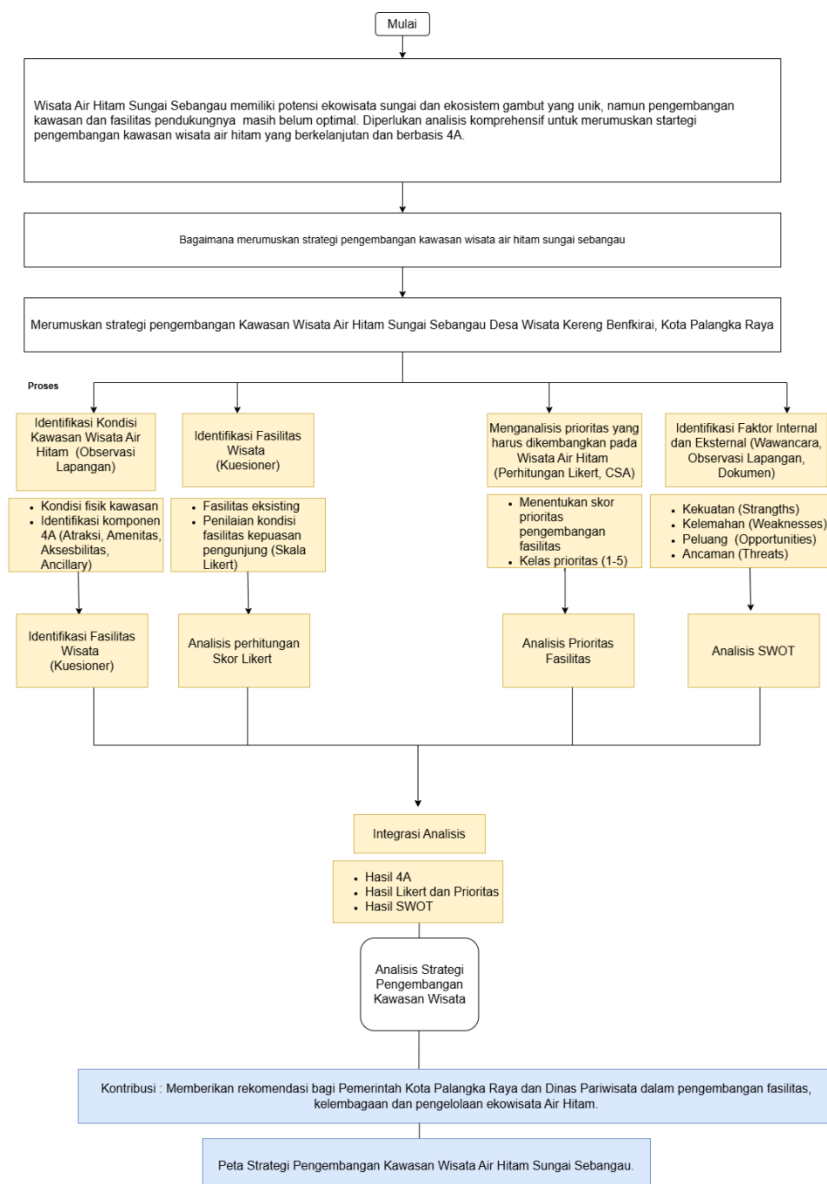


## BAB II KONSEP DAN ANALISIS

### 2.1 Kerangka Berpikir

Perencanaan adalah tahap untuk menentukan tujuan jangka panjang, sehingga diperlukan penyusunan strategi pengembangan agar tujuan tersebut dapat tercapai. Konsep pariwisata berkelanjutan terkait erat dengan konsep pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan sendiri merupakan upaya memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengabaikan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang digunakan dalam pelaksanaan Tugas Akhir.



Sumber: Hasil Analisis, 2025

**Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir**

Konsep berpikir ini disusun untuk menghasilkan Strategi Pengembangan fasilitas Kawasan Wisata Air Hitam Kota Palangkaraya berawal dari latar belakang permasalahan berupa potensi Kawasan Wisata Air Hitam belum sepenuhnya optimal karena keterbatasan fasilitas penunjang Kawasan Wisata Air Hitam di Kota Palangkaraya. Latar belakang tersebut kemudian menghasilkan rumusan masalah mengenai kurang memadainya infrastruktur penunjang kawasan wisata sehingga dapat berdampak pada kurangnya wisatawan yang berkunjung dan menurunnya PAD di Kota Palangkaraya. Proses analisis yang dilakukan dengan mengintegrasikan empat analisis yaitu identifikasi kondisi Kawasan Wisata Air Hitam, mengevaluasi kondisi fasilitas, menganalisis fasilitas prioritas dan analisis SWOT. Sehingga nantinya dapat menghasilkan rekomendasi dan Strategi Pengembangan Fasilitas Kawasan Wisata Air Hitam Sungai Sebangau Kota Palangka Raya yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh pemerintah terkait dalam pengembangan kawasan wisata di masa mendatang.

## **2.2 Kajian Teori**

Dasar teori merupakan suatu kerangka konseptual yang dibangun berdasarkan teori-teori yang relevan untuk menyelesaikan penelitian secara sistematis, khususnya dalam perencanaan pengembangan fasilitas kawasan Wisata Air Hitam Sebangau. Kerangka ini berfungsi sebagai landasan ilmiah yang mendasari analisis dan perumusan strategi pengembangan kawasan wisata tersebut.

### **2.2.1 Pariwisata**

Menurut UU RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata. Pariwisata adalah beragam aktivitas wisata yang didukung berbagai akomodasi dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Republik Indonesia, 2009). Wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi, dan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi. Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yang terdiri dari "Pari" dan "Wisata". Pari artinya berulang-ulang, sedangkan Wisata adalah perjalanan atau berpergian (Suryani, 2017).

Pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terikat dan melengkapi

untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan” (Edison et al., 2020). Pariwisata Indonesia merupakan salah satu pendorong pembangunan nasional dan menjadi perhatian serius pemerintah pusat. Ini menunjukkan bahwa destinasi pariwisata ada keterkaitannya dengan daya tarik wisata.

### **2.2.2 Wisata Air**

Wisata air merupakan bentuk pariwisata yang memanfaatkan potensi perairan sebagai daya tarik utama, baik berupa sungai, danau, laut, maupun wahana buatan seperti waterpark. Aktivitas wisata air tidak hanya sebatas rekreasi, tetapi juga mencakup pengelolaan dan pemanfaatan keindahan alam serta panorama perairan secara berkelanjutan (Saidi et al., 2022) Keunikan wisata air terletak pada pengalaman langsung yang diberikan kepada wisatawan, seperti susur sungai, olahraga air, hingga edukasi ekosistem perairan. Potensi ini menjadikan wisata air sebagai salah satu sektor strategis yang mampu menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara, sekaligus mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peluang usaha.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, wisata air memiliki nilai ekonomi yang besar, sehingga pengelolaannya harus dilakukan dengan prinsip keberlanjutan. Prinsip ini mencakup pengendalian dampak lingkungan, pelestarian ekosistem perairan, serta pemberdayaan masyarakat lokal agar manfaat pariwisata dapat dirasakan secara merata. Pengelolaan berkelanjutan juga menuntut pengembangan sarana dan prasarana pendukung, seperti aksesibilitas yang aman, fasilitas kebersihan, dan layanan informasi wisata. Penerapan konsep ekowisata dan kolaborasi antar pemangku kepentingan, wisata air dapat menjadi destinasi unggulan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan nilai edukasi dan konservasi bagi generasi mendatang.

### **2.2.3 Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata adalah suatu objek ciptaan Tuhan maupun hasil karya manusia, yang menarik minat orang untuk berkunjung dan menikmati keberadaannya (Lesmana & Astuti, 2018). Lebih lanjut dijelaskan bahwa, “Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi pemicu kunjungan wisatawan, dengan destinasi atau tujuan yang berupa sarana/objek seperti benda-benda yang tersedia di alam dan hasil ciptaan manusia” (Khaerani et al., 2018).

Suatu daerah dapat dikatakan memiliki daya tarik wisata apabila memenuhi beberapa karakteristik utama yang menjadi magnet bagi wisatawan (Tenda et al., 2022). Berikut penjabaran dari keempat sifat tersebut:

## 2. Keunikan

Keunikan merujuk pada ciri khas yang tidak dimiliki oleh tempat lain. Keunikan ini bisa berasal dari budaya lokal, atraksi alam, tradisi masyarakat, atau bentuk arsitektur yang khas. Hal ini menjadikan destinasi tersebut menarik karena memberikan pengalaman berbeda dari tempat-tempat wisata lainnya.

## 3. Keaslian

Keaslian berarti bahwa daya tarik yang ditawarkan masih murni dan belum banyak mengalami perubahan atau campur tangan dari luar. Keaslian ini dapat mencakup gaya hidup masyarakat lokal, kuliner tradisional, atau lingkungan alam yang terjaga. Wisatawan cenderung tertarik pada sesuatu yang otentik dan mencerminkan identitas lokal secara nyata.

## 4. Kelangkaan

Suatu daya tarik disebut memiliki kelangkaan jika sulit ditemukan di daerah lain, baik secara nasional maupun internasional. Kelangkaan ini menciptakan rasa eksklusivitas yang tinggi, sehingga wisatawan terdorong untuk datang karena ingin merasakan sesuatu yang langka dan tidak mudah diakses di tempat lain.

## 5. Menumbuhkan Semangat dan Memberikan Nilai

Daya tarik wisata juga harus mampu membangkitkan semangat, antusiasme, atau ketertarikan emosional dari wisatawan. Selain itu, tempat wisata tersebut harus memberikan nilai, baik itu nilai edukasi, rekreasi, spiritual, maupun pengalaman pribadi yang berkesan bagi pengunjungnya. Nilai-nilai inilah yang membuat wisatawan merasa puas dan mungkin ingin kembali atau merekomendasikan kepada orang lain.

### 2.2.4 Komponen 4A Pariwisata

Komponen 4A merupakan komponen yang terdapat di setiap destinasi wisata yang bertujuan untuk pengembangan potensi keparisiwisataan destinasi wisata tersebut. Komponen 4A terdiri dari *Attraction*, *Amenities*, *Accillary*, dan *Accessibility* (Setyanto & Pangestuti, 2019). Berikut merupakan pengertian dari komponen-komponen tersebut :

#### 1) *Attraction*

Komponen *attraction* atau atraksi adalah komponen yang paling krusial dimana dengan adanya komponen ini sangat mempengaruhi untuk menarik wisatawan

datang ke suatu destinasi wisata. Atraksi yang ditawarkan untuk menarik kedatangan wisatawan disebutkan ada 3 (tiga) yaitu atraksi alam (natural resources) seperti sungai, danau dan pegunungan; atraksi budaya (cultural attractions) berupa tradisi, kesenian dan warisan lokal yang menawarkan pengalaman autentik, serta atraksi buatan (built attractions) berupa wahana seperti museum, waterpark, atau icon buatan manusia untuk keperluan pariwisata (Utomo et al., 2024).

Pengembangan yang tepat baik secara satu jenis atraksi maupun kombinasi dari ketiga jenis atraksi ini, disesuaikan dengan potensi lokal, terbukti meningkatkan daya saing destinasi. Penelitian di festival budaya Isen Mulang, Kalimantan Tengah menunjukkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan budaya Dayak meningkatkan keberlanjutan (Widen, 2024). Oleh karena itu, strategi pengembangan atraksi harus selaras dengan karakteristik lokal, memperhatikan aspek keberlanjutan, dan dilengkapi fasilitas pendukung untuk meningkatkan kualitas pengalaman dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

## **2) *Amenitas***

Amenitas adalah komponen yang berisi mengenai sarana serta prasarana yang ada dan diperlukan oleh wisatawan ketika mereka datang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Sarana seperti penginapan, restoran, agen perjalanan, atau transportasi lokal merupakan penunjang utama kenyamanan wisatawan. Sementara itu, prasarana meliputi infrastruktur dasar seperti jalan, saluran air, listrik, dan fasilitas kebersihan (toilet, pengelolaan sampah), yang berperan menjadi sarpras utama pendukung operasional dan kelancaran aktivitas wisata (Paninggiran et al., 2025)

Menurut Kotler (2019) fasilitas adalah sumber daya fisik yang dapat digunakan wisatawan ketika wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata. Fasilitas adalah “peralatan fisik yang disediakan untuk mendukung kenyamanan konsumen sebelum jasa dapat ditawarkan”. Ini sejalan dengan penelitian (Javada et al., 2025) yang menyatakan kualitas pelayanan didukung oleh fasilitas memadai merupakan faktor utama dalam mencapai kepuasan pengunjung.

## **3) *Ancillary***

*Ancillary services* (layanan tambahan) mencakup berbagai bentuk dukungan yang disediakan oleh pemerintah daerah, dinas pariwisata, maupun organisasi seperti kelompok sadar wisata untuk memperlancar operasional destinasi. Pelayanan ini

meliputi pemasaran digital, pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur (jalan, aplikasi, jaringan pendukung), serta koordinasi kebijakan dan regulasi wisata agar lebih tertata (Mali, 2021). Menurut Emelya (2018) pengelolaan objek wisata merupakan suatu rangkaian kegiatan yang meliputi merencanakan, mengorganisasikan dan mengarahkan, dan mengawasi kegiatan manusia dengan memanfaatkan material dan 15 fasilitas alam yang ada sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung.

#### **4) *Accessibility***

Salah satu komponen yang sangat berpengaruh adalah *Accessibility* dimana komponen ini mempengaruhi perjalanan wisatawan ke suatu destinasi wisata. Dengan adanya segala macamnya transportasi yang dapat menempuh ke suatu destinasi wisata dapat mempermudah wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Dengan pengembangan komponen ini dengan sangat baik akan membuat wisatawan lebih berbondong-bondong datang dikarenakan destinasi wisata akan lebih mudah dicapai. Sarana dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung ataupun tidak langsung memberikan dampak positif kepada wisatawan ketika berkunjung ke suatu destinasi wisata, sedangkan prasarana adalah sumber daya alam atau sumber daya buatan yang dibutuhkan oleh wisatawan ketika menuju suatu destinasi wisata (Soesiantoro, 2024).

### **2.2.5 Best Practice Pariwisata**

Best practice dalam pengembangan pariwisata merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengidentifikasi praktik terbaik yang telah terbukti efektif dalam pengelolaan destinasi wisata. Pendekatan ini umumnya dilakukan melalui metode *benchmarking*, yaitu proses sistematis untuk membandingkan kinerja, sistem, atau praktik suatu organisasi dengan praktik terbaik guna meningkatkan kualitas dan kinerja pengelolaan (Camp, 2024; Yasin, 2002)

Dalam konteks pariwisata, *benchmarking* digunakan sebagai alat evaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan suatu destinasi dalam memenuhi prinsip pengelolaan yang efektif, efisien, dan berkelanjutan (Buckley, 2012). Pendekatan ini memungkinkan perencanaan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara kondisi eksisting dengan standar ideal, sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat.

Pengembangan destinasi wisata secara umum mengacu pada konsep 4A (*Attraction, Amenity, Accessibility, dan Ancillary*) yang menjadi komponen utama dalam mendukung

keberhasilan suatu destinasi (Cooper et al., 1995). Keempat komponen tersebut saling berkaitan dan harus dikembangkan secara terpadu untuk menciptakan pengalaman wisata yang optimal.

Pada aspek atraksi, pengembangan wisata berbasis alam harus memperhatikan prinsip konservasi dan edukasi lingkungan guna menjaga keberlanjutan sumber daya alam (Das & Chatterjee, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak hanya berfungsi sebagai objek kunjungan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pelestarian lingkungan.

Pada aspek amenitas, ketersediaan dan kualitas fasilitas wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan hasil perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan pengunjung (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, penyediaan fasilitas yang memadai dan berkualitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman wisatawan.

Selanjutnya, pada aspek aksesibilitas, sistem transportasi dan kemudahan pencapaian destinasi harus dirancang tidak hanya untuk mendukung mobilitas wisatawan, tetapi juga untuk mengendalikan tekanan terhadap lingkungan. Menurut Clare A. Gunn (1994), aksesibilitas merupakan elemen penting dalam perencanaan pariwisata yang berfungsi sebagai penghubung antara wisatawan dan destinasi. Pengelolaan akses yang tidak terkontrol dapat menimbulkan dampak negatif, seperti fenomena overtourism yang mengancam keberlanjutan destinasi (Peeters et al., 2018).

Adapun pada aspek kelembagaan (*ancillary*), keberhasilan pengelolaan destinasi sangat dipengaruhi oleh peran dan kolaborasi antar pemangku kepentingan, baik pemerintah, masyarakat, maupun sektor swasta. Tata kelola pariwisata yang kolaboratif dan partisipatif terbukti mampu meningkatkan keberlanjutan destinasi (Damanik & Yusuf, 2022).

Dengan demikian, best practice dalam pengembangan pariwisata tidak hanya berfokus pada satu aspek tertentu, tetapi menekankan pentingnya integrasi seluruh komponen 4A secara simultan. Pendekatan ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi yang berkelanjutan, berdaya saing, dan adaptif terhadap kondisi lingkungan serta kebutuhan wisatawan.

## 2.3 Analisis Kondisi Eksisting Pariwisata

Analisis dalam Tugas Akhir ini dilakukan untuk memahami kondisi eksisting fasilitas wisata, mengukur tingkat kepuasan pengunjung, menentukan prioritas pengembangan, dan merumuskan strategi berbasis SWOT. Pendekatan ini mengintegrasikan data kuantitatif dan kualitatif agar hasilnya lebih akurat dan aplikatif

### 2.3.1 Analisis Kondisi Pariwisata Berdasarkan 4A

Model 4A (*Attraction, Amenities, Accessibility, Ancillary*) digunakan untuk mengevaluasi daya tarik dan kelengkapan fasilitas destinasi. Atraksi alam dan budaya menjadi kekuatan utama, sedangkan kelemahan sering muncul pada aspek amenities dan aksesibilitas. Studi di Pulau Angso Duo menunjukkan bahwa meskipun atraksi alam kuat, keterbatasan fasilitas pendukung dan akses jalan menurunkan kepuasan wisatawan (Lestari & Kurnia, 2022).

Model 4A (*Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary*) digunakan untuk mengevaluasi kelengkapan dan kualitas komponen destinasi wisata.

- *Attraction* menilai daya tarik utama, baik berupa atraksi alam, budaya, maupun buatan manusia. Komponen ini menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.
- *Accessibility* mencakup kemudahan akses menuju lokasi, termasuk kualitas jalan, transportasi umum, dan fasilitas pendukung mobilitas.
- *Amenities* meliputi sarana dan prasarana seperti penginapan, restoran, toilet, area parkir, serta fasilitas kebersihan.
- *Ancillary* adalah layanan tambahan seperti pusat informasi, pemasaran, pengelolaan regulasi, dan dukungan kelembagaan.

Analisis 4A memberikan gambaran menyeluruh tentang kekuatan dan kelemahan destinasi, sehingga dapat menjadi dasar untuk menentukan aspek yang perlu ditingkatkan. Pendekatan ini juga mendukung konsep pariwisata berkelanjutan karena menekankan keseimbangan antara daya tarik, aksesibilitas, dan kualitas layanan.

### 2.3.2 Analisis Skala Likert Deskriptif Kuantitatif Kondisi Wisata

Analisis deskriptif kuantitatif menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi pengunjung terhadap kualitas fasilitas wisata seperti toilet, area parkir, sarana ibadah, dan

kebersihan lingkungan. Skala Likert adalah salah satu alat yang paling umum digunakan termasuk dalam riset terkait kondisi tempat wisata, skala ini dapat mempermudah pengukuran dari nilai subjektif dan persepsi yang dituangkan dalam angka secara kuantitatif atau skor tertentu dan terbatas (Joshi et al., 2015). Skala likert ini pertama kali dikemukakan oleh Rensis Likert tahun 1932 untuk menilai jawaban terkait presepsi yang menyatakan ketidak-setujuan atau kesetujuan terkait pertanyaan yang dilontarkan, pada umumnya diwakili dengan nilai 1 hingga 5 (Simamora, 2022).

Identifikasi kondisi seperti pariwisata dengan skala likert melalui cara mengonversi persepsi menjadi skor, skala likert sering dipakai untuk menilai kepuasan pengunjung, persepsi terhadap fasilitas, dan minat berkunjung kembali, karena mudah diolah secara statistik (Bellizzi et al., 2020; Roselidyawaty & Rokeman, 2024) Penelitian pariwisata di Indonesia menunjukkan penilaian tingkat kepuasan terhadap fasilitas dasar pariwisata seperti toilet dan akses jalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sehingga pengelolaan fasilitas harus menjadi prioritas utama (Sari & Salilana, 2021).

Selain pengumpulan data, validasi instrumen menjadi tahap krusial agar hasil analisis dapat dipercaya. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* memastikan konsistensi jawaban responden, sedangkan uji validitas mengukur sejauh mana pertanyaan mencerminkan variabel yang diteliti. Nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7 umumnya dianggap reliabel, sehingga data layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. penerapan uji reliabilitas dan validitas dalam penelitian pariwisata meningkatkan akurasi pengambilan keputusan berbasis data. Dengan demikian, kombinasi skala Likert dan validasi instrumen memberikan dasar yang kuat untuk merumuskan strategi pengembangan fasilitas wisata secara terukur dan berkelanjutan (Suasapha, 2020).

### **2.3.3 Analisis Prioritas Pengembangan**

Analisis prioritas pengembangan menggunakan analisis *Customer Satisfaction Analysis* (CSA). Analisis ini diterapkan untuk menetapkan prioritas pengembangan fasilitas wisata berdasarkan tingkat kepuasan pengunjung yang terukur. Biasanya, fasilitas dengan skor rendah seperti aksesibilitas bagi penyandang disabilitas dan sarana kesehatan diklasifikasikan sebagai prioritas utama, sementara fasilitas yang sudah memuaskan pengunjung (misalnya gazebo atau pusat informasi) dipertahankan. Teknik ini menyajikan pendekatan kuantitatif dalam pengelolaan sarana, memastikan perubahan dan prioritas

difokuskan pada area yang paling membutuhkan dengan tanda fasilitas yang memiliki nilai rendah dari hasil kuesioner (Fanggidae & Bere, 2020).

CSA dapat menganalisis persepsi pengunjung dengan data kondisi lapangan, sehingga identifikasi kondisi untuk pengalokasian sumber daya menjadi lebih tepat dan efisien. Metode ini telah dikembangkan dalam penelitian terkini yang menerapkan prioritas intervensi berbasis formulasi customer satisfaction seperti dalam penelitian (Anugrah et al., 2025) mengkombinasikan CSA dan analisis SWOT untuk menentukan fasilitas wisata yang harus dikembangkan atau dipertahankan, berdasarkan *gap analysis* dari tingkat kepuasan pengunjung. Teknik ini memungkinkan strategi responsif dan adaptif, sesuai harapan wisatawan dan kondisi eksisting.

#### **2.3.4 Dasar Teori Grafik Radar**

Grafik radar (*radar chart*) atau *spider chart* merupakan salah satu metode visualisasi data multivariat yang digunakan untuk menampilkan perbandingan nilai beberapa variabel secara simultan dalam bentuk sumbu radial. Menurut Ware (2013), grafik radar memungkinkan pembaca untuk menangkap pola distribusi data melalui jarak titik terhadap pusat grafik, di mana semakin jauh posisi titik dari pusat menunjukkan nilai semakin tinggi, sedangkan semakin dekat titik ke pusat menunjukkan nilai yang semakin rendah. Prinsip ini menjelaskan bahwa lingkaran-lingkaran konsentris pada radar chart berfungsi sebagai grid penanda skala, sehingga memudahkan interpretasi kualitas atau performa masing-masing variabel melalui perbandingan visual. Dalam konteks analisis persepsi fasilitas wisata, penggunaan radar chart sering dipadukan dengan skala Likert untuk menunjukkan tingkat kepuasan atau kondisi suatu komponen layanan. Menurut likert (1932) dalam penelitian-penelitian modern menyatakan bahwa rata-rata skor Likert dapat dipetakan ke dalam kategori kualitas tertentu nilai tinggi menunjukkan aspek yang memuaskan, sedangkan nilai rendah mengindikasikan aspek yang perlu perbaikan. Oleh karena itu, pada grafik radar hasil kuesioner, lingkaran paling luar merepresentasikan kondisi fasilitas dengan kualitas terbaik, sedangkan lingkaran bagian dalam menggambarkan fasilitas yang kurang memuaskan dan memerlukan prioritas pengembangan. Dengan demikian, grafik radar tidak hanya berfungsi sebagai alat presentasi data, tetapi juga sebagai instrumen analitis untuk mengidentifikasi area prioritas dalam perbaikan fasilitas wisata secara visual dan komprehensif (Joshi et al., 2015).

### 2.3.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perumusan strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi empat komponen utama: kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam pengembangan fasilitas wisata. Faktor internal seperti keberadaan atraksi alam, keunikan budaya, dan partisipasi masyarakat sering menjadi kekuatan yang mendukung daya tarik destinasi. Sebaliknya, keterbatasan amenities, aksesibilitas, dan kapasitas sumber daya manusia menjadi kelemahan yang harus diatasi. Dari sisi eksternal, peluang dapat muncul melalui dukungan regulasi pemerintah, tren ekowisata, dan potensi kerja sama dengan pihak swasta, sedangkan ancaman biasanya berasal dari cuaca ekstrem, risiko bencana, serta konflik lahan yang dapat menghambat pengembangan kawasan wisata (Pambudi et al., 2024)

Pendekatan SWOT dapat merumuskan strategi pengembangan yang terarah, dengan memetakan faktor-faktor tersebut ke dalam matriks SWOT, pengelola dapat menyusun strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang), WO (mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang), ST (menggunakan kekuatan untuk mengurangi ancaman), dan WT (meminimalkan kelemahan serta ancaman). Kombinasi SWOT dengan analisis 4A memberikan hasil yang lebih komprehensif karena mengintegrasikan aspek daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung ke dalam perencanaan strategis. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa integrasi kedua metode ini mampu menghasilkan rekomendasi yang berkelanjutan untuk pengembangan destinasi wisata (Lestari & Kurnia, 2022).

Dalam pengembangannya, strategi SWOT dapat diklasifikasikan berdasarkan tingkat prioritas dan implementasinya menjadi Challenge, Implement, Possible, dan Reconsider, yang dijelaskan sebagai berikut:

#### A. Challenge

Strategi *challenge* merupakan strategi defensif dengan tingkat urgensi tinggi yang diterapkan ketika organisasi menghadapi kelemahan internal dan ancaman eksternal secara bersamaan. Fokus utama strategi ini adalah mitigasi risiko dan menjaga keberlangsungan organisasi. Strategi WT berfungsi untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yang dapat mengganggu stabilitas organisasi (Gurel Emet dan Tat, 2020).

### *B. Implement*

Strategi *implement* merupakan strategi proaktif yang menjadi prioritas utama dalam pelaksanaan karena memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Organisasi dengan kekuatan dan peluang yang besar memiliki kemampuan untuk melakukan ekspansi, inovasi, dan pengembangan secara optimal guna mencapai keunggulan kompetitif (Kotler & Keller, 2021).

### *C. Possible*

Strategi *possible* berfokus pada upaya memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia. Strategi ini bersifat pengembangan dan biasanya dilakukan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, sistem manajemen, serta infrastruktur. Strategi WO bertujuan untuk meningkatkan kesiapan organisasi agar mampu memanfaatkan peluang secara maksimal (Gurel dan Tat, 2020).

### *D. Reconsider*

Strategi *reconsider* merupakan strategi yang bersifat adaptif dan tidak selalu menjadi prioritas utama, namun tetap penting untuk dipertimbangkan. Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengurangi dampak ancaman eksternal. menyebutkan bahwa strategi ini penting sebagai langkah antisipatif dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal (Kotler & Keller, 2021).

## **2.3.6 Teori Zona Pengembangan Wisata**

Zonasi dalam pengembangan kawasan wisata merupakan pendekatan spasial yang bertujuan untuk mengatur pemanfaatan ruang secara terstruktur guna menghindari konflik fungsi serta menjaga keberlanjutan lingkungan. Pembagian zona. Kawasan wisata memiliki struktur spasial yang terdiri dari zona inti (*core zona*), zona transisi (*transition zone*), zona pelayanan (*service zone*), dan zona pendukung (*support zone*). Konsep ini menekankan pentingnya pemisahan fungsi ruang antara area daya tarik utama dan area pelayanan agar aktivitas wisata tidak mengganggu kelestarian sumber daya utama (Stephen L.J. Smith, 1980).

Dalam perspektif perencanaan pariwisata berkelanjutan, zonasi merupakan mekanisme implementatif untuk mengintegrasikan prinsip daya dukung lingkungan (*carrying capacity*) ke dalam tata ruang destinasi. Inskeep (1991) menegaskan bahwa pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan kapasitas ekologis serta pengendalian dampak melalui pengaturan penggunaan lahan yang terencana. Oleh karena itu, zonasi tidak hanya mengatur struktur fisik kawasan, tetapi juga menjadi alat pengendalian intensitas

aktivitas wisata sesuai dengan tingkat sensitivitas masing-masing area, terutama pada ekosistem yang rentan seperti lahan gambut dan rawa.

Dalam kerangka teori sistem pariwisata yang dikemukakan oleh Gunn (1994), destinasi dipahami sebagai suatu sistem terpadu yang terdiri atas atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan pelayanan pendukung. Dalam konteks ini, zonasi berperan sebagai kerangka spasial yang mengorganisasi konsep 4A (*Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary*) secara terstruktur. Atraksi ditempatkan pada zona inti yang dilindungi, aksesibilitas diatur melalui jalur dan titik masuk yang terkontrol dalam zona transisi, amenitas dikembangkan pada zona pelayanan agar tidak mengganggu atraksi utama, sedangkan aspek kelembagaan dan operasional berada pada zona pendukung. Dengan demikian, zonasi berfungsi sebagai instrumen integratif yang memastikan pengembangan keempat komponen 4A berlangsung secara sinergis, efisien, dan berkelanjutan.

Secara konseptual, dapat ditegaskan bahwa zonasi bukan sekadar pembagian ruang, melainkan strategi manajerial dan ekologis untuk menjaga keseimbangan antara pemanfaatan wisata dan konservasi sumber daya. Penerapan zonasi yang tepat memungkinkan terciptanya struktur destinasi yang tertata, terkontrol, serta mampu mempertahankan kualitas lingkungan dan pengalaman wisata dalam jangka panjang.

### **2.3.7 Strategi Pengembangan Pariwisata**

Strategi pengembangan pariwisata merupakan pendekatan jangka panjang yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik suatu destinasi, sekaligus memberikan manfaat bagi wisatawan dan masyarakat lokal (Edison et al., 2020). Pariwisata berkelanjutan menjadi pendekatan utama dalam pengelolaan destinasi wisata saat ini, dengan menitikberatkan pada terciptanya keseimbangan antara kepentingan ekonomi, nilai-nilai sosial budaya, serta kelestarian lingkungan.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021), pariwisata berkelanjutan perlu memastikan terciptanya manfaat ekonomi yang merata bagi masyarakat setempat, menjaga kelestarian lingkungan, serta mempertahankan nilai-nilai budaya dan sosial lokal. Perencanaan pengembangan sarana dan prasarana wisata harus didasarkan pada kajian mendalam terhadap kondisi yang ada, potensi yang dimiliki, serta hambatan atau tantangan yang mungkin muncul. Metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sering digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan wisata (Nggini, 2019).