

ANALISIS SWOT UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA DI OBJEK WISATA GOA GAJAH DESA BEDULU, KECAMATAN BLAHBATUH, KABUPATEN GIANYAR TAHUN 2017

Ni Komang Onik Pratiwi

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja,
Indonesia

e-mail: onikpratiwi@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan 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. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Goa Gajah, sedangkan objek penelitian ini adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT). Data dikumpulkan dengan metode wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan dalam mempengaruhi tingkat kunjungan objek wisata Goa Gajah adalah keindahan pemandangan, faktor yang menjadi kelemahan dalam mempengaruhi tingkat kunjungan objek wisata Goa Gajah adalah kebersihan lingkungannya, minimnya *artshop* dan *home stay*, faktor yang menjadi peluang dalam mempengaruhi kunjungan objek wisata Goa Gajah adalah peran serta masyarakat yang baik, keamanan lingkungan, kondisi ekonomi dan kemajuan teknologi, faktor yang menjadi ancaman dalam mempengaruhi tingkat kunjungan objek wisata Goa Gajah adalah kondisi politik, kebijakan pemerintah dan daya saing, dan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata Goa Gajah adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Kata Kunci: Analisis SWOT, EFAS, IFAS, dan Matrik IE

Abstract

This study aims to determine the factors that become the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in influencing the level of visits and appropriate strategies to be applied in increasing tourist visits in Goa Gajah attractions. This research is a qualitative research. The subjects of this study are tourists visiting Goa Goa Gajah object, while the object of this study is the analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT). Data were collected by interview and observation method. The results of this study indicate that the factors that become the strength in influencing the visit rates Goa Gajah tourist attraction is the beauty of the scenery, the factors that become weakness in influencing the visit rates Goa Gajah attractions is the cleanliness of the environment, the lack of artshop and home stay, the factors that become an opportunity in influencing visits Goa Gajah attractions are good community participation, environmental security, economic condition and technological progress, the factors that become a threat in influencing the visit rate of Goa Gajah tourist object are political condition, government policy and competitiveness, and the right strategy to be applied in improving Tourist visit in Goa Elephant attraction object is market penetrasi and product development.

Keywords: SWOT Analysis, EFAS, IFAS, and IE Matrix

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu bisnis yang akhir-akhir ini banyak dilirik oleh orang-orang karena dirasa memiliki peluang yang baik. Pariwisata telah menjadi salah satu sumber pendapatan bagi suatu negara dengan adanya kunjungan wisatawan. Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan daerah wisatanya dan terkenal di seluruh mancanegara.

Industri pariwisata di Indonesia tidak sedikit memberi peran penting bagi perekonomian Indonesia karena dapat memberikan tambahan devisa bagi negara sehingga penerimaan negara meningkat, selain itu dapat menambah lapangan pekerjaan dan menambah pendapatan bagi masyarakat sekitar objek wisata misalnya dengan adanya pedagang-pedagang kecil seperti pedagang makanan ringan dan penjual souvenir yang dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan (Yoeti,2011).

Ditinjau dari segi budaya, industri pariwisata, secara tidak langsung memberikan peran penting bagi perkembangan budaya Indonesia karena dengan adanya suatu objek wisata maka dapat memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki suatu negara seperti kesenian tradisional, upacara-upacara agama atau adat yang menarik perhatian wisatawan asing dan wisatawan Indonesia (Spillane,1987).

Indonesia mempunyai potensi alam dan budaya yang besar dan dapat dijadikan modal dalam mengembangkan industri pariwisata. Objek wisata yang tersebar, baik itu wisata alam, wisata buatan dan juga desa wisata yang masing-masing memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Salah satu pulau di Indonesia yang terkenal di mancanegara adalah pulau Bali. Bali merupakan salah satu daerah yang terkenal dengan keindahan wisata alam dan juga wisata buatan serta desa wisatanya. Sehingga Bali sering dijuluki pulau dewata atau pulau seribu pura. Salah satu objek yang terkenal hingga ke mancanegara adalah pantai Kuta

yang sangat sering dikunjungi oleh wisatawan apabila berkunjung ke pulau Bali. Selain wisata alam, Bali juga memiliki goa buatan yang berfungsi seperti tempat ibadah. Goa ini terletak di Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, Bali. UNESCO mencatat goa ini sebagai warisan dunia dalam daftar tentatif (menunggu kepastian) pada tanggal 19 Oktober 1995 dalam bidang kebudayaan.

Menurut Rangkuti (2006:18) "analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan". Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha, dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) (Rangkuti, 2006:20). Suatu perusahaan biasanya menganalisis lingkungan menggunakan konsep strategi (Supriyono, 2000). Konsep strategi adalah proses analisis lingkungan internal dan eksternal untuk menganalisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*) untuk menentukan kompetensi-kompetensi yang cocok dengan peluang-peluang dalam rangka menentukan strategi pasar produk perusahaan. Konsep strategi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah konsep strategi analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).

Goa Gajah adalah sebuah tempat wisata dengan nilai sejarah dan spiritual yang terletak di Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Kawasan goa kuno ini berjarak sekitar 27 km dari pusat kota Denpasar. Kata "Goa Gajah" dipercaya berasal dari sebuah kata yang muncul di dalam kitab Negarakertagama, *Lwa Gajah*. Goa ini dibangun sekitar abada ke 11 masehi saat Raja Sri Astasura Ratna Bumi Banten sedang bertahta. Objek wisata Goa Gajah terletak di desa Bedulu, kecamatan Blahbatuh, kabupaten Gianyar. Berada di jalur jalan raya antara Ubud - Kintamani. Berjarak kurang lebih 30 km dari Denpasar bisa ditempuh dalam waktu 60 menit dari kota Denpasar dan 90 menit dari Kuta. Goa Gajah ditemukan tahun 1923, yang sebelumnya ditutupi oleh semak belukar. Di area ini terdapat artefak artefak bersejarah dan memiliki pemandangan alam yang indah karena dikelilingi persawahan dan sungai kecil (dalam bahasa bali disebut pangkung). Goa Gajah dibangun pada tepi jurang dari pertemuan dua buah sungai kecil yang disebut "Campuhan" yang dipandang memiliki nilai magis, airnya kemudian mengalir ke sungai Petanu.

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut dengan perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. (Rangkuti, 2006:3) menyatakan " perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada". (Nawawi, 2000:57) menyatakan "dalam melakukan perencanaan perlu dilakukan sebuah orientasi awal agar perumusannya didasarkan pada kondisi nyata

lapangan salah satu orientasinya adalah menggunakan *Strenght, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT) yaitu analisis untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam melaksanakan setiap program dan proyek sesuai prioritasnya, agar diyakini dapat dilaksanakan apabila dimasukkan dalam perencanaan.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan di objek wisata Goa Gajah mengenai analisis SWOT, dapat diperoleh data mengenai kekuatan dan kelemahan dalam objek ini berdasarkan lingkungan internal. Kekuatan (*Strenght*) yaitu keunggulan yang dimiliki oleh objek wisata Goa Gajah agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Serta kelemahan (*Weaknesses*) yaitu kelemahan yang dimiliki sehingga tidak dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Peluang dan ancaman dapat dilihat dari lingkungan eksternal. Peluang (*Opportunities*) yaitu suatu kondisi yang menjadi sebuah kesempatan bagi objek wisata untuk menarik wisatawan sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Serta ancaman (*Threats*) yaitu kondisi lingkungan eksternal yang menjadi ancaman sehingga menghambat peningkatan kunjungan wisatawan. Dalam observasi awal melalui pengamatan dan wawancara yang peneliti lakukan terhadap wisatawan mengenai analisis SWOT di objek wisata Goa Gajah, dengan berpedoman pada penjelasan Suwanto (1997) dan Yoeti (2011) ditemukan data bahwa objek wisata Goa Gajah memiliki kekuatan dilihat dari indikator objek/daya tarik wisatanya yaitu objek wisata ini memiliki daya tarik yang unik. Namun hal ini tidak dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata ini, hal ini dapat dilihat dari adanya penurunan tiap tahunnya. Berdasarkan informasi dari petugas objek wisata Goa Gajah jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata ini pada tiap tahunnya selalu mengalami penurunan pada tahun 2012 kunjungan wisatawan 269.179 orang. Pada tahun

2013 mengalami penurunan yaitu 254.166 orang. Pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan yaitu sebanyak 270.000 orang, namun pada tahun 2015 kembali mengalami penurunan menjadi 250.000 orang. Kelemahan yang dimiliki jika dilihat dari segi indikator sarana dan prasarana yakni tidak adanya artshop di sekitaran objek wisata Goa Gajah yang menjual pernak-pernik khas daerah tersebut dan minimnya warung merupakan kelemahan objek wisata, meskipun ada warung itupun tidak menjual makanan tradisional khas daerah wisata tersebut. Walaupun ada kelemahan ini, tetapi masih ada wisatawan yang mengunjungi objek wisatawan ini.

Dengan adanya permasalahan tersebut untuk analisis SWOT, ternyata pada kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weaknesess*) dan peluang (*Opportunities*) yang mengacu pada penjelasan Suwanto (1997) dan Yoeti (2011) dalam menghadapi masalah perlu diadakan penelitian lebih lanjut untuk meneliti masalah ini, oleh karena itu judul ini layak untuk diteliti analisis SWOT untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu faktor apa yang menjadi kekuatan dalam mempengaruhi kunjungan objek wisata Goa Gajah?, faktor apa yang menjadi kelemahan dalam mempengaruhi kunjungan objek wisata Goa Gajah?, faktor apa yang menjadi peluang dalam mempengaruhi kunjungan objek wisata Goa Gajah?, faktor apa yang menjadi ancaman dalam mempengaruhi kunjungan objek wisata Goa Gajah?, strategi apa yang tepat untuk diterapkan dalam meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Goa Gajah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam mempengaruhi kunjungan serta strategi yang tepat

untuk diterapkan oleh pengelola objek wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Goa Gajah.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan adalah analisis kualitatif. Moleong (2007:23) mengemukakan bahwa "metodelogi kualitaif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati". Menurut Ghony dan Almanshur (2012:25) menyatakan "penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi". Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (*SWOT Analysis*) yang digunakan untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal objek wisata. Penelitian ini dilakukan di objek wisata Goa Gajah yang terletak di Desa Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar. Kabupaten ini menerima kontribusi pendapatan dari berbagai sektor salah satunya dari sektor pariwisata. Penelitian ini dilakukan pada pengunjung wisata yang datang di objek wisata Goa Gajah. Objek wisata Goa Gajah yang merupakan desa wisata yang dimiliki oleh kabupaten Gianyar terkenal dengan budaya tradisionalnya. Subjek penelitian ini adalah para pengunjung atau wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke objek wisata Goa Gajah, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Objek dari penelitian ini adalah strategi peningkatan kunjungan wisatawan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung di objek wisata Goa Gajah, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Dalam hal ini jumlah wisatawan tidak diketahui secara pasti. Jumlah populasi tidak diketahui, sehingga *population frame* dan *sample frame* juga tidak dapat diketahui (Cooper dan Schindler, 2013).

Akibatnya jumlah sampel yang perlu diambil dalam kondisi demikian jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Burhan, 2004:136). Metode observasi merupakan prosedur yang sistematis dan standar dalam pengumpulan data. Di sini peneliti tidak hanya berkomunikasi dengan orang tetapi juga melibatkan proses pengamatan dan ingatan (Sumarni dan Wahyuni, 2005). Observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini digunakan untuk mengamati secara langsung bagaimana perkembangan dan kemajuan objek wisata Goa Gajah serta keramahan masyarakat di sekitar wilayah lingkungan desa Bedulu khususnya di objek wisata Goa Gajah.

Analisis Data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif. metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Menurut Ghony dan Almanshur (2012:25) menyatakan "penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi". Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT *Analysis*) yang digunakan untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal objek wisata.

Adapun langkah-langkah dari analisis SWOT yaitu analisis lingkungan internal mengidentifikasi faktor internal objek wisata goa gajah yang merupakan kekuatan dan kelemahan objek wisata goa gajah. *Strengths* (S) yaitu keunggulan yang dimiliki oleh

objek wisata goa gajah agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Kekuatan objek wisata dari segi daya tarik wisata, sarana/ prasarana wisata, tata laksana/ infrastruktur, dan masyarakat/ lingkungan. *Weaknesses* (W) yaitu kelemahan yang dimiliki dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Kelemahan objek wisata goa gajah dari segi daya tarik wisata, sarana/ prasarana wisata, tata laksana/ infrastruktur, dan masyarakat/ lingkungan. Analisis lingkungan eksternal mengidentifikasi faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman objek wisata. *Opportunities* (O) yaitu suatu kondisi yang menjadi sebuah kesempatan bagi objek wisata untuk menarik wisatawan sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Peluang objek wisata goa gajah dari segi sosial/ budaya, politik/ pemerintah, ekonomi, kemajuan teknologi, serta daya saing. *Threats* (T) yaitu suatu kondisi lingkungan eksternal yang menjadi ancaman sehingga menghambat peningkatan kunjungan wisatawan. Ancaman objek wisata goa gajah dari segi sosial/ budaya, politik/ pemerintah, ekonomi, kemajuan teknologi, serta daya saing.

Faktor Strategi Eksternal (EFAS) digunakan untuk menganalisis peluang dan ancaman. Dalam Rangkuti (2006) cara penyusunan faktor strategi eksternal yaitu menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan atau objek wisata dalam kolom 1. Beri bobot masing-masing faktor tersebut pada kolom 2 dengan skala mulai dari 0,15 (paling penting), 0,15 (penting), 0,10 (cukup penting), 0,05 (sedikit penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut tidak boleh lebih dari skor total 1,00). Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*Outstanding*) sampai dengan 1 (*Poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. variabel yang bersifat

positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberikan nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*Poor*). Pada kolom 5 digunakan untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan beraksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Matrik faktor strategi, setelah melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal selanjutnya akan dibuat matrik faktor strategi, baik itu matrik faktor strategi internal (IFAS) dan matrik faktor strategi eksternal (EFAS). IFAS digunakan untuk melakukan analisis kekuatan dan kelemahan. Mengacu pada Rangkuti (2006:24) cara-cara penyusunan IFAS yaitu tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan atau objek wisata dalam kolom 1. Beri bobot masing-masing faktor tersebut pada kolom 2 dengan skala mulai dari 0,15 (paling penting), 0,10 (penting), 0,05 (cukup penting), 0,01 (sedikit penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut tidak boleh lebih dari skor total 1,00). Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*),

berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberikan nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*). Pada kolom 5 digunakan untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan beraksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata sangat perlu dirancang dan dibangun/ dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Daya tarik objek wisata Goa Gajah berdasarkan pemandangan yang indah dan menawan di sekitaran lokasi Goa Gajah yang menjadi daya tarik wisatawan dari dalam negeri dan luar negeri. Goa Gajah dibangun tepi jurang yang menjadi pertemuan dua sungai yang berbeda, sehingga pertemuan kedua sungai itu dipercaya mampu memberikan kekuatan magis bagi yang bertapa di dalam goa

tersebut. Beberapa peninggalan yang ada di dalam objek wisata Goa Gajah yaitu trilangga dan patung Ganesha. Selain itu juga terdapat tulisan yang berasal dari abad ke-11 masehi. Pada sekeliling Goa Gajah terdapat pahatan relief yang mempunyai makna filosofis yang mendalam. Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang tersedia serta memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Sementara sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Kelengkapan sarana dan prasarana wisata di objek wisata Goa Gajah berdasarkan hasil wawancara dengan para pengunjung, mereka berpendapat sarana/ prasarananya cukup lengkap yakni tersedianya *toilet*, tempat parkir dan *tourism information centre*. Infrastruktur yang dimaksud adalah sistem keamanan atau pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan. Keamanan terminal, di perjalanan, dan di objek wisata akan meningkatkan daya tarik suatu objek wisata maupun daerah tujuan wisata. Tata laksana atau infrastruktur di objek wisata Goa Gajah dapat dilihat dari bagaimana akses jalan menuju objek wisata dan letak objek wisata dengan jalan utama. Sebagian besar pengunjung mengatakan letak objek wisata dengan jalan utama sangat strategis karena terletak dekat dengan jalan utama Ubud menuju Kintamani sehingga memudahkan wisatawan untuk mengunjungi wisata ini. Selain itu akses jalan menuju objek wisata juga sangat baik karena jalan menuju objek ini memiliki kualitas yang baik yakni jalan sudah beraspal. Masyarakat di sekitar objek wisatalah yang akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut dan sekaligus akan memberikan layanan yang diperlukan

oleh para wisatawan yang datang ke objek wisata Goa Gajah.

Kelemahan objek wisata Goa Gajah ini yaitu kebersihan lingkungan di objek wisata Goa Gajah kurang terjaga dengan adanya sampah dedaunan dari beberapa pohon besar yang ada di lingkungan objek wisata tersebut. Yang menjadi peluang Sosial/Budaya dalam objek wisata adalah peran serta masyarakat dalam melestarikan budaya objek wisata Goa Gajah. Indikator peran serta masyarakat dalam melestarikan budaya menjadi indikator penting pertama dikarenakan sebagus dan semenarik apapun kebudayaan dari suatu daerah namun jika tidak dilestarikan dan dijaga dengan baik maka segala keunikan dan kekhasan dari kebudayaan itu sendiri perlahan-lahan akan pudar. Lingkungan ekonomi terdiri dari faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola belanja konsumen dalam dunia pariwisata. Faktor ekonomi dalam hal ini adalah pola perekonomian global. Berdasarkan wawancara dengan pengelola objek wisata Goa Gajah I Ketut Renten, kondisi ekonomi global memiliki pengaruh yang penting khususnya terhadap jumlah kunjungan wisatawan asing, apabila kondisi ekonomi global stabil maka wisatawan akan sering melakukan kunjungan wisata khususnya wisatawan golongan menengah ke atas. Untuk dapat memasuki desa wisata Goa Gajah tidaklah memerlukan biaya yang cukup tinggi hanya Rp.15.000,00 untuk orang dewasa dan Rp.7.500,00 untuk anak-anak, parkir roda empat sebesar Rp. 5.000,00, roda dua sebesar Rp2.000,00, dan untuk bus sebesar Rp10.000,00 sehingga setiap wisatawan bisa berkunjung ke objek wisata ini. Tetapi untuk sampai di objek wisata ini tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit bagi wisatawan yang datang dari daerah lain.

Ancaman objek wisata Goa Gajah ini yaitu adanya daya saing. Para pemasar harus berusaha keras untuk tidak saja menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan sasaran. Mereka juga harus menyesuaikan diri dengan

strategi perusahaan lain yang melayani pasar sasaran yang sama. Daya saing dalam penelitian ini yang dimaksud adalah daya saing objek wisata dengan objek wisata yang lain baik objek wisata yang sejenis maupun tidak sejenis. Pengembangan objek wisata Goa Gajah harus mempertimbangkan kondisi daya saing dan daya tarik wisata sejenis maupun tidak sejenis. Berdasarkan wawancara yang dilakukan mengenai daya saing objek wisata ini, mulai dikembangkan objek wisata yang sejenis di desa lain dengan konsep yang sama dengan objek ini yakni tradisional yaitu Candi gunung kawi, Tampaksiring. Selain itu muncul juga objek wisata yang menawarkan pemandangan berbagai objek wisata yang tersebar di Indonesia khususnya di daerah Bali.

Pembahasan

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata Goa Gajah adalah keindahan pemandangan yang diberi bobot sebesar 0,20, suasana di sekitar kompleks Goa Gajah begitu sangat tenang, begitu kita menginjakkan kaki langsung terasa nuansa yang begitu asri dan teduh. Dengan bentuk arsitektur dan juga pahatan relief dengan berbagai ukuran, sehingga membuat kita dalam suasana kerajaan- kerajaan Hindu-Budha pada kala itu, objek wisata ini diberikan bobot sebesar 0,20. Sehingga daya tarik objek wisata ini merupakan kekuatan objek wisata Goa Gajah sehingga akan menimbulkan keinginan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata ini. Sarana dan prasarana yang tersedia di objek wisata ini adalah adanya tempat parkir untuk kendaraan wisatawan baik roda *toilet* umum serta *tourist information centre*, dimana indikator ini diberi bobot 0,15. Sarana/prasarana ini menjadi kekuatan bagi objek wisata ini. Tata laksana atau infrastruktur di objek wisata yakni akses jalan menuju objek wisata ini sangat bagus karena kondisi

jalan sudah beraspal yang diberi bobot 0,10, letak objek wisata dengan jalan utama pun sangat strategis sehingga memudahkan untuk sampai ke objek wisata ini yang diberi bobot 0,10. Hal ini merupakan kekuatan bagi objek wisata Goa Gajah karena memudahkan wisatawan sampai ke objek ini. Masyarakat/ lingkungan yang dimaksud dalam hal ini adalah keramahan atau sikap masyarakat yang ada di objek wisata Goa Gajah khususnya masyarakat desa Bedulu terhadap wisatawan yang berkunjung. Masyarakat desa Bedulu sangat memiliki sikap yang sangat ramah terhadap wisatawan sehingga hal ini merupakan kekuatan objek wisata Goa Gajah hal ini diberi bobot sebesar 0,15.

Kelemahan objek wisata Goa Gajah yaitu kebersihan lingkungan di objek wisata Goa Gajah kurang terjaga dengan adanya sampah dedaunan dari beberapa pohon besar yang ada di objek wisata tersebut. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti maka nilai atau bobot untuk kebersihan lingkungan sebesar 0,05. Kelemahan dilihat dari segi sarana/ prasarana yaitu jenis makanan dan cendra mata objek wisata ini masih tergolong kurang karena warung makan kurang menyediakan makanan yang berkesan di lidah wisatawan serta tidak ada cindramata khas daerah ini menjadi kekurangan atau bagi objek wisata ini. Selainnya itu masih kurangnya penyediaan *home stay* atau penginapan bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana desa di objek ini. Indikator jenis makanan khas objek wisata Goa Gajah diberikan bobot sebesar 0,05.

Peluang objek wisata Goa Gajah yaitu sosial/Budaya dalam objek wisata adalah peran serta masyarakat dalam mengembangkan objek wisata dan untuk memajukan objek wisata Goa Gajah. peran serta masyarakat menjadi peluang yang baik dalam menarik kunjungan wisatawan ke objek wisata ini yang diberi bobot sebesar 0,20. Kondisi ekonomi khususnya ekonomi global saat ini cukup stabil, hal ini juga berdasarkan pendapat bank Indonesia

dalam antara news yang mengatakan bahwa kondisi ekonomi tahun ini jauh lebih stabil daripada tahun 2016, hal ini tentunya menjadi peluang yang baik karena tidak memberi pengaruh yang negatif terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Indikator ekonomi diberi bobot sebesar 0,20 karena perjalanan wisatawan memang sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi terutama wisatawan dari luar daerah Gianyar. Kemajuan teknologi informasi memberikan manfaat bagi objek wisata ini karena bisa digunakan untuk memperkenalkan atau mempromosikan objek wisata agar lebih dikenal oleh wisatawan sehingga hal ini menjadi peluang bagi objek wisata. Indikator perkembangan teknologi informasi diberi skor 0,15 karena indikator ini sangat penting untuk mempromosikan keberadaan objek wisata.

Ancaman objek wisata Goa Gajah yaitu kondisi politik dikatakan bahwa setiap adanya pemilu maka kunjungan wisatawan sedikit berkurang karena wisatawan mungkin merasa tidak nyaman untuk bepergian, hal ini menjadi ancaman dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, dimana indikator ini diberikan bobot 0,20. Serta kebijakan pemerintah terutama dalam pembinaan dan pelatihan SDM yang kurang menjadi ancaman objek wisata, indikator ini diberikan bobot 0,10. Munculnya objek wisata yang tidak sejenis menjadi pesaing bagi objek wisata ini, karena daya tarik yang ditawarkan jauh lebih menarik. Selain itu juga mulai dikembangkan objek wisata dengan konsep tradisional yang sama tentunya akan menjadi pesaing bagi objek wisata Goa Gajah. Hal ini tentunya akan menjadi ancaman bagi objek wisata Goa Gajah. Indikator ini diberi bobot sebesar 0,15.

Berdasarkan matrik internal dan eksternal yang terletak di sel V maka strategi yang diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar adalah strategi yang memusatkan pada pertumbuhan pasar yang kini dimasuki oleh

perusahaan melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif untuk menjual produk-produk yang kini dihasilkannya. Sementara pengembangan produk adalah strategi dengan mengembangkan produk baru untuk dijual ke pasar yang kini dimasuki perusahaan.

Berdasarkan kedua pengertian tersebut di atas, maka strategi penetrasi pasar terkait dengan pariwisata adalah memusatkan pengembangan wisata dengan menjual daya tarik berupa ciri khas yang dimiliki objek wisata Goa Gajah. Pengembangan produk terkait dengan pengembangan daya tarik wisata Goa Gajah adalah strategi dalam upaya meningkatkan potensi objek wisata yang dimiliki objek wisata, baik fisik maupun non fisik dimana di dalamnya mencakup daya tarik, sarana/prasarana wisata, tata laksana/infrastruktur dan masyarakat/lingkungan. Beberapa hal penting yang perlu dilakukan adalah peningkatan kualitas sarana/ prasarana yang ada.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teorinya Sunarto (2007:274) menyatakan bahwa "teori yang tepat digunakan dalam pertumbuhan pasar atau meningkatkan kunjungan objek wisata adalah strategi penetrasi pasar". Strategi ini dapat dilakukan melalui observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti kepada masyarakat dan pengunjung yang datang ke objek wisata Goa Gajah. Strategi penetrasi pasar juga dapat dilakukan dengan memasang iklan pada media cetak, elektronik maupun internet dan publisitas.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik simpulan bahwa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dalam mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan meliputi, daya tarik objek wisata Goa Gajah yaitu keindahan pemandangan dan suasana di sekitar kompleks Goa Gajah begitu sangat tenang, begitu kita menginjakkan kaki langsung terasa nuansa yang

begitu asri dan teduh. Dengan bentuk arsitektur dan juga pahatan relief dengan berbagai ukuran, sehingga membuat kita dalam suasana kerajaan- kerajaan Hindu-Budha. Faktor yang menjadi kelemahan (*weaknesses*) dalam mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan adalah dilihat dari segi kebersihan lingkungan yang kurang, sarana/prasarana yaitu kurangnya *artshop* yang menjual pernak-pernik khas objek wisata Goa Gajah serta masih minimnya penginapan atau *home stay*. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) dalam mempengaruhi kunjungan wisatawan dilihat dari indikator sosial/ budaya yaitu peran serta masyarakat sangat baik dalam mengembangkan dan memajukan objek wisata Goa Gajah, politik/ pemerintah yaitu keamanan lingkungan terjaga, ekonomi yaitu kondisi ekonomi global yang stabil, kemudian dari segi kemajuan teknologi yaitu telah memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi. Faktor yang menjadi ancaman (*threats*) dalam mempengaruhi kunjungan wisatawan dilihat dari indikator, politik pemerintah yaitu adanya pengaruh kondisi politik dan pengaruh kebijakan pemerintah, daya saing yaitu mulai dikembangkannya objek wisata yang sejenis. Strategi yang tepat untuk diterapkan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata Goa Gajah adalah penetrasi pasar. Strategi ini dapat dilakukan melalui observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti kepada masyarakat dan pengunjung yang datang ke objek wisata Goa Gajah. Strategi penetrasi pasar juga dapat dilakukan dengan memasang iklan pada media cetak, elektronik maupun internet dan publisitas.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yaitu pengelola objek wisata Goa Gajah hendaknya dapat menyediakan sarana/ prasarana yang lengkap sehingga membuat wisatawan senang

untuk berkunjung ke objek wisata ini. Seperti menyediakan *artshop* yang menjual pernak-pernik yang menjadi ciri khas objek wisata Goa Gajah. Masyarakat desa Bedulu harus lebih meningkatkan daya tarik dalam kebersihan dan mengembangkan objek wisata Goa Gajah. Hal ini dapat dilakukan dengan pengaktifan pemuda-pemudi untuk bergotong-royong dengan rutin membersihkan area objek wisata dan menata pertamanan agar terlihat asri dan rindang. Selain itu peran serta masyarakat dalam hal perencanaan dan pelaksanaan segala jenis kegiatan yang dalam kaitannya dengan peningkatan kualitas objek wisata perlu untuk ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan, Bungin. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Cooper, Schindler. (2013). *Business Research Methods*.
- Ghony, Djunaidi dan Almanshur, Fauzan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Meleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nawawi, H Hadari. 2000. *Manajemen strategik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Spillane, James J. 1985. *Ekonomi Pariwisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sumarni, Murti dan Wahyuni, Salamah. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sunarto. 2007. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: Amus.
- Supriyono, R. A. 2000. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, oka A. 2011. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah*

p-ISSN : 2599 - 1418
e-ISSN : 2599 - 1426

Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha
Volume 11 No. 1 Tahun 2019

Tujuan Pariwisata. Jakarta: PT.
Pradnya Paramita.