



**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA GOA PETRUK
KECAMATAN AYAH KABUPATEN KEBUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Geografi (S.Geo)**

Oleh:

Asmi Faozi

3211415001

**JURUSAN GEOGRAFI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia
Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Agustus 2019

Menyetujui

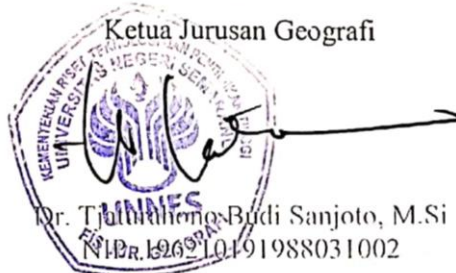
Dosen Pembimbing



Drs. Apik Budi Santoso, M.Si
NIP. 196209041989011001

Mengetahui

Ketua Jurusan Geografi



Dr. Tjulukhena Budi Sanjoto, M.Si
NIP. 196910191988031002

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia ujian skripsi fakultas ilmu sosial universitas negeri semarang, pada:

Hari: Selasa

Tanggal: 17 September 2019

Penguji I

Dr. Tjaturahono B.S, M.Si
NIP. 196210191988031002

Penguji II

Drs. Moch. Arifien, M.Si
NIP. 195508261983031003

Penguji III

Drs. Apik Budi Santoso, M.Si
NIP. 196209041989011001

Mengetahui

Dean Fakultas Ilmu Sosial

Dr. Moh. Sholehatul Mustofa, M.A
NIP. 196308021988031001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip dan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 27 Agustus 2019



Asmi Faozi

NIM. 3211415001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

- “Mulailah dari tempatmu berada. Gunakan yang kau punya. Lakukan yang kau bisa” (Arthur Ashe)
- “Berdoalah (mintalah) kepada Ku, niscaya Aku akan kabulkan untukmu" (Q.S Al-Mukmin: 60)
- “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap” (Q.S. Al- Insyirah: 6-8)

Persembahan:

Puji syukur atas segala rahmat Nya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Almamater ku Universitas Negeri Semarang
2. Kedua orang tua, Bapak Zaenal Muttaqin dan Ibu Sariyah yang telah berkorban dan bekerja keras untuk memberikan yang terbaik bagi anak-anaknya dan selalu menjadi penyemangat utama dalam kehidupan penulis
3. Para sahabat dan teman- teman seperjuangan Ilmu Geografi 2015

SARI

Faozi, Asmi. 2019. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen*. Skripsi, Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Drs. Apik Budi Santoso M.Si

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Goa Petruk

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten yang memiliki bentang alam karst dengan luas sekitar 40,89 Km². Pada kawasan karst tersebut terdapat Goa Karst yang dimanfaatkan sebagai Objek wisata, yakni Goa Petruk di Desa Candirenggo, Kecamatan Ayah, Kebumen. Goa tersebut sudah sejak lama dibuka untuk wisata, akan tetapi dalam beberapa tahun terakhir Objek wisata tersebut terus mengalami penurunan pengunjung. Sistem pariwisata tidak lepas dari kondisi *supply* atau penawaran dan *demand* (permintaan). Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui unsur pengadaan (*supply*) dan permintaan (*demand*) objek wisata Goa Petruk dikecamatan Ayah Kabupaten Kebumen, dan 2) Menganalisis strategi dalam pengembangan objek wisata Goa Petruk di Kabupaten Kebumen.

Populasi dari penelitian adalah seluruh pengunjung atau wisatawan objek wisata Goa Petruk serta pengelola objek wisata. Teknik pengambilan sampel untuk pengelola menggunakan *purposive sampling* sedangkan untuk wisatawan menggunakan *Insidental sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara, angket, observasi dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif persentase dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi unsur penawaran yakni (1) atraksi memiliki nilai sebesar 70,08% dan masuk kategori baik, (2) transportasi atau aksesibilitas memiliki nilai sebesar 57,91, masuk kategori kurang baik, (3) unsur akomodasi memiliki nilai sebesar 63,2% masuk kategori baik, (4) fasilitas pelayanan memiliki nilai sebesar 69,60% masuk kategori baik, dan (5) infrastruktur memiliki nilai sebesar 64,64% masuk kategori baik. Kondisi permintaan pada objek wisata goa petruk dapat dilihat dari beberapa hal yakni, (1) daerah asal wisatawan menunjukkan sebesar 34,52% berasal dari Kabupaten Kebumen, (2) sebanyak 53,58% wisatawan memiliki motivasi rekreasi, (3) 47,62% wisatawan berkunjung secara rombongan (4) dan 71,43% merupakan wisatawan yang baru pertama kali melakukan kunjungan. Sedangkan dari hasil analisis SWOT maka dapat diketahui bahwa Objek wisata Goa Petruk terletak pada Kuadran I, dengan nilai sumbu X sebesar 0,29 dan sumbu Y sebesar 0,53. Sehingga strategi yang perlu dilakukan adalah *Growth Oriented Strategy* yang artinya keadaan wisata dalam kondisi baik, akan tetapi harus meningkatkan faktor kekuatan dan memperbaiki faktor kelemahan sehingga dapat menangkap peluang yang ada.

Saran dalam penelitian ini yaitu meningkatkan unsur penawaran wisata seperti, memperlebar akses jalan menuju lokasi wisata, memperbesar tempat ibadah, menambah papan penunjuk dan deskripsi objek. Saran pengembangan yakni dengan meningkatkan kegiatan promosi minat khusus baik oleh pengelola objek wisata setempat maupun pemerintah daerah melalui media sosial serta menambah kegiatan wisata.

ABSTRACT

Faozi, Asmi. 2019. *Tourism Strategy Development of Petruk Cave In Ayah District Kebumen Regency*. Thesis, Department of Geography, Faculty of Social Sciences, Semarang State University. Advisor Drs. Apik Budi Santoso M.Si

Keywords: Strategy, Development, Petruk Cave

Kebumen Regency is one of the regencies that has a karst landscape with an area of around 40.89 Km². In the karst region there is a Karst Cave which is used as a tourist attraction, namely Petruk Cave in Candirenggo Village, Ayah District, Kebumen. Goa has long been opened for tourism, but in recent years the attraction continues to experience a decline in visitors. The tourism system is inseparable from the conditions of supply or supply and demand. This study aims to 1) Determine the elements of supply and demand of Petruk Cave tourism object in the district of Ayah Kebumen Regency, and 2) Analyzing strategies in developing of Petruk Cave tourism object in Kebumen Regency.

Population of this research is all visitors or tourists of Petruk cave tourism object and tourism object management. The sampling technique for managers uses purposive sampling while for tourists it uses incidental sampling. The process of collecting data is done by interview, questionnaire, observation and documentation. The analytical method used is descriptive analysis of percentages and SWOT analysis.

The results showed that the conditions of the supply elements are (1) attractions of Petruk Cave have a value of 70.08% and are in good category, (2) transportation or accessibility has a value of 57.91, in the unfavorable category, (3) elements accommodation has a value of 63.2% in the good category, (4) service facilities have a value of 69.60% in the good category, and (5) the infrastructure element has a value of 64.64% so it is in the good category. Demand conditions on petruk cave attractions can be seen from several things namely, (1) the area of origin of tourists showed 34.52% came from Kebumen Regency, (2) 53.58% of tourists had recreational motivation, (3) 47.62% of tourists visited in groups (4) and 71.43% were tourists for the first time visiting. While from the results of the SWOT analysis it can be seen that the Petruk Cave is located in Quadrant I, with an X axis value of 0.29 and a Y axis of 0.53 So the strategy that needs to be done is Growth Oriented Strategy, which means the condition of tourism in good condition, but it must increase the strength factor and improve the weakness factor so that it can capture the opportunities.

Suggestions in this study are to increase the elements of tourist offers such as, widening access roads to tourist sites, enlarging prayer room, adding signs and descriptions of objects. Suggestion for development is to increase special interest promotion activities both by the manager of local attractions and local governments through social media and increase tourism activities.

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen” dengan lancar.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Geografi (S.Geo) dari Program Studi Geografi Universitas Negeri Semarang. Proses penulisan skripsi ini dapat terlaksana dan terselesaikan atas bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ungkapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu.
2. Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A, Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
3. Dr.Tjaturahono Budi Sanjoto, M.Si, Ketua Jurusan Geografi Universitas Negeri Semarang sekaligus Dosen Penguji I yang telah memberikan kemudahan secara administrasi dalam proses penyelesaian skripsi serta memberikan arahan dan masukan yang bermanfaat.
4. Drs. Apik Budi Santoso, M,Si, Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan hingga akhir penyusunan skripsi.
5. Drs. Moch. Arifien, M.Si, Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan yang membangun bagi penulis.

6. Segenap Dosen Geografi, yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa studi.
7. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik (KESBANGPOL) beserta jajarannya yang telah memberikan perizinan dalam proses penelitian.
8. Kepala Badan Perencanaan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Kabupaten Kebumen (BAP3DA) yang telah memberikan perizinan dalam proses penelitian.
9. Ketua Pengelola Objek wisata Goa Petruk yang telah memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti.
10. Semua pihak terkait yang ikut serta mendukung dalam proses penelitian maupun penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan sebagai bahan masukan yang sangat berharga. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 27 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
SARI.....	vi
ABSTRACT	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Batasan Istilah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	7
A. Deskripsi Teoritis	7
1. Objek Wisata.....	7
2. Pariwisata dan Kepariwisataaan	7
3. Pengunjung dan Wisatawan.....	8
4. Elemen Pariwisata	10
5. Unsur Pengadaan Wisata	11
6. Motivasi Wisatawan.....	13
7. Bentuk Wisata.....	14
8. Karakteristik Permintaan Wisata	15
9. Goa	16

10. Strategi Pengembangan Wisata.....	20
B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	22
C. Kerangka Berfikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Lokasi Penelitian.....	27
B. Populasi Penelitian	27
C. Sampel Penelitian dan Teknik Sampling	27
D. Variabel Penelitian	29
E. Jenis dan Sumber Data	31
F. Teknik Pengumpulan Data	31
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	43
1. Profil Kecamatan Ayah	43
2. Kondisi Geologi dan Geomorfologi.....	45
3. Kondisi Pemerintahan dan Kependudukan.....	47
4. Kondisi Umum Objek Penelitian	48
B. Hasil Penelitian	51
1. Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Goa Petruk.....	51
2. Unsur Pengadaan (<i>Supply</i>) dan Permintaan (<i>Demand</i>) Objek Wisata Goa Petruk.....	52
3. Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk.....	71
C. Pembahasan	78
1. Analisis <i>Supply</i> dan <i>Demand</i> Objek wisata Goa Petruk.....	78
2. Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk	83
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian	30
Tabel 3. 2 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase.....	35
Tabel 3. 3 IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	37
Tabel 3. 4 EFAS (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	38
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kecamatan Ayah Tahun 2017.....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Pengunjung Objek wisata Goa Petruk Tahun 2019	52
Tabel 4. 3 Ornamen Goa Petruk.....	56
Tabel 4. 4 Pengunjung Berdasarkan Asal Daerah	69
Tabel 4. 5 Motivasi Pengunjung Objek Wisata Goa Petruk	70
Tabel 4. 6 Jenis Wisatawan Objek Wisata Goa Petruk.....	70
Tabel 4. 7 Frekuensi Kunjungan Wisatawan Objek Wisata.....	71
Tabel 4. 8 Matriks IFAS.....	74
Tabel 4. 9 Matriks EFAS	75
Tabel 4. 10 Matriks SWOT Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk ..	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Matriks SWOT	22
Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Berfikir	26
Gambar 3. 1 Kuadran SWOT	39
Gambar 4. 1 Peta Administrasi Kecamatan Ayah Tahun 2019.....	44
Gambar 4. 2 Peta Geologi Kecamatan Ayah Tahun 2019	46
Gambar 4. 3 Peta Kawasan Wisata Goa Petruk	50
Gambar 4. 4 Air Terjun Petruk Jaya	54
Gambar 4. 5 Sendang Objek Wisata Goa Petruk.....	55
Gambar 4. 6 Ornamen Goa Petruk	57
Gambar 4. 7 Stalaktit Aktif	58
Gambar 4. 8 Taman Bermain Anak	59
Gambar 4. 9 Penunjuk Jalan dan Kondisi Jalan	61
Gambar 4. 10 Angkutan Umum Gombang- Ayah.....	62
Gambar 4. 11 Homestay Goa Petruk	63
Gambar 4. 12 Warung makan dan TPS di Kawasan Goa Petruk	65
Gambar 4. 13 Infrastruktur Objek Wisata Goa Petruk	67
Gambar 4. 14 Gazebo dan Tangga Objek Wisata Goa Petruk	68
Gambar 4. 15 Kuadran SWOT Objek Wisata Goa Petruk.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Supply dan Demand Objek Wisata Goa Petruk.....	92
Lampiran 2 Instrumen Wawancara Pengelola Goa Petruk	96
Lampiran 3 Instrumen Wawancara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.....	98
Lampiran 4 Instrumen Observasi Unsur Pengadaan Goa Petruk	100
Lampiran 5 Instrumen SWOT	102
Lampiran 6 Data Karakteristik Responden	105
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Angket Responden	108
Lampiran 8 Perhitungan Bobot dan Rating Analisis SWOT	114
Lampiran 9 Surat Izin Penelitian	115

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki bentang alam karst yang cukup luas. Luas kawasan karst Indonesia mencapai 20% dari total luas wilayah Indonesia yang terbentang mulai dari Sumatera hingga Irian Jaya yaitu mencapai 154.000 km² (Surono dkk 1999 dalam Mulyati 2007). Bentang alam karst terbentuk akibat dari proses geologi dan geomorfologi jutaan tahun lalu sehingga mengakibatkan pengangkatan dasar laut yang akhirnya menjadi perbukitan karst.

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu wilayah yang memiliki bentang alam karst yang terletak di bagian barat, dimana secara administrasi terdapat di kecamatan Rowokele, Kecamatan Buayan dan Kecamatan Ayah, dengan luas 40,89 km² (SK Menteri ESDM No 3873 K/40/MEM/2014). Bentang alam karst tersebut dikenal dengan istilah kawasan karst gombang selatan.

Kawasan karst diketahui memiliki sumber daya alam yang beragam mulai dari potensi geologi hingga potensi wisata. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan dalam rangka pemanfaatan kawasan karst Gombang Selatan adalah melalui pemanfaatan wisata Goa karst. Goa karst merupakan sumber daya wisata yang potensial karena memiliki keragaman yang tinggi seperti keindahan alam dan budaya. Keindahan Goa karst dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung untuk sekedar berekreasi maupun bersantai.

Di Kawasan Karst Gombang selatan terdapat sekitar 175 Goa alami dan hanya beberapa yang sudah dimanfaatkan untuk kegiatan wisata salah satunya adalah Goa Petruk yang terletak di Desa Candirenggo, Kecamatan Ayah atau sekitar 49 km dari pusat Kota Kebumen. Objek wisata Goa Petruk memiliki potensi sumber daya alam yang unik dan masih terjaga kelestariannya. Di dalam Goa ini terdapat stalaktit dan stalagmit yang mempunyai bentuk yang beragam dan memiliki kenunikan tersendiri. Stalaktit dan stalagmit tersebut terbentuk akibat proses pelarutan air di daerah kapur yang berlangsung secara terus menerus. Di dalam Goa ini juga terdapat sungai bawah tanah yang mengalir di sepanjang area Goa. Selain potensi alam juga terdapat potensi sumber daya buatan manusia seperti sarana dan prasarana untuk mendukung kegiatan pariwisata.

Objek wisata Goa Petruk merupakan jenis wisata alam minat khusus dengan daya tarik utama berupa keindahan ornamen goa. Data pengunjung objek wisata Goa Petruk dari tahun 2014-2018 menunjukkan bahwa pengunjung dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Pada tahun 2014 pengunjung adalah 9.830 pengunjung, kemudian tahun 2015 turun menjadi 9.071 pengunjung, tahun 2016 sebanyak 7.968 pengunjung, pada tahun 2017 hanya 7.803 pengunjung dan 2018 menjadi 6.516 pengunjung. Wisatawan atau pengunjung objek wisata Goa Petruk adalah wisatawan yang berasal dari dalam Kota atau Kabupaten maupun dari luar Kabupaten Kebumen.

Penurunan jumlah pengunjung pada objek wisata tersebut tidak lepas dari kondisi pengembangan wisata objek wisata. Menurut Murphy (1985)

dalam Suryadana (2013:99) menggambarkan sistem pariwisata sebagai keterkaitan faktor *demand* dan *supply*. Faktor *demand* erat kaitannya dengan motivasi wisatawan, persepsi dan harapan konsumen. Sedangkan *supply* pariwisata berkaitan dengan penawaran wisata atau unsur pengadaan seperti atraksi, transportasi, akomodasi, fasilitas pelayanan dan infrastruktur.

Sesuai perkembangan, pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata (Marpaung dan Bahar 2002:19). Dengan adanya pariwisata maka diharapkan kehidupan ekonomi penduduk sekitar objek wisata dapat meningkat.

Pemanfaatan sektor pariwisata berbasis sumber daya alam dapat memberikan dampak positif seperti penyumbang pendapatan daerah bagi pemerintah maupun dampak ekonomi bagi penduduk setempat. Peran pemerintah dan stakeholder serta strategi pengembangan wisata yang tepat dapat menjadi alternatif dalam pengembangan wisata. Selain itu perumusan strategi yang tepat untuk pengembangan objek wisata Goa Petruk juga penting dilakukan agar objek wisata tersebut dapat bersaing dengan objek wisata lainnya. Perumusan strategi pengembangan objek wisata Goa Petruk dapat dilakukan menggunakan analisis SWOT melalui pendekatan faktor internal dan eksternal, untuk selanjutnya dilakukan perumusan strategi menggunakan matriks SWOT, sehingga dapat diketahui arahan pengembangan objek wisata Goa Petruk.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini adalah

1. Bagaimana unsur pengadaan (*supply*) dan permintaan (*demand*) objek wisata Goa Petruk di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen?
2. Bagaimana strategi pengembangan pada objek wisata Goa Petruk di Kabupaten Kebumen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut

1. Untuk mengetahui unsur pengadaan (*supply*) dan permintaan (*demand*) objek wisata Goa Petruk dikecamatan Ayah Kabupaten Kebumen
2. Untuk menganalisis strategi dalam pengembangan objek wisata Goa Petruk di Kabupaten Kebumen

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam pengembangan keilmuan melalui penerapan bidang ilmu geografi khususnya pada mata kuliah geografi pariwisata.
2. Manfaat praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola maupun pemerintah setempat dalam hal pengembangan pariwisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen.

E. Batasan Istilah

Agar tidak menimbulkan persepsi ganda dan menghindari salah tafsir, maka perlu adanya penjelasan mengenai batasan lingkup penelitian. Beberapa batasan istilah yang perlu dijelaskan seperti berikut ini:

1. Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Chandler 1962 dalam Rangkuti 2009:3). Dalam kaitannya dengan penelitian ini strategi yang dimaksud adalah alat untuk mengembangkan objek wisata Goa Petruk melalui pendekatan lingkungan internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT untuk mencapai tujuan sesuai kondisi yang diinginkan.

2. Pengembangan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Dalam penelitian ini pengembangan yang dimaksud adalah kegiatan menggunakan teori analisis SWOT dalam rangka perumusan arahan strategi pengembangan objek wisata Goa Petruk.

3. Objek Wisata

Objek wisata menurut SK MENPARPOSTEL No.: KM. 98/PW.102/MPPT-87, adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Objek wisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah objek wisata Goa Petruk di Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen.

4. Goa Petruk

Goa merupakan suatu lubang alamiah di tanah atau lorong di bawah tanah yang dapat dimasuki oleh manusia (International of speleologi dalam Kete 2016 :30). Sedangkan Petruk merupakan nama tokoh Pewayangan Jawa. Disebut Goa Petruk dikarenakan pada objek wisata ini memiliki ornamen goa yang menyerupai tokoh pewayangan yakni Petruk. Goa Petruk merupakan sebuah destinasi wisata alam atau minat khusus berupa Goa karst yang terdapat pada kawasan karst gombang selatan, yang terletak di desa Candirenggo Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Deskripsi Teoritis

1. Objek Wisata

Objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi (Peraturan Pemerintah No.24/1979). Menurut SK Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.KM 98/PW:102/MPPT-87 dalam Sari (2013: 11) Objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Jika objek wisata dikembangkan secara maksimal, maka dapat menjadi salah satu penyumbang dalam meningkatkan pendapatan daerah setempat baik bagi masyarakat maupun pemerintah.

2. Pariwisata dan Kepariwisataan

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah daerah (Utama 2014:34). Suatu objek wisata harus mempunyai daya tarik atau atraksi wisata karena daya tarik inilah yang akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Fasilitas penunjang kegiatan pariwisata seperti fasilitas penginapan,

restoran dan infrastruktur jalan, jaringan air akan mendukung objek wisata untuk semakin berkembang.

Kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan). Dengan adanya kegiatan kepariwisataan maka dapat menimbulkan dampak pada berbagai bidang, seperti bidang sosial, budaya, maupun bidang ekonomi, baik dampak positif maupun dampak negatif.

3. Pengunjung dan Wisatawan

Pengunjung merupakan setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat tertentu selain ke tempat biasanya sehari-hari dengan tujuan utama untuk leisure, bisnis, perjalanan religius/agama, kesehatan dan sebagainya kecuali karena orang tersebut dibayar atau mendapatkan upah dari perjalanan tersebut (Pitana dan Diarta, 2009: 54). Menurut Arjana (2015: 11) Pengunjung (*Visitor*) adalah orang yang melakukan kunjungan ke suatu tempat dengan tujuan untuk menikmati dan mendapatkan kesenangan dalam kunjungannya itu. *Visitor* atau pengunjung adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat lain diluar lingkungan biasanya untuk kurang dari 12 bulan secara berturut-turut bukan untuk bekerja mendapatkan upah di tempat yang dikunjungi (WTO dalam Arjana 2015:12)

Dalam kegiatan kepariwisataan juga dikenal istilah pelancong atau pengunjung harian. Menurut Arjana (2015:12) pelancong (*Excursionist*) adalah orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat atau daerah tujuannya menikmati perjalanan ke suatu tempat daerah tujuannya menikmati perjalanan dan mendapatkan kesenangan dari perjalanannya itu namun tidak lebih dari 24 jam sehingga tidak harus bermalam di tempat itu. Sedangkan menurut WTO dalam Arjana 2015:12 pelancong adalah orang-orang yang melakukan kunjungan tidak bermalam dan mempergunakan akomodasi umum atau pribadi ditempat yang dikunjungi.

Wisatawan (*tourist*) adalah orang yang melakukan perjalanan sedikitnya 24 jam untuk menikmati perjalanan dan mencari kesenangan serta tidak mencari nafkah atau pekerjaan di daerah tujuan. Wisatawan adalah pengunjung yang menginap atau tinggal di daerah tujuan sedikitnya satu malam pada akomodasi umum privat di daerah yang dikunjungi (WTO dalam Arjana 2012:12). Sedangkan menurut (Suryadana 2013:55) wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga serta menuntut ilmu dan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau sebuah negara tertentu.

Jika dilihat dari arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata”. Dalam bahasa Sansekerta “wisata” berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris. Dalam hal ini, orang yang melakukan perjalanan atau “*traveller*” sama artinya dengan wisatawan, karena dalam bahasa Indonesia sudah

merupakan kelaziman memakai akhiran “wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang (Irawan, 2010:12 dalam Pertiwi 2014).

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa wisatawan dapat disebut juga pengunjung. Maka penulis menyimpulkan bahwa pengunjung adalah setiap orang yang melakukan perjalanan atau melakukan kunjungan ke suatu tempat dengan tujuan untuk mencari kesenangan bukan untuk bekerja dalam waktu kurang dari 24 jam.

4. Elemen Pariwisata

Menurut Leiper dikutip Arjana (2015:17) elemen pariwisata dapat dibedakan menjadi 3 yaitu;

a. Daerah asal wisatawan

Daerah asal wisatawan merupakan daerah wisatawan berasal atau tinggal. Wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan berwisata akan meninggalkan daerah asalnya dalam jangka waktu tertentu. Di daerah asal, wisatawan mencari informasi mengenai daerah wisata atau destinasi wisata yang akan dituju.

b. Daerah Tujuan Wisata

Daerah tujuan wisata merupakan daerah yang memiliki objek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh pengunjung atau wisatawan. Menurut Arjana (2017) Di daerah tujuan wisatawan membutuhkan layanan jasa untuk menjawab tiga kebutuhan wisatawan yakni; *Something to see* yakni sesuatu yang ingin dilihat, diamatai, disaksikan

atau ditonton bersifat unik dan atraktif oleh wisatawan. Kemudian *Something to do* yaitu sesuatu yang ingin dilakukan oleh wisatawan yang melakukan kegiatan wisata berupa kegiatan yang menghibur dan menyenangkan, dan *Something to buy* yakni sesuatu yang ingin dibeli sebagai cendera mata (*souvenir*) berupa produk yang khas dari daerah tersebut.

c. Daerah Transit

Daerah transit merupakan daerah atau tempat yang dilewati oleh wisatawan maupun daerah persinggahan wisatawan sebelum tiba di daerah tujuan wisata. Pada daerah transit wisatawan tidak harus singgah untuk beristirahat sebelum melanjutkan perjalanan ke daerah tujuan wisata yang dituju. Wisatawan yang melakukan perjalanan bisa saja tidak melanjutkan perjalanan karena menemukan objek atau destinasi yang menarik pada daerah transit.

5. Unsur Pengadaan Wisata

Pengembangan kepariwisataan dapat berarti sebagai upaya penyediaan atau peningkatan fasilitas dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Pearce, 1983 dalam Sitaresmi, Tjahyono, dan Hayati, 2011:22). Menurut Douglas G Pearce (1983 dalam Santoso 2011: 39) suatu objek wisata jika akan di kembangkan maka harus ada unsur-unsur pengadaan (*supply*) yang meliputi;

a. Atraksi

Atraksi atau daya tarik wisata dapat berupa daya tarik alam, daya tarik buatan manusia maupun kebudayaan manusia. Daya tarik yang ditimbulkan oleh alam seperti pegunungan, pantai dan Goa. Sedangkan atraksi buatan manusia seperti candi, benteng, waduk. Pada saat tertentu pada suatu objek wisata dapat menampilkan atraksi yang berupa pertunjukan budaya setempat, hal ini juga dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung.

b. Transportasi

Menurut Douglas G Pearce dalam (2011:9) perkembangan transportasi akan berpengaruh atas arus wisatawan, perkembangan akomodasi dan fleksibilitas arah perjalanan. Ketersediaan transportasi di suatu destinasi wisata bertujuan untuk mempermudah pengunjung atau wisatawan dalam mencapai tujuan wisata.

c. Akomodasi

Akomodasi merupakan tempat yang digunakan wisatawan untuk menginap. Dalam suatu akomodasi dapat dilengkapi fasilitas yang akan mendukung kebutuhan wisatawan selama menginap pada suatu destinasi wisata. Sarana akomodasi sangat penting bagi wisatawan yang meninggalkan tempat tinggalnya dan wisatawan akan membutuhkan akomodasi di daerah tujuan wisata.

d. Fasilitas Pelayanan

Fasilitas dan pelayanan pada destinasi wisata seperti tempat ibadah, parkir, rumah makan, pusat oleh-oleh serta pemandu wisata yang bertujuan untuk melayani pengunjung dan wisatawan yang datang. Menurut Simanjutak, dkk (2017:66) berkaitan dengan memberikan pelayanan yang perlu diperhatikan adalah tingkat kepuasan wisatawan. Agar wisatawan terpuaskan selama melakukan perjalanan wisata, maka jasa-jasa pariwisata harus mempengaruhi kualitas jasa.

e. Infrastruktur

Marpaung dan Bahar (2002:72-73) masalah biasa dalam pembangunan daerah kepariwisataan adalah bahwa infrastruktur tidak tersedia secara benar. Infrastruktur pada sebuah kawasan dapat diringkas menjadi sistem air, jaringan komunikasi, fasilitas perawatan kesehatan, terminal transportasi, sumber tenaga (listrik), sistem saluran dan pembuangan, jalan dan sistem keamanan (Mill 2010:30).

6. Motivasi Wisatawan

Pengelolaan pariwisata harus memperhatikan keseimbangan antara sisi penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Menurut (Liu dalam Pitana dan Diarta 200:82), permintaan mengacu kepada pasar pariwisata, yaitu wisatawan tipe apa yang di sasar, berapa jumlah yang akan berwisata, di mana mereka menginap, berapa uang yang akan mereka keluarkan, kegiatan menarik apa yang mereka lakukan, dan sebagainya. Kunci sukses pariwisata adalah dengan cara menyeimbangkan sisi penawaran dan sisi

permintaan. Sedangkan penekanan pada salah satu atas lainnya dapat membawa masalah di masa yang akan datang

McIntosh dan Murphy dalam Pitana dan Diarta (2015:59) mengatakan bahwa motivasi wisata dapat di kelompokkan menjadi empat yaitu:

- a. *Physical or physiological motivation* yakni motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis seperti berolahraga, relaksasi, kegiatan bersantai, kegiatan yang lainnya.
- b. *Cultural motivation*, yakni motivasi budaya, merupakan keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian dari daerah lain, dapat pula berupa peninggalan budaya seperti monumen bersejarah.
- c. *Social motivation atau interpersonal motivation* merupakan motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi tema, kerabat maupun saudara.
- d. *Fantasy motivation* merupakan motivasi karena fantasi, yakni adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjenuhkan, dan *ego-enchancement* yang memberikan kepuasan psikologis.

7. Bentuk Wisata

Menurut (Suwanto 1997:14) Bentuk wisata jika ditinjau dari segi jumlah wisatawan maka terdiri dari 3 yaitu:

- a. *Individual Tour* (Wisata Perorangan), merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh satu orang individu tanpa ada individu lain.

- b. *Family Group Tour* (Wisata Keluarga), yakni perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga, yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
- c. *Group Tour* (Wisata Rombongan), yaitu suatu perjalanan yang dilakukan bersama-sama atau secara berkelompok dengan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggota kelompoknya.

8. Karakteristik Permintaan Wisata

Menurut Wahab (1996) dalam Suprpto (2005:43), permintaan wisata ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Kekenyalan (*elasticity*), merupakan seberapa jauh tingkat kelenturannya terhadap perubahan-perubahan struktur harga atau perubahan macam-macam keadaan ekonomi di pasaran.
- b. Kepekaan (*sensitivity*) terhadap keadaan sosial politik dan terhadap perubahan mode perjalanan.
- c. Perluasan (*expansion*) yaitu adanya peningkatan arus wisatawan meskipun ada goncangan. Hal ini disebabkan oleh adanya kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, berkembangnya media informasi, pengaruh ekonomi di negara asal wisatawan, keadaan di negara asal wisatawan yang akan mendorong wisatawan untuk mengadakan perjalanan wisata.

- d. Musim (*seasonality*) yakni padat atau tidaknya kunjungan wisatawan. Hal ini berkaitan dengan hal-hal seperti, musim alam di negara asal, faktor kelembagaan (misal libur sekolah, libur nasional).

Jumlah permintaan perjalanan wisata ke daerah tujuan atau destinasi wisata merupakan hal penting bagi pelaku yang berkecimpung dalam dunia pariwisata. Data permintaan yang sangat penting diantaranya adalah jumlah kedatangan wisatawan, moda transportasi apa yang digunakan, berapa lama tinggal dan jenis akomodasi apa yang dipilih oleh wisatawan, dan jumlah uang yang dibelanjakan (Wahab 1996 dalam Suprpto,2005:43).

9. Goa

Menurut International Union of Speleologi Goa merupakan suatu lubang alamiah di tanah atau lorong di bawah tanah yang dapat dimasuki oleh manusia. Goa merupakan ruang bawah tanah yang di dalamnya terdapat batuan yang memiliki dimensi yang bervariasi baik horizontal maupun vertikal dengan jarak berkisar antara beberapa meter hingga ratusan kilometer (Lobo,2012 Kete 2016:30). Menurut Ford dan Ewers (1989), menyatakan bahwa Goa merupakan gabungan conduit atau lorong dengan diameter <5 mm yang dapat mengalirkan air di permukaan sampai munculnya mata air yang biasa disebut *protocaves*. Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Goa merupakan suatu lubang atau lorong yang terbentuk secara alami di dalamnya terdapat air yang mengalir, dan batuan yang memiliki dimensi bervariasi dengan jarak berkisar beberapa meter hingga ratusan kilometer.

a. Proses Pembentukan Goa

Davis dan Bretz (1967), menyatakan bahwa Goa terbentuk akibat proses pelarutan yang ada dibawah permukaan air (*freatik*). Goa hanya dapat terbentuk pada batuan yang terlitifikasi, selain itu terdapat pula karakter sedimen dan diagenesa yang menjadi faktor pengontrol keberadaan mulut Goa (Samudara, 2010 dalam Kete 2016:31). Berdasarkan proses terbentuknya Goa dapat dibagi 3 (tiga) jenis yakni:

- 1) Goa kapur atau *limenstone* merupakan proses yang terjadi pada batuan kapur yang disebabkan oleh pengikisan air di dalam tanah. Air yang mengalir atau masuk kedalam tanah akan mengikis batuan yang ada dan lama kelamaan dalam batuan tersebut akan muncul celah atau rongga dimana jika proses *solusional* terus terjadi maka lubang atau celah yang ada akan terus berkembang menjadi lebih besar.
- 2) Goa lava merupakan Goa yang terbentuk akibat proses vulkanologi, yakni ketika terjadi letusan gunung api, lava yang mengalir keluar membentuk alur memanjang, selanjutnya ketika bagian permukaan lava mengalami pembekuan, berbeda halnya pada bagian bawah permukaan yakni lava masih mengalir sehingga menimbulkan rongga (Kete, 2016).
- 3) Goa litoral, merupakan goa dimana proses terbentuknya terjadi pada tebing pantai yang disebabkan oleh angin dan gelombang laut. Proses terbentuknya Goa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor

yatu berupa fisiografi regional, sistem percelahan rekahan, struktur dari abtuan karbonat, tektonisme, sifat petrologi dan kimiawi batuan karbonat, volume air, jenis dan jumlah sedimentasi, runtuhannya, iklim masa kini dan masa lalu, vektasi di lorong, bentuk semuladari Goa tersebut, dan aktivitas manusia (Gegama, 2004 dalam Kete 2016)

b. Ornamen Goa

Ornamen merupakan hal yang dapat ditemui di dalam goa karst, ornamen ini jarang dijumpai di alam terbuka. Ornamen keindahan alam (*speleothem*) adalah hasil proses pengendapan atau pengkristalan mineral kapur atau CaCO_3 pada beberapa batuan dan kebanyakan terjadi pada batu gamping. Jenis dari ornamen Goa terdiri dari beberapa macam yaitu;

1) Tipe *Dripstone* (Batu Tetes)

a) Stalaktit

Stalaktit merupakan bentukan hasil dari proses pelarutan air bermineral di daerah karst secara terus menerus, dan air tersebut mengalir masuk kedalam celah atau rekahan batuan sampai mencapai tepi dan jika tepi tersebut berada di atap Goa maka larutan akan menetes kebawah akibat adanya pengaruh gravitasi. Ketika Karbondioksida atau CO_2 mengalami kontak dengan udara maka larutan menjadi sangat jenuh terhadap kalsit dan selanjutnya mengendap seperti cincin yang terus mengalami

perkembangan bentuk yang mengarah kebawah maupun ukurannya yang semakin besar (Kete 2016:43)

b) Stalagmit

Stalagmit merupakan ornamen goa berupa gundukan atau kerucut yang terdapat di bagian bawah atau lantai Goa. Seperti stalaktit, ornamen ini terbentuk karena adanya pengendapan kalsium karbonat, hanya saja pengendapan terjadi di bagian bawah atau lantai Goa. Jika proses pengendapan tersebut terus terjadi secara berkala dan dalam jangka waktu yang cukup lama maka bentuk dan ukuran stalagmit yang terbentuk beragam.

c) *Column* atau Tiang

Column atau tiang merupakan ornamen yang terbentuk karena bertemunya stalaktit dengan stalagmit. Proses pengendapan yang terjadi secara berkala dan dalam jangka waktu yang cukup lama menyebabkan stalaktit dan stalagmit terus berkembang sampai dengan kedua ornamen ini bertemu dan membentuk tiang. Ornamen ini memiliki bentuk menyerupai tiang yang menyangga atap Goa

2) Tipe *Flowstone* (Batu Alir)

Ornamen ini terbentuk jika air di dalam goa mengalir melalui celah atau rekahan dinding Goa telah jenuh. *Flowstone* tersebut dapat menjadi sangat keras dan ukuran bentuknya sangat

besar bahkan dapat menutupi lorong Goa. Bentuk ini merupakan ornamen Goa yang indah menyerupai tirai.

10. Strategi Pengembangan Wisata

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan (Rangkuti 2009:3). Menurut Supriadi dan Roedjinandari (2017:162) strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Pearce II dan Robinson dalam Supriadi dan Roedjinandari (2017:162) strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan. Kaitannya dengan pengembangan wisata, strategi dapat diartikan sebagai perencanaan dengan orientasi masa depan dalam rangka mengembangkan daerah tujuan wisata agar dapat bersaing dengan daerah tujuan wisata lainnya. Dalam merumuskan strategi pengembangan wisata dapat menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti 2009;18). Sedangkan menurut Muta'ali (2015:296) analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu kegiatan pembangunan atau bisnis. Analisis SWOT bertujuan sebagai tinjauan strategi pengelolaan agar nantinya bisa menjadi masukan dalam mengambil sebuah kebijakan dalam mengelola sebuah

kawasan wisata. Dalam analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan tidak mendukung dalam mencapai tujuan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), (Rangkuti 2009:19)

a. Analisis Lingkungan Internal (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Kekuatan (*strength*) merupakan sumber daya atau keunggulan dari suatu kawasan atau objek wisata. Dengan mengetahui keunggulan objek wisata tersebut, maka potensi sumber daya objek wisata memiliki daya tawar yang unggul selanjutnya menjadi arahan dalam mengambil sebuah kebijakan dalam pengelolaan dan pengembangannya. Sedangkan kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan daerah tujuan atau objek wisata. Kelemahan dapat ditinjau dari aspek-aspek yang tidak menguntungkan bagi daya tarik wisata tersebut.

b. Analisis Lingkungan Eksternal (*Eksternal Factor Evaluation*)

Analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang akhirnya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Peluang dapat ditinjau dari kebijakan pengelola, pemerintah serta lembaga terkait dalam membangun dan mengelola

kawasan wisata, situasi dan kondisi ekonomi yang menjadi peluang dalam menumbuh kembangkan kawasan wisata agar lebih maju dalam jangka panjang. *Threats* atau ancaman merupakan tantangan yang disebabkan oleh suatu perkembangan yang tidak menguntungkan terhadap objek wisata. Faktor ancaman mendatangkan kendala dalam aspek-aspek yang berkaitan pengelolaan maupun aspek yang dapat menyebabkan kerugian objek wisata tersebut. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.1

Faktor Internal	Kekuatan <i>(Strength)</i>	Kelemahan <i>(Weaknesses)</i>
Faktor Eksternal	Peluang <i>(Opportunities)</i>	Ancaman <i>(Threats)</i>

Gambar 2. 1 Matriks SWOT

B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan

1. Penelitian ini ditulis oleh Pratiwi, Ni Komang Onik dengan judul Analisis SWOT untuk meningkatkan kunjungan wisata di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar Tahun 2017. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam mempengaruhi tingkat kunjungan serta strategi yang tepat untuk diterapkan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata Goa Gajah. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi sedangkan

teknik analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor yang menjadi kekuatan dalam mempengaruhi tingkat kunjungan adalah keindahan pemandangan, faktor yang menjadi kelemahan adalah kebersihan lingkungannya, minimnya *art shop* dan *homestay*. Faktor yang menjadi peluang adalah peran serta masyarakat yang baik, keamanan lingkungan, kondisi ekonomi dan kemajuan teknologi. Sedangkan faktor yang menjadi ancaman adalah kondisi politik, kebijakan pemerintah, dan daya saing. Strategi yang tepat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

2. Judul Penelitian ini yaitu Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kabupaten Pacitan (Studi Kasus Pengembangan Potensi Wisata Goa Gong), ditulis oleh Evitin, Eni dan Widodo, Bambang Sigit. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pengembangan potensi wisata Goa Gong sebagai destinasi unggulan di kabupaten Pacitan, dengan sub fokus penelitian yang terkait adalah analisis kondisi geografi, serta program dan Strategi pengembangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi menggunakan Observasi, Wawancara, dan Studi dokumentasi. Teknik analisis data terdiri dari reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan/verifikasi. Teknik pengabsahan data meliputi uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas dan konfirmabilitas. Hasil penelitian ini terdiri dari dua hal utama, yaitu : pertama, analisis kondisi geografi. Lokasi Goa Gong cukup strategis karena lokasi tersebut merupakan lokasi yang paling mudah dijangkau jika dibandingkan dengan objek wisata lain dan

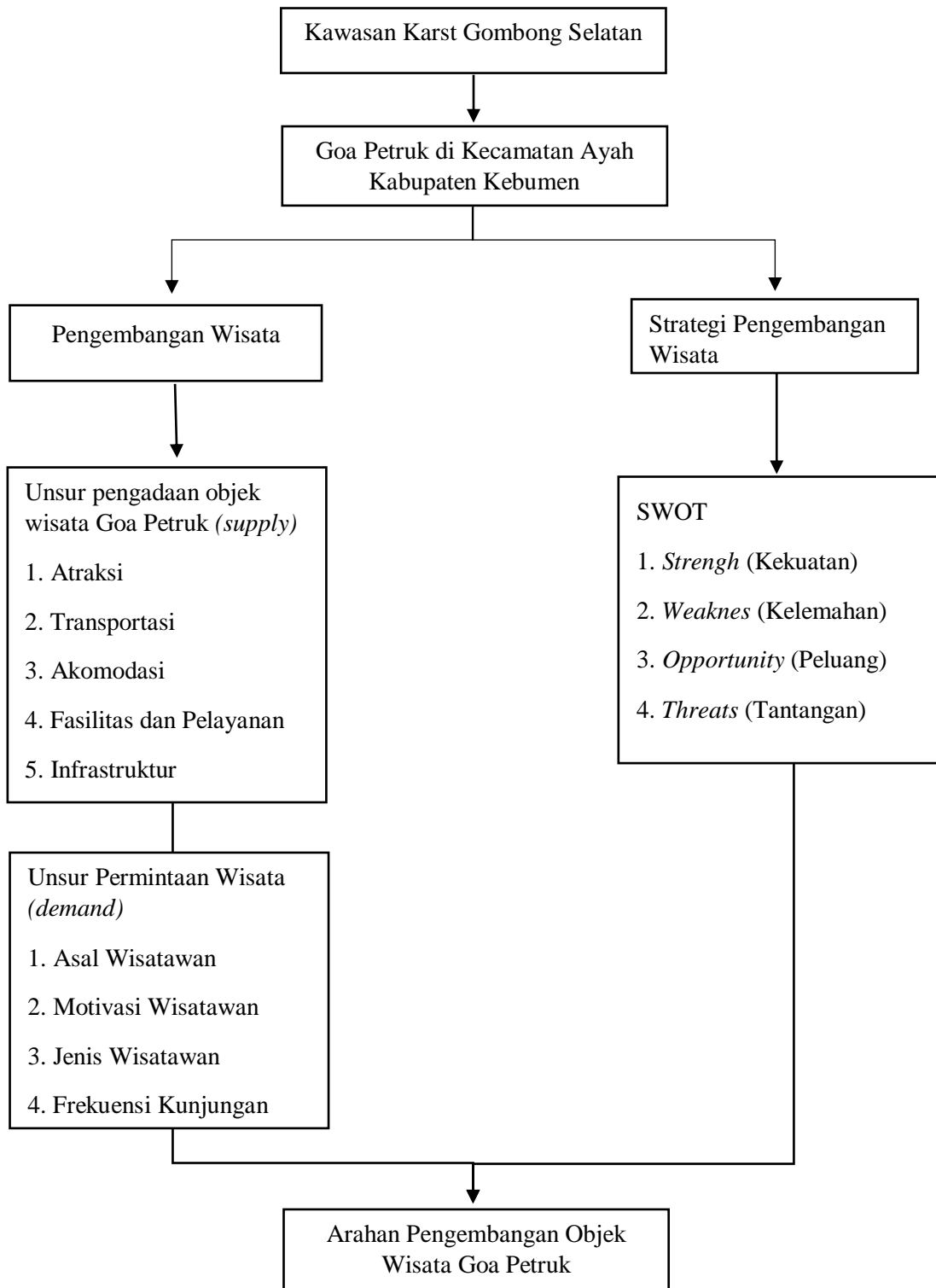
dilalui oleh jalur-jalur menuju objek wisata lain. Aksesibilitas mudah dijangkau dengan kondisi jalan baik dan disediakan rambu-rambu serta penerangan jalan. Konsep ekologis yaitu ketergantungan masyarakat terhadap objek wisata sebagai lapangan kerja. Gerakan wisatawan ada dua, yaitu secara pribadi dan rombongan atau melalui biro perjalanan wisata. Gerakan informasi melalui internet dan media sosial serta papan informasi disetiap lokasi wisata. Kedua, program dan strategi pengembangan. Strategi pengembangan yang diterapkan pada objek wisata Goa Gong adalah strategi formulasi, strategi implementasi dan strategi evaluasi. Ketiganya diterapkan dengan diikuti berbagai program yang dirumuskan oleh Dinas Pariwisata Pemuda & Olahraga. Pemerintah Kabupaten Pacitan membuat Rencana Induk Pengembangan Objek Wisata (RIPOW) dan Rencana Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA), kemudian Disbudparpora menetapkan skala prioritas, promosi dan bekerjasama dengan stakeholder dan biro perjalanan wisata.

3. Penelitian selanjutnya ditulis oleh Andayani, Sriyanti Anwar, M. Ruslin., dan Antariksa. dengan judul Pengembangan Kawasan Wisata Belekambang Kabupaten Malang. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi karakteristik pantai Balekambang, mengetahui potensi dan masalah serta menyusun strategi pengembangan di kawasan wisata pantai Balekambang. Analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan deskriptif, evaluatif dan perspektif. Hasil penelitian ini menunjukkan posisi strategi pengembangan kawasan wisata Balekambang adalah pada kuadran 1

dengan konsep *Rapid Growth Strategy*, yaitu strategi pertumbuhan aliran cepat untuk diperlihatkan pengembangan secara maksimal untuk target tertentu dalam waktu singkat.

4. Penelitian ini ditulis oleh Pradipta, Achmad Rendi dan Santoso, Apik Budi dengan judul *Daya Dukung Lingkungan Terhadap Perkembangan Objek Wisata Air Terjun Curug Silawe Di Desa Sutopati Kecamatan Kajoran Kabupaten Magelang*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui daya dukung lingkungan di objek wisata air terjun Curug Silawe, dan untuk mengetahui pengaruh daya dukung lingkungan terhadap pengembangan objek wisata air terjun Curug Silawe. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, angket, dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini diketahui bahwa faktor utama yang berpengaruh dalam mendukung pengembangan objek Wisata Curug Silawe adalah atraksi (45%) dan infrastruktur (26%). Ketersediaan transportasi dan fasilitas akomodasi di objek wisata Curug Silawe masih kurang terpenuhi. Pihak pengelola telah melakukan pengembangan pada sarana dan prasarana seperti loket masuk pengunjung, tempat parkir, pengecoran jalan menuju objek wisata.

C. Kerangka Berfikir



Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Berfikir

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa unsur penawaran berupa atraksi, transportasi, akomodasi, fasilitas pelayan dan infrastruktur pada objek wisata ini masuk kedalam kategori baik, sedangkan aksesibilitas atau transportasi masuk kedalam kategori kurang baik. Sedangkan untuk unsur permintaan pariwisata pada objek wisata ini dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung berasal dari Kabupaten Kebumen, motivasi sebagian besar pengunjung adalah untuk rekreasi, pengunjung melakukan wisata secara rombongan, dan didominasi oleh wisatawan yang baru pertama kali melakukan kunjungan ke objek wisata tersebut.
2. Berdasarkan analisis SWOT untuk pengembangan wisata, maka objek wisata goa petruk berada pada kuadran I, posisi ini menandakan sebuah institusi (objek kajian) yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif (*Growth oriented strategy*), artinya institusi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan kemajuan secara maksimal. Dari hasil perumusan matriks SWOT maka objek wisata Goa Petruk memiliki 12 alternatif strategi pengembangan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka beberapa saran yang dapat diberikan yakni,

1. Meningkatkan unsur penawaran wisata yang masih kurang seperti memperlebar akses jalan menuju lokasi wisata, memperbesar tempat ibadah atau mushola, membangun kantin atau warung secara permanen, dan menambah papan penunjuk di dalam kawasan wisata serta deskripsi objek.
2. Pengelola objek wisata Goa Petruk dapat lebih aktif lagi untuk mempromosikan objek wisata secara *down-top* terutama melalui media sosial semisal Instagram mengingat wisatawan minat khusus merupakan wisatawan terpelajar dan kaum muda.
3. Pengelola dapat membuat paket wisata atau mencari inovasi baru, salah satunya dengan memanfaatkan budaya setempat untuk menambah kegiatan wisata seperti makanan khas Desa Candirenggo, sehingga kegiatan wisata lebih bervariasi serta di harapkan dapat memperpanjang lama tinggal wisatawan (*length of stay*).

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Sriyanti., Anwar, M. Ruslin, dan Antariksa. 2012. *Pengembangan Kawasan Wisata Belekambang Kabupaten Malang*. Jurnal Rekayasa Sipil/ Volume 6, No.2 - 2012 ISSN 1978- 5658
- Arjana, I Gusti Bagus.2015. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Evitin, Eni dan Widodo, Bambang Sigit. 2016. *Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kabupaten Pacitan (Studi Kasus Pengembangan Potensi Wisata Goa Gong)*. Swara Bhumi Volume 03 Nomor 03 Tahun 2016,109-115
- Ginting, Ginting, Marthalena. Patana, Pindi. dan Purwoko, Agus. 2013. *Analisis Supply dan Demand Potensi Ekowisata di Kawasan Danau Linting, Desa Sibunga Bunga Hilir, Kecamatan STM Hulu, Kabupaten Deli Serdang (Supply and Demand Analysis of Ecotourism Potency at Danau Linting, Village of Sibunga-bunga Hilir, Subdistrict of STM Hulu, Regency of Deli Serdang)*. Jurnal USU. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara
- Haryono, Eko dan Adji,Tjahyo Nugroho. 2004. *Geomorfologi Dan Hidrologi Karst*. Yogyakarta: Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada
- Kabupaten Kebumen dalam Angka Tahun 2015,2016,2017,2018
- Kete, Surya Cipta Ramadhan.2016. *Pengelolaan Ekowisata Berbasis Goa: Wisata Alam Goa Pindul*. Yogyakarta: Deepublish
- Kusmayadi, dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dan Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy dan Bahar, Herman. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Mill, Robert Christie. *Tourism The International Business*. 2000. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Muta'ali, Lutfi. 2015. *Teknik Analisis Regional*. Yogyakarta.: Badan Penerbit Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada
- Mulyati, Teti. 2007. *Kajian Kondisi Goa Untuk Pengembangan Wisata Minat Khusus Di Kawasan Karst Gudawang Kabupaten Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor

- Palit,Ireine Gratia; Talumingan,Celcius dan Rumagit, Grace A.J. 2017.*Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*. Agri-SosioEkonomi Unsrat, ISSN 1907– 4298, Volume 13 Nomor 2A, Juli 2017: 21 - 34.
- Peraturan Pemerintah No.24/1979 Tentang Penyerahan Sebagian Urusan Pemerintahan Dalam Bidang Kepariwisataaan Kepada Daerah Tingkat I
- Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia No 3873 K/40/MEM/2014 Tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 3043 K/ 40/ MEM/ 2014 Tentang Penetapan Kawasan Bentang Alam Karst Gombang
- Pertiwi, Ni Luh Gde Ana. 2014. “*Pengaruh Kunjungan Wisatawan, Retribusi Obyek Wisata Dan Phr Terhadap Pad Kabupaten Gianyar*”. E-Jurnal EP Unud, 3 (3): 115 – 123
- Pradipta, Achmad Rendi dan Santoso, Apik Budi.2017. *Daya Dukung Lingkungan Terhadap Perkembangan Objek Wisata Air Terjun Curug Silawe di Desa Sutopati Kecamatan Kajoran Kabupaten Magelang*. Geo Image 6 (2) (2017)
- Pratiwi, Ni Komang Onik. *Analisis SWOT untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten GIanyar 2017*. E-Journal Jurusan Pendidikan Ekonomi Vol:10 No: 2 Tahun 2017
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2007. *Skala Pengukuran Variabel- Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Apik Budi. 2011. *Geografi Pariwisata*. Jurusan Geografi FIS UNNES
- Sari, Nova Serlina. 2013. *Model Komunikasi dalam Mengembangkan Image Obyek Wisata Alam Oleh Humas Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir*. Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau
- Simanjutak, Bungaran Antonius dkk. *Sejarah Pariwisata; Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. 2017. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sitairesmi, Galuh., Tjahyono, Heri, dan Hayati, Rahma. 2011. *Analisis Potensi Wilayah Pesisir untuk Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Rembang*. Skripsi UNNES
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 2009. Bandung: Alfabeta

- Supriadi, Bambang dan Roedjinandari, Nanny. 2017. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Malang*. Universitas Negeri Malang
- Surat Keterangan Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.KM 98/PW:102/MPPT-87
- Suprpto, Aris. 2005. *Analisis Penawaran Dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat*. Tesis. UNDIP
- Suryadana, M.Liga. *Sosiologi Pariwisata; Kajian Kepariwisata dalam Paradigma Integratif-Transformatif menuju Wisata Spiritual*. 2013. Bandung : Humaniora
- Suryani, dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. 2015. Jakarta: Premadamedia Group
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi: Yogyakarta
- Tika, Moh. Pabundu. *Metode Penelitian Geografi*. 2005. Jakarta: Bumi Aksara.
- Triono, Untung dan Budi, Cahyono Eko. 2001. *Penyelidikan Pendahuluan Endapan Bitumen Padat Di Daerah Ayah Dan Sekitarnya, Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah*. Pusat Sumber Daya Mineral Batubara dan Panas Bumi. Badan Geologi Kementerian ESDM.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish