

***ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* PENGEMBANGAN KAMPUNG WISATA GENUK INDAH MENUJU ANUGERAH DESA WISATA INDONESIA (ADWI)**

Wahyu Maulana Ramadhan, Amni Zarkasyi Rahman, Dewi Rostyaningsih
Departemen Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (027)7465407 Faksimile (024)7465405
Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

Abstrak: Perkembangan jumlah kampung wisata terjadi dengan pesat beberapa tahun terakhir. Meskipun demikian, tidak semua kampung wisata mampu untuk mengoptimalkan potensi wisata yang mereka miliki. Salah satunya adalah Kampung Wisata Genuk Indah yang sudah ditetapkan sebagai kampung wisata selama lebih dari dua tahun tetapi belum terdapat pengembangan signifikan yang dilakukan. Keterbatasan anggaran menjadi salah satu penyebabnya yang membuat pengembangan harus dilakukan bertahap sehingga memerlukan penentuan prioritas pengembangan. Tujuan penelitian ini adalah merekomendasikan prioritas pengembangan yang efektif agar berkembang dan mendeskripsikan faktor pendorong prioritas utama yang didasarkan pada elemen branding dan indikator Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan *software* Expert Choice 11. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prioritas pengembangan yang direkomendasikan adalah daya tarik wisata, konten digital & kreatif, souvenir, dan homestay. Daya tarik wisata menjadi prioritas utama dalam pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah karena merupakan alternatif yang paling mudah diingat oleh pengunjung, paling bermakna, paling mudah disukai, dan paling mampu bersaing. Potensi pengembangan yang dapat dilakukan adalah pengembangan daya tarik wisata alam baru dan mengombinasikannya dengan daya tarik yang sudah ada melalui pembuatan paket wisata.

Kata kunci: *Analytical Hierarchy Process*, Kampung Wisata, Anugerah Desa Wisata Indonesia

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan baik kekayaan alam maupun keanekaragaman budayanya. Kekayaan alam dan keanekaragaman budaya tersebut membuat pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor yang sangat potensial. Pariwisata menjadi sektor yang memiliki peran besar dalam mendukung

perekonomian masyarakat di Indonesia. Hal tersebut juga menjadi salah satu alasan daerah-daerah di Indonesia mengembangkan wisata yang dapat dijadikan sebagai sumber pemasukan daerah. Salah satu jenis wisata yang sedang berkembang adalah desa wisata. Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan

pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya (Wirdayanti et al., 2021).

Gambar 1 Perkembangan Desa Wisata di Jawa Tengah

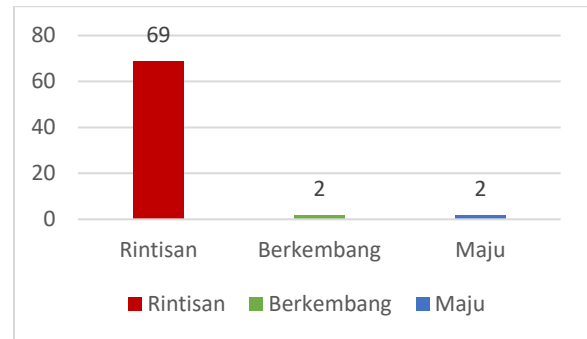


Sumber: Disporapar Jateng, 2022 (telah diolah kembali)

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa Jawa Tengah memiliki potensi desa wisata di mana dalam 5 tahun terakhir mengalami peningkatan jumlah yang pesat dari 147 menjadi 818. Diketahui bahwa Kabupaten Semarang merupakan kabupaten dengan jumlah desa wisata terbanyak di Provinsi Jawa Tengah dengan 73 desa wisata. Desa wisata di Kabupaten Semarang memiliki beragam jenis dari wisata alam, wisata budaya, hingga wisata buatan atau kreatif. Meskipun demikian, banyaknya jumlah desa wisata di Kabupaten Semarang ternyata berbanding terbalik dengan kualitas perkembangannya secara kategori desa wisata. Berdasarkan database desa wisata

Jawa Tengah per-April 2022 berikut adalah perbandingan jumlah desa wisata di Kabupaten Semarang berdasarkan kategorinya:

Gambar 2 Perbandingan Kategori Desa Wisata di Kabupaten Semarang



Sumber: Disporapar Jateng, 2022 (telah diolah kembali)

Berdasarkan Gambar 2 diketahui bahwa pesatnya perkembangan kuantitas desa wisata di Kabupaten Semarang belum diikuti perkembangan secara kualitas di mana dapat dilihat bahwa 69 dari 73 atau 94,5% desa wisata di Kabupaten Semarang masih berkategori rintisan.

Salah satu dari 69 desa tersebut adalah Kampung Wisata Genuk Indah yang berada di wilayah kecamatan Ungaran Barat sebagai kecamatan dengan sebaran desa wisata terbanyak di Kabupaten Semarang. Kampung Wisata Genuk Indah merupakan salah satu desa/kampung wisata yang masih berkategori rintisan. Klasifikasi tersebut

belum berubah sejak diterbitkannya SK Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang Nomor: 556/1094/2020 yang menetapkan hal tersebut. Kampung Wisata Genuk Indah telah dua tahun ditetapkan sebagai kampung wisata namun tidak ada pengembangan signifikan yang dilakukan. Kampung Wisata Genuk Indah yang masih berkategori rintisan tentu berupaya untuk meningkatkan kategorinya dari rintisan menjadi kampung wisata berkembang. Upaya pengembangan ini dilakukan dengan mengacu pada kategori penilaian desa wisata Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) oleh Kemenparekraf sebagai pedoman dalam pengembangan kampung wisata.

Karakteristik kampung wisata rintisan dapat dilihat di Kampung Wisata Genuk Indah untuk dapat ditingkatkan agar menjadi berkembang. Potensi daya tarik Genuk yang ada masih terbatas pada daya tarik wisata buatan berupa kolam renang, yaitu kolam renang Watu Lumpang dan Singampon. Daya tarik Kampung Wisata Genuk Indah yang baru mengandalkan wisata buatan ini membatasi minat pengunjung untuk mendatangi Kampung Wisata Genuk Indah. Adanya souvenir dalam desa wisata juga menjadi salah satu hal penting untuk dapat dijadikan kenang-kenangan oleh wisatawan. Desa wisata harus dapat

mengembangkan potensinya ini baik dalam bentuk kuliner, fesyen, atau kriya. Kampung Wisata Genuk Indah dalam hal ini sama sekali belum memiliki souvenir khas kampung wisatanya. Kampung Wisata Genuk Indah juga belum sama sekali memiliki homestay yang dapat digunakan oleh wisatawan selama di kampung wisata. Homestay atau pondok wisata adalah bentuk penyediaan akomodasi berupa rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan sebagian ruangnya disewakan kepada wisatawan. Pengembangan konten digital dan kreatif menjadi permasalahan terakhir Kampung Wisata Genuk Indah untuk lebih menarik pengunjung. Kampung wisata harus mampu mengemas potensinya dalam konten kreatif yang menarik. Pembuatan konten kreatif yang menarik menjadi faktor penting untuk mempromosikan kampung wisata. Sedangkan pengembangan digital adalah upaya digitalisasi sebagai sarana penunjang kampung wisata seperti eksistensi desa di platform digital, pusat informasi digital, pengelolaan secara digital, dan lainnya. Kampung Wisata Genuk Indah diketahui belum mengembangkan konten digital dan kreatifnya.

Pengembangan daya tarik wisata, souvenir, homestay, dan konten digital & kreatif perlu untuk dilakukan Kampung

Wisata Genuk Indah. Namun, upaya pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah tersebut terhambat karena adanya keterbatasan anggaran sehingga tidak dapat dilakukan secara menyeluruh pada satu waktu. Adanya keterbatasan anggaran yang menyebabkan pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah tidak dapat dilakukan menyeluruh pada satu waktu tersebut menuntut pengembangan harus dilakukan secara bertahap. Pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah yang dilakukan secara bertahap memerlukan prioritas dalam pengembangannya untuk menarik wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk merekomendasikan prioritas pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan belum ada yang menggunakan pemodelan solusi menyesuaikan dengan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) sebagai program utama Kemenparekraf untuk desa/kampung wisata di Indonesia. Pertama, penelitian dari Nurhayati et al. (2022) yang meneliti di tiga desa di Kabupaten Malang menyimpulkan bahwa pengembangan desa wisata dilakukan melalui pengembangan kemasan produk dan pembuatan paket wisata. Herniansyah et al. (2019) yang meneliti di desa wisata

Bendosari di Malang yang menghasilkan bahwa pengembangan desa wisata dilakukan melalui pengembangan sumber daya manusia. Widiyanti (2022) yang meneliti di Wonosobo menghasilkan prioritas pengembangan promosi melalui media sosial. Sedangkan Sulistyantara & Fatimah (2018) yang meneliti di Taman Nasional Gunung Tambora menghasilkan prioritas pengembangan peningkatan ekonomi kreatif masyarakat dengan memberikan modal usaha untuk memproduksi dan menjual jasa/produk pariwisata. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut menggunakan kriteria dan alternatif yang beragam serta belum ada yang menggunakan pemodelan solusi sesuai ADWI. Oleh karena itu, penelitian ini akan merekomendasikan prioritas pengembangan kampung wisata melalui pemodelan solusi yang menyesuaikan ADWI sebagai alternatif.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data penelitian ini dikumpulkan dari sumber primer ataupun sekunder. Data primer menggunakan kuesioner dan observasi serta data sekunder dari studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang digunakan untuk memecahkan situasi yang

kompleks dan tidak terstruktur menjadi beberapa komponen dalam struktur hierarkis. Tujuannya adalah untuk membantu pengambil keputusan dalam mengatasi kompleksitas dan ketidakstrukturan suatu situasi dengan memberikan kerangka prioritas yang jelas. *Analytical Hierarchy Process* terdiri dari dekomposisi, perbandingan berpasangan dan sintesa prioritas, serta diuji keabsahan datanya menggunakan rasio konsistensi. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel 16 orang yang berperan dalam pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah terdiri dari Perangkat Kelurahan Genuk, Pengelola Kolam Renang Watu Lumpang, dan Pengelola Kolam Renang Singampon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Wisata Genuk Indah merupakan salah satu kampung wisata di Kabupaten Semarang. Ketetapan tersebut berada pada SK Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang Nomor: 556/1094/2020. Pada SK tersebut Kampung Wisata Genuk Indah terklasifikasi sebagai kampung wisata rintisan. Meskipun telah menjadi kampung wisata selama dua tahun belum ada pengembangan signifikan yang telah dilakukan. Oleh karena itu, perlu

pengembangan yang mengacu pada Anugerah Desa Wisata Indonesia sebagai program utama untuk desa wisata di Indonesia. Namun, dikarenakan adanya keterbatasan anggaran maka pengembangan harus dilakukan secara bertahap sehingga memerlukan prioritas dalam pengembangannya untuk menarik wisatawan.

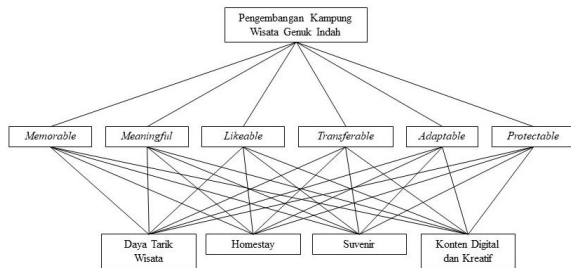
Saat ini Kampung Wisata Genuk Indah memiliki kekurangan pada beberapa elemen yang berperan menarik wisatawan sesuai ADWI. Pertama, kondisi daya tarik wisata di Kampung Wisata Genuk Indah saat ini hanya terdapat daya tarik wisata buatan berupa kolam renang, yaitu Kolam Renang Watu Lumpang dan Kolam Renang Singampon. Daya tarik wisata yang baru mengandalkan kedua kolam tersebut membatasi minat wisatawan untuk berkunjung. Kedua, saat ini homestay sama sekali belum ada dan belum dikembangkan di Kampung Wisata Genuk Indah. Ketiga, kondisi Kampung Wisata Genuk Indah saat ini belum memiliki souvenir khasnya sendiri baik dalam kategori kriya, kuliner, maupun fesyen. Keempat, kondisi Kampung Wisata Genuk saat ini sama sekali belum memanfaatkan potensi konten digital dan kreatif yang berperan besar dalam bidang promosi serta sebagai media untuk

meningkatkan eksistensinya di dunia digital. Oleh karena itu, melalui *Analytical Hierarchy Process* akan ditentukan prioritas pengembangan di antara keempat elemen tersebut sebagai alternatif yang akan dipilih berdasarkan kriteria elemen *branding*.

1. Dekomposisi

Dekomposisi adalah memecah permasalahan yang utuh menjadi unsur-unsurnya setelah didefinisikan permasalahannya pada latar belakang. Pemecahan masalah dilakukan terhadap unsur-unsurnya hingga didapatkan beberapa tingkatan dari persoalan tadi untuk mendapatkan hasil yang akurat.

Gambar 3 Dekomposisi AHP



Sumber: Olah Data Primer

Sesuai Gambar 3 yang merupakan dekomposisi permasalahan dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 hierarki terdiri dari tujuan, kriteria, dan alternatif. Tujuan AHP ini adalah pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah. Kriteria yang digunakan adalah

elemen *branding* yang terdiri dari *memorable*, *meaningful*, *likeable*, *transferable*, *adaptable*, dan *protectable* (Keller & Kotler, 2016). Sedangkan, alternatif adalah aspek penilaian ADWI Kemenparekraf (2022) yang berperan dalam menarik wisatawan terdiri dari daya tarik wisata, homestay, suvenir, serta konten digital dan kreatif.

2. Uji Rasio Konsistensi

Uji rasio konsistensi adalah suatu langkah untuk mengukur konsistensi logis yang bertujuan untuk mengetahui apakah penilaian yang diberikan oleh responden/informan dalam perbandingan antar elemen telah dilakukan secara konsisten. Penilaian informan/responden tentang perbandingan antar elemen dianggap konsisten jika nilai *Consistency Ratio* (CR) tidak melebihi 10% ($CR \leq 0,1$). Jika nilai *Consistency Ratio* (CR) $\geq 10\%$ berarti penilaian yang telah dibuat mungkin dilakukan secara random dan perlu direvisi (Marsono, 2020).

Tabel 1 Uji Rasio Konsistensi

No	Uji Rasio Konsistensi	Hasil	Keterangan
1	Kriteria	0,006977121	Konsisten
2	Alternatif dari kriteria <i>Memorable</i>	0,00659425	Konsisten
3	Alternatif dari kriteria <i>Meaningful</i>	0,008324487	Konsisten

4	Alternatif dari kriteria <i>Likeable</i>	0,006967955	Konsisten
5	Alternatif dari kriteria <i>Transferable</i>	0,016107741	Konsisten
6	Alternatif dari kriteria <i>Adaptable</i>	0,009011042	Konsisten
7	Alternatif dari kriteria <i>Protectable</i>	0,01909448	Konsisten

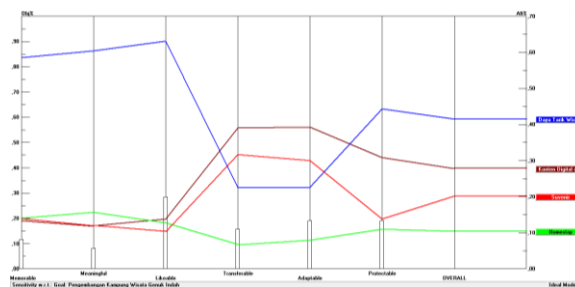
Sumber: Olah data primer

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa keseluruhan elemen setelah dilakukan uji rasio konsistensi menghasilkan nilai CR kurang dari 0,1 sehingga telah **konsisten**.

3. Perbandingan Penilaian dan Sintesa Prioritas

Perbandingan penilaian (*comparative judgement/pairwise comparison*) merupakan tahap di mana penilaian dibuat dengan mempertimbangkan kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan tingkat di atasnya. Penilaian ini merupakan inti dari AHP karena penilaian akan berpengaruh terhadap prioritas elemen-elemen. Kemudian hasil perbandingan penilaian akan dianalisis melalui sintesa prioritas. Sintesa prioritas merupakan tahap di mana hasil perbandingan penilaian akan disintesis untuk menghasilkan tingkat kepentingan setiap elemen dalam bentuk urutan prioritas.

Gambar 4 Sintesa Prioritas



Sumber: Olah data primer, *Expert Choice 11*

Berdasarkan Gambar 4 yang merupakan hasil sintesa prioritas global diketahui bahwa secara berturut-turut prioritas pengembangan yang direkomendasikan untuk Kampung Wisata Genuk Indah adalah daya tarik wisata, konten digital dan kreatif, suvenir, dan homestay.

Pengembangan daya tarik wisata menjadi prioritas pertama di mana memiliki skor 0,415. Daya tarik wisata menjadi prioritas utama dalam pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah karena merupakan alternatif yang paling mudah diingat oleh pengunjung, paling bermakna, paling mudah disukai, dan paling mampu bersaing. Daya tarik wisata saat ini masih bergantung pada daya tarik wisata buatan yaitu Kolam Renang Watu Lumpang dan Kolam Renang Singampon. Meskipun demikian, terdapat potensi pada daya tarik wisata alam karena letak geografis Genuk yang berada di kaki Gunung Ungaran, adanya

sungai Kaligarang, dan adanya rencana pembuatan ruang terbuka hijau. Pengembangan yang dapat dilakukan adalah pemanfaatan Sungai Kaligarang sebagai wisata air, melanjutkan rencana pembuatan ruang terbuka hijau, dan melakukan integrasi antar daya tarik wisata maupun dengan elemen lain melalui pembuatan paket wisata bagi wisatawan.

Pengembangan konten digital dan kreatif menjadi prioritas kedua di mana memiliki skor 0,279. Konten digital dan kreatif menjadi prioritas kedua karena memiliki keunggulan pada sisi kemudahan untuk dikembangkan dan kemampuan untuk beradaptasi. Konten digital dan kreatif saat ini sama sekali belum dikembangkan namun terdapat potensi konten digital dan kreatif dengan adanya platform wisata yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang dan adanya media sosial Instagram sebagai media promosi. Pengembangan yang dapat dilakukan adalah mendaftarkan informasi Kampung Wisata Genuk Indah pada platform wisata milik Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang untuk meningkatkan eksistensi digital dan mengembangkan akun media sosial instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan peluang kunjungan wisatawan.

Pengembangan souvenir menjadi prioritas ketiga di mana memiliki skor 0,202. Souvenir memiliki keunggulan pada kemudahan untuk dikembangkan dan kemampuan untuk beradaptasi dibanding alternatif daya tarik wisata namun masih kurang dibanding alternatif konten digital dan kreatif. Souvenir saat ini sama sekali belum dikembangkan namun terdapat potensi souvenir kuliner dari adanya UMKM kuliner yang cukup dikenal di wilayah Genuk yaitu Genthuk Bakar Abimanyu dan Papa Singkong. Pengembangan yang dapat dilakukan adalah bekerja sama dengan UMKM kuliner yang ada untuk menjadi souvenir bagi Kampung Wisata Genuk Indah.

Terakhir yaitu pengembangan homestay di mana memiliki skor 0,105 belum perlu untuk dikembangkan. Homestay kurang dibutuhkan untuk saat ini karena lokasi wilayah Genuk yang masih berada dekat dengan jalan utama di wilayah pusat Ungaran yang menyebabkan kebutuhan homestay kurang dibutuhkan bagi wisatawan dan urgensinya kurang dalam tujuan meningkatkan kunjungan wisatawan dibandingkan dengan alternatif yang lain karena kurang dapat bersinergi dengan daya tarik yang ada.

KESIMPULAN

Pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah yang efektif untuk menuju nominasi ADWI dapat dilakukan dengan prioritas pertama pengembangan daya tarik wisata di mana memiliki skor 0,415. Prioritas kedua yaitu pengembangan konten digital dan kreatif di mana memiliki skor 0,279. Prioritas ketiga yaitu pengembangan souvenir di mana memiliki skor 0,202. Prioritas terakhir yaitu homestay di mana memiliki skor 0,105. Daya tarik wisata menjadi prioritas utama dalam pengembangan Kampung Wisata Genuk Indah karena merupakan alternatif yang paling mudah diingat oleh pengunjung, paling bermakna, paling mudah disukai, dan paling mampu bersaing. Potensi pengembangan yang dapat dilakukan adalah pengembangan daya tarik wisata alam baru dan mengombinasikannya dengan daya tarik yang sudah ada melalui pembuatan paket wisata.

SARAN

Pada prioritas utama yaitu pengembangan daya tarik wisata perlu untuk dikembangkan jenis daya tarik wisata alam. Diketahui bahwa pengembangan daya tarik wisata menjadi prioritas dengan skor tertinggi yaitu 0,415 dengan potensi pengembangan wisata air di sungai Kaligarang dan melanjutkan

rencana pembuatan RTH serta pembuatan paket wisata. Namun, aksesibilitas pada area daya tarik wisata ini merupakan jalan relatif kecil yang belum beraspal. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan aksesibilitas melalui pembangunan jalan yang layak bagi wisatawan. Dengan demikian, wisatawan akan lebih nyaman ketika berkunjung dan potensi daya tarik wisata sebagai alternatif dengan skor tertinggi dapat dioptimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- DisporaparJateng. (2021). *Statistika Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka*. <https://disporapar.jatengprov.go.id/content/ppid/438/STATISTIK>
- Herniansyah, N. S., Ari, I. R. D., & Sari, N. (2019). Prioritas Alternatif Pengembangan Ekowisata Desa Bendosari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang. ... *and Environment Journal* ..., 8(0341), 333–340. <https://purejournal.ub.ac.id/index.php/pure/article/viewFile/360/292>
- Keller, & Kotler. (2016). Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 15).
- Kemendikbud. (2022). *Mekanisme Desa Wisata*. <https://jadesta.kemendikbud.go.id/mekanisme>
- Marsono. (2020). *Penggunaan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam Penelitian*. In Media.
- Nurhayati, Y., Pudjihardjo, Susilo, &

Ekawaty, M. (2022). Sustainability Strategy in Malang Regency, Indonesia: Analytical Hierarchy Process Approach. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 08. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-80262-431-120221019/full/html>

Sulistiyantara, B., & Fatimah, I. S. (2018). Strategi Pengelolaan Wisata Alam Berbasis Masyarakat di Taman Nasional Gunung Tambora. *Repository.Ipb.Ac.Id*. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/91552>

Widiyanti, R. N. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. *Eprints IPDN*. http://eprints.ipdn.ac.id/11367/1/REPOSITORY - RAHMASARI NOVA WIDIYANTI_29.0840_STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN WONOSOBO PROVINSI JAWA TENGAH.pdf

Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., & Dkk. (2021). *Pedoman Desa Wisata* (2nd ed.). Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi. <https://jadesta.kememparekraf.go.id/getdata/file/Buku-Membangun-Desa.pdf>