

BAB 4

ANALISIS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KECAMATAN GEMBONG

4.1 Analisis Komponen Pariwisata

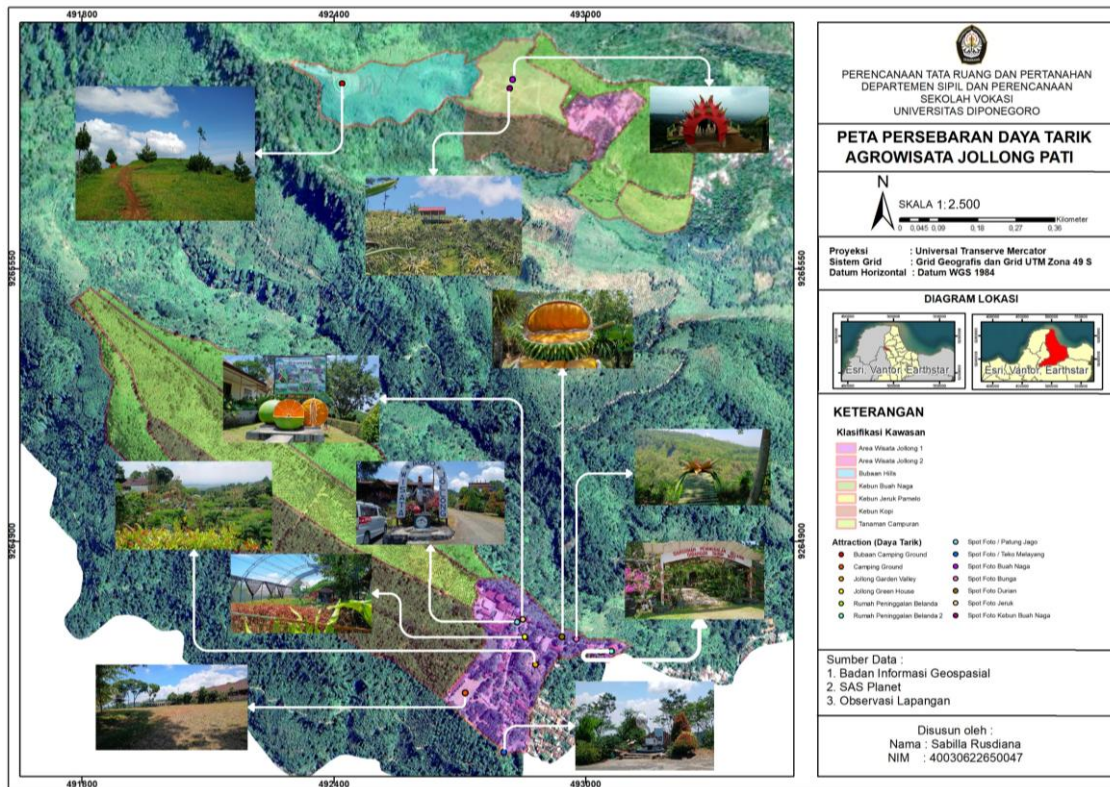
4.1.1 Komponen Pariwisata 7A Agrowisata Jollong

Penggunaan komponen pariwisata 7A pada Agrowisata Jollong dilakukan karena kawasan wisata tersebut memiliki karakteristik destinasi wisata yang beragam dan tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai edukasi pertanian dan wisata alam. Komponen 7A digunakan untuk menilai apakah suatu tempat wisata sudah memiliki pendukung wisata yang lengkap dengan mengidentifikasi aspek pengembangan wisata yang meliputi *Attraction* (daya Tarik wisata), *Activity* (kegiatan wisata), *Amenities* (fasilitas), *Accessibility* (aksesibilitas), *Ancillary Service* (pelayanan tambahan), *Available Package* (paket tersedia), dan *Awareness* (kesadaran). Agrowisata Jollong dinilai telah memenuhi sebagian besar komponen tersebut. Oleh karena itu, penggunaan analisis 7A dinilai sesuai untuk menganalisis tingkat kelengkapan dan pengembangan Agrowisata Jollong sebagai destinasi wisata unggulan di Kecamatan Gembong. Berikut Analisis komponen pariwisata di Agrowisata Jollong

A. *Attraction* (Atraksi / Daya Tarik Wisata)

Atraksi merupakan produk utama dalam objek pariwisata. Atraksi atau daya Tarik wisata berkaitan dengan apa yang bisa dilihat dan apa yang bisa dilakukan wisatawan saat berada di suatu tempat. Atraksi dapat berupa keindahan serta keunikan alam, budaya lokal, situs sejarah, atraksi buatan seperti wahana permainan dan hiburan. Suatu atraksi idealnya memiliki nilai pembeda yang kuat untuk memberikan gambaran mengenai sebaran atraksi di Agrowisata Jollong.

Peta persebaran daya tarik wisata digunakan untuk menggambarkan lokasi dan sebaran berbagai atraksi wisata yang terdapat dalam suatu kawasan. Peta ini memberikan informasi mengenai posisi setiap daya tarik wisata serta pola persebarannya, apakah terkonsentrasi pada satu wilayah tertentu atau tersebar secara merata. Melalui peta ini, peneliti dapat mengidentifikasi potensi unggulan yang dimiliki kawasan wisata dan mengetahui keterkaitan antarobjek wisata sebagai dasar pengembangan destinasi secara terpadu. Berikut ditampilkan peta lokasi beserta dokumentasi visual tiap titik daya Tarik.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2026

Gambar 4. 1 Peta Persebaran Daya Tarik Agrowisata Jollong

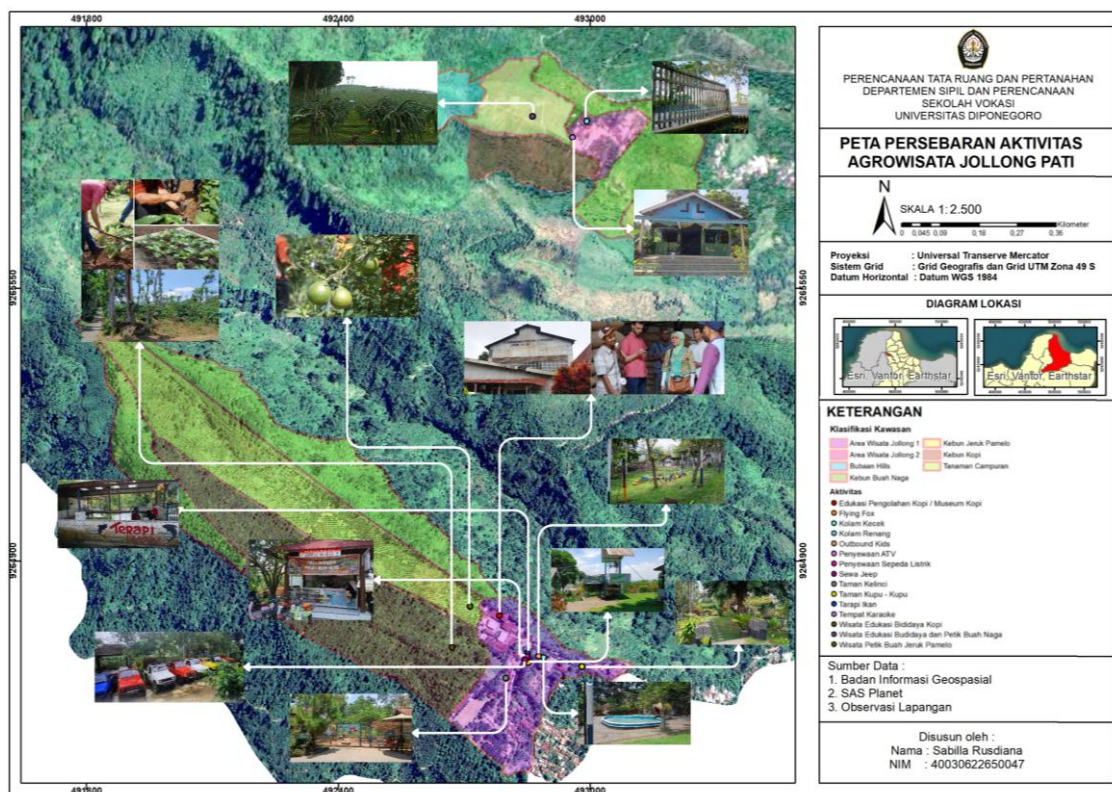
Daya Tarik utama dari Agrowisata Jollong adalah wisata alam dan wisata buatan. Kawasan wisata yang mengandalkan potensi keindahan alam perbukitan dan perkebunan sebagai daya Tarik utama. Kawasan ini didominasi oleh kebun kopi, kebun buah naga, kebun jeruk dengan pemandangan hijau serta udara yang sejuk. Pada area perkebunan pengunjung dapat berkesempatan untuk memetik buah ketika musim panen buah datang dan bisa belajar cara budidaya tanaman. Pengunjung juga dapat melakukan kegiatan berkemah di area Bubaan Hills, sehingga dapat menikmati suasana alam Agrowisata Jollong secara lebih dekat dan menyeluruh karena Bubaan Hills ada di tempat paling tinggi di Agrowisata Jollong yaitu dengan ketinggian 860 MDPL.

Disamping potensi alam, pengembangan wisata buatan juga terlihat dominan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya Jollong Garden Valley dan green house yang dibuat untuk meningkatkan daya Tarik pengunjung, serta ada banyak spot foto buatan yang berfungsi untuk melengkapi keindahan alam yang ada. Daya Tarik Agrowisata Jollong memiliki perpaduan yang seimbang antara potensi alam, pengembangan wisata buatan, dan nilai edukasi yang dimiliki. Oleh karena itu, Agrowisata Jollong mampu memberikan pengalaman wisata yang beragam, nyaman, dan terintegrasi dalam satu kawasan.

B. Activity (Aktivitas / Kegiatan Wisata)

Aktivitas wisata merupakan salah satu bagian dalam pengembangan objek wisata karena menentukan apa saja yang dapat dilakukan wisatawan selama berada di kawasan Agrowisata Jollong. Aktivitas tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap atraksi, tetapi juga bisa ikut beraktivitas, belajar sesuatu, dan tetap menyenangkan. Dalam lingkup agrowisata, aktivitas menjadi unsur yang menghubungkan pengunjung secara langsung dengan lingkungan pertanian melalui kegiatan melihat, mencoba, hingga berpartisipasi dalam proses budidaya tanaman.

Peta persebaran aktivitas wisata digunakan untuk menunjukkan lokasi berbagai kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan di kawasan wisata. Peta ini memberikan gambaran mengenai jenis aktivitas yang tersedia serta persebarannya pada setiap titik wisata. Informasi tersebut dapat digunakan untuk mengetahui tingkat keragaman aktivitas wisata yang ditawarkan serta mengidentifikasi area yang memiliki potensi untuk pengembangan aktivitas wisata baru guna meningkatkan daya tarik destinasi. Berikut ini persebaran aktivitas yang dapat dilakukan di Agrowisata Jollong.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2026

Gambar 4. 2 Peta Sebaran Aktivitas Agrowisata Jollong

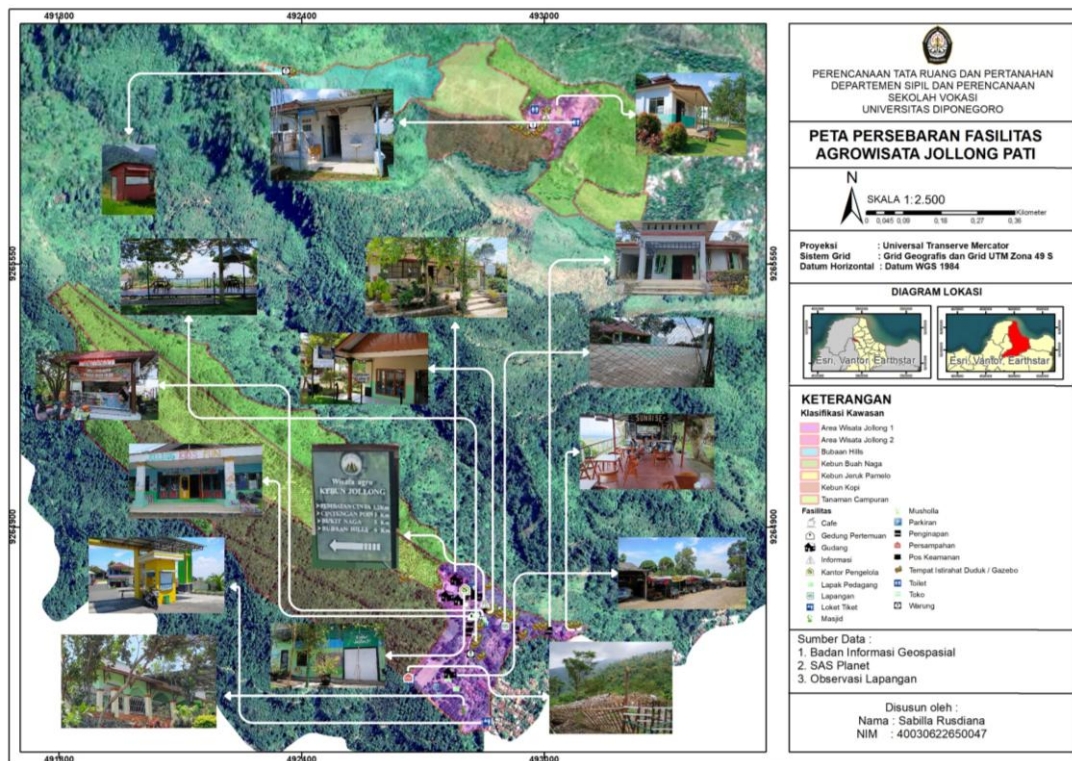
Dari hasil observasi, aktivitas di Agrowisata Jollong sangat beragam dan dapat dinikmati oleh pengunjung dari semua kalangan, baik anak – anak sampai orang dewasa.

Kegiatan yang tersedia mencakup wisata rekreasi, edukasi, rekreasi, dan hiburan, seperti belajar edukasi budidaya tanaman, menikmati alam, bermain, hingga mencoba berbagai wahana seru. Pengunjung dapat belajar tentang pertanian, seperti belajar budidaya buah naga, jeruk, kopi, dan pengolahan kopi. Selain itu, pengunjung juga bisa bersantai dan menikmati suasana alam, seperti duduk di taman, bermain bersama kelinci di taman kelinci. Tersedia juga fasilitas seperti kolam renang dan area bermain. Bagi yang menyukai aktivitas seru, tersedia wahana seperti flyng fox, *outbound*, serta penyewaan ATV, sepeda listrik dan jeep untuk berkeliling kawasan. Banyaknya pilihan aktivitas tersebut, Agrowisata Jollong mampu memberikan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga bermanfaat, dan tidak membosankan karena semua kegiatan dapat dilakukan dalam satu kawasan.

C. Amenities (Fasilitas)

Amenities tidak hanya fasilitas dasar seperti toilet, tempat duduk, area parkir, musholla, dan pusat informasi, tetapi juga fasilitas tambahan seperti restoran/cafe, warung, kios – kios dagang, toko souvenir, ruang pertemuan, hingga ruang edukasi dan ruang edukasi.

Peta persebaran fasilitas wisata digunakan untuk menggambarkan lokasi sarana dan prasarana pendukung kegiatan wisata yang tersedia di kawasan penelitian. Fasilitas yang dipetakan dapat berupa area parkir, toilet, musala, gazebo, warung makan, pusat informasi wisata, maupun penginapan. Peta ini berfungsi untuk mengetahui tingkat ketersediaan dan pemerataan fasilitas pendukung wisata sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan kebutuhan pengembangan fasilitas guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Berikut ini persebaran titik fasilitas di Agrowisata Jollong.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2026

Gambar 4. 3 Peta Persebaran Fasilitas Agrowisata Jollong

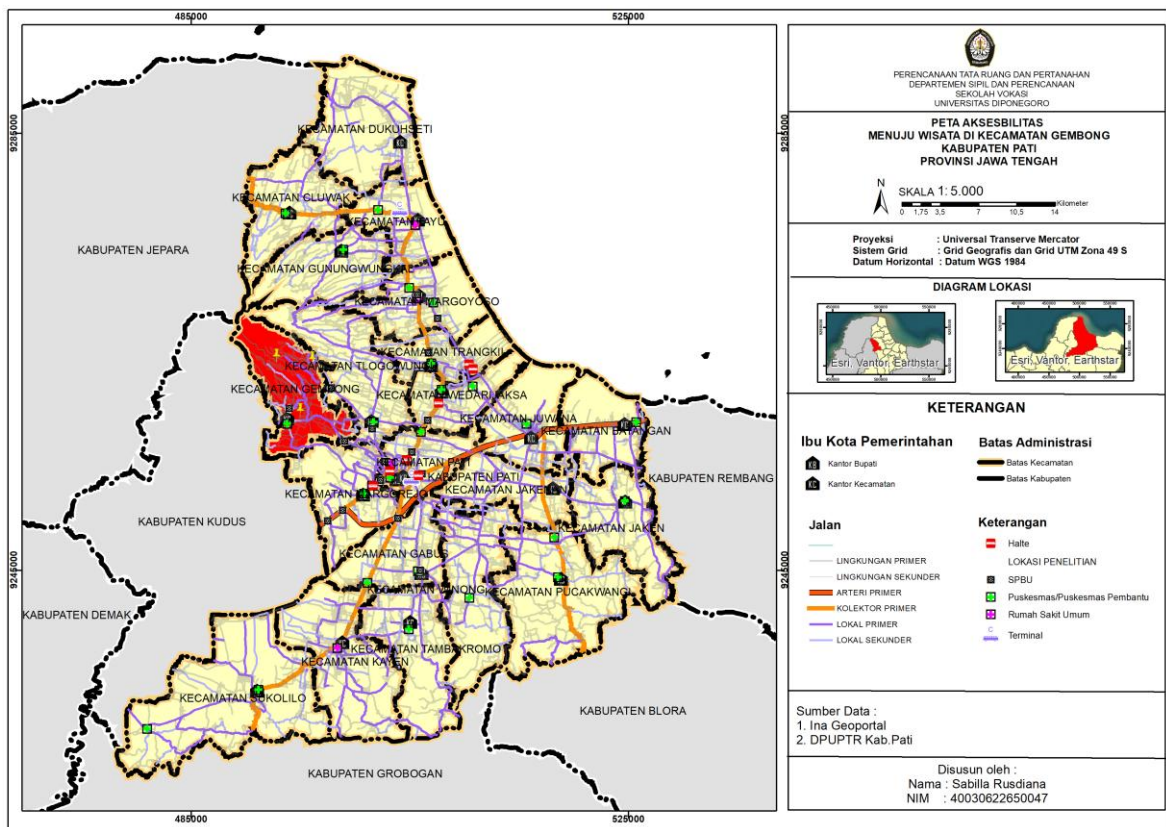
Fasilitas – fasilitas tersebut tersebar merata di kawasan Agrowisata Jollong, sehingga memudahkan pengunjung untuk menjangkau kebutuhan mereka selama berada lokasi wisata. Secara umum, kondisi fasilitas sudah cukup baik, namun masih diperlukan upaya peningkatan kualitas melalui perawatan secara rutin, penambahan fasilitas pada titik tertentu, serta penyediaan fasilitas yang sesuai standar seperti tempat sampah terpilah, dan akses bagi penyandang disabilitas. Keberadaan *amenities* menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan kualitas sebuah destinasi wisata karena fasilitas yang lengkap dapat meningkatkan kenyamanan, keamanan, serta kepuasan pengunjung. Pada kawasan Agrowisata Jollong, penyediaan *amenities* yang baik sangat berpengaruh pada pengalaman berwisata, mengingat destinasi wisata ini menawarkan konsep agrowisata yang menuntut pengunjung untuk melakukan berbagai aktivitas di area terbuka. Oleh karena itu, fasilitas yang memadai berperan besar dalam menunjang setiap aktivitas wisata dan menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi seluruh pengunjung dari berbagai kalangan.

D. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai suatu tujuan atau tempat yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Aksesibilitas mencakup berbagai aspek, seperti ketersediaan jalur transportasi yang memadai, seperti jalan raya, angkutan

umum, dan parkir yang mudah diakses, serta fasilitas pendukung, seperti trotoar, jalur pejalan kaki, penyediaan informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai rute.

Peta aksesibilitas wisata di Kecamatan Gembong digunakan untuk menggambarkan tingkat kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi wisata. Peta ini menyajikan informasi mengenai jaringan jalan, rute perjalanan, serta jarak tempuh menuju kawasan wisata. Melalui peta aksesibilitas, dapat diketahui tingkat keterjangkauan destinasi wisata dan hambatan yang mungkin dihadapi wisatawan selama perjalanan. Informasi tersebut penting sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan peningkatan infrastruktur dan konektivitas kawasan wisata.



Sumber: DPUPT Kab.Pati

Gambar 4. 4 Peta Aksesibilitas Kabupaten Pati

Jarak tempuh Agrowisata Jollong 1 dari pusat kota (Alun – Alun Pati) yaitu 18,1 km; dan jarak Agrowisata Jollong 2 dari pusat kota yaitu 19,1 km; serta jarak Jollong 1 ke Jollong 2 yaitu 5,8 km. Aksesibilitas wisata dapat ditempuh dengan transportasi pribadi yaitu mobil dan motor, serta bisa dilalui kendaraan seperti truk kecil, dan bus mini.



Sumber: Google Maps

Gambar 4. 5 Jarak tempuh Agrowisata Jollong dari Pusat Kota

Transportasi umum atau angkutan umum menuju Agrowisata Jollong tidak tersedia karena kawasan ini merupakan wisata tujuan, bukan wisata ampiran atau tempat yang dilalui rute perjalanan umum. Letaknya yang berada di area perkebunan dan agak jauh dari jalur utama membuat angkutan umum seperti bus atau angkot tidak memiliki rute ke lokasi tersebut. Oleh karena itu, sebagian besar pengunjung menggunakan kendaraan pribadi untuk mencapai lokasi.

Kondisi aksesibilitas jalan menuju kawasan Agrowisata Jollong bisa dikatakan sudah cukup baik, terlihat adanya perbaikan jalan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah, dan adanya papan petunjuk arah untuk membantu pengunjung menuju lokasi wisata. Namun kekurangannya yaitu akses jalannya sempit dan tidak banyak penerangan jalan.



Jalan dalam Kawasan wisata Jollong 1

Jalan dalam Kawasan wisata Jollong 2

Jalan menuju Bubaan Hills

Sumber: Hasil Observasi

Gambar 4. 6 Kondisi Aksesibilitas Agrowisata Jollong

Keadaan beberapa jalan di dalam kawasan wisata seperti di Agrowisata Jollong 2 dan Bubaan Hills dalam kondisi tidak baik, banyak jalan yang rusak, banyak jalan yang masih berupa tanah berbatuan, serta memiliki kemiringan curam, sehingga berpotensi menimbulkan resiko kecelakaan dan mengurangi kenyamanan serta keamanan pengunjung dalam beraktivitas. Selain itu, kawasan Agrowisata Jollong tidak terdapat jalur khusus disabilitas, akibatnya aksesibilitas bagi pengunjung berkebutuhan khusus masih terbatas dan

kurang mendukung kenyamanan dan kemudahan dalam berwisata. Selain aksesnya yang dipengaruhi oleh jalan, ketersediaan fasilitas penunjang yang dekat dengan lokasi Agrowisata sangat beragam. Berikut merupakan tabel keterjangkauan lokasi Agrowisata Jollong dengan fasilitas umum.

Tabel 4. 1 Keterjangkauan dengan Fasilitas Umum

No	Fasilitas Umum	Jarak
Terminal dan Halte		
1.	Terminal Bus Pati	19,7 km
2.	Terminal Tayu	29,7 km
3.	Halte Jontro Wedarijaksa	19 km
4.	Halte Puri	16,9 km
SPBU dan Pertashop		
1.	Pertashop Guwo	6,6 km
2.	SPBU Tlogowungu	11,5 km
3.	SPBU Kedungbulus	11,5 km
4.	SPBU Joyo Kusumo	16 km
Kesehatan		
1.	Puskesmas Gembong	10 km
2.	RS Mitra Bangsa	16,6 km
3.	RS Keluarga Sehat	18,9 km
4.	RSUD Soewondo	17,8 km
Wisata lain di Kecamatan Gembong		
1.	Waduk Gunung Rowo	5 km
2.	Waduk Gembong	8,2 km

Sumber : Hasil Analisis, 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui fasilitas umum, berupa terminal, halte, SPBU, dan fasilitas kesehatan seperti rumah sakit dan puskesmas berada jauh dari kawasan Agrowisata Jollong. Padahal semakin dekat destinasi wisata dengan fasilitas umum, maka semakin mempengaruhi tingkat kunjungan wisata terhadap lokasi wisata tersebut.

Fasilitas pendukung pada kawasan Agrowisata Jollong yaitu menyediakan lahan parkir untuk para pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi baik roda dua maupun roda empat, serta bus pariwisata ukuran mini bisa masuk. Area parkir ini dipisah antara parkir motor dan parkir mobil. Tiket parkir untuk motor sebesar Rp. 2000 dan Mobil Rp 5.000.



Area Parkir Motor Jollong 1

Area Parkir Mobil dan Bus Mini Jollong 1

Area Parkir Mobil dan Motor Joloong 2

Sumber: *Observasi Lapangan, 2026*

Gambar 4. 7 Area Parkir Agrowisata Jollong

Area parkir di Kawasan Agrowisata Jollong cukup luas dan bisa menampung kendaraan pengunjung, namun permukaannya masih berupa tanah sehingga saat hujan menjadi becek dan kurang nyaman digunakan.

E. *Ancillary Service* (Pelayanan Tambahan)

Ancillary di Agrowisata Jollong terdiri dari berbagai layanan tambahan yang mendukung wisatawan, seperti penyediaan pemandu wisata yang membantu untuk memberikan edukasi kepada pengunjung tentang budidaya tanaman dan pengolahan kopi. Terdapat juga layanan transportasi yaitu penyewaan ATV, sepeda listrik, dan mobil Jeep yang digunakan untuk menjelajahi area wisata. Selain itu di Agrowisata Jollong juga menawarkan kegiatan menanam dan memetik buah. Fasilitas tambahan seperti toko souvenir yang menjual produk khas Jollong seperti kopi Jollong, buah hasil kebun, dan juga pengunjung dapat membeli tanaman hias untuk dijadikan oleh – oleh, serta terdapat fasilitas penginapan atau *homestay* yang bisa menampung 15 – 50 orang. Semua ini memberikan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi pengunjung, serta menjadikan Agrowisata Jollong sebagai destinasi wisata yang menarik dan ramah bagi semua kalangan.

a. Layanan Usaha Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata yaitu suatu tempat atau objek wisata yang menarik dan layak untuk dikunjungi oleh wisatawan. Daya tarik dapat berupa pemandangan alam, fasilitas rekreasi, dan aktivitas yang dapat dinikmati pengunjung. Daya tarik Agrowisata Jollong, yaitu :

1. Pemandangan alam yang indah
2. Tempat spot foto yang menarik
3. Wisata edukasi tanaman dan pengolahan kopi
4. Kegiatan memetik buah saat musim panen

b. Layanan Usaha Kawasan Pariwisata

Usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola suatu kawasan dengan luas tertentu untuk untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

1. Souvenir khas Jollong (kopi, buah hasil kebun, tanaman hias)

2. Area Edukasi budidaya tanaman dan pengolahan kopi

c. Usaha Jasa Transportasi Wisata

Usaha yang menyediakan layanan wisata keliling area wisata dan kebun menggunakan kendaraan wisata yaitu ATV, sepeda listrik, dan Jeep yang disewakan oleh pihak Agrowisata Jollong.

d. Layanan Usaha Penyediaan Akomodasi

Area Agrowisata Jollong tersedia akomodasi berupa fasilitas *homestay* dan *camping*, menyediakan area camping luas di atas bukit yang memiliki pemandangan kebun naga, Gunung Muria, dan pemandangan Kabupaten Pati dari ketinggian 860 MDPL. Dan berbagai pilihan *homestay* dengan kapasitas mulai dari 15 – 50 orang.

e. Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan rekreasi

Usaha yang lingkup kegiatannya berupa area permainan, dan kegiatan hiburan lainnya. Agrowisata Jollong terdapat kolam renang, outbound, dan tempat karaoke.

f. Usaha Jasa Makanan dan Minuman

Usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang berupa, cafe, restoran, kedai, kios, dan warung yang menjual makanan dan minuman khas lokal, serta makanan ringan lainnya.

g. Layanan Pemandu Wisata

Usaha yang diberikan oleh Pengelola Agrowisata Jollong yang menyediakan tim pemandu wisata yang membantu memberikan penjelasan kepada pengunjung terkait budidaya tanaman yang ada dan mengenalkan mesin - mesin serta proses pengolahan kopi.

F. *Available Package* (Paket Tersedia)

Agrowisata Jollong menyediakan berbagai pilihan paket wisata yang dirancang untuk memberikan pengalaman berbeda sesuai kebutuhan pengunjung. Paket – paket wisata ini menjadi salah satu faktor penting dalam menarik pengunjung, karena mencakup tiket masuk, kegiatan edukasi, aktivitas rekreasi, pemandu, dan makan. Berikut paket wisata yang tersedia di Agrowisata Jollong.

a. Paket Wisata Edukasi

Paket wisata edukasi Agrowisata Jollong bertujuan untuk menambah wawasan pengunjung, terutama pada kelompok pelajar.

1. Paket Wisata Edukasi Budidaya dan Pengolahan Kopi

- PAUD, TK, SD dengan tiket Rp. 55.000/orang. Paket ini termasuk tiket masuk, edukasi pembibitan kopi, masuk Pabrik Kopi Jollong, taman kelinci, outbound kids, kolam kecek, Garden Valley, makan siang & snack, serta pemandu wisata
- SMP, SM dengan tiket Rp. 55.000/orang. Paket ini termasuk tiket masuk, edukasi budidaya kopi, masuk Pabrik Kopi Jollong, Garden Valley, makan siang & snack, serta pemandu wisata.

2. Paket Wisata Edukasi Budidaya Buah Naga

Tiket Rp. 45.000/orang termasuk tiket masuk, edukasi budidaya buah naga, kolam kecek, terapi ikan, makan siang & snack, serta pemandu wisata.

b. Paket Outbound

Paket Outbound adalah paket kegiatan luar ruangan yang biasanya disusun oleh pengelola wisata, kegiatannya yaitu berupa aktivitas permainan, pelatihan yang dilakukan secara berkelompok.

1. Paket A dengan tiket Rp 90.000/orang, termasuk tiket masuk, outbound, garden valley, minuma kopi Jollong, snack 1 kali, dan makan 1 kali.
2. Paket B dengan tiket Rp 100.000/orang, termasuk tiket masuk, outbound, terapi ikan, Garden Valley, minuman kopi Jollong, snack 1 kali, dan makan 1 kali.
3. Paket C dengan tiket Rp 110.000/orang, termasuk tiket masuk, outbound, terapi ikan, Garden Valley, minuman kopi Jollong, snack 1 kali, dan makan 1 kali.

c. Paket Camping

Agrowisata menawarkan paket kegiatan wisata berkemah di camping ground Bubaan Hills. Paket berupa tiket masuk dan penyewaan alat – alat camping.

1. Paket Camping dengan tiket Rp 200.000, termasuk tenda kapasitas 3-4 orang, matras, musholla, toilet, akses air, lampu penerangan, sarapan, kopi Jollong, dan penjaga camping.

2. Non Paket

- Tiket masuk Rp 15.000/orang
- Sewa tenda Rp 60.000/orang
- Sewa tempat Rp 25.000/tenda
- Tenda (2-3 orang) Rp 60.000
- Lampu tenda Rp 10.000
- Matras Rp 5.000
- Tikar Rp 5.000

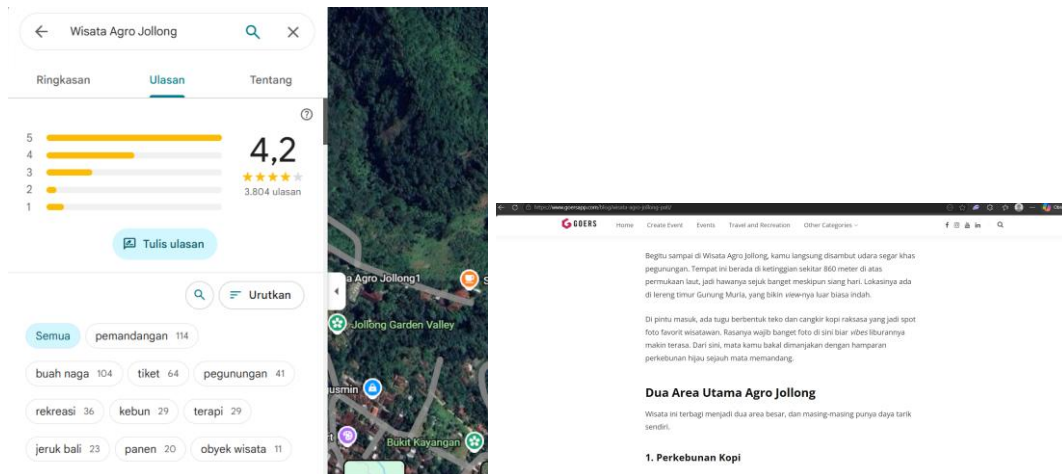
- Kompor dan gas Rp 35.000
- 1 set alat masak Rp 10.000

G. Awareness (Kesadaran)

Analisis *awareness* menunjukkan seberapa jauh wisatawan mengenal destinasi wisata tersebut. Semakin banyak wisatawan yang mengetahui sebuah destinasi wisata, maka semakin tinggi tingkat *awareness* yang dimiliki. Tingginya tingkat *awareness* mendorong peningkatan jumlah pengunjung, sehingga diperlukan strategi promosi yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan berbagai pihak untuk memperluas jangkauan informasi untuk mendukung pengembangan destinasi.

a. Popularitas Destinasi Wisata

Agrowisata Jollong dikenal sebagai wisata salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Pati sebagai wisata yang menawarkan pemandangan alam dengan berbagai perkebunan di dalamnya. Hal ini terlihat dari berbagai ulasan pengunjung dan informasi yang menyebutkan bahwa kawasan Agrowisata Jollong memiliki area yang luas dengan suasana alam yang masih asri. Selain itu, popularitas Agrowisata Jollong juga terlihat dari rating Google Maps yang cukup tinggi yaitu 4,2/5 disertai banyaknya ulasan pengunjung.



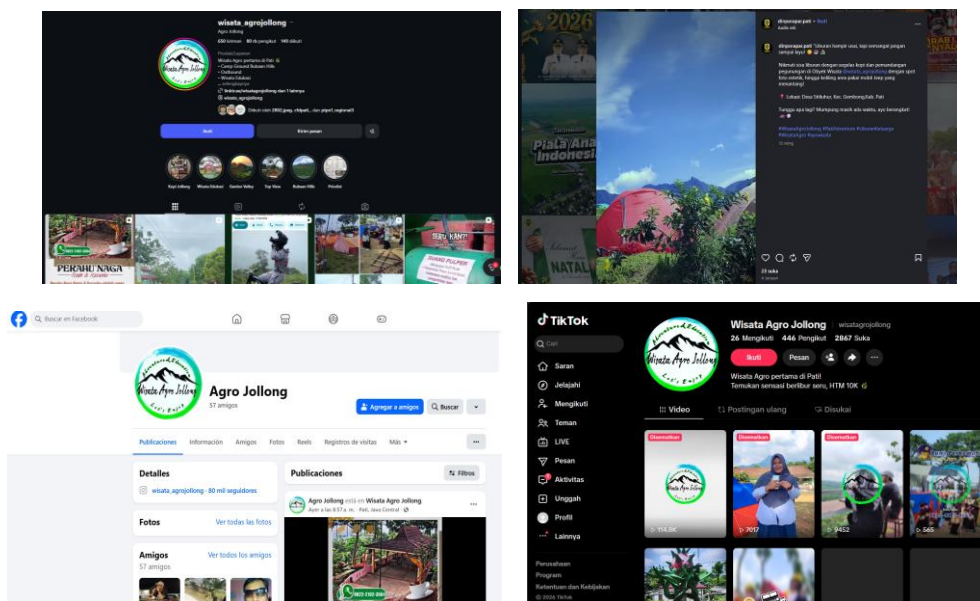
Sumber: Google, 2026

Gambar 4. 8 Artikel dan Ulasan Google Maps Agrowisata Jollong

b. Sumber Informasi

Pengunjung mengetahui Agrowisata Jollong melalui berbagai saluran informasi yang tersebar baik di media online maupun media cetak. Media sosial menjadi sumber informasi paling dominan, terutama melalui akun resmi Instagram @wisata_agrojollong, tik tok, facebook, dan youtube, serta berbagai unggahan pengunjung di media sosial. Agrowisata Jollong juga bekerjasama dengan dinas pariwisata Kabupaten Pati untuk membantu

mempromosikan destinasi wisata di Agrowisata Jollong melalui akun Instagram @dinporapar.pati.



Sumber: media social Instagram, Tik Tok, Facebook Agrowisata Jollong, dan Instagram Dinas Pariwisata Kab.Pati, 2026.

Gambar 4.9 Media Sosial Agrowisata Jollong

c. Isu *Awareness*

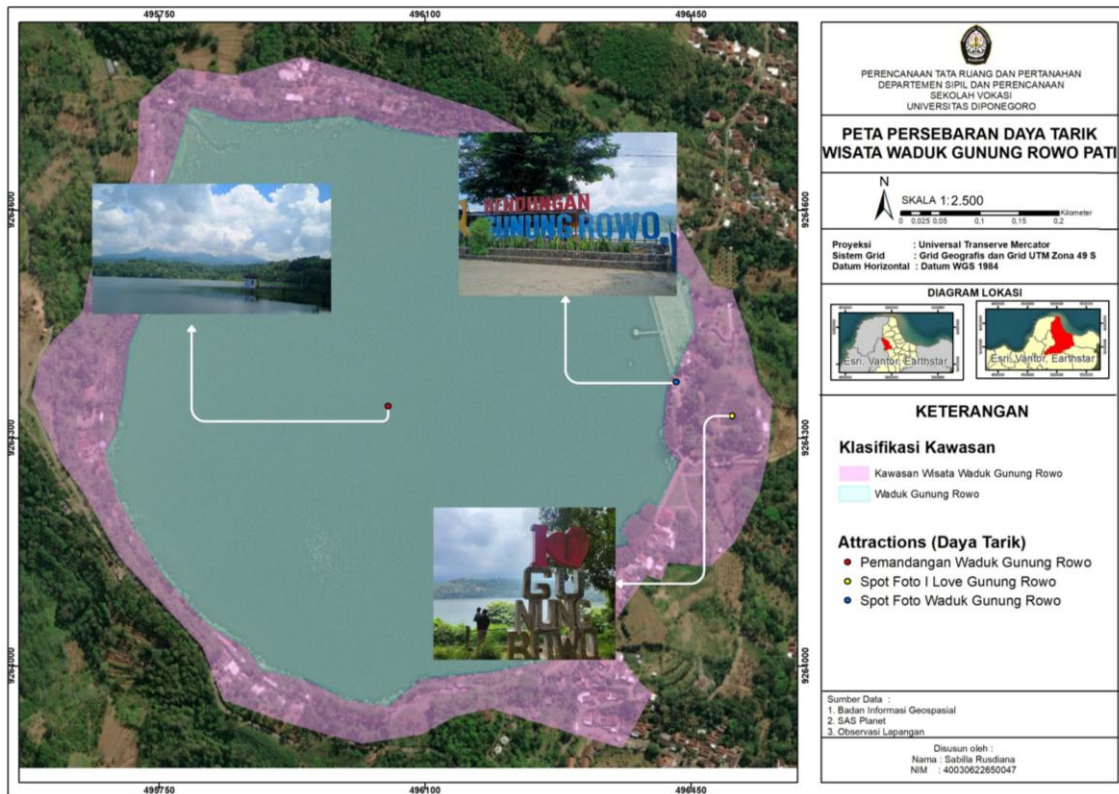
Beberapa isu *awareness* yang terkait pengalaman mengunjungi Agrowisata Jollong antara lain, akses jalan menuju lokasi yang menanjak, sempit, dan terdapat beberapa titik jalan mengalami kerusakan, banyak pengunjung berharap adanya perbaikan dan perhatian agar memudahkan pengendara. Selain itu ada juga isu *awareness* mengenai musim panen buah. Pengunjung yang datang ingin petik buah atau membeli buah hasil kebun Agrowisata Jollong merasa kecewa ternyata petik buah bergantung pada musim panen karena buah tidak tersedia sepanjang waktu.

4.1.2 Komponen Pariwisata 4A Wisata Waduk Gunung Rowo

Komponen pariwisata 4A digunakan pada wisata Waduk Gunung Rowo karena kondisi pengembangan kawasan wisata masih berfokus pada komponen dasar destinasi wisata, yaitu aksesibilitas, fasilitas, dan layanan pendukung. Penggunaan analisis 4A dinilai lebih sesuai karena kawasan wisata belum memiliki komponen wisata yang lengkap seperti tersedianya paket wisata, akomodasi, amupun aktivitas wisata yang beragam sebagaimana pada konsep 5A, 6A, atau 7A. Oleh karena itu, analisis komponen pariwisata 4A cukup untuk mengidentifikasi kondisi dan kebutuhan pengembangan wisata Waduk Gunung Rowo.

A. *Attraction* (Atraksi / Daya Tarik Wisata)

Wisata Waduk Gunung Rowo merupakan salah satu wisata alam di Kabupaten Pati. Pemandangan waduk dengan latar belakang Gunung Muria merupakan daya tarik utama wisata ini. Terdapat beberapa spot foto yang bisa dimanfaatkan pengunjung untuk berfoto.



Sumber : *Observasi Lapangan, 2026*

Gambar 4. 10 Peta Persebaran Daya Tarik Wisata Waduk Gunung Rowo

Lingkungan yang masih alami dan banyak pepohonan rindang membuat suasana di kawasan wisata terasa tenang, nyaman, dan adem, sehingga cocok untuk pengunjung dapat menikmati pemandangan sambil duduk – duduk santai dan menikmati ikan bakar yang banyak dijual di warung sekitar wisata Waduk Gunung Rowo.

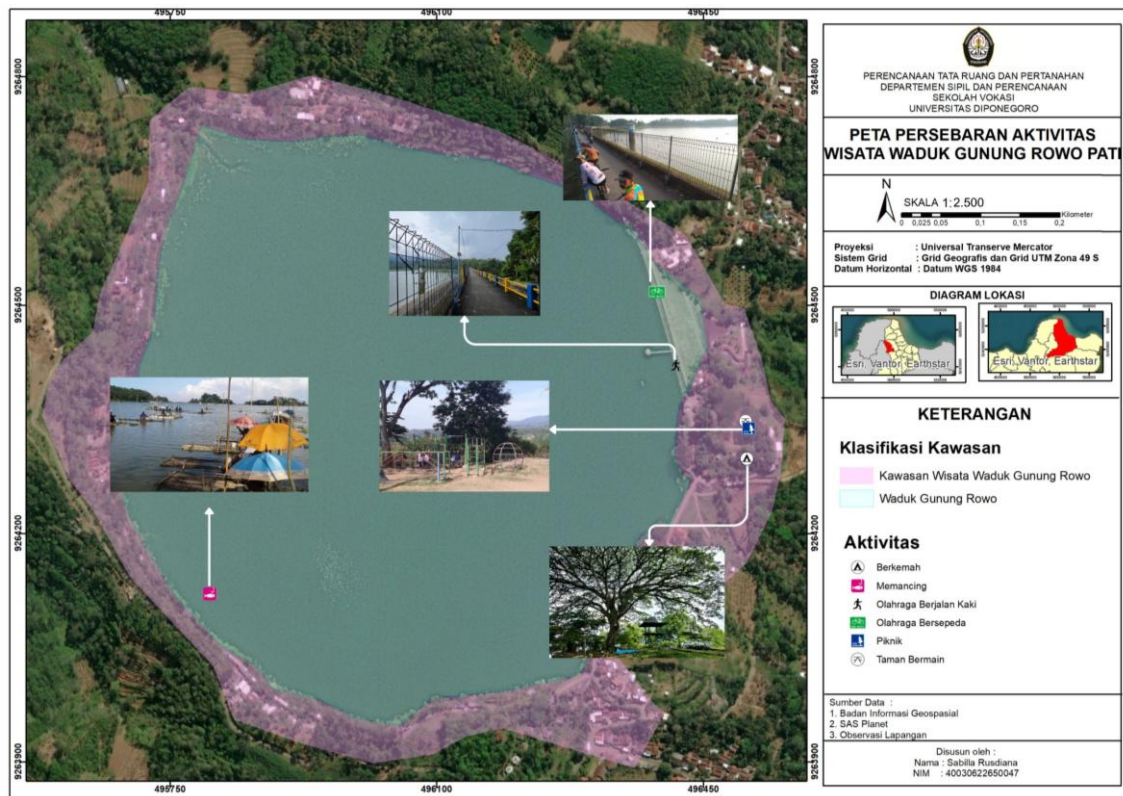


Sumber : *Observasi Lapangan, 2026*

Gambar 4. 11 Pemandangan waduk sambil menikmati hidangan ikan bakar

B. Activity (Aktivitas / Kegiatan Wisata)

Aktivitas wisata Waduk Gunung Rowo memanfaatkan area perairan waduk maupun daerah sekitarnya. Banyak pengunjung merasa tidak banyak aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata Waduk Gunung Rowo. Aktivitas yang ada bisa dilakukan yaitu berkemah, memancing, olahraga berjalan kaki, olahraga bersepeda, piknik, dan taman bermain.



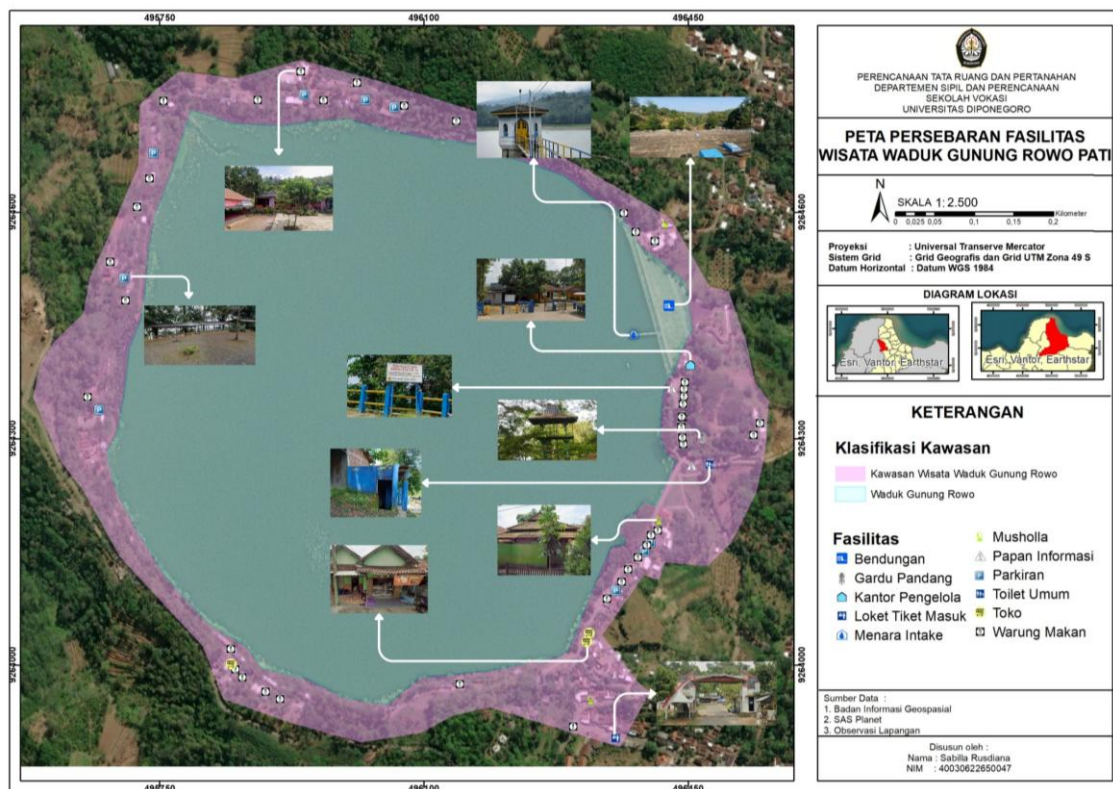
Sumber : Observasi Lapangan, 2026

Gambar 4. 12 Peta Persebaran Aktivitas Wisata Waduk Gunung Rowo

Aktivitas memancing hanya dapat dilakukan oleh masyarakat sekitar waduk, ikan hasil tangkapan biasanya akan dijual di warung – warung sekitar Waduk Gunung Rowo dan untuk konsumsi pribadi. Selain itu, jalur yang ada di sekitar kawasan waduk dimanfaatkan pengunjung untuk berolahraga sepeda dan berjalan kaki/ *jogging* sambil menikmati pemandangan waduk. Lalu, terdapat juga area terbuka dengan pepohonan rindang yang menciptakan suana sejuk dan nyaman sehingga bisa dimanfaatkan pengunjung untuk berkemah dan piknik bersama keluarga. Pada area terbuka tersebut terdapat fasilitas taman bermain yang sering digunakan oleh anak – anak bermain, seperti jungkat – jungkit, ayunan, dan lain – lain. Namun beberapa wahana permainan mengalami karatan dan catnya memudar.

C. Amenities (Fasilitas)

Kawasan wisata Waduk Gunung Rowo terdapat fasilitas dasar seperti area parkir, musholla/tempat ibadah, toilet umum, papan informasi, warung makan atau kios toko, dan loket tiket. Namun fasilitas dasar tersebut kebanyakan belum memadai dan kondisinya kurang terawat. Seperti toilet umum hanya disediakan 1 kecuali yang disediakan oleh warung makan yang ada di sekitar waduk dan kondisinya terlihat tidak terawat. Minimnya papan petunjuk arah/ papan informasi yang mengakibatkan pengunjung sulit menemukan lokasi fasilitas wisata yang ada. Fasilitas tempat sampah hanya terdapat pada warung – warung di sekitar waduk. Musholla yang dari luar tidak nampak seperti ibadah karena tidak ada papan informasi. Warung makan atau kedai makanan yang ada di wisata Waduk Gunung Rowo yaitu dikelola oleh masyarakat sekitar.



Sumber : Observasi Lapangan, 2026

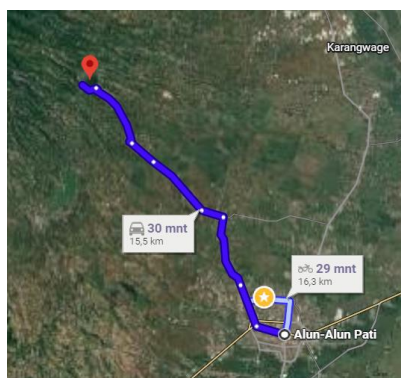
Gambar 4. 13 Peta Pesebaran Fasilitas Wisata Waduk Gunung Rowo

Loket tiket berada di luar area waduk, untuk tiket masuk kawasan wisata Waduk Gunung Rowo dikenakan biaya sebesar Rp. 5.000/ orang. Tiket tersebut untuk retribusi jasa usaha atas pelayanan tempat rekreasi, pariwisata, dan olahraga kepada Pemerintah Kabupaten Pati. Selain fasilitas dasar yang telah disebutkan, terdapat fasilitas pendukung, diantaranya gardu pandang yang digunakan pengunjung untuk melihat area waduk dari bangunan tinggi, bendungan waduk yang digunakan untuk menampung air, mengendalikan

banjir, dan mengairi lahan pertanian, serta menara intake untuk pengambilan dan penyaluran air waduk ke saluran irigasi.

D. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Jarak tempuh wisata Waduk Gunung Rowo dari pusat kota (Alun – Alun Pati) yaitu 15,5 km. Aksesibilitas wisata dapat ditempuh dengan transportasi pribadi seperti mobil dan motor, serta bisa dilalui kendaraan seperti truk kecil, dan bus mini. Tidak tersedia transportasi umum atau angkutan umum menuju wisata Waduk Gunung Rowo karena lokasi wisata cukup jauh dari jalur utama transportasi umum. Oleh karena itu, keterbatasan akses angkutan umum menuju kawasan wisata menyebabkan pengunjung hanya bisa bergantung pada kendaraan pribadi.



Sumber: Google Maps

Gambar 4. 14 Jarak Tempuh Wisata Waduk Gunung Rowo dari Pusat Kota

Kondisi aksesibilitas menuju kawasan wisata Waduk Gunung Rowo dalam kondisi cukup baik, hanya beberapa titik jalan yang mengalami kerusakan. Akses jalannya memungkinkan untuk dilalui kendaraan dari dua arah. Terdapat papan petunjuk arah dari jarak 4 km menuju Waduk Gunung Rowo yang membatu pengunjung menuju lokasi wisata, tetapi minim lampu penerangan jalan. Sedangkan akses jalan di dalam Kawasan wisata Waduk Gunung Rowo banyak mengalami kerusakan, banyak bantuan kerikil di jalanan, dan bisa beresiko slip ban, jadi pengunjung harus berhati – hati. Selain akses jalan, berikut ini fasilitas penunjang yang dekat dengan dengan lokasi Wisata Waduk Gunung Rowo.

Tabel 4. 2 Keterjangkauan dengan Fasilitas Umum

No	Fasilitas Umum	Jarak
Terminal dan Halte		
1.	Terminal Bus Pati	16, 8 km
2.	Terminal Tayu	29,3 km
3.	Halte Jontro Wedarijaksa	16,1 km

No	Fasilitas Umum	Jarak
4.	Halte Puri	13,8 km
SPBU dan Pertap Pertashop		
1.	Pertashop Guwo	3,8 km
2.	SPBU Kedungbulus	11,2 km
3.	SPBU Tlogowungu	8,8 km
4.	SPBU Joyo Kusumo	12,9 km
Kesehatan		
1.	Puskesmas Gembong	9,6 km
2.	RS Mitra Bangsa	13, 5 km
3.	RS Keluarga Sehat	16 km
4.	RSUD Soewondo	15 km
Wisata lain di Kecamatan Gembong		
1.	Agrowisata Jollong	5 km
2.	Wisata Waduk Gembong	7,7 km

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Jarak fasilitas penunjang Wisata Waduk Gunung Rowo yaitu SPBU, pertashop terminal, halte dan fasilitas Kesehatan seperti rumah sakit dan puskesmas jauh dari kawasan wisata, sehingga pengunjung diharapkan untuk mempersiapkan kebutuhan sebelum berkunjung, seperti bahan bakar kendaraan cukup dan membawa keperluan pribadi. Sedangkan fasilitas pendukung yang ada di kawasan wisata Waduk Gunung Rowo yaitu penyediaan area parkir. Area parkir biasanya di kelola oleh warung – warung yang ada di kawasan wisata waduk, ada parkir yang berbayar dan ada yang gratis.



Sumber: Hasil Observasi, 2026

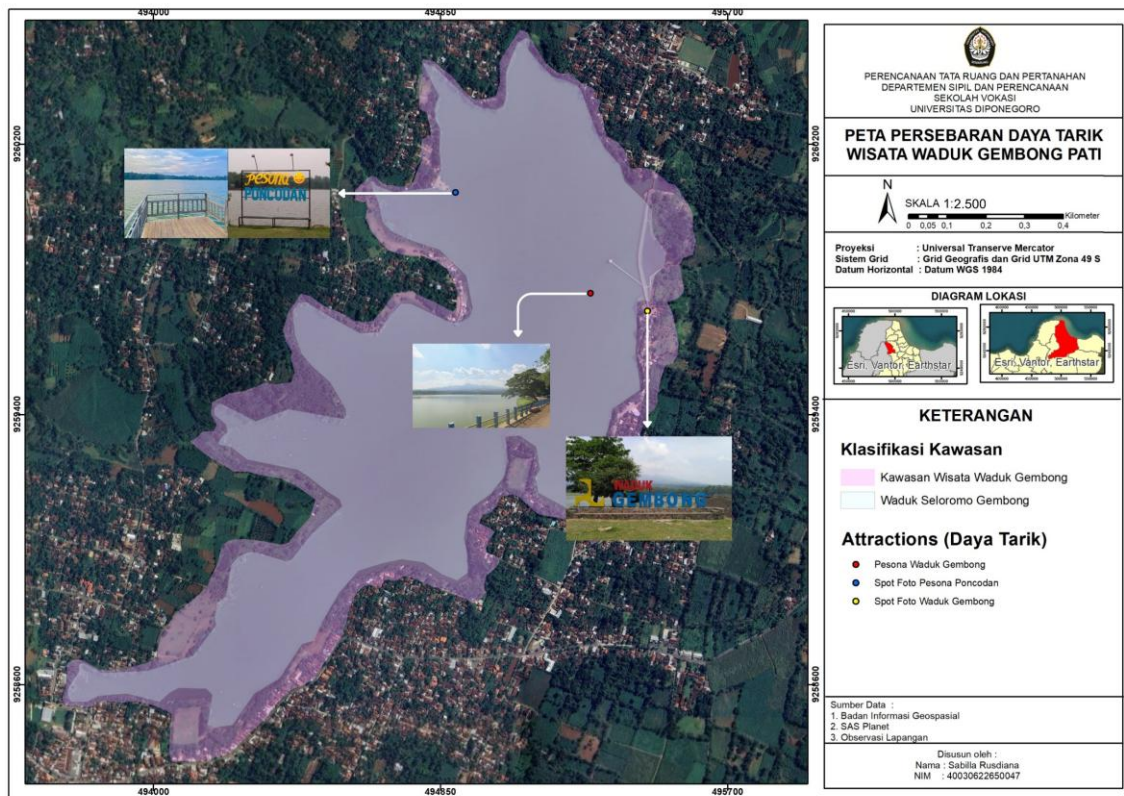
Gambar 4. 15 Area Parkir yang ada di Kawasan Wisata Waduk Gunung Rowo

4.1.3 Komponen Pariwisata 4A Wisata Waduk Gembong

Wisata Waduk Gunung Rowo, Waduk Gembong juga memakai analisis komponen pariwisata 4A karena wisata Waduk gembong kondisi pengembangan kawasan wisata masih berfokus pada komponen dasar destinasi wisata, yaitu aksesibilitas, fasilitas, dan layanan pendukung. Penggunaan analisis 4A dinilai lebih sesuai karena kawasan wisata belum memiliki komponen wisata yang lengkap seperti tersedianya paket wisata, akomodasi, amupun aktivitas wisata yang beragam sebagaimana pada konsep 5A, 6A, atau 7A. Oleh karena itu, analisis komponen pariwisata 4A cukup untuk mengidentifikasi kondisi dan kebutuhan pengembangan wisata Waduk Gembong.

A. *Attraction* (Atraksi / Daya Tarik Wisata)

Wisata Waduk Gembong merupakan salah satu wisata alam yang ada di Kabupaten Pati. Daya tarik utama dari wisata ini yaitu pemandangan waduk yang luas dengan latar belakang Gunung Muria, lalu udara sejuk dan suasana menenangkan membuat pengunjung tertarik untuk berkunjung. Waduk Gembong memiliki padang rumput hijau yang luas dengan permukaan datar. Banyak pengunjung yang menikmati *sunset* dan *sunrise* dengan duduk di padang rumput sambil menikmati kuliner yang disediakan oleh warung atau kedai sekitar waduk.



Sumber : Observasi Lapangan, 2026

Gambar 4. 16 Peta Pesebaran Daya Tarik Wisata Waduk Gembong

Waduk Gembong memiliki banyak spot foto menarik terutama dengan latar belakang pemandangan gunung dan waduk. Pemandangan yang bagus menjadi daya tarik bagi pengunjung melakukan *foto prewedding*. Pada tahun 2023 Waduk Gembong dijadikan sebagai venue cabang olahraga dayung dalam Pekan Olahraga Provinsi (Porprov) Jawa Tengah. Hal tersebut bisa memberikan peluang untuk meningkatkan popularitas Waduk Gembong sebagai destinasi wisata dan olahraga.

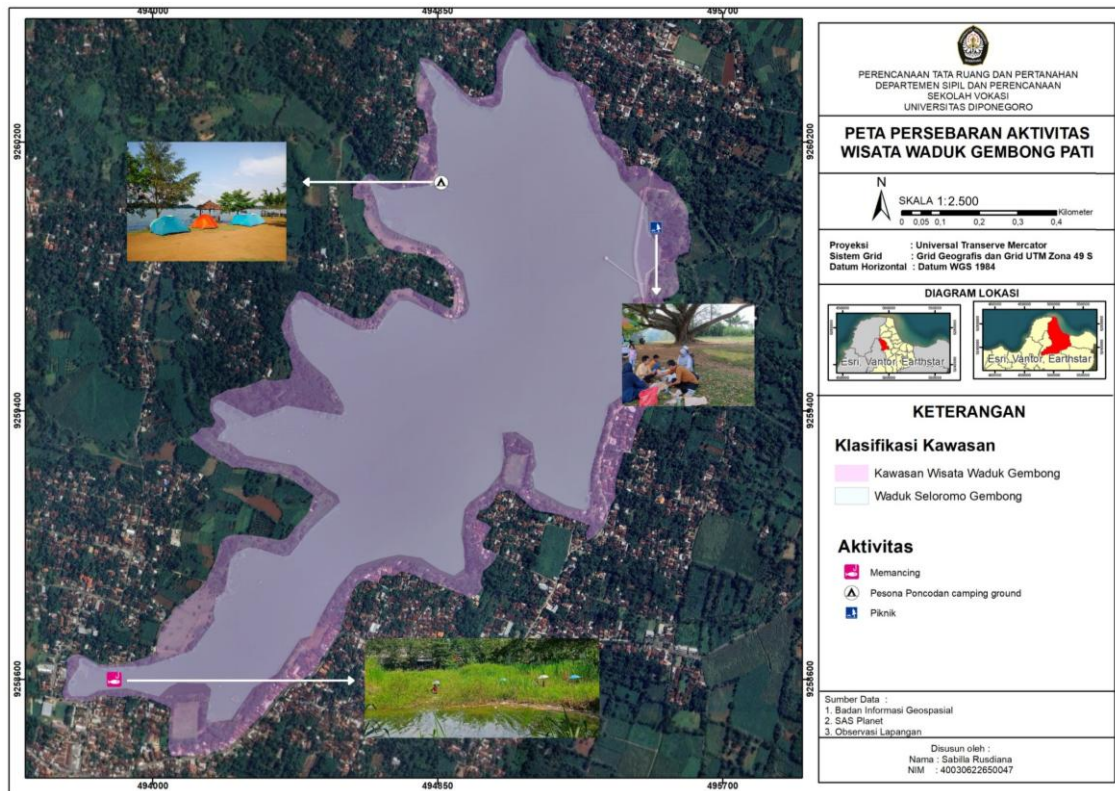


Sumber : Google maps, 2026

Gambar 4. 17 Daya Tarik Waduk Gembong Menarik Minat Pengunjung

B. Activity (Aktivitas / Kegiatan Wisata)

Pada kawasan wisata Waduk Gembong para pengunjung bisa melakukan aktivitas diantaranya yaitu berkemah/*camping*, memancing, dan piknik bersama keluarga ataupun teman. Bagi pengunjung aktivitas yang bisa dilakukan di Waduk Gembong terbilang sedikit. Perlu adanya penambahan aktivitas yang bisa menarik pengunjung untuk datang.



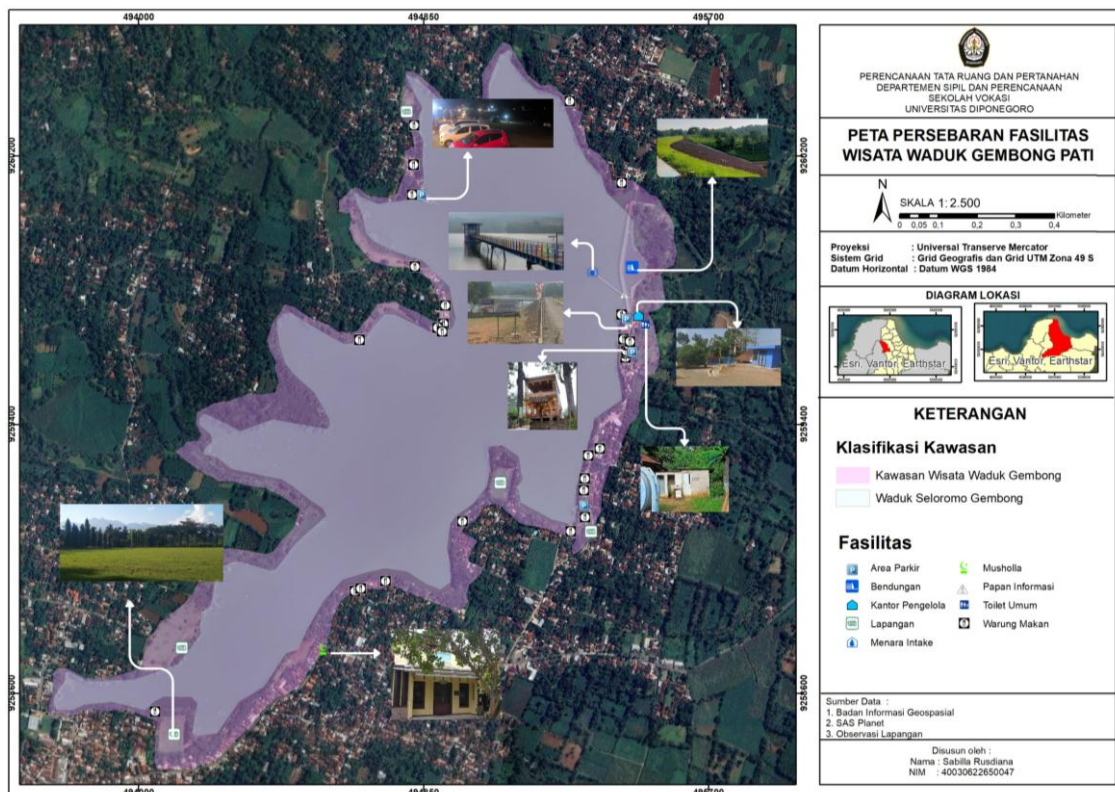
Sumber : Observasi Lapangan, 2026

Gambar 4. 18 Peta Persebaran Aktivitas Wisata Waduk Gembong

Banyak masyarakat sekitar maupun luar daerah yang memancing di area waduk. Biasanya warga setempat memancing di waduk menggunakan rakit kecil untuk menyusuri area waduk. Pesona Poncodan merupakan salah satu objek wisata yang ada di kawasan wisata Waduk Gembong yang menawarkan aktivitas berkemah, mereka juga menyewakan alat – alat untuk perlengkapan berkemah. Selain itu, ketika Waduk Gembong mengalami air surut terlihat padang rumput hijau yang luas. Pengunjung memanfaatkan padang rumput untuk duduk bersantai, berkemah, dan piknik dipinggir waduk.

C. Amenities (Fasilitas)

Fasilitas yang ada di kawasan wisata Waduk Gembong belum tersebar merata terutama fasilitas dasar seperti toilet umum dan musholla. Toilet umum dan musholla kurang memadai dan kondisinya seperti kurang terawat. Selain itu, di kawasan wisata ini papan informasi/papan petunjuk arah sangat minim, hal ini membuat pengunjung kesulitan untuk menemukan objek wisata ataupun fasilitas yang tersedia di kawasan wisata Waduk Gembong. Warung makan atau kedai banyak tersebar di kawasan wisata Waduk Gembong, warung – warung tersebut menyediakan banyak kursi dan meja ditempatkan sunset di padang rumput. Biasanya pengunjung sering datang pada sore hari untuk melihat *sunset*.



Sumber : Observasi Lapangan, 2026

Gambar 4. 19 Peta Persebaran Fasilitas Wisata Waduk Gembong

Fasilitas pendukung seperti bendungan , menara intake, kantor pengelola bendungan, dan lapangan juga ada di kawasan wisata ini. Lapangan yang ada di kawasn wisata Waduk Gembong sering dijadikan tempat untuk menggelar acara sosial kebudayaan dan pertandingan olahraga.

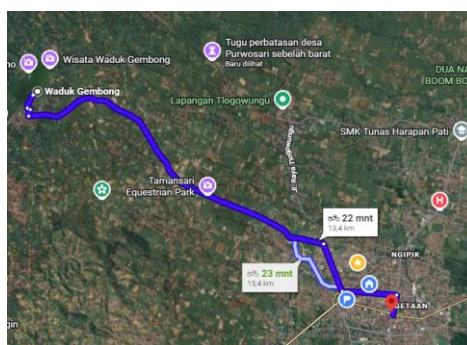


Sumber : Google maps, 2026

Gambar 4. 20 Acara Sosial kebudayaan dan Pertandingan Olahraga di Lapangan Waduk Gembong

D. Accessibility (Aksesibilitas)

Aksesibilitas jalan menuju kawasan wisata Waduk Gembong berupa jalan beraspal dan kondisi jalannya baik. Jarak tempuh wisata Waduk Gembong dari pusat kota (Alun – Alun pati) yaitu kurang lebih 13 km. Akses jalan menuju kawasan wisata Waduk Gembong bisa dilalui oleh motor, mobil, maupun truk dan bus besar. Transportasi umum seperti angkutan umum juga melintas di kawasan wisata Waduk Gembong, sehingga memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasi wisata. Namun papan petunjuk arah untuk menuju wisata Waduk Gembong tidak tersedia di jalan utama dan lampu penerangan jalan juga minim.



Sumber: Google Maps

Gambar 4. 21 Jarak Tempuh Wisata Waduk Gembong dari Pusat Kota

Kondisi aksesibilitas jalan di dalam kawasan wisata Waduk Gembong hampir 99 % jalannya mengalami kerusakan parah, banyak batuan kecil dan besar, dan berdebu. Hal tersebut membuat pengunjung merasa kurang aman dan nyaman ketika melintasi jalan di dalam kawasan wisata. Jalan dalam kawasan wisata Waduk Gembong merupakan tanggung jawab dari pemerintahan pusat yaitu pihak Balai Besar Wilayah Sungai (BBWS).

Tabel 4. 3 Keterjangkauan dengan Fasilitas Umum

No	Fasilitas Umum	Jarak
Terminal dan Halte		
1.	Terminal Bus Pati	16,2 km
2.	Terminal Tayu	35,4 km
3.	Halte Puri	13,2 km
SPBU dan Pertashop		
1.	Pertashop Gembong	1 km
2.	SPBU Kedungbulus	7,8 km
3.	SPBU Joyo Kusumo	12,3 km
4.	SPBU Tlogowungu	10,7 km
Kesehatan		
1.	Puskesmas Gembong	1 km
2.	RS Mitra Bangsa	11,2 km
3.	RS Keluarga Sehat	12,7 km
4.	RSUD Soewondo	12,6 km
Wisata lain di Kecamatan Gembong		
1.	Agrowisata Jollong	5 km
2.	Wisata Waduk Gembong	8,2 km

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Waduk Gembong berada dekat dengan pusat pemerintahan Kecamatan Gembong, maka fasilitas seperti puskesmas bisa di akses dengan jarak 1 km saja. Hal ini memudahkan pengunjung untuk mencari fasilitas umum lainnya yang dibutuhkan selama berada di kawasan wisata Waduk Gembong. Kawasan wisata Gembong juga menyediakan fasilitas pendukung yaitu penyediaan area parkir. Area parkir dikelola oleh masyarakat sekitar, biasanya ada yang mematok harga parkir motor Rp 2.000 dan mobil Rp 5.000. Kawasan wisata Waduk Gembong tidak memiliki tiket resmi dari Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pati untuk retribusi jasa usaha atas pelayanan tempat rekreasi, pariwisata, dan olahraga, karena pengelolaan wisata dilakukan oleh Pemerintah Desa Gembong, dan Karang Taruna Dukuh Seloromo, jadi hanya membayar parkir di area yang menyediakan tempat parkir.

4.2 Analisis Faktor – Faktor Strategi dengan Pendekatan SWOT

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diperoleh sejumlah faktor strategis yang terdiri dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pengembangan wisata di Kecamatan Gembong. Data dan informasi diperoleh dari kondisi eksisting di lapangan, pendapat pengelola dan pihak – pihak yang terlibat dalam kegiatan wisata di Kecamatan Gembong. Informasi yang telah dikumpulkan kemudian digunakan sebagai bahan dasar dalam penyusunan strategi pengembangan wisata di Kecamatan Gembong supaya strategi yang dirumuskan sesuai dengan kondisi dan potensi yang dimiliki.

Tabel 4. 4 SWOT

FAKTOR INTERNAL AGROWISATA JOLLONG	
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Tarif wisata yang terjangkau	Akses jalan menuju wisata sempit
Aktivitas wisata yang beragam dan menarik seperti wisata edukasi, <i>outbound</i> , <i>camping</i> , buper, jeep, gathering, sepeda listrik, terapi ikan, atv, flying fox, taman kelinci, kolam kecek, dan petik buah saat musim panen.	Beberapa papan informasi sudah pudar
Tersedia papan informasi serta petunjuk jalan di Agrowisata Jollong	Tidak ada transportasi umum dengan rute tujuan Agrowisata Jollong
Terdapat TPS yang dikelola sendiri oleh pengelola Agrowisata Jollong	Keterbatasan variasi musiman, karena beberapa tanaman hanya dapat tumbuh atau berbuah pada waktu tertentu
Terdapat tempat sampah di setiap tempat dan gazebo	Ketergantungan pada kondisi cuaca, yaitu curah hujan yang tinggi mempengaruhi pertumbuhan dan hasil panen
Terdapat berbagai macam event yang bertujuan untuk promosi sebagai salah satu daya tarik	Beberapa wahana bermain seperti kolam renang dan taman hiburan kurang menarik bagi pengunjung
Kondisi lingkungan khususnya kebersihan terawat	Beberapa penginapan/homestay terlihat kurang menarik dan menimbulkan kesan kurang nyaman bagi wisatawan

Perawatan dan pembenahan fasilitas dilakukan secara rutin setiap hari	Letak destinasi wisata kurang strategis
Koleksi jenis tanaman beragam, yaitu kebun kopi, kebun jeruk pamelon, jeruk trigas kebun buah naga, kebun alpukat, dan kebun berbagai macam bunga.	
Terdapat stand yang berjualan oleh oleh khas Pati/Jollong	
Terdapat restoran dan cafe yang berjualan makanan dan minuman khas Pati khususnya daerah Jollong	
Terdapat banyak gazebo/tempat bersantai	
Tempat parkir memadai untuk parkir motor dan mobil	
Terdapat tempat ibadah	
Toilet bersih dan terawat	
FAKTOR EKSTERNAL AGROWISATA JOLLONG	
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Kerjasama dengan banyak instansi lain	Banyaknya destinasi wisata baru di Kabupaten Pati maupun di wilayah sekitarnya menyebabkan tingkat persaingan antar objek wisata, hal ini bisa mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.
Berkembangnya teknologi informasi memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan promosi	Perubahan tren dan preferensi wisatawan
Dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar	Potensi gangguan terhadap kelestarian lingkungan (ekosistem air) akibat aktivitas wisata
Kabupaten Pati sebagai kota transit	Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan

Dukungan terhadap pariwisata berkelanjutan	
Jangkauan pasar yang luas dengan target wisatawan yang beragam	
FAKTOR INTERNAL WADUK GUNUNG ROWO DAN WADUK GEMBONG	
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Letak destinasi wisata strategis	Akses jalan di dalam kawasan wisata rusak parah
Tarif wisata yang terjangkau	Beberapa papan informasi sudah pudar
Tempat parkir memadai untuk parkir motor dan mobil	Tidak ada tempat sampah kecuali yang disediakan oleh usaha warung di kawasan waduk
Tersedia papan informasi serta petunjuk jalan menuju kawasan wisata	Toilet umum kurang memadai
Terdapat banyak warung makan yang menyediakan gazebo/saung untuk makan, beristirahat sambil menikmati pemandangan waduk	Fasilitas Peribadatan kurang memadai
Kondisi lingkungan khususnya kebersihan tergolong bersih dan alami	Tidak ada transportasi umum dengan rute tujuan Wisata Waduk Gunung Rowo
Akses jalan utama menuju ke tempat wisata bagus	Aktivitas wisata kurang beragam dan kurang menarik
Kondisi lingkungan khususnya kebersihan terawat	Tidak ada fasilitas penginapan/homestay
Terdapat transportasi umum dengan rute jalan melewati destinasi wisata Waduk Gembong	Tidak ada toko yang berjualan khusus oleh - oleh khas Pati/Gembong di kawasan wisata
FAKTOR EKSTERNAL WADUK GUNUNG ROWO DAN WADUK GEMBONG	
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Kerjasama dengan banyak instansi lain	Banyaknya destinasi wisata baru di Kabupaten Pati maupun di wilayah sekitarnya menyebabkan tingkat persaingan antar objek wisata, hal ini bisa

	mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.
Kerjasama dengan banyak instansi lain	Perubahan tren dan prefensi wisatawan
Berkembangnya teknologi informasi memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan promosi	Potensi gangguan terhadap kelestarian lingkungan akibat aktivitas wisata
Dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar	Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan
Kabupaten Pati sebagai kota transit	
Jangkauan pasar yang luas dengan target wisatawan yang beragam	

Sumber: Hasil Analisis, 2026

4.3 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) – Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dihitung dengan menentukan bobot dan rating, dimana kedua skor kemudian dikalikan sehingga masing – masing faktor memiliki skor. Bobot mencerminkan tingkat dan rendahnya bobotnya maka semakin rendah pula pengaruhnya, nilai 4 untuk faktor yang sangat berpengaruh, nilai 3 untuk faktor yang berpengaruh, nilai 2 untuk faktor yang cukup berpengaruh, dan nilai 1 untuk faktor yang kurang berpengaruh. Selanjutnya faktor – faktor tersebut di kelompokkan berdasarkan kelompok faktor internal (kekuatan/*strength* dan kelemahan/*weakness*) dan faktor eksternal (peluang/*opportunities* dan ancaman/*threats*).

Penentuan rating untuk faktor internal, dimana peluang memiliki rating 4 dan peluang kecil diberi rating 1. Begitu juga dengan faktor eksternal dimana ancaman yang sangat besar diberi nilai rating 4, sedangkan ancaman yang paling kecil diberi rating 1. Hasil bobot dan rating akan dikalikan untuk menghasilkan nilai skor, dimana total nilai skor akan menjadi hasil akhir besaran EFE dan IFE yang diperoleh. Data yang diperoleh merupakan data yang ditentukan melalui kuisisioner yang diberikan kepada pengunjung wisata di Kecamatan Gembong. Hasil pembobotan, penilaian rating, dan skor faktor strategis internal dan eksternal ditampilkan dalam tabel berikut ini.

4.3.1 Analisis Matriks IFE EFE Agrowisata Jollong

Matriks IFE dan EFE digunakan untuk menganalisis pengaruh kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) dan kondisi eksternal (peluang dan ancaman) terhadap objek penelitian. Berikut ini tahapan pembuatannya dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor – faktor internal (kekuatan dan kelemahan) atau eksternal (peluang dan ancaman) yang berpengaruh terhadap objek penelitian.
2. Menentukan bobot pada masing – masing faktor dengan hasil perhitungan dari total indikator faktor (x) dibagi dengan jumlah total variabel (a) dan variabel (b). Jumlah variabel internal - internal dan eksternal dan eksternal. Contohnya, letak destinasi strategi (indikator faktor x dari variabel a) memiliki total indikator faktor sebanyak 390 dari penilaian semua pengunjung menggunakan nilai skal 1 sampai 4. Kemudian total dari indikator faktor (x) dibagi dengan jumlah dari total semua indikator faktor pada variabel a (*strenght*) dan variabel b (*weakness*). Total nilai bobot dari indikator faktor internal atau faktor eksternal harus 1, agar seluruh faktor dapat dibandingkan secara proporsional sesuai tingkat pengaruhnya. Berikut ini rumus yang digunakan untuk menentukan bobot.

$$\frac{\text{Total indikator faktor } x}{(\text{total variabel } a + \text{total variabel } b)}$$

Berikut ini contoh perhitungan bobot pada faktor x

$$= \frac{390}{(2.666 + 3177)} = 0,04$$

3. Menentukan rating yaitu dengan rata – rata dari masing – masing indikator faktor berdasarkan skala nilai 1 sampai 4. Contohnya, letak destinasi strategis (indikator faktor x) diberi penilaian oleh semua pengunjung menggunakan nilai skal 1 sampai 4. Total indikator faktor (x) sebanyak 390 dibagi dengan jumlah pengunjung yang mengisi kuisisioner penilaian sebanyak 101 orang, maka didapatkan rating 3,82 (rata – rata indikator faktor x). Berikut ini rumus yang digunakan untuk menentukan rating.

$$\frac{\text{total indikator faktor } x}{\text{jumlah responden}}$$

Berikut ini contoh perhitungan rating pada faktor x

$$= \frac{390}{101} = 3,06$$

4. Menentukan skor yaitu dengan cara mengalikan nilai bobot dan nilai rating. Skor ini mencerminkan tingkat pengaruh relatif dari setiap faktor terhadap strategi yang dianalisis. Berikut ini rumus yang digunakan untuk menentukan skor bobot.

$$\text{nilai bobot} \times \text{nilai rating}$$

Berikut ini contoh perhitungan rating pada faktor x

$$= 0,04 \times 3,06 = 0,13$$

5. Lalu, menjumlahkan seluruh skor tertimbang untuk mendapatkan total skor IFE atau EFE. Nilai total tersebut menggambarkan sejauh mana objek penelitian mampu merespon faktor – faktor internal atau eksternal secara strategis.

Tabel 4. 5 Analisis Matriks IFE Agrowisata Jollong

Faktor Kunci Internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
S1	Tarif wisata yang terjangkau	0,04	3,06	0,13
S2	Terdapat tempat ibadah.	0,05	3,35	0,15
S3	Tersedia papan informasi serta petunjuk jalan di Agrowisata Jollong	0,05	3,30	0,15
S4	Terdapat TPS yang dikelola sendiri oleh pengelola Agrowisata Jollong	0,04	3,23	0,14
S5	Terdapat tempat sampah di setiap tempat dan gazebo	0,05	3,45	0,16
S6	Terdapat berbagai macam event yang bertujuan untuk promosi sebagai salah satu daya tarik	0,04	3,22	0,14
S7	Kondisi lingkungan khususnya kebersihan terawat	0,05	3,46	0,16
S8	Perawatan dan pembenahan fasilitas dilakukan secara rutin setiap hari	0,05	3,40	0,16
S9	Koleksi jenis tanaman beragam, yaitu kebun kopi, kebun jeruk pamelon, jeruk trigas kebun buah naga, kebun alpukat, dan kebun berbagai macam bunga.	0,05	3,49	0,17
S10	Terdapat stand yang berjualan oleh oleh khas Pati/Jollong	0,05	3,26	0,15
S11	Terdapat restoran dan cafe yang berjualan makanan dan minuman khas Pati khususnya daerah Jollong	0,05	3,32	0,15
S12	Terdapat banyak gazebo/tempat bersantai	0,05	3,57	0,18
S13	Tempat parkir memadai untuk parkir motor dan mobil	0,05	3,38	0,16
S14	Aktivitas wisata yang beragam dan menarik seperti wisata edukasi, <i>outbound</i> , <i>camping</i> , <i>buper</i> , <i>jeep</i> , <i>gathering</i> , <i>sepeda listrik</i> , <i>terapi</i>	0,05	3,58	0,18

Faktor Kunci Internal		Bobot	Rating	Skor
	ikan, atv, flying fox, taman kelinci, kolam kecek, dan petik buah saat musim panen			
S15	Toilet bersih dan terawat	0,05	3,38	0,16
Jumlah Kekuatan		0,70		2,35
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
W1	Tidak ada transportasi umum dengan rute tujuan Agrowisata Jollong	0,04	2,84	0,11
W2	Beberapa papan informasi sudah pudar	0,04	2,77	0,11
W3	Ketergantungan pada kondisi cuaca, yaitu curah hujan yang tinggi mempengaruhi pertumbuhan dan hasil	0,03	2,46	0,08
W4	Keterbatasan variasi musiman, karena beberapa tanaman hanya dapat tumbuh atau berbuah pada waktu tertentu	0,04	2,71	0,10
W5	Akses jalan menuju wisata sempit	0,04	2,92	0,12
W6	Beberapa wahana bermain seperti kolam renang dan taman hiburan kurang menarik bagi pengunjung	0,04	2,83	0,11
W7	Beberapa penginapan/homestay terlihat kurang menarik dan menimbulkan kesan kurang nyaman bagi wisatawan	0,03	2,51	0,09
W8	Letak destinasi wisata kurang strategis	0,04	3,15	0,13
Jumlah Kelemahan		0,30		0,85
Total Kekuatan dan Kelemahan		1,00		3,19

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Kekuatan utama yang dimiliki Agrowisata Jollong dengan skor 0,18 yaitu terdapat banyak gazebo/tempat bersantai dan aktivitas wisata yang beragam dan menarik seperti wisata edukasi, *outbound*, *camping*, buper, jeep, gathering, sepeda listrik, terapi ikan, atv, flying fox, taman kelinci, kolam kecek, dan petik buah saat musim panen. Keberadaan fasilitas tersebut meningkatkan kenyamanan pengunjung selama berada di kawasan wisata. Gazebo dapat digunakan pengunjung untuk beristirahat, berkumpul bersama keluarga, dan bersantai menikmati suasana wisata dengan lebih nyaman, sedangkan beragam aktivitas wisata memberikan banyak pilihan hiburan dan pengalaman yang bisa dilakukan oleh pengunjung. Kekuatan tersebut menjadi salah satu faktor meningkatkan minat pengunjung untuk berkunjung kembali. Letak destinasi wisata kurang strategis menjadi kelemahan utama yang dimiliki Agrowisata Jollong, yaitu sebesar 0,13. Banyak pengunjung menilai bahwa lokasi wisata cukup jauh dari pusat kota, akses menuju kawasan wisata masih terbatas. Letak yang kurang strategis mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, terutama bagi pengunjung yang mengutamakan kemudahan akses dan efisiensi perjalanan. Oleh karena

itu, perlu adanya peningkatan aksesibilitas dan memperkuat daya tarik wisata agar tetap diminati pengunjung.

Tabel 4. 6 Analisis Matriks EFE Agrowisata Jollong

Faktor Kunci Eksternal		Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
O1	Dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar	0,10	2,94	0,28
O2	Berkembangnya teknologi informasi memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan promosi	0,10	3,18	0,33
O3	Kerjasama dengan instansi pemerintahan	0,11	3,23	0,34
O4	Kabupaten Pati sebagai kota transit	0,10	3,03	0,30
O5	Dukungan terhadap pariwisata berkelanjutan	0,10	3,20	0,33
O6	Jangkauan pasar yang luas dengan target wisatawan yang beragam	0,10	3,15	0,32
Jumlah Peluang		0,61		1,90
Ancaman (<i>Threats</i>)				
T1	Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan	0,10	3,07	0,31
T2	Perubahan tren dan prefensi wisatawan	0,10	3,03	0,30
T3	Potensi gangguan terhadap kelestarian lingkungan (ekosistem air) akibat aktivitas wisata	0,08	2,58	0,22
T4	Banyaknya destinasi wisata baru di Kabupaten Pati maupun di wilayah sekitarnya menyebabkan tingkat persaingan antar objek wisata, hal ini bisa mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan	0,11	3,32	0,36
Jumlah Ancaman		0,39		1,18
Total Peluang dan Ancaman		1,00		3,08

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Berdasarkan tabel analisis matriks EFE diatas, peluang utama yang dimiliki Agrowisata Jollong yaitu kerjasama dengan instansi pemerintahan dengan skor 0,34. Menurut penuturan pengelola dan dinas terkait, bentuk kerja sama Agrowisata Jollong dan pemerintah yaitu bantuan perbaikan akses jalan utama menuju lokasi Agrowisata Jollong dan bantuan promosi untuk meningkatkan branding wisata agar dapat dikenal oleh banyak orang. Lalu untuk ancaman utamanya dengan skor 0,36 yaitu banyaknya destinasi wisata baru di Kabupaten Pati maupun di wilayah sekitarnya menyebabkan tingkat persaingan antar objek wisata, hal ini bisa mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.

4.3.2 Analisis Matrik IFE dan EFE Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Tabel 4. 7 Analisis Matriks IFE Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Faktor Kunci Internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
S1	Letak destinasi wisata strategis	0,07	3,82	0,26
S2	Tarif wisata yang terjangkau	0,07	3,79	0,25
S3	Tempat parkir memadai untuk parkir motor dan mobil	0,07	3,83	0,26
S4	Tersedia papan informasi serta petunjuk jalan menuju kawasan wisata	0,06	3,19	0,18
S5	Terdapat banyak warung makan yang menyediakan gazebo/saung untuk makan, beristirahat sambil menikmati pemandangan waduk	0,07	3,95	0,27
S6	Kondisi lingkungan khususnya kebersihan tergolong bersih dan alami	0,07	3,79	0,25
S7	Akses jalan utama menuju ke tempat wisata bagus	0,07	3,75	0,25
Jumlah Kekuatan		0,46		1,71
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
W1	Tidak ada fasilitas penginapan/homestay	0,06	3,72	0,24
W2	Beberapa papan informasi sudah pudar	0,07	3,81	0,25
W3	Tidak ada tempat sampah kecuali yang disediakan oleh usaha warung di kawasan waduk	0,07	3,93	0,27
W4	Toilet umum kurang memadai	0,07	3,97	0,28
W5	Fasilitas Peribadatan kurang memadai	0,07	3,95	0,27
W6	Toilet umum kurang memadai	0,07	3,90	0,27
W7	Akses jalan di dalam kawasan wisata rusak parah	0,07	3,97	0,28
W8	Tidak ada toko yang berjualan khusus oleh - oleh khas Pati/Gembong di kawasan wisata	0,07	3,89	0,26
Jumlah Kelemahan		0,54		2,12
Total Kekuatan dan Kelemahan		1,00		3,83

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Berdasarkan tabel analisis matriks IFE diatas, kekuatan utama yang dimiliki wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong dengan skor 0,27 yaitu terdapat banyak warung makan yang menyediakan gazebo/saung untuk makan, beristirahat sambil menikmati pemandangan waduk. Keberadaan warung makan dan gazebo/saung meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pengunjung, pengunjung dapat membeli makan dan minum serta

bisa menikmatinya di dalam kawasan wisata dengan menikmati pemandangan waduk dan suasana yang membuat nyaman pengunjung. Selain itu, kelemahan wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong yang memiliki skor sebesar 0,28 yaitu fasilitas toilet umum yang kurang memadai, baik dari segi jumlah maupun kondisi kebersihannya dan akses jalan di dalam kawasan wisata yang rusak parah. Kelemahan tersebut perlu diatasi dengan perbaikan akses jalan di dalam kawasan wisata, seperti pengaspalan atau pengecoran jalan yang rusak, dan penambahan serta perawatan toilet umum untuk meningkatkan keamanan, kenyamanan, dan kemudahan mobilitas pengunjung saat berkunjung ke kawasan wisata.

Tabel 4. 8 Analisis Matriks EFE Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Faktor Kunci Eksternal		Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
O1	Kerjasama dengan banyak instansi lain	0,11	3,81	0,41
O2	Berkembangnya teknologi informasi memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan promosi	0,11	3,97	0,45
O3	Dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar	0,11	3,96	0,45
O4	Kabupaten Pati sebagai kota transit	0,11	3,92	0,44
O5	Jangkauan pasar yang luas dengan target wisatawan yang beragam	0,11	3,95	0,44
Jumlah Peluang		0,56		2,19
Ancaman (<i>Threats</i>)				
T1	Banyaknya destinasi wisata baru di Kabupaten Pati maupun di wilayah sekitarnya menyebabkan tingkat persaingan anatar objek wisata, hal ini bisa mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.	0,11	3,93	0,44
T2	Perubahan tren dan prefensi wisatawan	0,11	3,94	0,44
T3	Potensi gangguan terhadap kelestarian lingkungan akibat aktivitas wisata	0,11	3,79	0,41
T4	Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan	0,11	3,94	0,44

Faktor Kunci Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Jumlah Ancaman	0,44		1,73
Total Peluang dan Ancaman	1,00		3,91

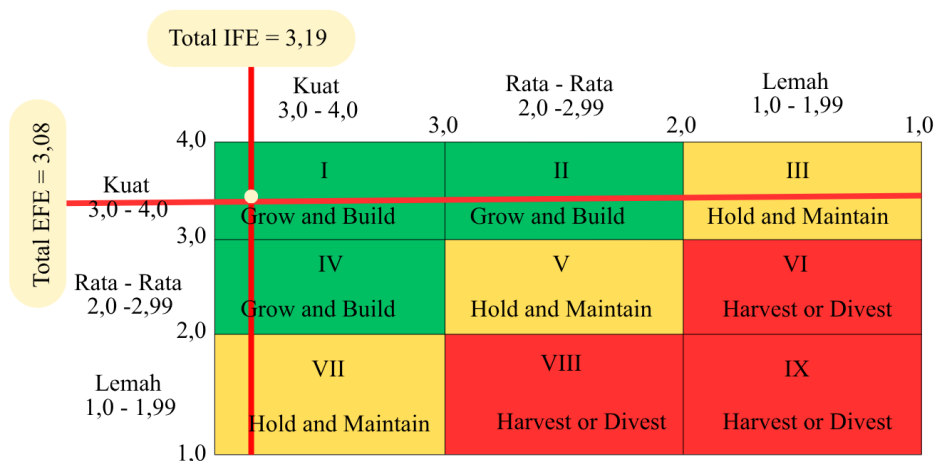
Sumber: Hasil Analisis, 2026

Berdasarkan tabel analisis matriks EFE diatas, peluang utama yang dimiliki wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong dengan skor 0,45 yaitu berkembangnya teknologi informasi memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan promosi dan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Pemanfaatan media sosial membantu meningkatkan penyebaran informasi wisata secara lebih luas, sehingga banyak orang akan mengetahui adanya wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong dan perkembangan wisata dapat menciptakan peluang kerja baru bagi masyarakat sekitar waduk. Selain itu, ancaman wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong yang memiliki skor sebesar 0,44 diantaranya yaitu banyaknya destinasi wisata baru di Kabupaten Pati maupun di wilayah sekitarnya menyebabkan tingkat persaingan antar objek wisata, hal ini bisa mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, perubahan tren dan preferensi wisatawan, dan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan.

4.4 Matriks Internal – Eksternal (IE)

Matriks IE memiliki sembilan sel yang digunakan untuk melihat pemetaan posisi suatu objek berdasarkan nilai faktor internal dan eksternal yang dihadapi saat ini. Sehingga dapat melihat kondisi objek apakah sedang tumbuh berkembang atau kondisi stabil dan mempertahankannya atau justru divestasi dan jual. Berikut merupakan hasil dari analisis matriks IE pada wisata di Kecamatan Gembong.

4.4.1 Analisis Matriks IE Agrowisata Jollong



Sumber: Hasil Analisis, 2026

Gambar 4. 22 Matriks IE Agrowisata Jollong

Berdasarkan analisis matriks IFE dan EFE Agrowisata Jollong, faktor internal (peluang dan ancaman) Agrowisata Jollong memiliki total skor 3,19 dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) Agrowisata Jollong memiliki total skor 3,08. Sehingga Agrowisata Jollong berada pada kuadran I yang merupakan *growth and build strategy* / strategi tumbuh dan dikembangkan. Strategi yang diterapkan yaitu fokus pada pengembangan dan pertumbuhan melalui penetrasi pasar, pengembangan produk, dan integrasi. Agrowisata Jollong dapat menggunakan strategi *grow and build* melalui cara berikut ini.

1. Strategi Penetrasi Pasar

Strategi penetrasi pasar yaitu usaha untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan memperluas promosi dan memperkenalkan wisata kepada masyarakat yang lebih luas. Strategi ini berguna untuk meningkatkan branding Agrowisata Jollong, menarik wisatawan baru, serta meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan wisata. Hal yang bisa dilakukan yaitu promosi melalui media sosial seperti Instagram, Tik Tok, Facebook, dan Youtube, serta website dan platform digital lainnya. Selain itu, dapat melakukan kerja sama dengan *influencer*, sekolah, instansi, dan agen biro perjalanan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Strategi Pengembangan Produk Wisata

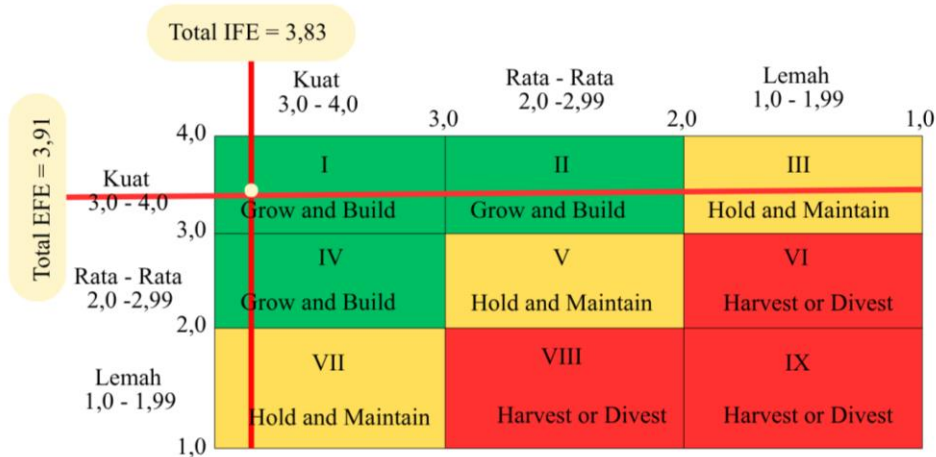
Strategi Pengembangan Produk Wisata yaitu usaha untuk menambah atau memperbaiki atraksi dan kegiatan wisata agar lebih beragam dan menarik. Strategi ini bermanfaat untuk meningkatkan daya tarik wisata, memberikan pengalaman baru bagi pengunjung, dan membuat pengunjung tertarik untuk datang kembali. Misalnya, menambah variasi atraksi dan aktivitas wisata, seperti menambahkan wahana sepeda layang dan rainbow slide yang bisa dibangun di atas area Garden Valley, menambahkan konsep wisata healing dan relaksasi dengan menyediakan area yoga dan meditasi sembari merasakan suasana alam untuk menarik pengunjung yang ingin mencari ketenangan, dan mengadakan workshop kreatif seperti membuat kerajinan tangan, membatik, meracik kopi atau mengolah hasil pertanian menjadi produk makanan.

3. Strategi Peningkatan Integrasi Agrowisata Jollong

Strategi peningkatan integrasi wisata adalah usaha untuk menghubungkan dan menggabungkan beberapa unsur agar saling mendukung dan bekerja secara terpadu supaya pengelolaan dan pengembangan wisata menjadi lebih efektif. Beberapa strategi peningkatan integrasi dalam pengembangan Agrowisata Jollong, misalnya integrasi antar destinasi wisata yaitu menghubungkan Agrowisata Jollong dengan destinasi lain di Kecamatan Gembong dalam satu paket wisata supaya pengunjung bisa mengunjungi

beberapa tempat wisata sekaligus, mengintegrasikan sistem promosi, pemesanan tiket, informasi wisata, dan peta lokasi melalui website atau aplikasi digital seperti Treveloka dan Tiket.com, bekerja sama dengan penyedia *shuttle* wisata untuk mempermudah akses wisata menuju kawasan wisata.

4.4.2 Analisis Matriks IE Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong



Sumber: Hasil Analisis, 2026

Gambar 4. 23 Matriks IE Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Berdasarkan analisis matriks IFE dan EFE wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong, faktor internal (peluang dan ancaman) wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong memiliki total skor 3,83 dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong memiliki total skor 3,91. Sehingga wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong berada pada kuadran I yang merupakan *growth and build strategy* / strategi tumbuh dan dikembangkan. Strategi yang diterapkan yaitu fokus pada pengembangan dan pertumbuhan melalui penetrasi pasar, pengembangan produk, dan integrasi. Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong dapat menggunakan strategi grow and build melalui cara berikut ini.

1. Strategi Penetrasi Pasar

Hal yang bisa dilakukan yaitu promosi melalui media sosial seperti Instagram, Tik Tok, Facebook, dan Youtube, serta website dan platform digital lainnya. Selain itu, dapat melakukan kerja sama dengan *influencer*, sekolah, instansi, dan agen biro perjalanan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Strategi Pengembangan Produk Wisata

Pengembangan wisata dapat dilakukan dengan menambah variasi atraksi dan aktivitas wisata, seperti menambahkan wahana permainan air, seperti perahu kayuh, sepeda air, kano atau kayak, perahu wisata dengan kapasitas beberapa orang, dan flying fox di atas

air, serta mengadakan festival rutin kebudayaan daerah dan penyelenggaraan event olahraga.

3. Strategi Peningkatan Integrasi wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Beberapa strategi peningkatan integrasi dalam pengembangan wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong, misalnya integrasi antar destinasi wisata yaitu menghubungkan destinasi wisata di Kecamatan Gembong yaitu Waduk Gunung Rowo, Waduk Gembong, Agrowisata Jollong dalam satu paket wisata supaya pengunjung bisa mengunjungi beberapa tempat wisata sekaligus, bekerja sama dengan penyedia shuttle wisata untuk mempermudah akses wisata menuju kawasan wisata, dan menjaga kebersihan, keamanan, dan kelestarian lingkungan kawasan wisata waduk dengan melibatkan pemerintah, pengunjung, dan masyarakat yang terlibat dalam pengembangan wisata.

4.5 Strategi Pengembangan Wisata di Kecamatan Gembong

4.5.1 Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal pada Agrowisata Jollong, diperoleh nilai skor dari masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil perhitungan skor tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan matriks SWOT untuk menentukan strategi pengembangan wisata yang sesuai. Adapun hasil perhitungan skor SWOT Agrowisata Jollong disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan Skoring SWOT

FAKTOR	SKOR
Strengths/Kekuatan	2,35
Weakness/Kelemahan	0,85
Opportunities/Peluang	1,90
Threats/Ancaman	1,18

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Matriks SWOT untuk Agrowisata Jollong dapat diketahui dengan menggunakan perhitungan selisih antara faktor internal dan faktor eksternal yang diperoleh dari hasil perhitungan skor bobot dari masing – masing variabel (S,W,O,T) yang sebelumnya telah dianalisis dalam matriks IFE dan EFE. Nilai sumbu X berasal dari selisih antara total skor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness), yaitu $2,35 - 0,85 = 1,50$. Sedangkan nilai sumbu Y diperoleh dari selisih antara total skor peluang (opportunities) dan ancaman

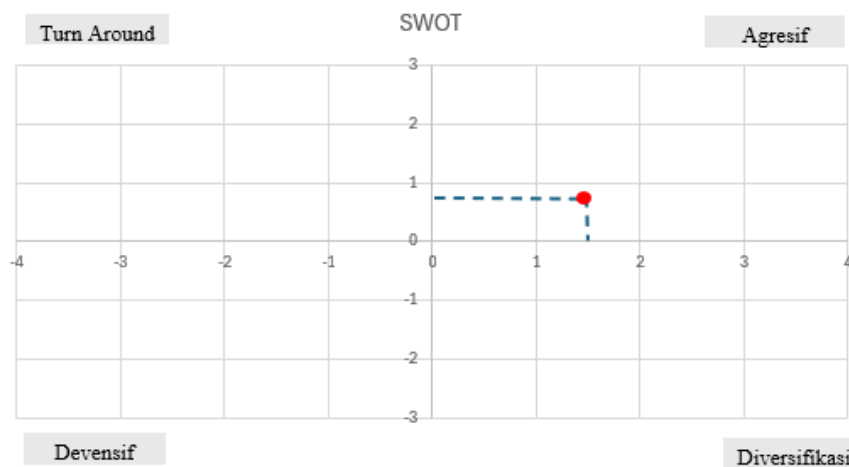
(threats), yaitu $1,90 - 1,18 = 0,72$. Hasil perhitungan tersebut kemudian digunakan untuk menentukan posisi kuadran dalam diagram SWOT sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan Agrowisata Jollong.

Tabel 4. 10 Hasil Analisis SWOT

Sumbu	X	Y
Rumus	S-W	O-T
Perhitungan	2,35 – 0,85	1,90 – 1,18
Hasil	1,50	0,72

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Berikut ini gambar yang menunjukkan hasil tampilan grafik analisis SWOT yang menggambarkan hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan Agrowisata Jollong. Pada grafik tersebut, sumbu x merepresentasikan kondisi internal dan sumbu y merepresentasikan kondisi eksternal yang mempengaruhi pengembangan kawasan Agrowisata Jollong. Titik koordinat yang didapat dari hasil perhitungan skor menunjukkan posisi strategis Agrowisata Jollong pada matriks SWOT.



Sumber: Hasil Analisis, 2026

Gambar 4. 24 Pemetaan Posisi Agrowisata Jollong

Strategi alternatif yang dapat diterapkan yaitu strategi *agresif* (*growth oriented strategy*), yaitu strategi yang digunakan ketika memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Fokusnya yaitu memperluas pasar, meningkatkan promosi, mengembangkan fasilitas, dan memaksimalkan potensi yang dimiliki. Berikut rumusan strategi pengembangan Agrowisata Jollong berdasarkan rumusan strategi SO, WO, ST, dan WT.

Tabel 4. 11 Rumusan Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong

Strategi	Faktor SWOT yang Dipadukan	Dasar Pertimbangan	Rumusan Strategi
S-O 1	S2, S6, SS7 + O2, O6	Agrowisata memiliki banyak daya tarik yang dapat dipromosikan kepada pasar yang lebih luas melalui media digital.	Meningkatkan promosi digital melalui media sosial, website, konten kreatif, dan kerja sama dengan <i>influencer</i> untuk memperluas jangkauan pasar wisata.
S-O 2	S11 + O3, O5	Fasilitas ekonomi yang tersedia dapat dikembangkan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan ekonomi lokal.	Mengembangkan usaha wisata yang melibatkan masyarakat sekitar melalui pengelolaan kuliner, oleh-oleh, dan jasa wisata lainnya.
S-O 3	S2, S9 + O1, O4	Potensi wisata yang beragam dapat diintegrasikan dengan destinasi lain melalui kerja sama lintas instansi.	Mengintegrasikan Agrowisata Jollong dengan Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong dalam paket wisata Kecamatan Gembong.

Strategi	Faktor SWOT yang Dipadukan	Dasar Pertimbangan	Rumusan Strategi
W-O 1	W6, W4 + O6, O5	Kekurangan atraksi dapat diatasi dengan penambahan aktivitas baru yang menarik berbagai segmen wisatawan.	Menambahkan variasi atraksi dan aktivitas wisata, seperti menambahkan wahana sepeda layang dan rainbow slide yang bisa dibangun di atas area Garden Valley, menambahkan konsep wisata healing dan relaksasi dengan menyediakan area yoga dan meditasi sembari merasakan suasana alam untuk menarik pengunjung yang ingin mencari ketenangan, dan mengadakan workshop kreatif seperti membuat kerajinan tangan, membatik, meracik kopi atau mengolah hasil pertanian menjadi produk makanan, serta menambah variasi tanaman yang tidak bergantung pada musim, seperti sayuran hidroponik untuk kegiatan edukasi pertanian agar mampu menghadapi persaingan dengan destinasi wisata lain yang semakin berkembang.
W-O 2	W7, W2 + O1, O5	Dukungan pemerintah dan pihak swasta dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas fasilitas wisata.	Mengoptimalkan kerja sama dengan pemerintah dan investor dalam pembangunan dan pengembangan fasilitas wisata.
W-O 3	W1, W8 + O1	Perbaikan infrastruktur diperlukan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan wisatawan.	Melakukan perbaikan akses jalan menuju dan di dalam kawasan wisata secara bertahap.

Strategi	Faktor SWOT yang Dipadukan	Dasar Pertimbangan	Rumusan Strategi
W-O 4	W3 + O1, O6	Kerja sama dengan sekolah dan agen perjalanan dapat membantu mengatasi keterbatasan transportasi.	Menjalin kerja sama dengan sekolah dan biro perjalanan untuk menyediakan paket kunjungan dan shuttle wisata.
S-T 1	S1 + T1, T2	Harga yang terjangkau menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan.	Mempertahankan tarif masuk yang terjangkau sebagai daya tarik utama wisata.
S-T 2	S7, S4, S5 + T3, T4	Kebersihan dan pengelolaan lingkungan dapat menjadi keunggulan dibandingkan destinasi lain.	Menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sebagai keunggulan utama destinasi wisata.
S-T 3	S2, S6, S9 + T1, T2	Inovasi produk wisata diperlukan agar tetap menarik dan kompetitif.	Mengembangkan paket wisata kreatif dan inovatif berbasis agrowisata, edukasi, budaya, dan kearifan lokal.
W-T 1	W2, W6, W7 + T1	Kualitas fasilitas yang kurang baik dapat menurunkan daya saing destinasi.	Meningkatkan kualitas fasilitas melalui perbaikan, perawatan, dan penambahan sarana pendukung wisata.
W-T 2	W2+T3, T4	Edukasi dan informasi yang baik diperlukan untuk menjaga kelestarian lingkungan wisata.	Meningkatkan kesadaran pengunjung dan masyarakat terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan melalui pembaruan papan informasi dan pengelolaan sampah.

Sumber: Hasil Analisis, 2026

4.5.2 Strategi Pengembangan Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Analisis strategi pengembangan wisata pada Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong dilakukan secara bersama karena kedua destinasi wisata tersebut memiliki karakteristik yang hampir sama, yaitu sama-sama merupakan wisata berbasis perairan di Kecamatan Gembong dengan kondisi pengembangan dan permasalahan yang serupa. Kedua waduk juga memiliki kesamaan dalam daya tarik wisata, aktivitas pengunjung, fasilitas wisata, serta kebutuhan pengembangan kawasan. Oleh karena itu, analisis dilakukan secara bersamaan agar dapat menggambarkan kondisi wisata waduk di Kecamatan Gembong secara lebih menyeluruh dan menghasilkan strategi pengembangan yang sama sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan kedua kawasan wisata tersebut.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal pada wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong, diperoleh nilai skor dari masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil perhitungan skor tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan matriks SWOT untuk menentukan strategi pengembangan wisata yang sesuai. Adapun hasil perhitungan skor SWOT wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan Skoring SWOT

FAKTOR	SKOR
Strenghts/Kekuatan	1,71
Weakness/Kelemahan	2,12
Opportunities/Peluang	2,19
Threats/Ancaman	1,73

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Matriks SWOT untuk wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong dapat diketahui dengan menggunakan perhitungan selisih antara faktor internal dan faktor eksternal yang diperoleh dari hasil perhitungan skor bobot dari masing – masing variabel (S,W,O,T) yang sebelumnya telah dianalisis dalam matriks IFE dan EFE. Nilai sumbu X berasal dari selisih antara total skor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness), yaitu

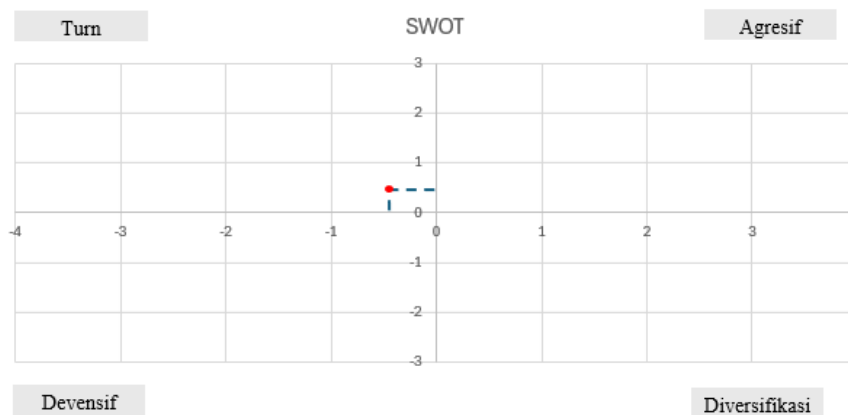
$1,71 - 2,12 = -0,41$. Sedangkan nilai sumbu Y diperoleh dari selisih antara total skor peluang (opportunities) dan ancaman (threats), yaitu $2,19 - 1,73 = 0,46$. Hasil perhitungan tersebut kemudian digunakan untuk menentukan posisi kuadran dalam diagram SWOT sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong.

Tabel 4. 13 Hasil Analisis SWOT

Sumbu	X	Y
Rumus	S-W	O-T
Perhitungan	$1,71 - 2,12$	$2,19 - 1,73$
Hasil	-0,41	0,46

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Gambar berikut menunjukkan hasil tampilan grafik analisis SWOT yang menggambarkan hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong. Pada grafik tersebut, sumbu x merepresentasikan kondisi internal dan sumbu y merepresentasikan kondisi eksternal yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong. Titik koordinat yang didapat dari hasil perhitungan skor menunjukkan posisi strategis wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong pada matriks SWOT.



Sumber: Hasil Analisis, 2026

Gambar 4. 25 Pemetaan Posisi Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Strategi *turn around* yaitu strategi yang digunakan memiliki peluang yang sangat besar namun kondisi internal masih lemah (ada kendala atau kelemahan yang perlu diperbaiki). Alternatif strategi yang bisa diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/lokal.

Berikut rumusan strategi pengembangan wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong berdasarkan rumusan strategi SO, WO, ST, dan WT.

Tabel 4. 14 Rumusan Strategi Pengembangan Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

Rumusan Strategi	Faktor SWOT yang Dipadukan	Dasar Pertimbangan	Rumusan Strategi
S-O (strategi yang hanya menggunakan kekuatan untuk dapat mengambil keuntungan dari hasil peluang yang ada).	S5, S6, S8+ O2, O6	Keindahan waduk, latar Gunung Muria, dan kondisi lingkungan yang masih alami merupakan daya tarik utama yang dapat dipromosikan secara digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.	Mengoptimalkan pemandangan waduk dengan latar belakang Gunung Muria serta kondisi lingkungan yang bersih dan alami melalui promosi digital dan kerja sama dengan <i>influencer</i> .
	S5 + O3, O4	Keberadaan warung dan aktivitas ekonomi di kawasan wisata dapat dikembangkan dengan melibatkan masyarakat sehingga meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja.	Mengembangkan kawasan wisata dengan melibatkan masyarakat sekitar dalam usaha kuliner, penyewaan fasilitas, dan jasa wisata lainnya.
	S1, S7 + O1, O5	Lokasi wisata yang mudah dijangkau dapat diintegrasikan dengan destinasi lain melalui kerja sama lintas sektor.	Mengintegrasikan Waduk Gunung Rowo, Waduk Gembong, dan Agrowisata Jollong dalam satu paket wisata Kecamatan Gembong.

Rumusan Strategi	Faktor SWOT yang Dipadukan	Dasar Pertimbangan	Rumusan Strategi
W-O (strategi untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang peluang eksternal).	W7, W4, W5, W9 + O1	Keterbatasan atraksi wisata dapat diatasi dengan pengembangan wahana dan kegiatan baru yang sesuai kebutuhan wisatawan.	Menambahkan variasi atraksi dan aktivitas wisata permainan air, seperti perahu kayuh, sepeda air, kano atau kayak, perahu wisata dengan kapasitas beberapa orang, dan flying fox di atas air, serta mengadakan festival rutin kebudayaan daerah dan penyelenggaraan event olahraga.
	W3, W4, W5 , W8, W9 + O1	Dukungan pemerintah dan investor dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan fasilitas dasar dan pendukung wisata.	Mengoptimalkan kerja sama dengan pemerintah dan investor dalam pembangunan fasilitas dasar dan pendukung kawasan wisata, terutama penyediaan toilet.
	W1 + O1	Perbaikan infrastruktur diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan aksesibilitas pengunjung.	Melakukan perbaikan akses jalan di dalam kawasan wisata secara bertahap.
	W6 + O1, O6	Kerja sama dengan sekolah dan agen perjalanan dapat mengatasi keterbatasan transportasi menuju destinasi wisata.	Bekerja sama dengan sekolah dan agen perjalanan untuk menyediakan transportasi atau shuttle wisata terintegrasi.

Rumusan Strategi	Faktor SWOT yang Dipadukan	Dasar Pertimbangan	Rumusan Strategi
S-T (strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal).	S1, S2 + T1, T2	Harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan destinasi lain.	Mempertahankan tarif masuk yang terjangkau dan memanfaatkan lokasi strategis untuk meningkatkan daya saing wisata.
	S6, S8 + T1, T3, T4	Lingkungan yang bersih dan alami dapat menjadi nilai jual utama sekaligus menjaga keberlanjutan wisata.	Menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sebagai keunggulan utama destinasi wisata.
	S5, S6 + T1, T2	Inovasi produk wisata diperlukan agar destinasi tetap menarik dan sesuai dengan tren wisata terkini.	Mengembangkan paket wisata kreatif dan inovatif berbasis wisata alam, budaya, dan kearifan lokal.
W-T (strategi yang diusulkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada).	W2, W3, W4, W5 + T1	Fasilitas yang kurang memadai dapat menurunkan kualitas layanan dan daya saing destinasi wisata.	Meningkatkan kualitas fasilitas dasar melalui perbaikan, perawatan, dan penambahan fasilitas wisata.
	W2, W3 + T3, T4	Edukasi dan penyediaan sarana kebersihan diperlukan untuk menjaga kelestarian lingkungan kawasan wisata.	Meningkatkan kesadaran pengunjung dan masyarakat terhadap pelestarian lingkungan melalui pembaruan papan informasi dan penyediaan tempat sampah.

Sumber: Hasil Analisis, 2026

Saran yang dihasilkan sebagai Strategi Pengembangan Wisata di Kecamatan Gembong yaitu sebagai berikut:

A. Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong

1. Meningkatkan promosi digital melalui media sosial, website, konten kreatif, promo, dan kerja sama dengan *influencer* untuk memperluas jangkauan pasar wisata. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan popularitas Agrowisata Jollong sehingga mampu menjangkau wisatawan yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial dan platform digital dapat memudahkan penyebaran informasi mengenai daya tarik wisata, fasilitas, lokasi, serta berbagai kegiatan yang tersedia di kawasan wisata.
2. Mengintegrasikan Agrowisata Jollong dengan destinasi wisata lain di Kecamatan Gembong dalam bentuk paket wisata terpadu. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan dengan menyediakan pengalaman wisata yang lebih beragam. Paket wisata terpadu dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mengunjungi beberapa destinasi wisata sekaligus dalam satu perjalanan.
3. Mengoptimalkan keberadaan stand oleh-oleh, restoran, dan cafe untuk meningkatkan peluang ekonomi masyarakat sekitar dan menciptakan lapangan kerja. Strategi ini bertujuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengembangan usaha masyarakat di sekitar kawasan wisata. Keberadaan fasilitas pendukung tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat identitas lokal Agrowisata Jollong.
4. Meningkatkan kualitas fasilitas wisata melalui perbaikan, perawatan, dan penambahan fasilitas seperti area parkir, CCTV, jaringan WiFi, serta fasilitas ramah disabilitas. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan kemudahan akses bagi pengunjung. Fasilitas yang memadai dapat memberikan pengalaman wisata yang lebih baik sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan.
5. Meningkatkan kualitas pelayanan wisata dan pengelolaan kawasan agar Agrowisata Jollong mampu menjadi destinasi wisata unggulan di Kabupaten Pati. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan pelayanan wisata yang profesional dan berkualitas sehingga dapat meningkatkan citra positif kawasan wisata serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali.
6. Meningkatkan kualitas homestay dan sumber daya manusia melalui pelatihan pelayanan wisata, kemampuan berbahasa asing, serta pengembangan keterampilan pendukung

lainnya. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan, khususnya wisatawan luar daerah maupun wisatawan asing. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia juga dapat mendukung pengelolaan wisata yang lebih profesional.

7. Menjalin kerja sama dengan sekolah, biro perjalanan, dan instansi pemerintah untuk mengembangkan wisata edukasi, penyediaan transportasi wisata, dan perbaikan akses jalan menuju kawasan wisata. Strategi ini bertujuan untuk memperluas pasar wisata sekaligus meningkatkan kemudahan aksesibilitas menuju Agrowisata Jollong. Kerja sama tersebut juga dapat mendukung pengembangan wisata edukasi berbasis pertanian dan lingkungan.
8. Mengembangkan inovasi layanan berbasis digital seperti sistem promosi, reservasi, pemesanan tiket, dan informasi wisata melalui website atau aplikasi digital. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan wisata dan memberikan kemudahan bagi pengunjung dalam memperoleh informasi maupun melakukan pemesanan layanan wisata secara praktis.
9. Mempertahankan kebersihan lingkungan dan meningkatkan perawatan fasilitas secara rutin untuk mendukung kenyamanan pengunjung dan kelestarian lingkungan wisata. Strategi ini bertujuan untuk menjaga kualitas lingkungan kawasan wisata agar tetap bersih, nyaman, dan menarik sehingga dapat mendukung keberlanjutan pengembangan pariwisata.
10. Mengembangkan inovasi atraksi dan aktivitas wisata seperti wahana permainan, wisata healing dan relaksasi, workshop kreatif, serta edukasi pertanian untuk meningkatkan daya tarik wisata dan menghadapi persaingan destinasi wisata lain. Strategi ini dilakukan untuk menciptakan variasi aktivitas wisata yang lebih menarik dan sesuai dengan perkembangan tren serta preferensi wisatawan. Inovasi atraksi wisata dapat meningkatkan daya saing Agrowisata Jollong dibandingkan destinasi wisata lainnya.
11. Meningkatkan kesadaran pengunjung terhadap pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan melalui penyediaan papan informasi dan fasilitas pendukung. Strategi ini bertujuan untuk membangun kesadaran wisatawan agar ikut berpartisipasi dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sehingga kawasan wisata tetap terjaga kualitasnya.
12. Mengoptimalkan harga tiket yang terjangkau dengan tetap menjaga kualitas pelayanan, fasilitas, dan keberagaman daya tarik wisata agar mampu menyesuaikan perubahan tren dan preferensi wisatawan. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing

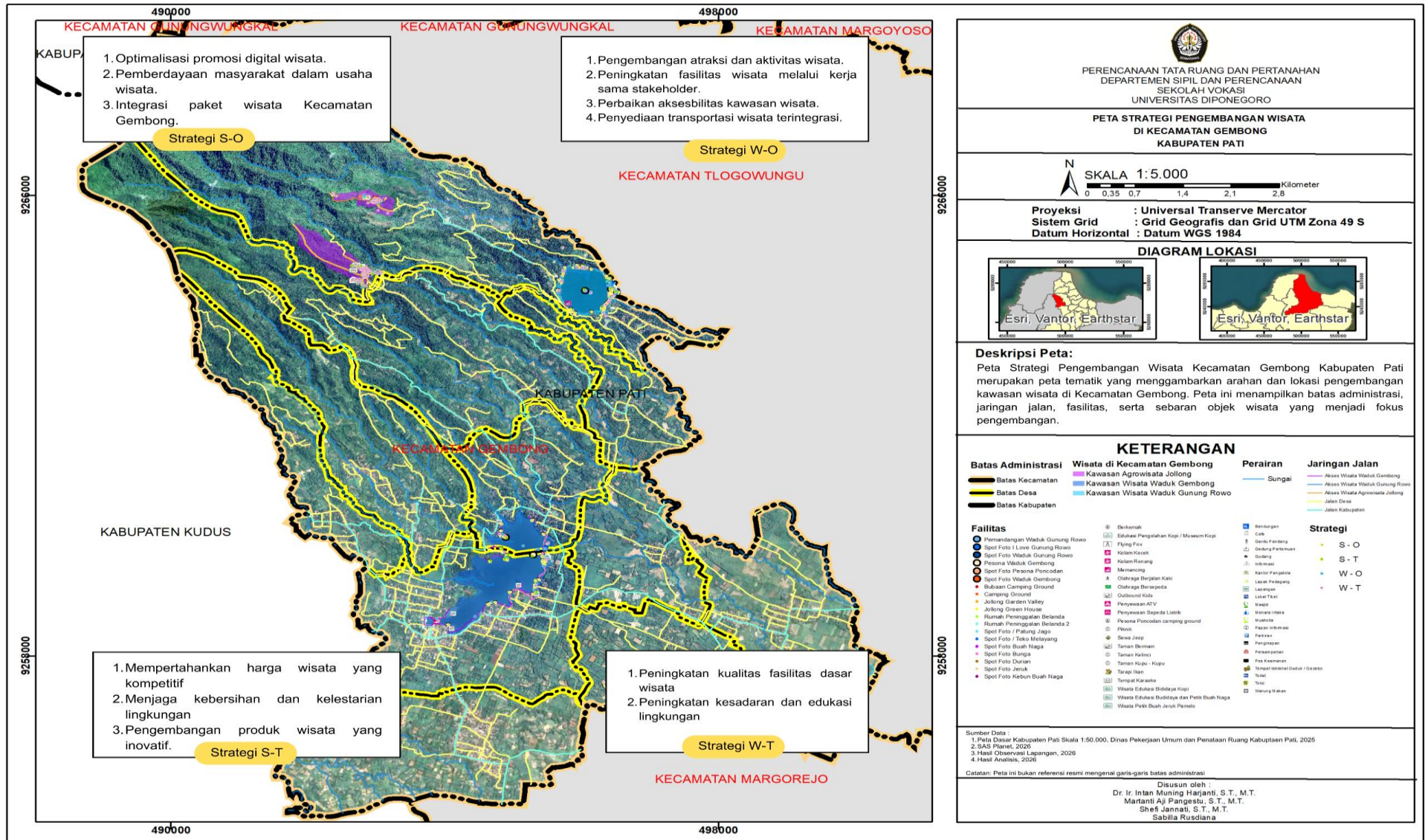
Agrowisata Jollong dengan memberikan pengalaman wisata yang berkualitas namun tetap dapat dijangkau oleh berbagai kalangan wisatawan.

B. Strategi Pengembangan Wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong

1. Mengoptimalkan potensi pemandangan alam waduk dengan latar belakang Gunung Muria melalui promosi digital dan kerja sama dengan *influencer*. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong melalui pemanfaatan media sosial, konten kreatif, serta teknologi informasi. Promosi digital diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Mengembangkan kawasan wisata dengan melibatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaan usaha wisata. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata melalui usaha kuliner, penyewaan fasilitas, jasa wisata, maupun penjualan produk lokal. Keterlibatan masyarakat diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar secara berkelanjutan.
3. Mengintegrasikan Waduk Gunung Rowo, Waduk Gembong, dan Agrowisata Jollong dalam satu paket wisata terpadu di Kecamatan Gembong. Strategi ini dilakukan untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih beragam kepada pengunjung sehingga wisatawan dapat mengunjungi beberapa destinasi wisata sekaligus. Paket wisata terpadu juga dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan dan mendukung pengembangan pariwisata daerah.
4. Menambahkan variasi atraksi dan aktivitas wisata untuk meningkatkan daya tarik wisata. Strategi ini dilakukan melalui pengembangan wahana permainan air seperti perahu kayuh, sepeda air, kano, kayak, perahu wisata, dan flying fox di atas air, serta penyelenggaraan festival budaya dan event olahraga secara rutin. Inovasi atraksi wisata bertujuan untuk menarik minat wisatawan dari berbagai kalangan.
5. Meningkatkan kualitas fasilitas dasar dan fasilitas pendukung kawasan wisata. Strategi ini dilakukan melalui perbaikan, perawatan, dan penambahan fasilitas seperti toilet umum, tempat ibadah, tempat sampah terpilah, papan petunjuk arah, area parkir, penginapan/homestay, dan toko oleh-oleh. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung.
6. Melakukan perbaikan akses jalan dan infrastruktur kawasan wisata secara bertahap. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung

- dalam mengakses kawasan wisata. Infrastruktur jalan yang baik juga dapat mendukung mobilitas wisatawan dan memperlancar pengembangan destinasi wisata secara optimal.
7. Menjalin kerja sama dengan sekolah, biro perjalanan, pemerintah, dan investor dalam pengembangan wisata. Strategi ini dilakukan untuk mendukung pengembangan wisata edukasi, penyediaan transportasi atau shuttle wisata, pengembangan fasilitas, serta peningkatan promosi wisata melalui dukungan berbagai pihak terkait.
 8. Mempertahankan tarif masuk yang terjangkau dengan tetap meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas wisata. Strategi ini bertujuan untuk menjaga daya saing wisata Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong sebagai destinasi wisata yang ekonomis, nyaman, dan mudah dijangkau oleh masyarakat.
 9. Menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan kawasan wisata sebagai keunggulan utama destinasi wisata. Strategi ini dilakukan melalui perawatan lingkungan secara rutin, penyediaan fasilitas kebersihan, serta pengelolaan kawasan wisata yang berkelanjutan agar kondisi alam tetap terjaga dan nyaman bagi pengunjung.
 10. Mengembangkan inovasi paket wisata berbasis wisata alam, budaya, dan kearifan lokal. Strategi ini bertujuan untuk menyesuaikan perubahan tren dan preferensi wisatawan melalui penyusunan paket wisata yang kreatif dan inovatif sehingga Waduk Gunung Rowo dan Waduk Gembong mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya.
 11. Meningkatkan kesadaran pengunjung dan masyarakat terhadap pentingnya pelestarian lingkungan wisata. Strategi ini dilakukan melalui penyediaan papan informasi, edukasi lingkungan, dan fasilitas tempat sampah yang memadai agar kebersihan dan kelestarian kawasan wisata tetap terjaga secara berkelanjutan.

Penempatan masing-masing strategi pada lokasi atau titik pengembangan dilakukan berdasarkan kondisi eksisting, potensi, permasalahan, serta karakteristik setiap kawasan wisata. Strategi pengembangan ditempatkan pada area yang paling membutuhkan penanganan dan memiliki potensi untuk dikembangkan sehingga pelaksanaannya dapat lebih efektif dan tepat sasaran. Sebagai contoh, strategi peningkatan fasilitas dan infrastruktur ditempatkan pada area yang memiliki kondisi jalan rusak, fasilitas kurang memadai, atau tingkat kenyamanan pengunjung yang masih rendah. Strategi promosi dan branding diarahkan pada kawasan wisata yang memiliki potensi daya tarik tinggi tetapi belum dikenal luas oleh wisatawan. Sementara itu, strategi pengembangan atraksi wisata ditempatkan pada lokasi yang memiliki potensi alam dan ruang pengembangan aktivitas wisata baru. Dengan demikian, setiap strategi disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi masing-masing titik pengembangan wisata.



Sumber: Hasil Analisis, 2026

Gambar 4. 26 Peta Strategi Pengembangan Wisata di Kecamatan Gembong Kabupaten Pati