kriteria Keamanan	82
Tabel 17. Kriteria Daya Dukung Kawasan	83
Tabel 18. Kriteria Pengaturan Pengunjung	84
Tabel 19. Kriteria Pemasaran	84
Tabel 20. Kriteria Pangsa Pasar	85
Tabel 21. Nilai Pertanyaan Kusioner Pengunjung Kebun Raya Pucak.....	90
Tabel 22. Faktor Internal Kebun Raya Pucak.....	98
Tabel 23. Faktor Eksternal Kebun Raya Pucak.....	99
Tabel 24. Matriks faktor strategi internal atau Matrix IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) Kebun Raya Pucak.....	100
Tabel 25. Matriks faktor strategi eksternal atau Matrix EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary) Kebun Raya Pucak.....	103

Tabel 26. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Pariwisata Kebun Raya Pucak	108
---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Manajemen Strategis	10
Gambar 2. Model Komprehensif Dari Proses Manajemen Strategis	10
Gambar 3. Contoh Tabel Matriks EFE	11
Gambar 4. Contoh Tabel Matriks EFI.....	12
Gambar 5. Kerangka Perumusan Strategi Komprehensif	13
Gambar 6. Matrik Grand Stategi (Grand Matrix Strategy)	26
Gambar 7. Diagram Matriks SWOT	27
Gambar 8. Kerangka Konsep Penelitian	36
Gambar 9. Peta Lokasi Penelitian.....	38
Gambar 10. Diagram <i>SWOT</i> : Identifikasi Posisi Strategi	50
Gambar 11. Matriks <i>SWOT</i>	51
Gambar 12. Peta Hasil Overlay dari Peta Kawasan Pucak dengan Peta Batas Zona Kebun Raya Pucak	57
Gambar 13. Peta Lokasi Penelitian di Zona Kebun Raya Pucak.....	58
Gambar 14. Peta status hutan pada Kawasan Pucak	61
Gambar 15. Peta status hutan pada Zona Kebun Raya Pucak	62
Gambar 16. Peta blok tanaman pada Kawasan Pucak	63
Gambar 17. Peta blok tanaman yang masuk kedalam Zona Kebun Raya Pucak	64
Gambar 18. Peta Sebaran Spot Potensi Kebun Raya Pucak	65
Gambar 19. Posisi Strategi Pengembangan Kebun Raya Pucak	106

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Jenis Kelamin Pengunjung Kebun Raya Pucak.....	86
Grafik 2. Jenis Pekerjaan Pengunjung Kebun Raya Pucak.....	87
Grafik 3. Jumlah Penghasilan Pengunjung Kebun Raya Pucak	88
Grafik 4. Tahun Kunjungan Pengunjung Kebun Raya Pucak	88
Grafik 5. Asal Pengunjung Kebun Raya Pucak	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kepariwisataan meliputi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan wisata, pengusaha, objek dan daya tarik wisata serta usaha lainnya yang terkait. Pembangunan kepariwisataan pada hakikatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan objek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah dan purbakala. Pengembangan objek dan daya tarik wisata tersebut apabila dipadukan dengan pengembangan usaha jasa dan sarana pariwisata, seperti biro perjalanan, jasa konvensi, penyediaan akomodasi dan penyediaan transportasi wisata, akan berfungsi disamping meningkatkan daya tarik untuk perkembangan jumlah wisatawan juga mendukung pengembangan objek dan daya tarik wisata baru. Hasil yang optimal akan diperoleh apabila upaya pengembangan tersebut didukung oleh pembangunan prasarana yang memadai.

Pariwisata bukanlah suatu hal yang baru. Kegiatan berwisata sebenarnya sudah ada sejak dulu, dimana orang-orang dulu telah melakukan perjalanan ke berbagai daerah yang terdapat objek wisata. Dalam bentuk sederhana pariwisata dikenal sebagai "bertamasya" atau

“perlawatan”. Seiring dengan berbagai perkembangan yang dicapai di bidang sosio ekonomi, sosio budaya, teknologi dan sebagainya, maka bentuk kegiatan pariwisata telah berkembang menjadi suatu kegiatan yang bersifat lebih kompleks dan luas. Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Tahun 2015-2018 Kabupaten Maros

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2015	609	341,558	342,167
2016	1,297	440,102	441,399
2017	1,392	421,482	422,874
2018	1,142	405,681	406,823

Sumber : Maros dalam Angka 2016-2019 (BPS)

Kenaikannya signifikan jumlah kunjungan wisatawan terjadi pada tahun 2016 dimana jumlah wisatawan yang berkunjung ke Maros mencapai 441.399 orang. Pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mengalami penurunan dengan jumlah pengunjung 422.874 orang namun tidak signifikan. Kenaikan jumlah kunjungan wisatawan tersebut tidak lepas dari peran pemerintah dan pihak terkait untuk terus mempromosikan pariwisata di wilayah Kabupaten Maros. Peningkatan jumlah kunjungan yang cukup signifikan ini merupakan salah satu indikator keefektifan branding baru pariwisata Sulsel yakni Explore South Sulawesi dan keterlibatan Pemerintah Kabupaten Maros dalam

mendukung branding pariwisata tersebut, sehingga pencapaian jumlah kunjungan wisatawan mendorong peningkatan perekonomian.

Kebun Raya Pucak Maros merupakan salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) dan Taman Wisata Alam (TWA) yang masuk dalam rencana pengembangan pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan. Kebun Raya Pucak terletak di Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan menjadi prioritas pengembangan Kebun Raya selanjutnya setelah Kebun Raya Massenrempulu Enrekang dan Kebun Raya Jompie Pare-pare diluncurkan, maka Kebun Raya Pucak menjadi prioritas. Kebun Raya Pucak masuk dalam Kawasan Wisata Alam sesuai dengan Rencana pengembangan kawasan peruntukan pariwisata di Sulawesi Selatan yang tertuang pada RPJMD 2018-2023 (Pemprov Sulsel, 2019) dan terdapat dua poin Program Unggulan Gubernur Sulawesi Selatan Periode 2018-2023 yang berkaitan dengan pariwisata yaitu pengembangan sektor unggulan ekonomi berbasis wilayah : pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, kelautan, dan pariwisata serta pengembangan destinasi wisata unggulan Sulawesi Selatan berbasis wisata alam, budaya, dan buatan yang terkoneksi dengan wisata nasional dan internasional.

Meskipun Kebun Raya Pucak potensial untuk dikembangkan, hingga saat ini kepariwisataan di Kebun Raya Pucak masih belum berkembang optimal. Kebun Raya Pucak masuk kedalam daftar 10 kebun raya tahap pembangunan fase kedua yang relatif sudah siap untuk diluncurkan. Berbeda halnya dengan Kebun Raya Jompie Parepare dan

Kebun Raya Massenrempulu Enrekang lebih berkembang dan telah masuk kedalam daftar 19 kebun raya tahap pengelolaan (Purnomo dkk., 2020).

Belum berkembangnya kepariwisataan di Kebun Raya Pucak tentu memerlukan upaya yang serius terutama dari pemerintah maupun pihak terkait lainnya untuk mendorong pengembangan tersebut. Sebab, berkembang atau tidaknya kepariwisataan di Kebun Raya Pucak akan mempengaruhi perkembangan kepariwisataan di Kabupaten Maros khususnya dan Provinsi Sulawesi Selatan pada umumnya. Namun sampai sekarang pariwisata di Kebun Raya Pucak yang dikelola oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan tidak mengalami perkembangan yang berarti meskipun telah memiliki Master Plan sejak tahun 2006.

Oleh sebab itu, dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan dalam mengembangkan pariwisata di Kebun Raya Pucak melalui langkah-langkah kongkrit dan strategis untuk mengembangkannya dengan tetap pada konsep pengembangan Kebun Raya Pucak sebagai destinasi pariwisata.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Apa sajakah potensi pariwisata di Kebun Raya Pucak?

2. Bagaimana strategi pengembangan potensi pariwisata di Kebun Raya Pucak?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Memetakan potensi faktual pariwisata di Kebun Raya Pucak.
2. Menyusun strategi pengembangan potensi pariwisata di Kebun Raya Pucak.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi mengenai potensi pariwisata di Kebun Raya Pucak Maros dan bahan rekomendasi strategi pengembangan pariwisata di Kebun Raya Pucak Maros.

E. BATASAN PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian yang dilakukan adalah:

1. Penelitian ini dilakukan di Zona Kebun Raya Pucak Maros.

2. Kriteria penilaian dan pengembangan obyek serta daya tarik wisata alam digunakan untuk mendapatkan nilai indeks kelayakan Taman Wisata Alam Kebun Raya Pucak.
3. Peta Kawasan Kebun Raya Pucak Maros dan peta lainnya yang berkaitan akan dianalisis secara spasial sehingga menghasilkan pemetaan potensi pariwisata di Kebun Raya Pucak.
4. Lingkup pembahasan berdasarkan faktor internal dan eksternal yang mendukung serta menghambat pengembangan pariwisata Kebun Raya Pucak untuk merumuskan strategi Pengembangan Pariwisata di Kebun Raya Pucak.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika Penulisan Tesis ini dibagi dalam Lima Bab yang tiap babnya dibagi lagi ke dalam beberapa sub-bab. Rinciannya untuk masing-masing Bab adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini ini dibahas teori dan konsep-konsep mengenai manajemen strategi, pariwisata, kebun raya, *Geographic*

Information System (GIS), Analisis Daerah Operasi Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) dan analisis SWOT, setelah itu disajikan penelitian terdahulu dan kerangka konsep penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas pendekatan penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, teknik analisis data dan keterbatasan penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum obyek yang dijadikan penelitian. Selanjutnya diuraikan hasil penelitian berdasarkan pengolahan data mengenai potensi apa saja yang terdapat pada kawasan Kebun Raya Pucak yang menghasilkan pemetaan potensi pariwisata Kebun Raya Pucak Maros. Berikutnya kriteria penilaian dan pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam diolah menggunakan Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) untuk mendapatkan nilai skala kelayakan pengembangan Taman Wisata Alam. Yang terakhir adalah pengolahan data faktor internal dan eksternal yang mendukung serta menghambat pengembangan pariwisata Kebun Raya Pucak untuk menyusun strategi Pengembangan Pariwisata di Kebun Raya Pucak.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan atas materi yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan saran-saran sesuai hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. MANAJEMEN STRATEGI

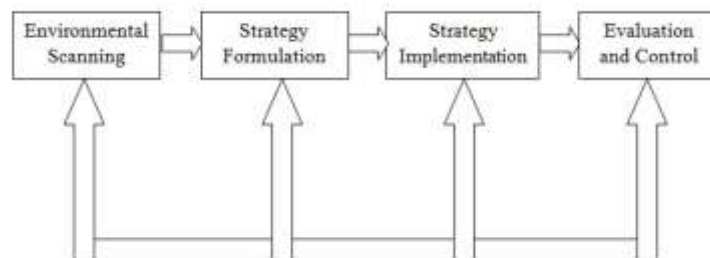
Manajemen strategi dapat diartikan sebagai seni dan ilmu dari perumusan, pengaplikasian, dan evaluasi dari berbagai keputusan yang memungkinkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategi adalah memanfaatkan dan membuat kesempatan/opportunitas baru dan berbeda untuk masa depan (David, 2016).

Sedangkan menurut (Hunger & Wheelen, 2003) manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Pendapat (Yunus, 2016) dalam bukunya Manajemen Strategis menjelaskan secara umum bahwa manajemen strategis adalah suatu proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang mendasar dan menyeluruh, disertai dengan keputusan tentang cara mengimplementasikannya, yang dirumuskan oleh pimpinan dan dilaksanakan oleh seluruh tingkatan organisasi untuk mencapai sasaran organisasi.

1. Proses Manajemen Strategi

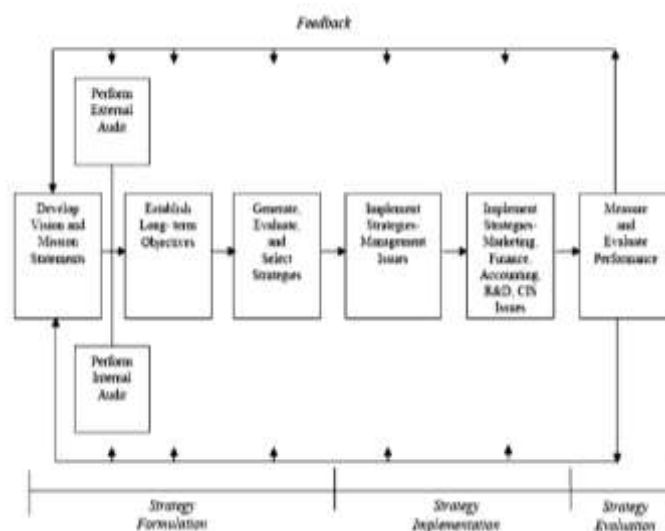
Strategi-strategi ini berinteraksi secara erat dan terus-menerus dan harus terintegrasi dengan baik untuk membuat perusahaan sukses,

terutama karena metode implementasinya berbeda dari perusahaan ke perusahaan. Manajemen strategis dimulai pada satu atau semua tingkat organisasi.



Gambar 1. Proses Manajemen Strategis
Sumber : *Hunger & Wheelen, 2003*)

Empat elemen dasar dari proses manajemen strategis menurut (Hunger & Wheelen, 2003) yaitu: pengamatan lingkungan, perumusan dan pemilihan strategi, implementasi strategi dan evaluasi kinerja dan pengendalian/ tindakan korektif.



Gambar 2. Model Komprehensif Dari Proses Manajemen Strategis
Sumber : *(David, 2016)*

Gambar di atas adalah diagram model komprehensif manajemen strategis berdasarkan konsep (David, 2016) yang menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap, yaitu perumusan strategi, strategi implementasi, dan strategi evaluasi.

2. Penilaian Eksternal

Tujuan audit eksternal adalah untuk mengembangkan daftar yang terbatas tentang peluang yang dapat memberi manfaat dan ancaman yang harus dihindari dengan mengidentifikasi variabel kunci yang menawarkan respons yang dapat dijalankan. Sedangkan menurut (David, 2016) tujuannya adalah untuk mengembangkan sejumlah kesempatan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dan ancaman yang sebaiknya dihindari. Kata sejumlah berarti audit eksternal tidak bertujuan mengembangkan daftar panjang dari setiap faktor yang mungkin dapat mempengaruhi perusahaan. Namun ditujukan untuk mengidentifikasi variabel-variabel penting yang dapat direspon dengan tindakan.

Tabel
Matriks EFE

Faktor Eksternal Kunci	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a x b)
Peluang (opportunities)			
1 Pasar Asia terbuka lebar AFTA*	0,10	4	0,40
2 Daya beli masyarakat meningkat	0,15	3	0,45
3 Perusahaan pembiayaan ekspansif dalam memberikan kredit kepemilikan kendaraan bermotor	0,10	3	0,30
4 Jumlah penduduk yang besar	0,15	3	0,45
5 Fasilitas dan infrastruktur kendaraan umum masih jelek	0,10	3	0,30
6 Mobil sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat	0,10	3	0,30
Ancaman (threats)			
1 Kondisi pemerintah yang tidak stabil	0,10	2	0,20
2 Mudahnya pesaing baru masuk pasar	0,15	2	0,30
3 Tingginya pajak kendaraan	0,05	1	0,05
Jumlah	1,00		2,75

*ASEAN Free Trade Area

Gambar 3. Contoh Tabel Matriks EFE
Sumber : (David, 2016)

Matriks evaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation-EFE Matrix*) memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah hukum, teknologi, dan persaingan.

3. Penilaian Internal

Evaluasi Faktor Internal (Matriks EFI), digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi, produksi dan operasi (David, 2016).

Tabel
Matriks EFI

Faktor Internal Kunci	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a x b)
Kekuatan (Strengths)			
1 Program pengembangan karyawan yang terpadu dan sistematis	0,10	4	0,40
2 Penghasilan dan laba bersih meningkat	0,15	4	0,40
3 Budaya kerja yang kondusif untuk membangun kinerja unggul	0,15	3	0,45
4 Jaringan <i>dealer</i> dan <i>service</i> yang luas	0,15	4	0,60
5 Kapasitas teknologi dan produksi yang lebih baik dari pesaing	0,10	3	0,30
6 <i>Brand</i> yang sudah diakui mutunya	0,10	4	0,40
Kelemahan (Weaknesses)			
1 Mahalnya harga suku cadang dan <i>service</i>	0,10	2	0,20
2 Terlalu banyak lini produk yang harus dikelola	0,15	2	0,30
3 Kemungkinan divisi manufaktur dihilangkan	0,05	1	0,05
Jumlah	1,00		3,10

Gambar 4. Contoh Tabel Matriks EFI

Sumber : (David, 2016)

4. Analisis dan Pilihan Strategi

Analisis dan pilihan strategi mencoba untuk menentukan alternatif tindakan dapat memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya

dengan cara terbaik. Menurut (David, 2016) teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam beberapa kerangka pengambilan keputusan tiga tahap.



Gambar 5. Kerangka Perumusan Strategi Komprehensif

Sumber : (David, 2016)

Peralatan yang disajikan dalam kerangka ini adalah berlaku untuk semua ukuran dan jenis organisasi dan dapat membantu strategi mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih strategi . Tahap 1 dari kerangka formulasi terdiri dari *Matrix EFE* , *Matriks IFE* , dan *Competitive Profile Matrix (CPM)* . Disebut Tahap Input, tahap ini merangkum masukan dasar informasi yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Tahap 2 disebut Tahap Pencocokan , berfokus pada menghasilkan strategi alternatif yang layak dengan menyelaraskan faktor eksternal dan internal kunci. Tahap ini meliputi *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix*, *Posisi Strategis dan Aksi Evaluasi (SPACE) Matri* , *Boston Consulting Group (BCG) Matrix*, *Internal-Eksternal (IE) Matrix* dan *Grand Strategy Matrix*. Tahap 3 disebut Tahap Keputusan, melibatkan teknik tunggal, *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Sebuah

QSPM menggunakan informasi input dari Tahap 1 untuk objektif mengevaluasi layak strategi alternatif yang diidentifikasi dalam Tahap 2 . Sebuah *QSPM* mengungkapkan daya tarik relatif dari strategi alternatif dan dengan demikian memberikan dasar tujuan untuk memilih strategi khusus .

B. PARIWISATA

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 1982).

Sedangkan menurut Kurt Morgenroth dalam (Warpani & Warpani, 2008), pariwisata dalam arti sempit adalah lalu-lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar di tempat lain semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan, guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan yang beraneka ragam dari pribadinya.

Dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan di atas dapat diambil suatu pengertian pariwisata yaitu suatu kegiatan yang melibatkan orang-orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk

mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu dalam kurun waktu tertentu dan bukan mencari nafkah. Menurut James. J. Spillane dalam (Siallagan, 2011) suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata jika memenuhi 3 persyaratan yang diperlukan, yaitu : (1) Harus bersifat sementara; (2) Harus bersifat sukarela dalam arti tidak terjadi paksaan; (3) Tidak bekerja yang menghasilkan upah atau bayaran.

1. Penawaran Pariwisata

Penawaran pariwisata mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan baik wisatawan yang aktual maupun wisatawan yang potensial. Penawaran dalam pariwisata menunjukkan atraksii wisata alamiah dan buatan, jasa-jasa maupun barang-barang yang diperkirakan akan menarik perhatian orang-orang untuk mengunjungi suatu obyek wisata tertentu dalam suatu negara (Wahab, 1996).

Komponen penawaran pariwisata menurut (Cooper, 2016) terdiri dari empat A yaitu *Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary*.

a. Atraksi Wisata (*Attraction*)

Atraksi wisata diartikan yang mencakup daya tarik alam, budaya, maupun buatan/ artificial, seperti event atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*) (Sunaryo, 2013). Ditambahkan oleh (Yoeti, 1982) atraksi wisata agar diminati oleh pengunjung harus memenuhi tiga unsur yaitu *something to see, something to do* dan *something to buy*.

b. *Aksesibilitas Wisata (Accessibility)*

(Sunaryo, 2013) dalam bukunya menyatakan aksesibilitas wisata adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Faktor-faktor yang penting didalam aksesibilitas meliputi: denah perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi darat, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ketempat wisata, biaya untuk transportasi dan banyaknya kendaraan ketempat wisata.

c. *Amenitas Wisata (Amenities)*

Menurut (Suwanto, 2004) amenitas adalah tersedianya fasilitas-fasilitas dasar atau pendukung yang berada di obyek wisata yang ditujukan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas yang dimaksud adalah fasilitas yang memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menikmati kegiatan wisata, misalnya restoran, tempat ibadah, toko-toko souvenir dan cinderamata, tempat penukaran uang, kantor informasi wisata, fasilitas kesehatan, dan fasilitas keamanan

d. *Pelayanan Tambahan (Ancillary Services)*

Ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya (Sunaryo, 2013)

2. Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisatawan secara kuantitatif. Permintaan pariwisata dapat dibagi menjadi permintaan yang potensial dan permintaan yang sebenarnya (Wahab, 1996). Permintaan potensial adalah sejumlah orang yang secara potensial sanggup dan mampu akan melakukan perjalanan wisata. Sedangkan permintaan sebenarnya adalah sejumlah orang yang sebenarnya berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, artinya sejumlah wisatawan yang secara nyata sedang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

C. KEBUN RAYA

Di dalam PERPRES RI No 93 tahun 2011 [Pasal 1, angka 1] Kebun Raya didefinisikan sebagai kawasan konservasi tumbuhan secara ex situ yang memiliki koleksi tumbuhan terdokumentasi dan ditata berdasarkan pola klasifikasi taksonomi, bioregion, tematik, atau kombinasi dari pola-pola tersebut untuk tujuan kegiatan konservasi, penelitian, pendidikan, wisata dan jasa lingkungan.

Secara umum kompetensi inti Kebun Raya yang berkaitan dengan konservasi tumbuhan menurut (Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya, 2014) mencakup penyiapan bahan perumusan kebijakan tentang konservasi ex situ tumbuhan tropika, pengembangan kawasan konservasi

ex situ dan model konservasi tumbuhan langka, melaksanakan penelitian konservasi dan pendayagunaan tumbuhan, reintroduksi dan pemulihan (*recovery*) jenis-jenis tumbuhan tropika, serta pengembangan pendidikan lingkungan.

Kebun Raya telah lama dimanfaatkan masyarakat luas sebagai obyek wisata, dan di banyak negara, Kebun Raya menjadi salah satu tujuan wisata yang sangat diminati karena menyajikan panorama arsitektur lanskap yang bernuansa alami. Peranan ini menjadi lebih populer karena para pengunjung dapat menikmati langsung keindahan Kebun Raya sekaligus menambah wawasan dan pengetahuannya tentang tumbuh-tumbuhan. Semua peran Kebun Raya tersebut memosisikannya sebagai lembaga multifungsi dan memerlukan penanganan manajemen yang kompleks (Salim, 2010).

Kebun Raya Pucak Maros dikelola oleh UPT Kebun Raya Pucak yang merupakan bagian dari Dinas Pengelolaan Lingkungan Hidup Provinsi Sulawesi Selatan. Gambaran umum wilayah dan kawasan Kebun Raya Pucak secara geografis dan administrasi merupakan kawasan yang berada pada koordinat antara 5°8'38.417"-5°10'10.288" Lintang Selatan dan 119°39'55.391"-119°42'0.027" Bujur Timur. Kebun Raya Pucak terletak di Dusun Arra, Desa Pucak dan Desa Tompobulu, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan dan memiliki luasan kurang lebih 120 hektar. Kebun Raya Pucak menjadi prioritas pengembangan Kebun Raya selanjutnya setelah Kebun Raya

Massenrempulu Enrekang dan Kebun Raya Jompie Pare-pare diluncurkan, maka Kebun Raya Pucak menjadi prioritas (Pemprov Sulsel, 2019).

Taman Wisata Alam (TWA) Kebun Raya Pucak masuk ke dalam Rencana pengembangan kawasan pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 huruf f merupakan kawasan yang potensial dikembangkan sebagai tujuan maupun obyek wisata yang tertuang dalam (Pemprov Sulsel, 2009) pasal 60. Sedangkan dalam (Maros, 2012), Kebun Raya Pucak merupakan Kawasan Strategis Provinsi yang ada di Kabupaten Maros dengan sudut kepentingan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup yang tertuang pada pasal 62 ayat 3.

D. PENGINDERAAN JAUH DAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS (SIG)

Penginderaan jauh (*remote sensing*) merupakan teknik yang sudah menjadi bagian penting dalam proses analisa geografi. Di negara-negara maju penginderaan jauh sudah menjadi teknologi yang sangat berperan penting bagi pengembangan pembangunan wilayah (Kertawidana, 2019). Pencitraan dalam penginderaan jauh dapat dilakukan dari kedua platform satelit dan pesawat. Dalam banyak hal, sensor mereka memiliki karakteristik yang serupa meskipun perbedaan ketinggian dan stabilitasnya dapat menyebabkan sifat gambar yang sangat berbeda. Pada dasarnya ada dua kelas program satelit yaitu satelit yang berada

pada ketinggian geostasioner di atas permukaan bumi yang umumnya terkait dengan studi cuaca dan iklim, dan satelit yang mengorbit lebih dekat ke permukaan bumi yang umumnya digunakan untuk pengamatan permukaan bumi dan oseanografi (Richards & Jia, 2006). Kemampuan citra satelit yang memberikan gambaran permukaan bumi melalui pemotretan satelit yang dapat memberikan informasi kondisi dan potensi suatu wilayah. Integrasi penginderaan jauh dan Sistem Informasi Geografis merupakan sarana yang baik dalam pengumpulan data, analisis serta sintesis. Di samping itu pembuatan suatu model berdasarkan integrasi tersebut merupakan satu cara yang efektif untuk melakukan perencanaan karena dengan suatu model tergambar karakteristik daerah dan potensinya (Muhsoni, 2015).

Sistem Informasi Geografis (Geographic Information System/ GIS) yang selanjutnya disebut SIG merupakan sistem informasi berbasis komputer yang digunakan untuk mengolah dan menyimpan data atau informasi geografis menurut Aronoff dalam (Kertawidana, 2019). Sedangkan menurut (Price, 2016) GIS adalah singkatan dari Sistem Informasi Geografis. Dalam istilah praktis, GIS adalah seperangkat alat komputer yang memungkinkan orang untuk bekerja dengan data yang terikat pada lokasi tertentu di bumi. Meskipun banyak orang menganggap GIS sebagai sistem pemetaan komputer, fungsinya lebih luas dan lebih canggih dari itu. GIS adalah database yang dirancang untuk bekerja dengan data peta.

Data yang diolah dalam SIG adalah data spasial dimana data ini merupakan data yang berorientasi geografis, lokasi dengan sistem koordinat tertentu, sebagai dasar referensi (Price, 2016). Dengan cara ini, aplikasi GIS dapat menjawab beberapa pertanyaan, seperti lokasi, kondisi, tren, pola, dan pemodelan. Kemampuan inilah yang membedakan antara SIG dengan sistem informasi lainnya.

E. ANALISIS DAERAH OPERASI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA ALAM (ADO-ODTWA)

Upaya meningkatkan manfaat Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTWA) telah dan terus akan dilakukan melalui kerjasama dan koordinasi dengan berbagai pihak terkait, khususnya dalam bidang perencanaan, pembinaan dan pengembangan ODTWA, agar pembangunan dan pengembangan dapat terarah dan terpadu (Dirjen PHKA, 2003).

Agar pembangunan dan pengembangan ODTWA dapat berjalan efektif dan efisien, maka perlu ditetapkan skala prioritas dalam pelaksanaannya dengan memperhatikan rencana umum tata ruang wilayah propinsi dan hasil pelaksanaan ADO-ODTWA (Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam) serta ketentuan yang berlaku. Dengan penetapan skala prioritas, diharapkan agar ODTWA yang telah ditetapkan untuk dikembangkan dapat dilaksanakan, sehingga dapat

memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat dan kawasan hutan tetap terjaga kelestariannya.

1. Kriteria Penilaian

Kriteria yang dipakai sebagai dasar dalam penialain terdiri dari : daya tarik, potensi pasar, kadar hubungan, kondisi lingkungan, pengelolaan dan pelayanan, iklim, akomodasi, prasarana dan sarana penunjang, ketersediaan air bersih, hubungan dengan objek wisata lain, keamanan, daya dukung, pengaturan pengunjung, pemasaran dan pangsa pasar (Dirjen PHKA, 2003). Dari masing-masing kriteria tersebut diatas, dalam penialaian terdiri dari unsur dan sub unsur yang sangat berkaitan. Nilai/ bobot dari masing-masing kriteri tersebut berbeda-beda satu sama lain yang besarnya antara 1 sampai dengan 6.

2. Pengukuran dan Penggunaan

Nilai angka tiap kriteria didalam penilaian ini ditetapkan dengan angka indeks, yang berkisar antara 51 sebagai nilai terendah sampai dengan nilai 200 sebagai nilai tertinggi. Besar nilai masing-masing kriteria merupakan jumlah dari nilai tiap-tiap unsur/ sub unsur yang berkaitan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari nilai tiap-tiap unsur/ sub unsur yang berkaitan dan dapat dilihat dalam tabel lampiran. Didalam perhitungan nilai keseluruhan dari masing-masing obyek yang dinilai merupakan jumlah dari keseluruhan nilai setiap kriteria dikalikan dengan bobot masing-masing.

Didalam pelaksanaan penggunaan kriteria penilaian ini didasarkan pada data yang dilihat/ ditinjau dilapangan dan data sekunder yang bisa diambil dari data statistik pemerintah daerah, dan atau sumber lain. Data yang perlu diambil langsung dilapangan khususnya kriteria tentang daya tarik, kondisi lingkungan dan kadar hubungan terutama kondisi jalan. Mengingat dalam penilaian kriteria daya tarik ada unsur kualitatif seperti penilaian atas keindahan maka untuk memberikan keobyektifan yang optimal penilaian harus merupakan nilai rata-rata yang dilakukan oleh 2 (dua) orang yang menilai atau lebih (Dirjen PHKA, 2003). Besarnya nilai masing-masing dilakukan dengan memberikan lingkaran pada tabel (lampiran) tersedia.

F. ANALISIS SWOT

Menurut (Kotler & Keller, 2009), evaluasi keseluruhan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman disebut juga dengan istilah analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)*. Analisis SWOT meliputi : *Strength* (Kekuatan) Sumber daya (keuangan, manusia, energi, mesin, bangunan, dan sebagainya) keunggulan khas yang dimiliki oleh individu atau organisasi lain. *Strength* disebut juga sebagai kompetensi inti. *Weakness* (Kelemahan). Keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang menghambat kemajuan perusahaan, baik secara kinerja (*competency*), *profits income*, *improvement managerial*

dan produk. *Opportunity* (Peluang). Situasi penting yang menguntungkan bagi perusahaan. Kemungkinan peluang tersebut tidak datang dua kali, akan tetapi perusahaan yang mampu melihat berbagai macam peluang dengan baik dari kaca mata bisnis, sangat berperan besar dalam pencapaian target dan tujuan perusahaan. *Threat* (Ancaman). Situasi penting yang tidak menguntungkan dapat dihindarkan, dapat diperbaiki, bagaimanapun cara perusahaan mengatasinya. Hambatan tersebut tentu memiliki kapabilitas untuk menghambat dan merupakan sesuatu yang tidak menguntungkan.

Manfaat dari analisis SWOT adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman organisasi sehingga mampu menganalisis apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam organisasi untuk mendapatkan strategi yang tepat dengan menggunakan kekuatan peluang yang ada untuk mengatasi segala macam ancaman dan mengurangi kelemahan yang ada sehingga organisasi dapat bertahan dan mampu berkembang. Menurut (Rangkuti, 2006) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Freddy Rangkuti menjelaskan bahwa proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis yaitu (1) Tahap

pengumpulan data, (2) Tahap analisis, (3) Tahap pengambilan keputusan (Rangkuti, 2006).

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal.

Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan seperti analisis pasar, analisis kompetitor, analisis pemasok, analisis pemerintah dan analisis kelompok kepentingan tertentu. Data internal dapat diperoleh di dalam perusahaan itu sendiri, seperti laporan keuangan, laporan kegiatan sumber daya manusia, laporan kegiatan operasional dan laporan kegiatan pemasaran.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi internal atau *IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)*. Faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal *EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary)*. Setelah matriks faktor strategi internal dan eksternal disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matriks SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.

2. Tahap Analisis

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Sebaiknya kita menggunakan beberapa model sekaligus agar dapat memperoleh analisis yang lebih lengkap dan akurat. Model yang dapat dipergunakan adalah sebagai berikut : (1) Matriks *SWOT*, (2) Matriks *BCG*, (3) Matriks Internal Eksternal, (4) Matriks *SPACE* dan (5) Matriks *Grand Strategy*.



Gambar 6. Matrik Grand Stategi (*Grand Matrix Strategy*)

Sumber : (Rangkuti, 2006)

Keterangan :

Kuadran I : Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

Kuadran II : Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

Kuadran III : Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

Kuadran IV : Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Penskoringan atau pembobotan pada Matriks *EFAS* dan *IFAS* dilakukan untuk mendapatkan posisi strategi pengembangan pada diagram Analisis SWOT. Diagram SWOT dapat dilihat pada Matrik Grand Strategi yang ada pada Gambar 6.

Matriks SWOT menurut (Rangkuti, 2006) adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT.

<i>IFAS</i> <i>EFAS</i>	<i>Strenghts (S)</i> Tentukan 5-10 faktor – faktor kekuatan internal	<i>Weaknesses (W)</i> Tentukan 5-10 faktor – faktor kelemahan internal
<i>Opportunities (O)</i> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi <i>SO</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi <i>WO</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi <i>ST</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi <i>WT</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 7. Diagram Matriks SWOT

Sumber : (Rangkuti, 2006)

Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan 4 (empat) set kemungkinan alternatif strategis.

- Strategi *SO* (*Strengths-Opportunities*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan

seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

- Strategi *ST (Strengths-Threats)*. Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- Strategi *WO (Weaknesses-Opportunities)*. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi *WT (Weaknesses-Threats)*. Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

G. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

PENELITI (TAHUN PUBLIKA SI)	JUDUL	TUJUAN	METODE ANALISIS	HASIL
(Amirullah, 2021)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Kebun Raya Pucak, Kaitannya Dengan Peningkatan Potensi Pendapatan Daerah Provinsi Sulawesi Selatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada jumlah kunjungan ke KRP dan Potensi PAD Prov. Sulsel. 2. Mengkaji pengaruh faktor-faktor Kunjungan KRP pada Potensi PAD Prov. Sulsel. 3. Mengkaji 	menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling dengan instrumen penelitian berupa kuesioner menggunakan teknik probability sampling pada 497 responden dan bersifat kuantitatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh pada Kunjungan Kebun Raya Pucak adalah Variabel Daya Tarik Objek Wisata, Fasilitas Infrastruktur, Pelayanan, Keamanandan Kebijakan Pemerintah Daerah. Adapun Faktor-faktor yang diduga berpengaruh pada Potensi Pendapatan Asli Daerah adalah Kunjungan, Potensi Investasi dan Pengeluaran Pemerintah Daerah. 2. ditemukan bahwa hanya variabel Kebijakan Pemerintah Daerah yang tidak berpengaruh nyata terhadap Kunjungan. Begitu pula pada faktor-faktor yang mempengaruhi Potensi

		derajat hubungan faktor-faktor internal yang berpengaruh pada Kunjungan Kunjungan KRP pada Potensi PAD Prov. Sulsel.	Pendapatan Asli Daerah, ditemukan bahwa faktor Kunjungan, Potensi Investasi dan Pengeluaran Pemerintah Daerah berpengaruh kuat pada Potensi PAD Provinsi Sulawesi Selatan.`	
(Susanti & Mandaka, 2019)	Evaluation On Sumber Seneng Natural Park, Rembang As Tourism Object Using ADO-ODTWA Analysis	untuk mengetahui kondisi dan menentukan skala prioritas pengembangan kawasan TWA.	Analisis Daerah Operasi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) merupakan suatu kegiatan analisis terhadap suatu obyek wisata alam dengan menggunakan instrumen kriteria penilaian dan pengembangan untuk mendapatkan penilaian dapat atau tidaknya suatu obyek dikembangkan	1. Koordinasi kepada berbagai pihak yang berkepentingan, khususnya dalam penyediaan fasilitas serta sarana untuk pengembangan kawasan wisata, seperti sarana akomodasi, transportasi dan sarana penunjang lainnya serta lahan yang akan dipakai. Sumber pembiayaan pembangunan dapat diperoleh dari 3 sumber dasar, yaitu dari pemerintah/ publik, swasta serta gabungan antara

			menjadi obyek wisata.		pemerintah dengan swasta. 2. Perlu ditingkatkan pembangunan dan pengembangan sarana akomodasi.
(Rahayunin gsih dkk., 2016)	Nature Based Tourism Resources Assessment Using Geographic Information System (GIS): Case Study in Bogor	untuk mengembangkan model tata ruang perencanaan wisata alam berdasarkan kriteria daya tarik dan aksesibilitas objek di Bogor	1. Analisis Daerah Operasi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) sebagai pedoman menentukan potensi-potensi lokasi penelitian menjadi kawasan objek wisata. 2. Analisis Spasial (GIS) yang digunakan adalah teknik overlay union u dari berbagai peta yang dianalisis untuk mendapatkan peta yang sesuai dengan kriteria penelitian.		Berdasarkan hasil analisis spasial dan pengkajian sumber daya pariwisata, kawasan yang direkomendasikan untuk perencanaan wisata berbasis alam adalah unit desa Kabupaten dan Kota Bogor yang memiliki daya tarik sumber daya dan aksesibilitas tinggi. Perencanaan yang matang merupakan prasyarat dalam pengembangan pariwisata. Tanpa arah pembangunan yang pasti yang telah disepakati oleh para pemangku kepentingan yang terlibat, pembangunan dapat kehilangan fokus dan rentan terhadap kemungkinan dampak negatif yang tidak diinginkan. Menentukan daerah yang cocok untuk pariwisata adalah sarana untuk mencapai pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, bukan tujuan akhir dari proses perencanaan.

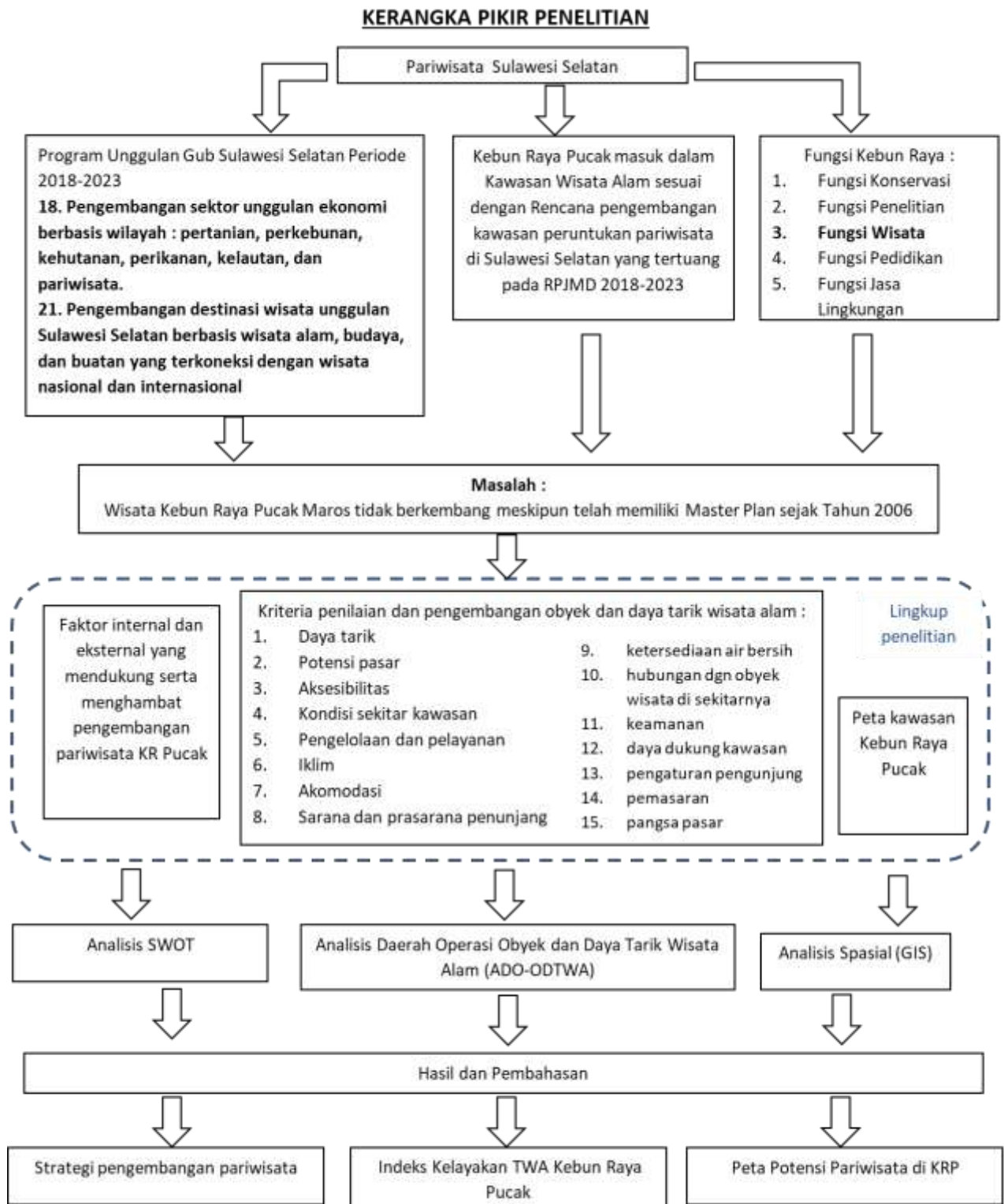
(Madjid dkk., 2019)	Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Pantai Tugulufa Kota Tidore	Perencanaan pengembangan kawasan pantai Tugulufa yang terarah sesuai perencanaan yang ada di Dinas Pariwisata Kota Tidore Kepulauan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Daerah Operasi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) sebagai pedoman menentukan potensi-potensi lokasi penelitian menjadi kawasan objek wisata. 2. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan strategi pengembangan yang diolah dari faktor internal dan eksternal yang mendukung serta menghambat yang diperoleh dari kuesioner. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan analisis variabel ADO-ODTWA menunjukkan bahwa unsur daya tarik wisata, aksesibilitas dan Prasarana sarana merupakan potensi untuk mengembangkan kawasan. 2. Unsur Akomodasi sangatlah minim. 3. Peran masyarakat dan Wisatawan dalam pengembangan harus di desain dengan perpaduan antara moderenisasi dan tradisional. 4. Berdasarkan hasil perhitungan dari IFAS dan EFAS berturut-turut yaitu +7,7 dan + 3,7 sesuai grafik penentuan letak kuadran berada pada Rapid Growth Strategy 5. Strategi meningkatkan laju pertumbuhan kunjungan wisatawan menjadi prioritas, peningkatan kualitas menjadi faktor kekuatan untuk memaksimalkan pemanfaatan semua peluang.
---------------------	--	---	--	---

(Sihite dkk., 2018)	Potensi Wisata Alam di Wilayah Kerja KPH Unit Gunung Rajabasa, Way Pisang, Serampok, Provinsi Lampung	Obyek Alam di Wilayah Kerja KPH Unit XIII Way Batu	menilai potensi wisata alam yang ada di wilayah KPH Unit XIII dan menyusun strategi pengembangan yang cocok bagi obyek wisata alam prioritas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Daerah Operasi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) sebagai pedoman menentukan potensi-potensi lokasi penelitian menjadi kawasan objek wisata. 2. Analisis SWOT. Pendekatan kuantitatif analisis SWOT diperoleh dengan menganalisis hasil kuisisioner yang dibagikan kepada responden yaitu dengan memberikan bobot dan rating terhadap masing-masing kriteria. Kemudian untuk menghitung rating, Dengan demikian akan dapat diketahui posisi obyek wisata prioritas pada Matrik Grand Strategy SWOT dengan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. dari beberapa obyek wisata alam yang ada di wilayah KPH Unit XIII yang menjadi obyek wisata prioritas adalah Obyek Wisata Alam Air Terjun Kecapi dan Pemandian Air Panas Way Belerang Simpur. 2. Berdasarkan analisis SWOT, obyek wisata alam tersebut berada pada kondisi yang menguntungkan yaitu diantara ruang pertumbuhan pasar yang tinggi dengan posisi kompetitif. Strategi yang diperlukan dalam rencana pengembangan wisata alam air tersebut adalah pemasaran informasi dan promosi yang lebih aktif melalui media cetak maupun media massa elektronik.
---------------------	---	--	--	--	--

			perhitungan bobot dan rating untuk kriteria faktor internal dan eksternal. Didalam analisis SWOT nilai potensi dan daya tarik obyek wisata alam prioritas dapat dipakai sebagai dasar dalam menganalisis faktor peluang dan kekuatan serta kelemahan dan ancaman dalam upaya pengembangan obyek wisata tersebut.	
(Amalia dkk., 2019)	Tourism Development Strategy Using SWOT Analysis In Sangsaka Regency, District Kutai Timur	Menganalisis strategi pengembangan pemasaran pariwisata dan faktor pendukung serta faktor penghambat dalam pemasaran dan	Analisis SWOT. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif eksploratif, yaitu penelitian dengan pemecahan masalah yang digali secara luas tentang sebab-sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu	strategi yang digunakan untuk pengembangan pariwisata melalui pemasaran di kawasan Sangsaka Kabupaten Kutai Timur serta faktor pendukung yang terdiri dari kondisi geografis kawasan Sangsaka, adanya dukungan dari Pemerintah Daerah, pembentukan kerjasama yang baik antar instansi dan optimalisasi teknologi. Sedangkan faktor

pengembangan pariwisata di kawasan Sangsaka	berdasarkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Analisis data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan adalah proses pengumpulan data. Melalui tahapan analisis data, Pendekatan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), dengan menggunakan konsep Internal Factor Evaluation (IFE).) Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan Analisis SWOT.	penghambat yang terdiri dari transportasi laut dan darat, sarana dan prasarana masih kurang, anggaran sangat terbatas, lokasi objek wisata cukup jauh, kualitas SDM masih rendah dan kesadaran wisata masih kurang. Perlunya penambahan sarana dan prasarana serta sarana penunjang di objek wisata kawasan Sangsaka, perlu dilakukan kerjasama investor dan daerah untuk mengembangkan potensi pariwisata dan perlu segera dikembangkan dan melatih sumber daya manusia.
---	--	---

H. KERANGKA KONSEP PENELITIAN



Gambar 8. Kerangka Konsep Penelitian
Sumber : Hasil Analisis (2021)