

**USULAN STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA YANG BERKELANJUTAN DI BUKIT CINTA  
RAWA PENING DENGAN MENGGUNAKAN SWOT ANALYSIS DAN PENDEKATAN  
ANALYTICAL NETWORK PROCESS (ANP)**

Artati Rut P. Girsang, Dyah Ika Rinawati, Denny Nurkertamanda

Departemen Teknik Industri, Universitas Diponegoro

Jalan Profesor Soedarto SH., Tembalang, Semarang

Telp. 0812610410931

E-mail:artatirutgirsang12@gmail.com

**Abstrack**

*Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan adalah sebuah upaya pembangunan yang meliputi aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan untuk kebutuhan masa kini tetapi tidak mengorbankan kebutuhan di masa mendatang. Bukit Cinta Rawa Pening merupakan salah satu wisata yang ada di Kabupaten Semarang yang memiliki visi “Terwujudnya Bukit Cinta Rawa Pening sebagai ruang terbuka hijau, ruang wisata tematis dan berkelanjutan” namun belum sepenuhnya menerapkan wisata yang berkelanjutan. Jika dilihat dari segi lingkungan, wisata ini memiliki potensi pemandangan alam yang indah dan juga Rawa Pening. Wisata memberikan dampak secara ekonomi terhadap masyarakat baik dari segi pembukaan lapangan kerja serta peluang melakukan usaha sehingga masyarakat memperoleh keuntungan akan keberadaan wisata. Jika dilihat dari sosial budaya, keberadaan wisata juga penting dalam mempertemukan wisatawan dan mempertemukan antar budaya yang berbeda sehingga dalam wisata tersebut perlu pemeliharaan budaya lokal. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian wisata yang berkelanjutan, dibutuhkan suatu strategi yang tepat. Ada 3 (tiga) tujuan dalam penelitian ini yakni ingin mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Bukit Cinta Rawa Pening, mengetahui alternatif perencanaan strategi dan menentukan prioritas strategi wisata yang berkelanjutan. Dalam menentukan strategi dilakukan identifikasi lingkungan internal eksternal yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman berdasarkan indikator – indikator Sustainable Development Tourism. Hasil dari identifikasi lingkungan internal eksternal ini nantinya dianalisis menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE dan matriks SWOT. Dalam menentukan strategi prioritas digunakan metode Analytical Network Process (ANP) sehingga dihasilkan strategi prioritas yakni pertama mengusulkan program pengembangan infrastruktur wisata yang meliputi fasilitas wisata (permainan), fasilitas Tugu Baru Klinting dan Museum Patung Naga Raksasa, sarana transportasi, fasilitas pelayanan di danau serta kedua membekali masyarakat sekitar/memberikan wawasan terhadap masyarakat tentang Bukit Cinta Rawa Pening.*

**Kata Kunci:** *Pembangunan wisata yang berkelanjutan, Strategi, Matriks SWOT, Analytical Network Process (ANP)*

**ABSTRACT**

*Sustainable development tourism is a development effort that covers economic, socio cultural and environmental aspects for the needs present but does not sacrifice future needs. Bukit Cinta Rawa Pening is one of the tours in Semarang Regency that has a vision of “Realizing Bukit Cinta Rawa Pening as a green open space, theatic and sustainable tourist space” but has not fully implemented sustainable tourism. If viewed in terms of the environment, this tour has the potential of beautiful natural scenery and also Rawa Pening. Tourism has an economic impact on the community both in terms of opening jobs and opportunities to do business so that people get benefit from tourism. When viewed from social culture, the existence of tourism is also important in bringing tourist together and bringing together different culture sothat tourism needs to preserve local culture. Therefore, in an effort to achieve sustainable tourism, an appropriate strategy is needed. There are 3 (three) objectives in this study, namely to find out the strengths, weakness, opportunities and threats of Bukit Cinta Rawa Pening, find out alternatif strategic planning and prioritize sustainable tourism strategies. In determining the strategy, identification of the external internal environment includes strengths, weakness, opportunities and threats based on indicators- indicators of Sustainable Development Tourism. The results of the identification of this external internal environment will be analyzed using the IFE matrix, EFE matrix, IE matrix and SWOT matrix. In determing priority strategies the Analytical Network Process (ANP) method was*

used so that priority strategy is generated namely first proposing a tourism infrastructure development program which includes tourism facilities, Tugu Baru Klinting, Naga Raksasa Sculpture, transportations and facilities on the lake and the second equip the surrounding community/provide insight to the community about Bukit Cinta Rawa Pening.

**Keywords:** Sustainable Development Tourism, Strategy, SWOT Matrix, Analytical Network Process (ANP)

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang berbentuk kepulauan yang memiliki kekayaan sumber daya alam serta potensi – potensi alam. Potensi merupakan kekuatan, kemampuan ataupun daya yang mempunyai kemungkinan untuk bisa dikembangkan lagi menjadi bentuk yang lebih besar. Dalam hal ini potensi yang dimaksudkan adalah potensi alam yang ada di Indonesia yang merupakan sumber daya alam yang dikelola oleh sumber daya manusia / SDM. Banyaknya potensi – potensi alam yang ada dapat menghadirkan suatu objek / wahana yang dapat dinikmati manusia sebagai bentuk perwujudan potensi alam.

Salah satu bentuk perwujudan potensi alam terlihat pada sektor kepariwisataan. Sektor pariwisata adalah sektor yang sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan bagi suatu daerah. Selain sebagai salah satu sumber pendapatan bagi daerah, sektor pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga menurunkan terjadinya pengangguran seperti pedagang-pedagang yang berjualan di tempat wisata. Bukit Cinta Rawa Pening merupakan salah satu wisata yang ada di Kabupaten Semarang tepatnya berada di Desa Kebondowo, Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang Jawa Tengah.

Pariwisata yang berkelanjutan adalah pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial budaya dan lingkungan sekarang dan masa yang akan datang, menjawab kebutuhan pengunjung, industri (pariwisata), lingkungan dan komunitas rumah (*Sustainable, Development, & Organizations*, 2003). Hal ini belum diterapkan sepenuhnya di wisata Bukit Cinta Rawa Pening dan menuju wisata yang berkelanjutan merupakan visi dari Bukit Cinta Rawa Pening Kabupaten Semarang. Wisata Bukit Cinta Rawa Pening memiliki potensi wisata yang besar dimana dari segi lingkungan terdapat keistimewaan seperti pemandangan alam, danau rawa pening. Namun potensi- potensi tersebut belum dikelola dengan baik sehingga lingkungan

menjadi rusak seperti tercemarnya danau rawa pening akibat lingkungan yang diakibatkan oleh limbah fosfat (*eutrofikasi*) sehingga kualitas air menjadi menurun dan menyebabkan makhluk hidup air seperti ikan menjadi mati, hilangnya suasana alam disebabkan eceng gondok yang bertebaran di Rawa Pening yang tidak terawat dan bertebaran di danau Rawa Pening tersebut sehingga membuat pemandangan alam menjadi kurang indah, peningkatan jumlah sampah di sekitar kawasan wisata Bukit Cinta Rawa Pening dan lain sebagainya.

Selain dari segi lingkungan, ekonomi adalah salah satu bidang yang mendapatkan dampak dari keberadaan wisata. Dampak tersebut yakni membuka lapangan pekerjaan baru, peluang usaha yang lebih besar, meningkatkan taraf hidup dan pendapatan masyarakat lokal serta meningkatkan kemampuan manajerial dan keterampilan masyarakat yang memacu kegiatan ekonomi lainnya. Akan tetapi pariwisata dari segi ekonomi juga memiliki dampak negatif dimana masyarakat lokal yang berada di kawasan Bukit Cinta Rawa Pening mengandalkan usaha dagang yang ada di Bukit Cinta Rawa Pening sehingga pendapatan tergantung kepada jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bukit Cinta Rawa Pening tersebut. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap salah satu masyarakat yang melakukan usaha dagang di Bukit Cinta Rawa Pening Koriyah, 28 tahun penghasilan bersih yang didapatkan sekitar 5 juta per bulan. Penghasilan tersebut didapatkan dari kegiatan usaha berdagang yakni menjual tas, keripik khas Rawa Pening, dan kerajinan – kerajinan hasil eceng gondok seperti sandal dan sebagainya.

Selanjutnya yang ketiga adalah dari segi sosial budaya. Pariwisata memiliki peran penting dari segi sosial budaya seperti sikap masyarakat, media massa, komunikasi dan faktor – faktor lain yang menjadi media dalam perubahan sosial budaya. Dengan adanya wisata berarti terjadi pertemuan dua budaya yang berbeda yang pada akhirnya membuat para wisatawan memahami budaya lokal dan akhirnya tercipta pengetahuan dan

penghormatan terhadap budaya sendiri. Selain itu, pengetahuan akan seni dan kebudayaan lokal akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi masyarakat lokal dan dikagumi oleh orang – orang luar yang datang berwisata. Oleh karena itu, sangat penting dalam melestarikan nilai – nilai budaya dan adat yang ada, menghormati keaslian sosial budaya masyarakat setempat dan berkontribusi untuk meningkatkan rasa toleransi serta pemahaman antar budaya.

Oleh karena itu diperlukan strategi perencanaan dan pengembangan wisata yang berkelanjutan (*Sustainable Development Tourism*). Dalam penelitian ini akan membahas tentang strategi pengembangan berdasarkan lingkungan internal eksternal. Lingkungan internal dan eksternal dianalisis dengan menggunakan SWOT untuk menghasilkan strategi alternatif dan prioritas strategi dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Analytical Network Process* (ANP) dalam melakukan pengembangan wisata Bukit Cinta Rawa Pening yang terencana menuju wisata yang berkelanjutan (*Sustainable Development Tourism*).

## 2. Studi Literatur

### 2.1 Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *pari* yang berarti banyak; berkali – kali; berputar – putar dan *wisata* yang berarti perjalanan, bepergian. Jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain (Yoeti, 2008). Pariwisata merupakan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota atau wilayah tertentu.

### 2.2 Strategi Pengembangan Wisata yang Berkelanjutan

Menurut WTO untuk industri *travel* dan pariwisata menyatakan *Sustainable Development Tourism* memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat daerah tujuan wisata sambil melindungi dan mengembangkan peluang pada masa depan. Dipandang sebagai sesuatu yang mengarahkan ke manajemen, seluruh sumber daya dimana kebutuhan ekonomi, sosial dan estetika dapat dipenuhi bersama integritas budaya, proses – proses ekologi yang esensial, diversitas biologi dan sistem – sistem mendukung kehidupan tetap terpelihara.

Isu – isu strategis dalam *Sustainable Tourism* adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan tanggung jawab *stakeholder corporate*
2. Menghasilkan bentuk pariwisata yang cocok
3. “*Sustaining*” sumber daya sosial dan budaya
4. “*Sustaining*” lingkungan alam
5. Kebutuhan atas rencana yang efektif untuk perencanaan daerah tujuan wisata
6. Peranan *Carrying capacities* dan indikator – indikator dalam *sustainable tourism*
7. Menghindari konflik
8. Peningkatan keterlibatan masyarakat
9. Pengarahan untuk masa depan

### 2.3 Analisis SWOT

Menurut Kotler (2008) analisis SWOT adalah analisa dengan menilai kondisi intern perusahaan seperti daya kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) maupun kondisi eksternal yang berupa kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), yang diharapkan dapat memberi informasi kepada perusahaan situasi yang dihadapi perusahaan dan sebagai tindak lanjut perusahaan dalam menentukan strateginya. Analisis SWOT dilakukan dengan cara menganalisa berbagai hal yang memberikan pengaruh terhadap empat faktor yang ada di dalamnya dan selanjutnya menerapkannya terhadap matrix SWOT.

### 2.4 Analytical Network Process (ANP)

ANP (*Analytical Network Process*) mampu memperbaiki kelemahan AHP berupa kemampuan mengakomodasi keterkaitan antar kriteria atau alternatif. Pada ANP terdapat 2 jenis keterkaitan yakni keterkaitan dalam satu set elemen (*inner dependence*) dan keterkaitan antar elemen yang berbeda (*outer dependence*). Adanya keterkaitan tersebut menyebabkan metode ANP lebih kompleks dibandingkan dengan metode AHP (Vanany, 2003). *Inner* dan *outer dependencies* adalah metode yang terbaik bagi pengambil keputusan agar dapat mempresentasikan konsep saling pengaruh mempengaruhi antar klaster dan antar elemen didalam suatu klaster. Metode ANP dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang memiliki ketergantungan antara alternatif atau kriteria yang satu dengan yang lain.

### 2.5 Super Decisions

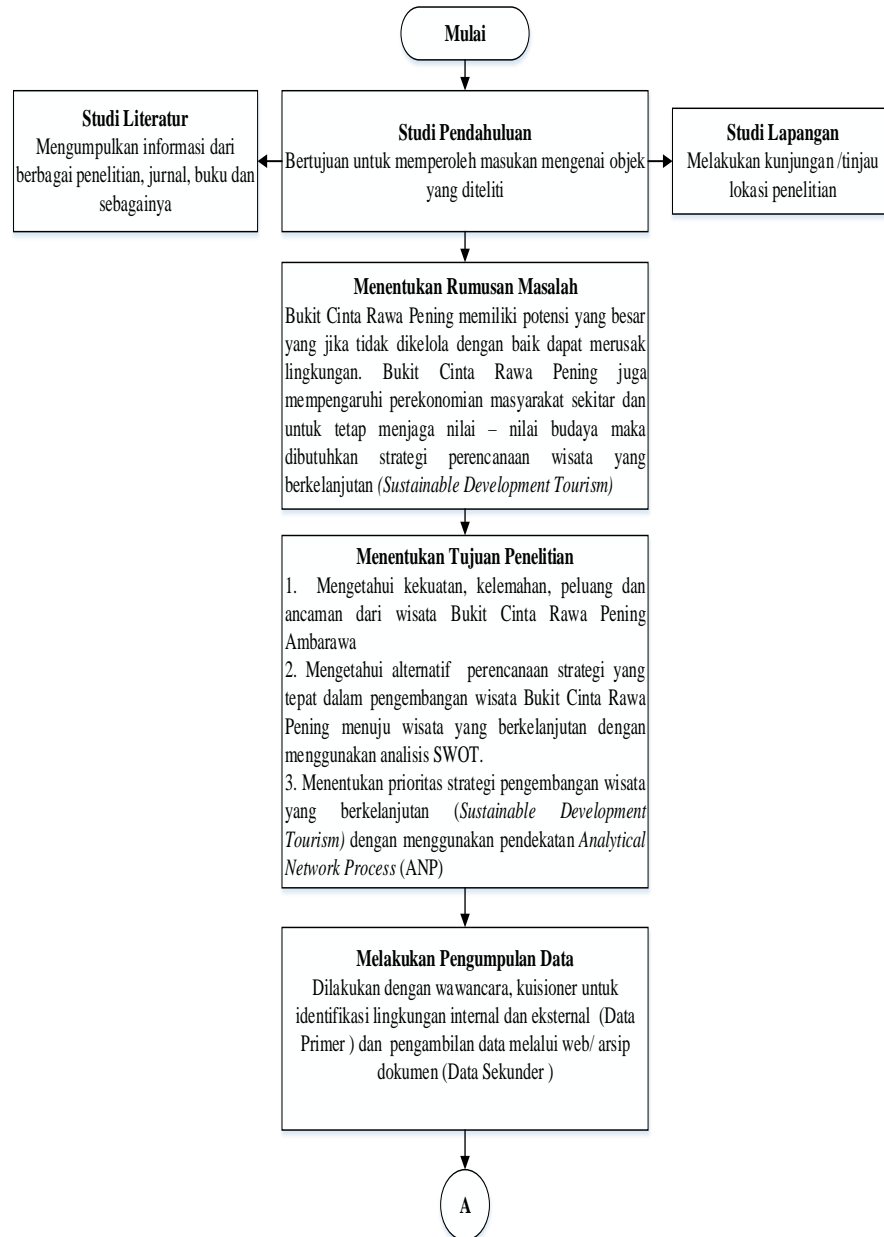
Software *Super Decisions* dikembangkan oleh William J. Adams yang bekerja sama dengan Thomas L. Saaty dan Rozann W. Saaty pada tahun 2003. *Super Decisions Software* digunakan untuk

pengambilan keputusan dengan *dependence* dan *feedback* (implementasi ANP). *Super Decisions Software* merupakan kelanjutan dari software *Analytical Hierarchy Process (AHP)* yang menggunakan proses prioritas fundamental yang sama berdasarkan penurunan prioritas melalui perbandingan berpasangan antar elemen (Saaty, 2004).

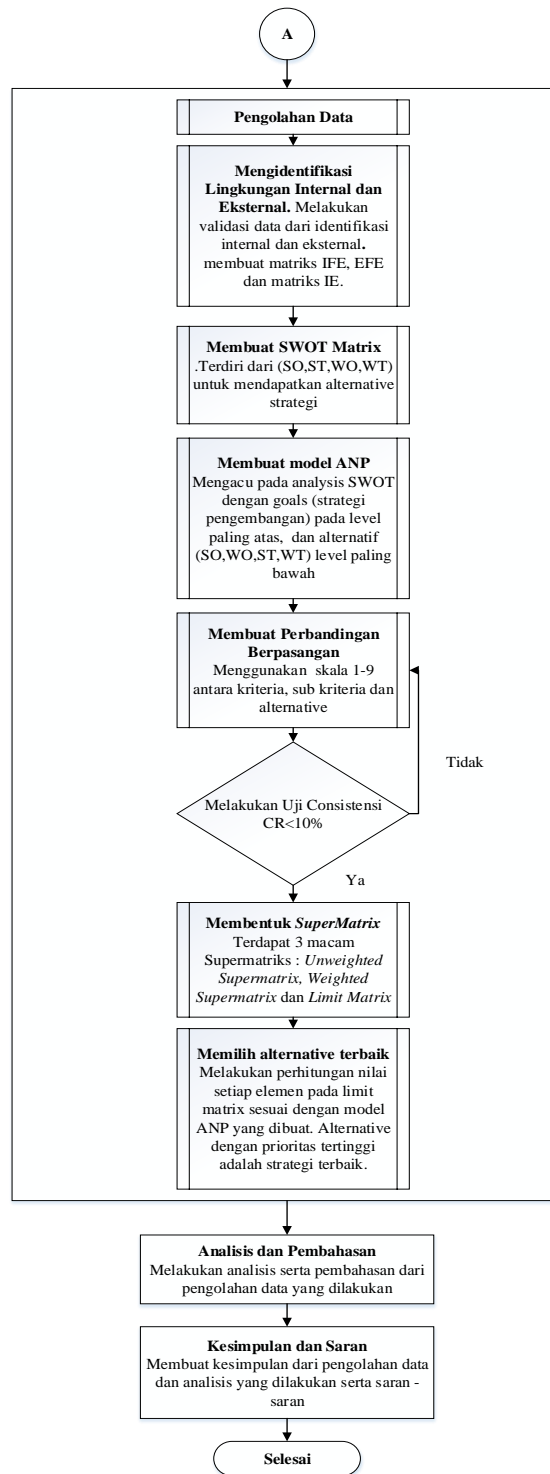
### 3 Metodologi Penelitian

#### 3.1 Diagram Alur Penelitian

Diagram alur penelitian merupakan langkah – langkah secara sistematis yang digunakan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian. Diagram alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1 Diagram Alur Penelitian



Gambar 1 Diagram Alur Penelitian (Lanjutan)

### 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Bukit Cinta Rawa Pening Ambarawa. Penelitian dilakukan pada Bulan Mei 2018 – Desember 2018.

### 3.3 Responden Dalam Penelitian

Penelitian ini membutuhkan responden dalam menjawab semua pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian ini. Responden adalah orang yang menjadi subjek dalam penelitian, dimana tanpa adanya responden tidak akan ada hasil dari penelitian. Responden diambil berdasarkan kebutuhan penelitian. Responden tersebut yakni wisatawan 10 orang, masyarakat sekitar Bukit Cinta Rawa Pening 11 orang, pengelola wisata 1 orang serta Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Semarang 1 orang.

## 4 Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Berdasarkan wawancara serta validasi yang telah dilakukan terdapat 16 indikator yang menjadi indikator internal (kekuatan dan kelemahan) Bukit Cinta Rawa Pening Semarang. Berdasarkan

perhitungan yang terdapat pada Tabel 1, dapat diketahui total matriks internal kekuatan sebesar 2,05 dan total matriks internal kelemahan sebesar 0,79 sehingga skor total matriks internal keseluruhan sebesar 2,83.

### 4.2 Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Berdasarkan wawancara serta validasi yang dilakukan, diperoleh 9 indikator yang menjadi indikator eksternal (peluang dan ancaman) Bukit Cinta Rawa Pening Semarang. Berdasarkan perhitungan pada Tabel 2, dapat diketahui total matriks eksternal peluang sebesar 2,43 dan total matriks eksternal ancaman sebesar 0,94 sehingga skor total matriks eksternal keseluruhan sebesar 3,37.

Tabel 1 Matriks *Internal Factor Evaluation*

Simbol	Indikator Internal (Kekuatan)	Bobot Rata - Rata	Rating Rata - Rata	Skor Total
S1	Kebudayaan masyarakat lokal	0.07	2.26	0.15
S2	Kelancaran jalan masuk menuju Bukit Cinta Rawa Pening	0.07	2.87	0.20
S3	Batas – batas daerah posisi geografis Bukit Cinta Rawa Pening	0.07	2.91	0.19
S4	Sumber daya alam dan keanekaragaman hayati	0.06	3.17	0.19
S5	Kerajinan tradisional sebagai cinderamata	0.06	3.39	0.20
S6	Kepemilikan bisnis lokal (ketersediaan kios untuk masyarakat )	0.06	3.39	0.21
S7	Partisipasi dan keguyuban warga	0.06	3.30	0.20
S8	Inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk lokal	0.06	3.09	0.19
S9	Pemandangan alam yang indah	0.08	3.78	0.31
S10	Keramahtamahan masyarakat	0.06	3.44	0.20

Tabel 1 Matriks *Internal Factor Evaluation* (Lanjutan)

<b>Total Kekuatan</b>				2.05
<b>Simbol</b>	<b>Indikator Internal (Kelemahan)</b>	<b>Bobot Rata - Rata</b>	<b>Rating Rata - Rata</b>	<b>Skor Total</b>
W2	Kurangnya pekerja yang professional di lingkungan wisata	0.06	1.52	0.10
W3	Kurangnya akomodasi seperti hotel dan resort	0.06	1.13	0.06
W4	Kurangnya fasilitas wisata (hanya permainan anak - anak)	0.06	1.87	0.11
W5	Strategi dalam pengembangan wisata yang berkelanjutan belum maksimal	0.06	3.04	0.18
W6	Pemasaran yang tidak tersusun dengan baik	0.06	2.87	0.17
W7	Perubahan informasi antara masyarakat dengan sektor pariwisata	0.06	2.96	0.17
<b>Total Kelemahan</b>				0.79
<b>Total keseluruhan</b>		<b>1.00</b>		<b>2.83</b>

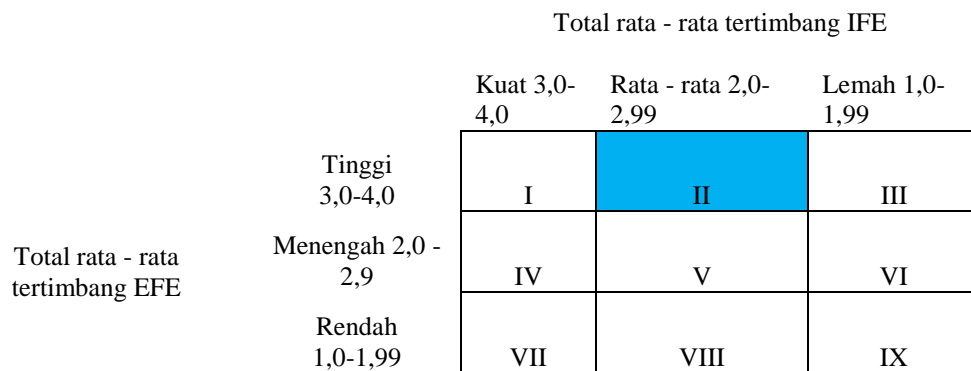
Tabel 2 Matriks *External Factor Evaluation*

<b>Simbol</b>	<b>Indikator Eksternal (Peluang)</b>	<b>Bobot Rata - Rata</b>	<b>Rating Rata - Rata</b>	<b>Skor Total</b>
O1	Ketersediaan SDM yang bisa dijadikan tenaga kerja	0.14	3.57	0.48
O3	Brand sebagai tujuan wisatawan	0.15	2.74	0.42
O4	Database dan pemetaan ekonomi wisata	0.15	2.39	0.37
O5	Pelatihan pekerja wisata	0.16	3.30	0.52
O6	Keterlibatan dalam program pengembangan wisata ke tingkat yang lebih tinggi	0.12	2.91	0.35
O7	Kunjungan ulang wisatawan	0.11	2.70	0.29
<b>Total Peluang</b>				2.43
<b>Simbol</b>	<b>Indikator Eksternal (Ancaman)</b>	<b>Bobot Rata - Rata</b>	<b>Rating Rata - Rata</b>	<b>Skor Total</b>
T1	Ketidakseimbangan pengembangan infrastruktur	0.14	2.26	0.31
T2	Pengaturan desentralisasi	0.18	2.22	0.40
T4	Berkembangnya wisata sejenis di sekitar Kabupaten Semarang	0.10	2.30	0.23
<b>Total Ancaman</b>				0.94
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1</b>		<b>3.37</b>

### 4.3 Matriks IE untuk Positioning Bukit Cinta Rawa Pening

Nilai yang telah diperoleh dari matriks IFE dan EFE akan dimasukkan kedalam matriks Internal-Eksternal untuk memetakan posisi wisata saat ini. Matriks Internal-External ini memposisikan wisata dalam tampilan sembilan sel.

Matriks IE ini didasarkan pada dua dimensi kunci yakni skor bobot IFE total pada sumbu X dan skor bobot EFE pada sumbu Y. Berdasarkan Matriks IFE dan EFE tersebut dapat diketahui posisi pada sumbu X pada titik 2.83 dan posisi sumbu Y pada titik 3.37.



Gambar 2 Matriks Internal External Bukit Cinta Rawa Pening

### 4.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan *tools* yang digunakan dalam membantu menentukan strategi dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matriks SWOT terdiri dari strategi SO (*Strengths Opportunities*), strategi WO (*Weakness Opportunities*), strategi ST (*Strengths Threats*) dan strategi WT (*Weakness Threats*). Berikut merupakan strategi alternatif yang dihasilkan berdasarkan SWOT.

- Strategi SO
  1. Melakukan kerja sama dengan Disperindag dalam mengembangkan produk lokal (S4, S8, O1)
  2. Melakukan koordinasi perbaikan jalan terhadap Pemerintah Daerah dalam peningkatan kelas jalan jalur masuk ke Bukit Cinta Rawa Pening (S2,S3,O3)
  3. Mengoptimalkan pengelolaan Bukit Cinta Rawa Pening dengan memberikan pelatihan bagi pekerja wisata dengan adanya pemandangan alam yang indah ( S9,O5)
  4. Mengoptimalkan produk – produk kerajinan lokal dalam mendukung kegiatan wisata untuk menarik minat wisatawan berkunjung (S5, S6, O7)

5. Meningkatkan konsistensi pagelaran budaya dan mengikuti event – event yang bertema pariwisata untuk memperkenalkan budaya sebagai daya tarik wisatawan (S1, O3, O7)
  6. Menjalin hubungan kemitraan dengan Pemerintah Setempat, pengelola, masyarakat sebagai mitra dalam pengembangan wisata ke tingkat yang lebih tinggi (internasional) (S7, O6)
  7. Menambah *central* kerajinan sebagai tempat memperkenalkan produk – produk Bukit Cinta Rawa Pening (S4, S5, S8, S10, O1, O4, O6)
- Strategi WO
    1. Melakukan sosialisasi dan pengenalan tentang wisata yang berkelanjutan terhadap masyarakat (W5, O1, O5)
    2. Meningkatkan pemasaran/promosi wisata melalui *banner* serta memaksimalkan penggunaan IT (W6, W7, O6)
    3. Melakukan pendataan fasilitas wisata (W4, O3, O4, O6, O7)
    4. Menawarkan tempat penginapan di sekitar Ambarawa terhadap pengunjung yang datang yakni Bandungan ( W3, O3, O7)
    5. Menambah tenaga pekerja di lingkungan wisata terutama untuk bagian keamanan dan



mengontrol / memberikan pengawasan terhadap pekerja di bidang kebersihan (W2, O6)

- Strategi ST
- 1. Mengontrol pembangunan di sekitar Bukit Cinta Rawa Pening sehingga tidak mengganggu fungsi danau (S7, S8, T1)
- 2. Melibatkan masyarakat sekitar untuk menjaga keindahan alam dan kesadaran akan sapa pesona (S7, S9, T4)
- 3. Membekali masyarakat sekitar / memberikan wawasan terhadap masyarakat tentang Bukit Cinta Rawa Pening oleh Dinas Pariwisata sehingga bisa mengarahkan wisatawan yang

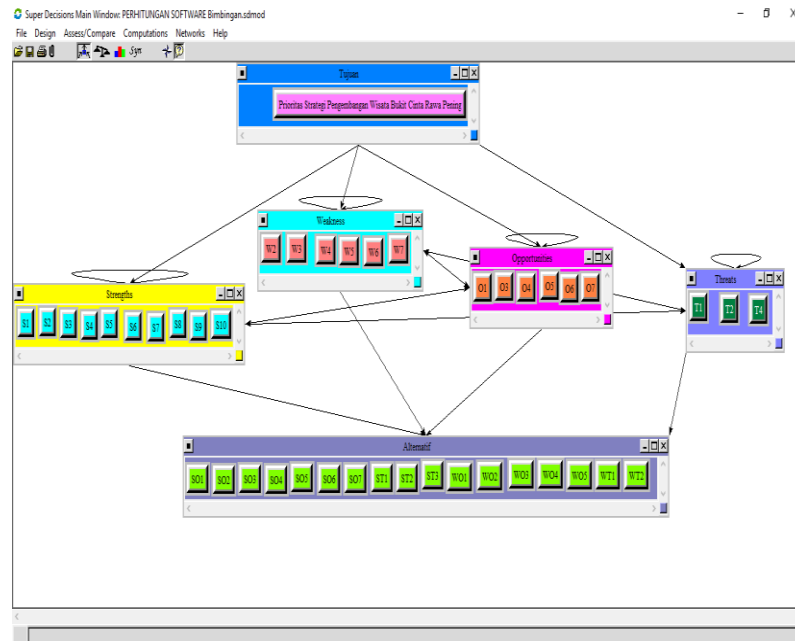
#### 4.5 Analytical Network Process (ANP)

Dalam menentukan prioritas strategi menggunakan pendekatan *Analytical Network Process* (ANP), terlebih dahulu dilakukan pemodelan menggunakan software *Super Decisions*. Dari pemodelan ANP dilakukan matriks perbandingan berpasangan. Dalam matriks perbandingan berpasangan terdapat hubungan saling keterkaitan antar elemen dalam satu cluster

berkunjung (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, S10, T2)

- Strategi WT
- 1. Membangun koordinasi dan komunikasi yang baik antara pengelola wisata dengan Pemerintah Daerah serta masyarakat sekitar (W7, T2)
- 2. Mengusulkan program pengembangan infrastruktur wisata (W2, W3, W4, W5, W6, W7, T1, T4)

(*inner dependence*) maupun hubungan elemen antar cluster yang berbeda (*outer dependence*). Responden yang mengisi kuisisioner perbandingan berpasangan ini adalah orang – orang yang ahli yang mengetahui wisata Bukit Cinta Rawa Pening yakni Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata beserta pengelola wisata. Gambar 3 memperlihatkan model ANP dengan menggunakan *Super Decisions*.



Gambar 3 Model ANP Dalam *Super Decisions*

#### 4.6 Prioritas Strategi Pengembangan Wisata

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan *Super Decisions*, maka diperoleh

prioritas strategi pengembangan wisata Bukit Cinta Rawa Pening. Tabel 3 memperlihatkan ranking setaip alternatif yang ada.

Tabel 3 Ranking Strategi Alternatif

Alternatif	Name	Normalized By Cluster	Limiting	Ranking
	SO1	0.03703	0.009499	10
	SO2	0.03991	0.010237	8
	SO3	0.03597	0.009225	11
	SO4	0.03309	0.008488	12
	SO5	0.02465	0.006323	15
	SO6	0.02957	0.007585	13
	SO7	0.0503	0.012902	6
	ST1	0.02206	0.005659	16
	ST2	0.06328	0.01623	5
	ST3	0.12677	0.032515	2
	WO1	0.03803	0.009754	9
	WO2	0.04043	0.010371	7
	WO3	0.07671	0.019677	3
	WO4	0.01816	0.004657	17
	WO5	0.02717	0.006969	14
	WT1	0.07463	0.019142	4
	WT2	0.26224	0.067264	1

Setelah dilakukan pemodelan ANP, perbandingan berpasangan maka diperoleh prioritas strategi pengembangan wisata dengan bantuan Software *Super Decision*. Berdasarkan diatas dapat dilihat bahwa strategi alternatif paling tinggi nilainya adalah strategi WT2 yakni mengusulkan program pengembangan infrastruktur. Strategi pengembangan infrastruktur penting untuk dilakukan di Bukit Cinta Rawa Pening mengingat infrastruktur wisata yang ada masih sangat kurang. Hal ini dilihat dari fasilitas bermain yang sudah rusak, fasilitas parkir yang sempit dan belum beraturan, kios, serta fasilitas tampak depan Bukit Cinta Rawa Pening terdapat patung naga raksasa yang juga merupakan museum yang belum dimanfaatkan dengan baik (kurang ditata) dan tugu baru Klenting yang merupakan salah satu nilai budaya lokal sebagai sejarah terjadinya Rawa Pening. Namun strategi terpilih

pada penelitian ini sudah dilakukan di Bukit Cinta Rawa Pening karena wisata ini sedang dalam pengerjaan pembangunan saat ini. Oleh karena itu, strategi yang diusulkan peneliti adalah strategi pada peringkat 2 yakni strategi ST3 membekali masyarakat sekitar/memberikan wawasan terhadap masyarakat tentang Bukit Cinta Rawa Pening oleh Dinas Pariwisata. Hal tersebut dilakukan dengan mengadakan pertemuan dengan masyarakat melalui Camat/Kepala Desa. Masyarakat sangat penting untuk dibekali mengingat masyarakat berada di kawasan wisata. Pembekalan yang dilakukan terhadap masyarakat mencakup 3 dimensi yang sesuai dengan wisata yang berkelanjutan (lingkungan, ekonomi, sosial budaya). Pemerintah akan memberikan pembekalan terhadap masyarakat berkaitan dengan pengelolaan lingkungan. Dilihat dari segi ekonomi, bahwasanya wisata juga memberikan

kesejahteraan bagi masyarakat. Selain hal tersebut juga dapat membangun kapasitas ekonomi daerah untuk memperbaiki masa depan ekonomi dan kualitas hidup yang dalam hal ini dibutuhkan kerja sama masyarakat dan Pemerintah. Secara sosial budaya juga dilakukan pembekalan terhadap masyarakat untuk tetap menjaga nilai-nilai budaya yang ada sehingga budaya local tidak hilang. Secara keseluruhan pembekalan yang dilakukan terhadap masyarakat untuk mengembangkan wisata yang berkelanjutan adalah sebagai berikut.

- Lingkungan memiliki nilai yang bisa dijadikan asset wisata yang pemanfaatannya bukan hanya saat ini, melainkan juga untuk masa yang akan datang. Dalam hal ini pengelolaan lingkungan penting dilakukan. Pengelolaan lingkungan dilakukan dengan cara menyediakan tempat sampah organik dan non organik. Sampah organik dapat dikelola menjadi pupuk dan dapat digunakan di kemudian hari sebagai pupuk yang bermanfaat untuk tanaman-tanaman di Bukit Cinta Rawa Pening (bunga). Pengelolaan sampah organik ini dilakukan dengan menggali lubang tanah dan memasukkan sampah-sampah organik ke dalamnya. Setelah itu ditutup kembali dengan tanah untuk meredam bau menyengat. Setelah 3 bulan pupuk tersebut bisa digunakan. Untuk sampah – sampah non organik digunakan sebagai bahan kerajinan yang dapat dipergunakan. Hal ini dilakukan dengan pemilahan terlebih dahulu. Untuk sampah- sampah yang tidak bisa dibuat menjadi kerajinan sebaiknya dibakar sehingga tidak mencemari lingkungan dan danau Rawa Pening. Sampah – sampah yang bisa diolah digunakan menjadi kerajinan seperti pot bunga dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan konsep *Recycling* (daur ulang) dan upaya konservasi untuk melindungi lingkungan yang selama ini belum diterapkan di Bukit Cinta Rawa Pening.
- Dari segi ekonomi, pembekalan yang dilakukan adalah memberikan nomor keanggotaan setiap pemilik kios dimana di Bukit Cinta Rawa Pening terdapat 11 kios masyarakat. Hal ini dilakukan agar Pemerintah mengetahui secara keseluruhan kios-kios yang ada di wisata tersebut
- Mengikutkan/memberikan tempat bagi para pemilik kios dalam *event-event* kepariwisataan yang dapat meningkatkan penghasilan bagi

masyarakat. Dengan demikian, hasil-hasil sumber daya alam yang dikembangkan menjadi cinderamata/kerajinan khas dari Bukit Cinta bisa dijual dan dikenali oleh masyarakat luar yang datang di *event* tersebut.

- Dari segi sosial budaya, mengundang pakar-pakar budaya untuk dapat menjelaskan lebih detail tentang Tugu Baru Klenting dan budaya-budaya lainnya sebagai ikon dari wisata Bukit Cinta Rawa Pening. Selain itu melakukan pertunjukan budaya di wisata tersebut untuk dapat memperkenalkan budaya – budaya yang ada seperti jaran kepang, sendra tari Baru Klenting dan sebagainya.
- Dalam Piagam Pariwisata Berkelanjutan bahwasanya pembangunan wisata yang berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat didukung secara ekologi sekaligus layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat, dimana ada upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan dan pemeliharaan sumber daya secara berkelanjutan. Hal tersebut dapat terlaksana dengan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang baik yang melibatkan partisipasi antara Pemerintah, swasta dan masyarakat. Dalam hal ini, dibutuhkan kerjasama antara Pemerintah, pihak swasta dan masyarakat lokal yang ada di Bukit Cinta Rawa Pening.
- Dalam pengembangan wisata yang berkelanjutan dibutuhkan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat adalah proses yang dijalani individu untuk ikut terlibat dalam berbagai kejadian untuk mengembangkan diri dan mengeluarkan potensi diri untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam hal ini pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Bukit Cinta Rawa Pening yakni pemberdayaan berupa peningkatan partisipasi masyarakat dalam memberikan aspirasi dalam pengambilan keputusan. Masyarakat penting dilibatkan dalam pengambilan keputusan ketika ada rapat dimana masyarakat dapat memberikan ide serta dapat mengawasi aktivitas wisata di lingkungan wisata (masyarakat tinggal di kawasan wisata).
- Selain hal tersebut pemberdayaan masyarakat juga dilakukan dalam pengelolaan Rawa Pening. Pembekalan yang dilakukan terhadap

masyarakat ini meliputi pemanfaatan eceng gondok untuk kerajinan, biogas, pupuk organik (ketersediaan eceng gondok yang sangat melimpah).

Oleh karena itu dengan mengimplementasikan hal-hal tersebut, maka konsep *Triple Bottom Line* yakni *Profit*, *Planet* dan *People* dapat terwujud di Bukit Cinta Rawa Pening menuju wisata yang berkelanjutan.

## 5 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam menentukan strategi pengembangan wisata yang berkelanjutan di Bukit Cinta Rawa Pening maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan identifikasi serta validasi yang dilakukan terdapat 25 indikator internal eksternal Bukit Cinta Rawa Pening yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Kekuatan terdiri dari 10 indikator, kelemahan terdiri dari 6 indikator, peluang terdiri dari 6 indikator serta ancaman terdiri dari 3 indikator.
2. Berdasarkan analisis SWOT terdapat 17 strategi alternatif yang diperoleh dalam strategi pengembangan wisata di Bukit Cinta Rawa Pening.
3. Strategi prioritas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Analytical Network Process* (ANP). Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *Super Decisions*, diperoleh strategi prioritas dari beberapa strategi alternatif yang dihasilkan yakni strategi WT2 yaitu mengusulkan program pengembangan infrastruktur. Namun strategi WT2 telah dilaksanakan. Oleh karena itu dilakukan strategi ST 3 pada peringkat 2 yakni membekali masyarakat sekitar/memberikan wawasan terhadap masyarakat tentang Bukit Cinta Rawa Pening.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Oka a.Yoeti.2008.Ekonomi Pariwisata:Introduksi, Informasi, dan Implementasi.Penerbit Kompas. Jakarta
- Saaty, T. L. (2004). Fundamentals of the Analytic

Network Process – Dependence and Feedback in Decision-Making With a Single Network, *13*(2), 129–157. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11518-006-0158-y.pdf>

Sustainable, T., Development, T., & Organizations, N. T. (2003). Towards Sustainable Tourism Development in the Philippines and Other Asean Countries: An Examination of Programs and Practices of National Tourism Organizations.

Vanany, I. (2003). Aplikasi Analytic Network Process (ANP) Pada Perancangan Sistem Pengukuran Kinerja (Studi Kasus pada PT. X). *Jurnal Teknik Industri*, *5*(1), 50–62.