

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA TAMAN KYAI LANGGENG DI KOTA MAGELANG

Oleh:

Atika Indah Nur Atsarina, Herbasuki Nurcahyanto

**Departemen Ilmu Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405
Laman : [http// www.fisip.undip.ac.id](http://www.fisip.undip.ac.id) email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Tourism development of Taman Kyai Langgeng has a goal to increase the visitor's number which resulted in the increasing of local revenues of Magelang City. Taman Kyai Langgeng itself is the main tourist attraction in the Magelang City. This destination currently facing a serious problem due to decreasing number of visitors. The underlying reason why the number keeps falling is the lack of promotion. The aim of this research is to formulate tourism strategy of Taman Kyai Langgeng. This research was conducted at the Taman Kyai Langgeng's Regional Company of Tourism Object and using the qualitative-descriptive approach. Since there are a lot of interesting tourism destination being established nowadays, Taman Kyai Langgeng needs to be developed in order to maintain its existence. SWOT analysis and Litmus Test are used to find the appropriate strategy. The result indicates four the strategic issues for which the highest scoring strategy is to innovate the game rides. On how to innovate, the research found that the strategy can be applied by utilizing the land and maximalizing capital supports from the Government of Magelang City and investor as well. In addition, enhancing coordination to promote this destination through digital platform is highly required. According to this research, cooperation with the investors should be increased in order to maintain the investigation in Taman Kyai Langgeng. This step is considered as an important step to upgrade the ability of Taman Kyai Langgeng competing with other competitors. Other recommendations that should be implemented by Taman Kyai Langgeng is to update regularly the website and social media contents of this place with the purpose to provide latest information and promotion for both local and international visitors.

Keywords: Tourism Development, Innovation, Coordination

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan industri paling beragam di seluruh dunia. Banyak negara, terutama negara berkembang menggunakan industri pariwisata untuk meningkatkan pendapatan daerah. Kini, pariwisata merupakan kegiatan yang menjadi kebutuhan masyarakat. Masyarakat melihat berwisata sebagai salah satu cara tersendiri untuk menikmati waktu senggang yang kemudian masyarakat akan mencari tempat wisata yang sesuai dengan mereka. Hal tersebut akan berdampak kepada peningkatan jumlah pengunjung di suatu obyek wisata sehingga akan meningkatkan pendapatan daerah lokasi wisata tersebut.

Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk mengembangkan pariwisata karena pariwisata dinilai mampu untuk meningkatkan jumlah pendapatan nasional. Tidak hanya dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia, tetapi juga diharapkan menarik perhatian wisatawan mancanegara. Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan menyebutkan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan

meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Pengembangan sektor pariwisata sebagai salah satu upaya meningkatkan pendapatan daerah juga dilakukan oleh Pemerintah Kota Magelang. Dalam Peraturan Daerah Kota Magelang No 2 tahun 2015 tentang Kepariwisataan disebutkan bahwa perkembangan kepariwisataan memegang peran penting sebagai pusat pengembangan dan pertumbuhan ekonomi dalam menciptakan iklim yang sehat dan dinamis melalui pengelolaan kegiatan usaha dan potensi kepariwisataan di daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan, dan kesatuan yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia

untuk berwisata. Pembangunan kepariwisataan meliputi: industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

Pemerintah Kota Magelang melalui Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 13 tahun 2009 memberikan kewenangan penuh kepada Perusahaan Daerah Obyek Wisata (PDOW) Kota Magelang untuk mengelola Taman Kyai Langgeng. Taman Kyai Langgeng merupakan salah satu wisata andalan Kota Magelang. Taman Kyai Langgeng selama ini masih menjadi alternatif pilihan bagi pengunjung wisata di Kota Magelang, namun Taman Kyai Langgeng masih memiliki permasalahan yaitu menurunnya jumlah pengunjung dari tahun ke tahun. Jumlah pengunjung Taman Kyai Langgeng dalam beberapa tahun terakhir dapat di lihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Presentase Jumlah Pengunjung Lokal
Taman Kyai Langgeng Tahun
2012 hingga 2016

No	Tahun	Target	Realisasi	% Realisasi
1	2012	677.650	830.986	123%
2	2013	780.650	763.931	98%
3	2014	695.294	638.238	92%
4	2015	604.927	552.147	91%
5	2016	601.077	459.773	93%

Sumber: PDOW Kota Magelang, diolah

Pada Tabel 1.1 jumlah pengunjung Taman Kyai Langgeng mengalami penurunan dari bulan Januari hingga Desember, tahun 2012 hingga 2016. Jumlah pengunjung pun tidak ada yang mencapai target kecuali tahun 2012 yang telah melangkahi target sejumlah 830.986 pengunjung dari target 677.650 pengunjung. Target pengunjung mulai tahun 2013 ke tahun 2016 pun diturunkan akibat dari jumlah pengunjung yang semakin hari semakin jauh dari target. Hal ini tidak sejalan dengan kondisi wisata Taman Kyai Langgeng yang menjadi andalan Kota Magelang.

Selama tahun 2016, bentuk promosi Taman Kyai Langgeng yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Obyek Wisata (PDOW) Taman Kyai Langgeng Kota Magelang dinilai terlalu minim yaitu hanya melalui website dan melalui email, belum ada pembuatan baliho-baliho di daerah lain. Menurut Sekda Kota Magelang, Sugiharto, yang dikutip dari wawancara dengan radarsemarang.com tanggal 2 Februari 2017 mengatakan, kurang promosi ini terlihat dari serapan anggaran promosi yang minim. Biaya promosi tahun 2016 lalu hanya digunakan 37,31 persen dari anggaran yang disediakan. Padahal anggaran ini bisa

dioptimalkan untuk mengencarkan informasi wahana-wahana yang ada.

Pembangunan Taman Kyai Langgeng berdasarkan strategi *business plan* Taman Kyai Langgeng tahun 2014-2019. Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari PDOW, pada tahun 2015 fokus pengembangan Taman Kyai Langgeng adalah peningkatan fasilitas taman yaitu penyediaan fasilitas *waterboom* di kolam renang dan pembangunan obyek wisata baru berupa studio enam dimensi. Pembangunan studio enam dimensi selesai pada awal tahun 2016 dan resmi di buka pada bulan Juni 2016. Namun, dengan adanya strategi tersebut Taman Kyai Langgeng belum mampu menarik perhatian calon pengunjung. Pengunjung Taman Kyai Langgeng bahkan terus menurun setiap tahunnya.

Pembaharuan strategi pengembangan wisata Taman Kyai Langgeng sangat diperlukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Penambahan obyek wisata di Taman Kyai Langgeng, meningkatkan branding Taman Kyai Langgeng yang lebih masif dapat dilakukan untuk menarik perhatian pengunjung. Penelitian terdahulu mengatakan, pada sektor pariwisata, TIK (Teknologi, Informasi, dan Komunikasi) dapat memainkan peran dalam mencari

peluang, menyeimbangkan antara penawaran dan permintaan, serta pengembangan fasilitas baru. Sistem informasi pun dapat menjadi sebuah solusi dari banyaknya tantangan dalam industri pariwisata. Para ahli percaya, bahwa pemahaman dan penerapan yang tepat terkait pentingnya informasi dan komunikasi dapat membantu dalam mengembangkan sektor pariwisata. (dalam M. Akbar Shikhzadeh, M. Moradzahipour, M. Ghasem Mirzei, Majid Toulabi: 2014).

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka penulis mengangkat judul penelitian yakni **“Strategi Pengembangan Pariwisata Taman Kyai Langgeng di Kota Magelang”** untuk memberikan masukan dan manfaat kepada Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng sehingga dapat lebih meningkatkan pengunjung serta pendapatan asli daerah Kota Magelang.

B. Perumusan Masalah

Bagaimana strategi pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng di Kota Magelang?

C. Tujuan Penelitian

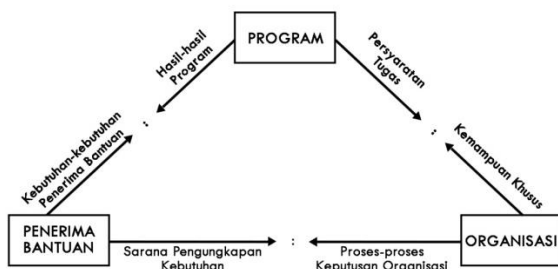
Untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang.

D. Kerangka Teori

1. *Fit Theory*

Menurut Korten (1988: 241), daya kerja dari suatu program pembangunan adalah fungsi kesesuaian antara penerima bantuan, program, dan organisasi. Program pembangunan akan gagal jika tidak ada hubungan erat antara kebutuhan-kebutuhan pihak penerima bantuan dengan hasil program, persyaratan program dengan kemampuan nyata dari organisasi, dan kemampuan pengungkapan kebutuhan oleh pihak penerima dan proses pengambilan keputusan dari organisasi. Berikut merupakan gambar kesesuaian antara penerima bantuan, program, dan organisasi.

Gambar 1.1
Fit Theory dengan
Pendekatan Cetak Biru



Sumber: Korten, (1988: 241)

Pendekatan ini menekankan pada pra rencana yang seksama tentang bagaimana seharusnya program pembangunan disusun. Para peneliti diharapkan memberi data mengenai proyek-proyek percontohan yang

memungkinkan perancang proyek akan memilih rancangan yang efektif dan efisien untuk mencapai hasil-hasil tertentu. Administrator dari organisasi-organisasi pelaksana diharapkan menjalankan rencana proyek itu dengan baik. Begitu pelaksanaan selesai, seorang peneliti akan mengukur perubahan-perubahan yang akan terjadi dalam sasaran dan membandingkannya terhadap perubahan yang direncanakan. Peneliti menyerahkan laporan itu kepada para perencana pada akhir proyek agar cetak biru dapat diperbaiki.

2. **Administrasi Publik**

Menurut Pfiffener dan Presthus dalam Syafiie (2010:23), Administrasi Publik adalah:

1. Administrasi Publik meliputi implementasi kebijakan pemerintah yang telah ditetapkan oleh badan-badan perwakilan politik;
2. Administrasi Publik dapat didefinisikan koordinasi usaha-usaha perorangan dan kelompok untuk melaksanakan kebijakan pemerintah. Hal ini terutama meliputi pekerjaan sehari-hari pemerintah;
3. Secara global, administrasi publik adalah suatu proses yang bersangkutan dengan pelaksanaan kebijakan-kebijakan pemerintah,

pengarahan kecakapan, dan teknik-teknik yang tidak terhitung jumlahnya, memberikan arah dan maksud terhadap usaha sejumlah orang.

Perkembangan suatu disiplin ilmu dapat ditelusuri dari perubahan paradigma. Administrasi Publik, menurut Nicholas Henry dalam Syafiie (2010:27) telah mengalami pergeseran paradigma, diantaranya sebagai berikut.

- a. Dikotomi Politik dan Administrasi (1900-1926);
- b. Prinsip-prinsip Administrasi (1927-1937);
- c. Administrasi Publik sebagai Ilmu Politik (1950-1970);
- d. Administrasi Publik sebagai Ilmu Administrasi (1956-1970);
- e. Administrasi Publik sebagai Administrasi (1970-sekarang).

3. Manajemen Publik

Overman dalam Pasolong (2007:83) mengemukakan manajemen publik adalah suatu studi interdisipliner dari aspek-aspek umum organisasi, dan merupakan gabungan antara fungsi manajemen seperti *planning*, *organizing*, dan *controlling* di satu sisi, dengan SDM, keuangan, fisik, informasi, dan politik di sisi lain. Manajemen publik merupakan suatu spesialisasi yang relatif

baru, tetapi berakar dari pendekatan normatif. Woodrow Wilson merupakan pionernya. Dalam tulisannya, Wilson mendesak agar ilmu administrasi publik segera mengarahkan perhatiannya pada orientasi yang dianut dunia bisnis, perbaikan kualitas personel dalam tubuh pemerintahan, karena waktu itu dinilai telah berada di luar batas kewajaran sebagai akibat dari merebaknya gejala korupsi, kolusi, dan nepotisme dengan mengadopsi prinsip manajemen bisnis.

Wilson dalam Keban (2008:100) meletakkan empat prinsip dasar bagi studi administrasi publik yang mewarnai manajemen publik sampai sekarang, yaitu:

- 1) Pemerintah sebagai setting utama organisasi;
- 2) Fungsi eksekutif sebagai fokus utama;
- 3) Perencanaan prinsip-prinsip dan teknik manajemen yang lebih efektif sebagai kunci pengembangan kompetensi administrasi;
- 4) Metode perbandingan sebagai suatu metode studi dan pengembangan bidang administrasi publik.

3.1 Fungsi Manajemen

Banyak ahli manajemen mengutarakan fungsi-fungsi manajemen sehingga seolah-olah tidak ada pembatasan yang jelas

tentang fungsi-fungsi manajemen itu sendiri. Akan tetapi, apabila diperhatikan semua penjelasan yang dikemukakan oleh para ahli mengenai fungsi-fungsi manajemen mempunyai substansi yang sama, terutama dilihat dari tujuan manajemen sebagai ilmu dan sebagai seni. Dengan demikian. Tidak perlu mencari kesepakatan di antara para ahli mengenai hal itu karena secara keseluruhan, mereka saling mengisi kekurangannya masing-masing.

Menurut Luther M. Gullich dalam Athoillah (2010:96) fungsi-fungsi manajemen yang bersifat universal, diantaranya:

1. *Planning*
2. *Organizing*
3. *Staffing*
4. *Directing*
5. *Coordinating*
6. *Reporting*
7. *Budgeting*

4. Perencanaan Strategi

Menurut Steiner dalam Handoko (2011:92), perencanaan strategi adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijakan dan program-program strategis yang diperlukan untuk tujuan-tujuan tersebut, dan penetapan metode-metode yang diperlukan untuk

menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah diimplementasikan.

Secara lebih ringkas, perencanaan strategi merupakan proses perencanaan jangka panjang yang disusun dan digunakan untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi. Tiga alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategi antara lain: *pertama*, perencanaan strategis memberikan kerangka dasar dalam semua bentuk-bentuk perencanaan lainnya harus diambil. *Kedua*, pemahaman terhadap perencanaan strategi akan mempermudah pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lainnya. *Ketiga*, perencanaan strategi sering merupakan titik permulaan bagi pemahaman dan penilaian kegiatan-kegiatan manajer dan organisasi.

Menurut Tangkilisan (2005:256) tiga hal yang selalu menjadi perhatian dalam setiap merumuskan suatu strategi secara efektif adalah mandat, visi, dan misi.

4.1 Analisis Lingkungan Strategis

Menurut Rangkuti (2005:19), lingkungan yang mempengaruhi kinerja organisasi ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut patut menjadi pertimbangan dalam analisis lingkungan strategis, khususnya dalam analisis model SWOT. Analisis lingkungan internal dan eksternal akan memberikan

gambaran yang lebih jelas tentang isu-isu strategis organisasi.

Tujuan analisis strategis adalah untuk mengetahui pengaruh-pengaruh kunci serta pemilihan strategi apa yang sesuai dengan tantangan yang datangnya dari lingkungan. Pengertian lingkungan menurut Salusu dalam Tangkilisan (2005:258) adalah hal-hal yang mengelilingi dan mempengaruhi perkembangan organisasi. Wahyudi dalam Tangkilisan (2005:258) mengemukakan bahwa lingkungan adalah salah satu faktor penting untuk menunjang keberhasilan organisasi dalam persaingan, yang selanjutnya membagi lingkungan menjadi dua, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Pembagian ini didasarkan atas kontrol/pengaruh organisasi terhadap lingkungan-lingkungan tersebut.

4.2 Alat Analisis dalam Perencanaan Strategi

Menurut Rangkuti (2005) analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan oleh analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Analisis internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*). Kekuatan (*Strengths*) kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Kekuatan dapat dimanfaatkan

untuk memperbaiki kelemahan. Kelemahan (*Weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja organisasi. Kelemahan itu sangat dominan, ada kemungkinan kekuatan yang dimiliki organisasi berubah menjadi kelemahan.

Analisis lingkungan eksternal meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peluang (*Opportunities*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan organisasi yang membantu untuk mencapai atau bahkan melampaui pencapaian sasarannya. Kecenderungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara organisasi sebagai pelayan dengan masyarakat sebagai pelanggan merupakan gambaran peluang bagi organisasi. Ancaman (*threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan organisasi

5. Komponen Pariwisata

Menurut Cooper dalam Pitana dan Diarta (2009: 130) empat komponen yang harus dimiliki suatu obyek wisata adalah sebagai berikut:

1. *Attraction* (Atraksi)

Merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peranan penting dalam memotivasi pengunjung untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Atraksi destinasi bisa berupa atraksi alam, atraksi budaya atraksi sosial, dan atraksi buatan.

2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Merupakan mudah atau sulitnya pengunjung menjangkau destinasi yang dinginkannya. Akses berkaitan dengan infrastruktur transportasi, seperti lapangan udara, terminal bus dan kereta api, jalan tol, rel kereta api, dan sejenisnya. Termasuk di dalamnya teknologi transportasi yang mampu menghemat waktu dan biaya untuk menjangkau destinasi wisata tersebut.

3. *Amenity* (Fasilitas Destinasi)

Merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh pengunjung selama berada di daerah tujuan wisata. Hubungan antar sarana dan prasarana sudah jelas bahwa pembangunan prasarana pada umumnya harus mendahului sarana aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan syarat untuk sarana, dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.

4. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk pengunjung maupun untuk pelaku pariwisata.

E. Metode Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang untuk meneliti strategi pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara, observasi, dan studi dokumen. Peneliti menganalisis dan menginterpretasi data menggunakan alat analisis SWOT dan Uji Litmus.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi. Faktor-faktor yang tercakup dalam lingkungan internal Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang adalah adanya visi dan misi organisasi, kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, ketersediaan anggaran dana, serta ketersediaan sarana dan prasarana.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal digunakan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) organisasi. Faktor-faktor yang berada di luar Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang diantaranya ada faktor ekonomi, faktor politik, faktor sosial

budaya, partisipasi masyarakat, teknologi, dan keterlibatan *stakeholders*.

3. Identifikasi Isu Strategis

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi.

Tabel 1.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya visi dan misi PDOW yang kuat 2. Koordinasi yang baik antar pegawai 3. Tersedianya wahana <i>outdoor</i> di Taman Kyai Langgeng 4. Tersedianya lahan Taman Kyai Langgeng yang luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang belum memadai 2. Keterbatasan anggaran 3. Pedagang asongan kurang tertata rapi 4. Kurangnya informasi mengenai letak wahana 5. Masih minimnya wahana permainan <i>indoor</i> di Taman Kyai Langgeng
Opportunities (O)	Strategi SO	Stategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi perekonomian masyarakat Kota Magelang dan sekitarnya yang semakin baik 2. Adanya payung hukum yang melandasi pengembangan Taman Kyai Langgeng 3. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk berwisata 4. Pemanfaatan teknologi untuk promosi 5. Adanya dukungan Pemerintah Kota Magelang dan investor berupa penyertaan modal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan koordinasi antar pegawai untuk memperluas promosi Taman Kyai Langgeng melalui pemanfaatan teknologi (S2-O4) 2. Meningkatkan inovasi wahana permainan dengan memanfaatkan lahan Taman Kyai Langgeng yang luas, dukungan modal dari Pemerintah Kota Magelang dan investor. (S4-O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penyediaan informasi lokasi wahana Taman Kyai Langgeng bagi pengunjung dengan memanfaatkan teknologi (W4-O4) 2. Menambah wahana permainan <i>indoor</i> dengan memanfaatkan dukungan modal pemerintah dan investor (W5-O5)

<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
1. Tingkat kepuasan pengunjung yang berbeda 2. Munculnya obyek wisata baru yang lebih menarik perhatian calon pengunjung 3. Partisipasi masyarakat masih rendah dalam pengembangan Taman Kyai Langgeng	1. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas Taman Kyai Langgeng agar semakin diterima masyarakat (S2-T2)	1. Meningkatkan penataan pedagang asongan sehingga tampak rapi dan dapat menambah kepuasan pengunjung (W3-T1)

Sumber: data primer, diolah

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat diperoleh beberapa isu strategis mengenai pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang yang meliputi:

a. Strategi SO

1. Meningkatkan koordinasi antar pegawai untuk memperluas promosi Taman Kyai Langgeng melalui pemanfaatan teknologi (S2-O4).
2. Meningkatkan inovasi wahana permainan dengan memanfaatkan lahan Taman Kyai Langgeng yang luas, dukungan modal dari Pemerintah Kota Magelang dan investor. (S4-O5).

b. Strategi WO

1. Meningkatkan penyediaan informasi lokasi wahana Taman Kyai Langgeng bagi pengunjung dengan memanfaatkan teknologi (W4-O4)
2. Menambah wahana permainan *indoor* dengan memanfaatkan

dukungan modal pemerintah dan investor (W5-O5).

c. Strategi ST

1. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas Taman Kyai Langgeng agar semakin diterima masyarakat. (S2-T2).

d. Strategi WT

1. Meningkatkan penataan pedagang asongan sehingga tampak rapi dan dapat menambah kepuasan pengunjung (W3-T1)

4. Evaluasi Isu Strategis

Setelah mengidentifikasi dan merumuskan isu-isu strategis, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi isu strategi. Evaluasi isu strategi dilakukan untuk mengukur tingkat kestrategisan suatu isu strategis agar dapat diketahui seberapa besar kontribusi isu tersebut terhadap keberhasilan pencapaian tujuan organisasi dengan menggunakan Uji Litmus dari Bryson.

Berikut merupakan tabel isu strategis berdasarkan prioritas:

Tabel 1.3
Klasifikasi Hasil Evaluasi Isu Strategi

No	Isu Strategis	Total Skor	Sifat Isu
1	Meningkatkan inovasi wahana permainan dengan memanfaatkan lahan Taman Kyai Langgeng yang luas, dukungan modal dari Pemerintah Kota Magelang dan investor.	30	Strategis
2	Meningkatkan koordinasi antar pegawai untuk memperluas promosi Taman Kyai Langgeng melalui pemanfaatan teknologi	28	Strategis
3	Menambah wahana permainan <i>indoor</i> dengan memanfaatkan dukungan modal pemerintah dan investor	27	Strategis
4	Meningkatkan pelayanan dan fasilitas Taman Kyai Langgeng agar semakin diterima masyarakat.	27	Strategis
5	Meningkatkan penyediaan informasi lokasi	23	Moderat

	wahana Taman Kyai Langgeng bagi pengunjung dengan memanfaatkan teknologi.		
6	Meningkatkan penataan terhadap pedagang asongan sehingga tampak rapi dan dapat menambah kepuasan pengunjung.	22	Moderat

Sumber: data primer, diolah

Berdasarkan Tabel 1.3 hasil klasifikasi isu-isu strategis, terdapat 4 isu strategis bersifat strategis dan 2 isu bersifat moderat. Isu strategis yang memiliki skor tertinggi adalah Meningkatkan inovasi wahana permainan dengan memanfaatkan lahan Taman Kyai Langgeng yang luas, dukungan modal dari Pemerintah Kota Magelang dan investor dengan skor 30. Isu strategi yang memiliki skor tertinggi kedua adalah Meningkatkan koordinasi antar pegawai untuk memperluas promosi Taman Kyai Langgeng melalui pemanfaatan teknologi dengan skor 28. Isu strategis dengan skor tertinggi mendapatkan prioritas dalam pelaksanaan, tindakan, dan perhatian khusus dengan pengaruh yang berasal dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis lingkungan strategi dalam strategi pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang, dapat diidentifikasi lingkungan internal berupa kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) serta lingkungan eksternal berupa peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dimiliki Perusahaan Daerah Obyek Wisata (PDOW) Kota Magelang sebagai pengelola Taman Kyai Langgeng.

Hasil analisis dan pengujian tersebut kemudian memunculkan beberapa alternatif strategi yang merupakan prioritas dari pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang. Isu strategi yang paling strategis adalah strategi S-O yaitu gabungan kekuatan (strength) dari lingkungan internal dan peluang (opportunity) dari lingkungan eksternal. Strategi ini dirumuskan berdasarkan jalan pikiran bagaimana memanfaatkan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang mungkin bisa diraih, strategi ini juga disebut dengan *Comparative Advantage*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi S-O yang diambil adalah:

1. Meningkatkan inovasi wahana permainan dengan memanfaatkan lahan Taman Kyai Langgeng yang luas, dukungan modal dari Pemerintah Kota Magelang dan investor.

Taman Kyai Langgeng memiliki lahan yang luas yang dapat mendukung untuk meningkatkan inovasi terhadap wahana permainan. Pemerintah Kota Magelang sangat mendukung keberadaan Taman Kyai Langgeng. Salah satu bentuk dukungannya adalah dengan menyertakan modal untuk pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng. Dewasa ini, kebutuhan wisata bagi masyarakat sangat tinggi, karena masyarakat menganggap dengan berwisata dapat melepas penat setelah sibuk bekerja. Saat ini banyak bermunculan obyek-obyek wisata yang lebih menarik minat pengunjung. Jika Taman Kyai Langgeng tidak dapat melakukan inovasi yang sesuai dengan perkembangan jaman, maka Taman Kyai Langgeng tidak dapat bersaing dengan obyek wisata lainnya. Oleh sebab itu, peluang ini dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh PDOW untuk mengembangkan Taman Kyai Langgeng.

2. Meningkatkan koordinasi antar pegawai untuk memperluas promosi Taman Kyai Langgeng melalui pemanfaatan teknologi.

Bagi sebagian masyarakat, berwisata kini merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi untuk melepas penat setelah lelah bekerja. Dewasa ini pun pengaruh teknologi sudah sangat kuat. Banyak pengunjung yang memanfaatkan teknologi untuk melihat dan meninjau suatu obyek wisata sebelum akhirnya mendatangi obyek wisata tersebut. Pegawai PDOW harus meningkatkan koordinasi dan kerjasama untuk memperluas promosi Taman Kyai Langgeng dengan konten yang lebih menarik sehingga dapat menarik pengunjung baik lokal maupun mancanegara. Promosi tidak hanya dilakukan melalui website saja, namun juga dapat melalui pemasangan baliho dan pemasangan iklan di videotron di daerah luar Kota Magelang.

B. Saran

Berdasarkan analisis lingkungan strategis dan hasil klasifikasi isu-isu strategis melalui Uji Litmus, maka strategi-strategi tersebut dapat menjadi masukan dalam pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang. Strategis tersebut adalah:

1. Meningkatkan inovasi wahana permainan dengan memanfaatkan lahan Taman Kyai Langgeng yang luas, dukungan modal dari Pemerintah Kota Magelang dan investor, dapat dilakukan dengan cara:
 - a. Meningkatkan kerjasama dengan Pemerintah Kota dan investor agar dapat menanamkan modal kepada Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang untuk menambah wahana permainan agar bisa bersaing dengan obyek wisata lain. Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Kota Magelang Langgeng harus menyertakan pihak Pemerintah Kota dan investor untuk mengikuti rapat koordinasi dalam rangka pengembangan Taman Kyai Langgeng. Hal ini dilaksanakan agar tujuan pengembangan Taman Kyai Langgeng lebih mudah tercapai, dan kerjasama ini mendorong lahirnya ide-ide yang lebih inovatif sesuai dengan tugas, pokok, fungsi dalam pengembangan pariwisata.
 - b. Memanfaatkan lahan kosong untuk menambah wahana permainan baru dan wahana edukasi dengan

- menambah koleksi tanaman langka. Pemanfaatan ini harus dilakukan agar Taman Kyai Langgeng memiliki daya saing di antara obyek wisata lainnya. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 13 Tahun 2009 tentang Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang, yaitu “Memberikan pelayanan sarana rekreasi, hiburan umum, olah raga, pendidikan, serta pelestarian tanaman langka.”
- c. Melengkapi pemberian nama tanaman langka dengan cara pemasangan papan nama untuk menambah pengetahuan pengunjung. Dalam rangka pelestarian tanaman langka, Taman Kyai Langgeng juga perlu melengkapi pemberian nama pada tanaman langka. Hal tersebut dilakukan untuk mendukung Taman Kyai Langgeng menjadi wisata edukasi tidak hanya sebagai wisata alam saja.
 2. Meningkatkan koordinasi antar pegawai untuk memperluas promosi Taman Kyai Langgeng melalui pemanfaatan teknologi, dapat dilakukan dengan cara:
 - a. Terus menjalin kerjasama dan koordinasi yang baik antar pegawai Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang dengan melibatkan pihak akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah, dan media masa untuk meningkatkan pengembangan pariwisata Taman Kyai Langgeng. Kerjasama dengan melibatkan berbagai stakeholders disebut dengan strategi pentahelix dalam pengembangan pariwisata. Hal ini menjadi kunci karena semua elemen bertanggung jawab dalam mengembangkan pariwisata Taman Kyai Langgeng.
 - b. Meng-update website dan media sosial secara berkala untuk memberikan informasi dan promosi terkini baik untuk pengunjung lokal maupun pengunjung mancanegara. Kegiatan ini harus dilakukan karena dapat menarik pengunjung sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Magelang. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 13 Tahun 2009 tentang Perusahaan Daerah Obyek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota

Magelang, yaitu “Meningkatkan pendapatan asli daerah dengan berpedoman pada prinsip efisiensi dan efektifitas serta pelayanan yang baik kepada masyarakat.”

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Athoillah, Anton. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia
- Azwar, Saifuddin. (2010). *Metode Penelitian* (11th ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bryson, John M. 2007. *Strategic Planning For Public And Nonprofit Organizations: A Guide To Strengthening And Sustaining Organizational Achievement* (3rd ed). Amerika: Jossey-Bass
- Djiwandono, Patrisius Istiarto. 2015. *Meneliti itu Tidak Sulit: Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Depublish
- Gudono. 2012. *Teori Organisasi* (2nd ed). Yogyakarta: BPFE
- Handoko, Hani. (2011). *Manajemen edisi 2* (21st ed). Yogyakarta: BPFE
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib.(2014). *Manajemen strategi dalam pengembangan daya saing organisasi*. Jakarta: PT Gramedia
- Keban, Yeremias T. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik (Konsep, Teori, dan Isu)* (2nd ed). Yogyakarta: Gava Media
- Korten, David, C. 1988 *Pembangunan Berdimensi Kerakyatan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Kurniawan, Fitri Lukiastuti dan Muliawan Hamdani. (2008). *Manajemen Strategik dalam Organisasi*. Jakarta: Buku Kita
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarta
- Nazir, Mohammad. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Pasolong, Harbani. (2007). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta
- Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: CV. Andi
- Qudsy, Saifuddin Zuhri. 2014. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. AR-RUZZ: Jogjakarta
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis: reorientasi konsep perencanaan strategi untuk menghadapi abad 21*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2005a). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (12th ed). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sondang P. (2005b). *Manajemen Stratejik* (6th ed). Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. (2006). *Metodologi Penelitian Administrasi* (14th ed). Bandung: Alfabeta
- Syafiie, Inu Kencana. (2010). *Ilmu Administrasi Publik* (2nd ed). Jakarta: Rineka Cipta

Tangkilisan, Hessel Nogi. (2005c). *Manajemen Publik*. Jakarta: Grasindo

Jurnal

Ahadiat, Ayi. (2008) *Model Dinamik Strategic Fit dalam Perspektif Kontijensi Kaitannya Dengan Strategik Control: Suatu Ulasan Teoritis*. Jurnal Bisnis dan Manajemen **4** (3)

Bhuiyan, Anowar Hossain, Chamhuri Siwar, dan Shaharuddin Mohamad Ismail. (2013). *Tourism Development in Malaysia from the Perspective of Development Plans*. Asian Social Science. **9** (9)

Brokaj, Rezarta. (2014). *Local Government's Role in The Sustainable Tourism Developments of a Destinations*. European Scientific Journal **10** (31)

Fadillah, Ahmad, Triana G. Dewi, Arini Hardjanto. (2012). *Analysis of Alternative Strategy in Coastal Tourism Development in Aceh Besar, Indonesia after Tsunami Disaster*. International Jpurnal of Social Science and Humanity **2** (3)

Petrevska, Biljana. (2012). *Tourism Contribution to Regional Development: Best Practice in Macedonia*. Journal of Community Podotove Practices **3**

Shikhzadeh, M Akbar, M. Moradzhipour, M ghasem Mirzei, Majid Toulabi. (2014). *Investigation of The Role of Information Systems in Tourism Marketing as one The Strategies of Tourism Development*. European Online Jurnal of Natural and Social Sciences **3** (2)

Peraturan dan Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 tentang Perusahaan Daerah Obyek Wisata Kota Magelang

Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 5 tahun 2015 tentang Kepariwisataaan

Sumber Internet

<http://radarsemarang.com/2017/02/02/mau-dikenal-luas-harus-rajin-promosi/> diakses pada hari Rabu, 6 September 2017

http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/La-pbul%20Juli%202016_klasik.pdf diakses pada hari Sabtu, 29 November 2016