

**IDENTIFIKASI POTENSI DAN MASALAH DESA WONOSOCO  
DALAM UPAYA PENGEMBANGAN SEBAGAI DESA WISATA DI KABUPATEN KUDUS**

**Tunjung Wulan<sup>1</sup> dan Parfi Khadiyanto<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

Email: tunjungwulan009009@gmail.com

**Abstrak:** Desa Wisata Wonosoco merupakan salah satu desa yang dicanangkan pada tahun 2009 sebagai desa wisata di Kabupaten Kudus. Pencanangannya sebagai desa wisata karena memiliki karakteristik khas dari tradisi, budaya, serta kekayaan keindahan alamnya yang masih asli. Sebagai desa wisata yang masih dalam tahap pengembangan, memiliki permasalahan yaitu masih sedikitnya wisatawan dan aksesibilitas yang masih sulit. Seiring dengan tahap pengembangannya sebagai kawasan pariwisata maka harus mulai dilaksanakan pembangunan sarana prasarana pendukung serta elemen wisata yang sesuai untuk menyelesaikan permasalahan dan mengembangkan potensi yang ada. Dari kondisi tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji potensi dan masalah di Desa Wisata Wonosoco dalam kepentingan pengembangan pariwisata. Pendekatan studi dilakukan melalui metode kuantitatif deskriptif untuk dapat mengetahui opini pengunjung mengenai pengembangan wisata di Desa Wonosoco yang dilakukan dengan kuisioner. Data diolah menggunakan metode analisis Boston Consulting Group (BCG) yang melihat pemasaran wisata dari variabel produk dan pasar wisata. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Wonosoco pada kategori Cash Cow yaitu berada pada pertumbuhan produk rendah namun pertumbuhan pasar yang tinggi. Pertumbuhan produk rendah merupakan permasalahan dalam pengembangan desa wisata, Hal ini disebabkan masih belum terbangunnya sarana secara lengkap di objek wisata utama, dan masih belum memadainya kondisi aksesibilitas. Sedangkan pertumbuhan pasar yang tinggi menjadi potensi dalam pengembangan Desa Wisata Wonosoco didukung dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan tiap tahun serta tingginya tingkat pertumbuhan penduduk di Kabupaten Kudus.

**Keyword :** *Pariwisata, Potensi Wisata, Desa Wisata, Kudus*

**Abstract:** Wonosoco Rural Tourism is one of villages that was launched in 2009 as a rural tourism at Kudus. That declaration as a rural tourism because it has typical characteristics of tradition, culture and also support by natural beauty. As a rural tourism which in the development process, has problems that it still just a little traveller and accessibility are still difficult. Along with the process of development as tourism area, so it should begin to implemented for development of infrastructure and tourism elements which it appropriate to solve problem and develop the potential aspect. Of these conditions, the purpose of this study was to reviewing the potential and problems at Wonosoco Rural Tourism in process of tourism developments. Study approach done by descriptive quantitative method to determine visitor opinion about tourism development in Wonosoco Village, which it done with the questionnaire. The data processed using the method of analysis of the Boston Consulting Group (BCG), which saw the marketing of the tourist product and tourist market variables. Results of research show that Wonosoco Rural Tourism in Cash Cow category, which it has lower growth product but high growth market. Low growth product is an issue in the development of this rural tourism, which caused by uncomplete the utility in the main attraction and also inadequate accessibility conditions. While high growth market potential in the development of a Wonosoco Rural Tourism supported by an increase in the number of tourists each year and the high rate of population growth in Kudus Regency.

**Keywords:** *Tourism, Potential Tourism, Rural Tourism, Kudus Regency*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu bentuk dari pengembangan kota yang akan dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi disertai pertumbuhan kawasan di suatu tempat. Pengembangan pariwisata akan mendorong masyarakat juga pemerintah setempat untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh daerahnya agar mendapat perhatian dari masyarakat luar sehingga nantinya dapat mempercepat laju perekonomian kawasan.

Kabupaten Kudus kaya akan sektor pariwisata yang mendukung pembangunan daerah. Letaknya yang dikelilingi pegunungan Muria dan deretan pegunungan Kendeng Utara menjadi potensi untuk pengembangan di sektor pariwisata. Sektor pariwisata baru yang dikembangkan untuk menambah kekayaan sektor pariwisata di Kabupaten Kudus adalah desa wisata. Pengembangan desa wisata ini didukung oleh adanya potensi alam dan budaya yang dimiliki. Dari beberapa desa yang dikembangkan untuk desa wisata, Desa Wonosoco merupakan salah satu desa yang dikembangkan. Pengembangannya sebagai desa wisata ini karena tempatnya yang masih alami, serta memiliki daya tarik alam serta kebudayaan yang mengundang wisatawan untuk berkunjung.

Desa Wisata Wonosoco sebagai desa di ujung selatan Kabupaten Kudus berbatasan dengan Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Pati. Letaknya dikelilingi oleh pegunungan kapur, menjadi potensi yang turut mendukung kegiatan pariwisata. Pencanangannya pada tahun 2009 sebagai desa wisata dikarenakan fisik lingkungannya yang masih alami serta ditunjang dengan obyek wisata dan kebudayaan yang masih asli. Obyek wisata alam yang menjadi daya tarik di Desa Wonosoco sebagai pendukung kegiatan pariwisata adalah keberadaan gua yang masih alami serta keberadaan sendang yang sekaligus sebagai mata air di kawasan ini. Sedangkan kebudayaan yang menjadi daya tarik adalah berupa wayang klitik serta masih adanya upacara adat tahunan tradisi reresik sendang.

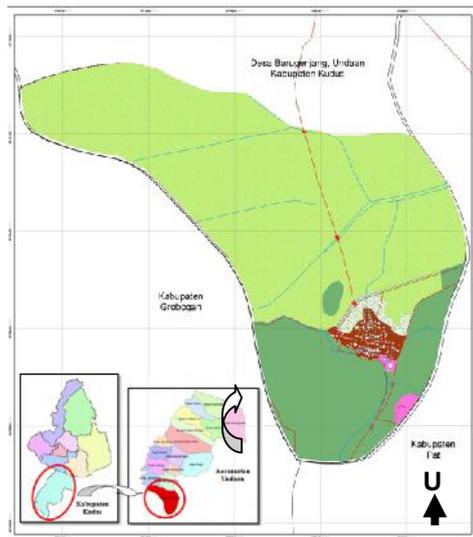
Dalam perkembangannya, Desa Wonosoco sebagai desa wisata sudah mulai mendapat perhatian dari masyarakat sekitar dan pemerintah dalam hal pengelolaan pengembangan kepariwisataan. Melihat objek wisata sebagai daya tarik yang ada di kawasan ini perlu adanya proses keberlanjutan pembangunan dan pengembangan objek wisata seperti gua, sendang dan kebudayaan khas yang ada agar menambah daya tarik kawasan dengan tetap terjaga keasliannya sehingga dapat lebih mengundang wisatawan untuk datang.

Upaya pengembangan Desa Wonosoco sebagai desa wisata masih terdapat permasalahan yang mengganggu dalam proses pertumbuhan produk dan pasar wisatanya. Permasalahan tersebut terkait dengan fasilitas serta sarana prasarana pendukung pariwisata yang dapat mempengaruhi kenyamanan wisatawan dilihat dari kualitas kondisi fisik serta ketersediaannya. Selain itu dilihat dari elemen penunjang pariwisatanya juga masih belum lengkap, masih kurang adanya promosi wisata dan sulitnya transportasi umum. Tidak kalah penting, yaitu permasalahan mengenai kehidupan sosial budaya masyarakat serta tingkat partisipasinya dalam mendukung pengembangan wisata di Desa Wonosoco.

Desa Wonosoco sebagai salah satu desa yang dikembangkan sebagai desa wisata di Kabupaten Kudus memiliki daya tarik dan juga hambatan dalam perkembangannya. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka pertanyaan penelitian dalam studi ini adalah **“Apa saja permasalahan yang harus diselesaikan serta potensi apa yang dapat digunakan sebagai modal dalam upaya pengembangan Desa Wonosoco sebagai desa wisata di Kabupaten Kudus?”**. Dari pertanyaan penelitian tersebut maka tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji potensi dan masalah di Desa Wisata Wonosoco dalam kepentingan pengembangan pariwisata.

Wilayah studi penelitian berada di Desa Wonosoco, Kecamatan Undaan, Kabupaten Kudus. Desa ini berada di ujung selatan dari Kabupaten Kudus berbatasan langsung

dengan kabupaten Grobogan dan kabupaten Pati. Desa Wisata Wonosoco itu sendiri berlokasi di dalam Desa Wonosoco tepatnya disekitar permukiman penduduk yang memiliki luas hanya 8% dari keseluruhan luas Desa Wonosoco itu sendiri, sedangkan sisanya berupa sawah dan hutan. Untuk lebih jelasnya mengenai wilayah studi dapat dilihat pada **Gambar 1** sebagai berikut :



Sumber: Bappeda Kabupaten Kudus, 2011

**GAMBAR 1**  
**DELINIASI WILAYAH STUDI**

## KAJIAN LITERATUR

### *Pariwisata*

Pariwisata memiliki banyak definisi dengan arti yang luas. Pariwisata dipandang sebagai suatu kegiatan kemanusiaan berupa hubungan antar orang, baik dari negara yang sama ataupun antarnegara atau hanya dari daerah geografis yang terbatas yang didalamnya termasuk tinggal untuk sementara waktu di daerah lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan kecuali kegiatan untuk memperoleh penghasilan (Wahab, 1992). Pariwisata sendiri berdasarkan jenisnya dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Pariwisata alam yaitu dengan daya tarik wisata yang dihadirkan oleh alam berupa bentang alam dan keanekaragaman flora dan fauna (Soekadijo, 1996).
2. Pariwisata lingkungan (ekowisata) merupakan kegiatan perjalanan wisata dengan tetap bertanggungjawab

terhadap pelestarian lingkungan alam (Drumm dan Moore, 2010).

3. Pariwisata budaya yaitu dengan kekayaan khas yang dimiliki tiap bangsa dan negara serta menjadi daya tarik yang disebut dengan kebudayaan (Warpani, 2006:155).

Dalam pengembangan pariwisata harus disesuaikan dengan potensi yang ada serta dapat menyelesaikan permasalahan yang ada. Adapun definisi dari potensi wisata sendiri merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menjadi daya tarik agar orang-orang mau datang untuk berkunjung (Marriotti, dalam Yoeti, 1983:160).

### *Desa Wisata*

Guna mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan maka dapat digunakan konsep desa wisata yang merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tatacara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993). Tidak semua pariwisata yang terjadi di pedesaan dapat menggambarkan karakter tradisional untuk lingkup desa wisata, misalnya beberapa pembangunan kepariwisataan seperti taman bermain atau kawasan liburan di pedesaan yang tidak berkaitan serta kontras terhadap lingkungan pedesaan (Clark dan Lane, 1994a).

### *Sarana dan Prasarana Penunjang Pariwisata*

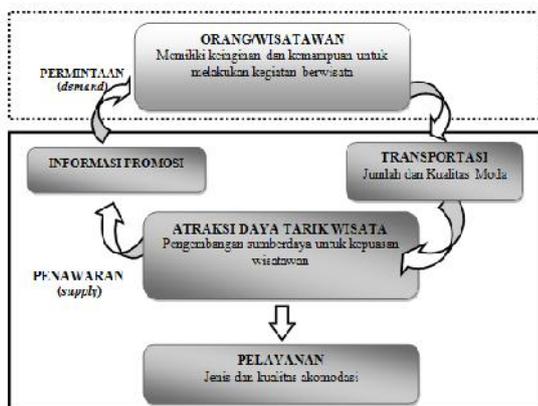
Faktor utama dalam pengembangan kepariwisataan adalah pelayanan (Karyono, 1997: 74-77). Salah satu faktor yang menentukan pelayanan dalam pengembangan pariwisata adalah kesiapan dari sarana dan prasarana wisata.

Sarana Pariwisata merupakan gabungan dari berbagai aktivitas yang berkaitan dengan upaya memberikan kepuasan terhadap wisatawan.

Prasarana Pariwisata merupakan semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sehingga dapat memudahkan masyarakat dan wisatawan yang membutuhkan.

**Sistem dan Elemen Kepariwisataan**

Wisatawan datang berkunjung ke suatu objek wisata karena adanya daya tarik wisata serta adanya motivasi tertentu. Mill dan Morrison (1985), menggambarkan pariwisata sebagai suatu sistem yang saling terkait satu sama lain. Pendapat lain memandang pariwisata sebagai suatu sistem melalui pendekatan permintaan dan penawaran (Gunn, 1988:69). Elemen Kepariwisataan dalam sistem pariwisata terdiri dari wisatawan, promosi, atraksi wisata, pelayanan akomodasi dan transportasi. Kemudian elemen tersebut dibagi kembali menjadi 2 yaitu permintaan (*demand*) yang terdiri dari masyarakat yang mempunyai kemampuan dan keinginan untuk melakukan kegiatan wisata, sedangkan penawaran (*supply*) terdiri dari atraksi daya tarik wisata, transportasi, informasi dan promosi, serta pelayanan yang ada di lokasi wisata. Hubungan antara komponen penawaran dan permintaan dari kegiatan pariwisata dalam **Gambar 2** sebagai berikut :



Sumber: Gunn, 1988 : 68

**GAMBAR 2**  
**SISTEM KEPARIWISATAAN**

**Produk dan Pasar Wisata**

Guna melihat pertumbuhan dalam upaya pengembangan wisata, dapat dilihat dari produk dan pasar wisata. Produk Wisata untuk aspek penawaran wisata menurut Burkart dan Medlik (1986) merupakan segala sesuatu yang dapat dijual dan diproduksi dengan menggabungkan faktor produksi, konsumen yang tertarik pada tempat-tempat menarik, serta kebudayaan

asli di suatu objek wisata. Aspek dalam produk wisata yang perlu diperhatikan yaitu atraksi daya tarik, aksesibilitas transportasi, fasilitas dan kelembagaan.

Pasar Wisata sebagai permintaan wisata merupakan potensi pasar untuk suatu destinasi atau obyek tertentu yang didapatkan melalui penilaian kecenderungan wisata, lokasi objek wisata dan profil pengunjung yang dilihat berdasarkan aspek sosial, ekonomi, motivasi dan demografinya.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian “Identifikasi Potensi dan Masalah Desa Wonosoco dalam Upaya Pengembangan Sebagai Desa Wisata di Kabupaten Kudus” dilakukan untuk mengidentifikasi kegiatan yang dilakukan serta ketersediaan sarana prasarana dan elemen wisata yang berhubungan dengan pengembangan wisata di Desa Wonosoco. Dilihat dari tujuan penelitian, maka metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan jawaban responden atau pertanyaan yang merupakan pengukuran dari variabel yang diteliti serta menguji hipotesis. Metode kuantitatif juga sebagai metode ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis, metode ini menggunakan data-data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang statistik (Sugiyono, 2006). Secara detail metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengungkapkan suatu masalah, keadaan, peristiwa secara sistematis guna mengungkapkan fakta secara lebih mendalam.

Metode pengumpulan data membahas tentang alat serta teknik pengumpulan data dan prosedur penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Pada pengumpulan data primer melalui kuisisioner, sampel responden pada adalah wisatawan pengunjung Desa Wisata Wonosoco dengan menggunakan metode *accidental sampling* dimana siapa saja yang

secara kebetulan dijumpai oleh penyusun di wilayah studi dapat digunakan sebagai sampel, apabila kita memandang responden atau orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Mas'ud, 2004). Penggunaan metode ini dilakukan untuk melihat pendapat pengunjung mengenai sarana prasarana serta aspek dalam elemen wisata. Penentuan jumlah sampel untuk kuisioner dihitung menggunakan rumus Slovin (dalam Riduwan, 2005:65) dan didapatkan hasil sampel responden sebanyak 79 wisatawan.

Analisis yang digunakan dalam penelitian guna mencapai tujuan sesuai dengan sasaran penelitian, sebagai berikut :

#### Analisis Potensi dan Masalah

Analisis ini digunakan untuk melihat potensi dan masalah yang ditemukan saat observasi. Dilakukan menggunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan kondisi eksisting kawasan.

#### Analisis Elemen Wisata

Analisis ini digunakan untuk melihat upaya yang sudah dilakukan masyarakat, pengelola dan pemerintah dari sisi elemen wisata yang meliputi atraksi wisata, transportasi, wisatawan, fasilitas dan akomodasi serta promosi. Dilakukan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan pendapat konsumen mengenai elemen wisata yang sudah tersedia. Hasil analisis ini menjelaskan kondisi pengembangan elemen wisata beserta potensi dan permasalahan yang masih ada dalam upaya pengembangan.

#### Analisis Kualitas Sarana Pariwisata

Pada analisis ini mengkaji mengenai kualitas sarana dilihat dari kondisi fisik, ketersediaan sarana dan pencapaian sarana. Dilakukan menggunakan analisis angka indeks dengan memberi skor 3 (baik), 2(cukup), dan 1 (buruk) serta diperkuat dengan deskriptif kuantitatif. Hasil dari analisis ini berupa foto dan data mengenai kondisi dan potensi masalah dari aspek sarana pendukung pariwisata.

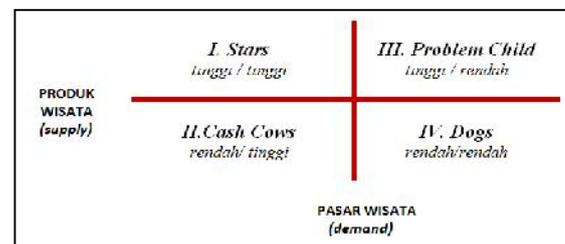
#### Analisis Kualitas Prasarana Pariwisata

Analisis ini bertujuan mengkaji mengenai kualitas prasarana dilihat dari syarat

memenuhi standar kualitas masing – masing prasarana. Dilakukan menggunakan analisis angka indeks. Hasil dari analisis ini berupa foto dan data mengenai potensi dan masalah dari aspek prasarana pendukung pariwisata.

#### Analisis Upaya Pengembangan

Analisis ini bertujuan untuk melihat pengembangan yang sudah dilakukan, dilihat dari pemasaran wisata berdasarkan produk dan pasar wisata. Dilakukan menggunakan analisis *Boston Consulting Group* (BCG) dengan diawali dengan skoring dari indikator produk dan pasar wisata yang inputnya berasal dari kesimpulan hasil kondisi dari analisis sarana prasarana dan analisis elemen wisata (**Tabel 1**). Analisis *Boston Consulting Group* (BCG) merupakan metode yang dipakai untuk merancang pasar, termasuk dalam manajemen pemasaran strategis. Dalam konteks pariwisata, BCG berfungsi untuk mengetahui upaya yang harus dilakukan agar kawasan pariwisata dapat mempertahankan potensinya.



Sumber : Jatmiko, RD (2003:173)

**GAMBAR 3**  
**MODEL MATRIKS BCG**

- Pada kuadran pertama, *Stars* yaitu kuadran dengan produk dan pasar wisata dalam pertumbuhan tinggi.
- Pada kuadran kedua, *Cash Cows* yaitu kuadran dimana produk wisata dalam pertumbuhan yang relatif rendah dengan pasar yang tinggi.
- Pada kuadran ketiga, *Problem Child* yaitu kuadran dimana produk wisata dalam pertumbuhan yang tinggi namun pasar masih rendah.
- Pada kuadran keempat, *Dogs* yaitu kuadran dimana produk dan pasar wisata dalam pertumbuhan masih rendah.

Berikut variabel produk dan pasar wisata dalam skoring untuk matriks BCG :

**TABEL I**  
**VARIABEL PRODUK DAN PASAR WISATA**  
**UNTUK METODE BCG**

PRODUK WISATA		PASAR WISATA	
ASPEK	INDIKATOR	ASPEK	INDIKATOR
Atraksi (Daya Tarik)	1. Keunikan atraksi wisata	Kecenderungan wisata	1. Perkembangan jumlah pengunjung
	2. Kualitas atraksi wisata	Lokasi objek wisata	2. Faktor jarak objek wisata dengan pusat kota
Transportasi dan Aksesibilitas	3. Kondisi aksesibilitas ke objek wisata	Jumlah Penduduk	3. Pertumbuhan jumlah penduduk daerah wisata
	4. Ketersediaan transportasi umum	Pendapatan Perkapita	4. Tingkat pendapatan masyarakat sebagai calon wisatawan
Fasilitas dan akomodasi	5. Kualitas sarana dan prasarana pendukung wisata	Profil Wisatawan berdasarkan aspek sosial	5. Tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata
	6. Kualitas sumberdaya manusia dalam pelayanan akomodasi		6. Tingkat partisipasi wisatawan dalam kegiatan wisata
	7. Ketersediaan akomodasi di objek wisata	Sistem Informasi	7. Aktifitas promosi yang dilakukan
Kelembagaan	8. Ketersediaan lembaga atau biro wisata yang mengakomodir kawasan wisata		

Sumber: Hasil Analisis, 2013

## HASIL PEMBAHASAN

### Elemen Wisata

Elemen wisata yang di kaji pada analisis ini sesuai dengan sistem kepariwisataan menurut Gunn (1988:68) terdiri dari atraksi wisata, wisatawan, transportasi dan aksesibilitas, informasi dan promosi, serta fasilitas dan pelayanan.

Atraksi wisata berdasarkan hasil olahan kuisisioner, dari 5 atraksi wisata yang tersedia minat wisatawan paling besar adalah pada objek wisata kompleks goa sebesar 67%, hal ini disebabkan keunikan dari goa itu sendiri serta keaslian dari goa tersebut yang masing jarang di sekitar kabupaten Kudus. Dari atraksi – atraksi yang ada wisatawan dapat melakukan kegiatan aktif juga pasif. Kegiatan aktif berupa berjalan-jalan ke goa, berenang dan mendaki. Sedangkan kegiatan pasif dengan menikmati keindahan alam serta seni budaya yang ada. Banyaknya atraksi dan kegiatan yang dapat dinikmati, menjadikan wisatawan sebanyak 58% menghabiskan waktunya selama 58%. Berdasarkan kondisi tersebut atraksi wisata pada elemen wisata dapat mendukung dengan potensi alam berupa goa yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk datang.

Dari elemen aksesibilitas, kondisi jalan menuju desa wisata masih kurang baik dimana jalan masih rusak serta kapasitas dari lebar jalannya kurang memadai, transportasi umum juga sudah tersedia namun ketersediaannya masih jarang. Dari kondisi tersebut tentunya sangat kurang mendukung dalam pengembangan pariwisata yang ada dimana kemudian menyebabkan banyak wisatawan yang benar-benar ingin mengetahui desa wisata ini justru lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi.

Informasi dan promosi dilakukan melalui beberapa cara yaitu melalui media cetak lokal, brosur melalui dinas pariwisata, media elektronik, media sosial serta baliho. Sedangkan promosi tidak langsung dengan informasi dari mulut ke mulut berdasarkan hasil kuisisioner sebanyak 71% justru lebih efektif dimana wisatawan justru dapat memperoleh informasi secara lebih lengkap mengenai rute, atraksi yang ada hingga harga tiket masuk.

Fasilitas dan pelayanan dalam analisis elemen wisata ini dilihat dari ketersediaan akomodasi, kualitas SDM, dan lembaga atau biro perjalanan. Dari ketersediaan akomodasi berdasarkan analisis sarana prasarana dapat disimpulkan bahwa sudah tersedia namun untuk kualitasnya belum memadai. Kualitas SDM desa Wonosoco guna mendukung kegiatan pariwisata juga jumlahnya mencukupi namun untuk kualitas dalam mendukung kegiatan wisata masih rendah. Untuk lembaga atau biro perjalanan juga belum tersedia untuk mendukung promosi wisata. Dari informasi wisata ini terdapat potensi ketersediaan sumberdaya baik berupa fisik maupun sumber daya manusia. Juga terdapat masalah yaitu ketersediaan sumber daya tersebut belum diimbangi oleh kualitas sumber daya yang baik pula.

Elemen wisatawan sebagai *demand* (pasar) dalam elemen wisata dilihat dari karakteristik, jumlah pengunjung dan pasar wisatawan. Jumlah pengunjung selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dari pasar wisata dilihat dari pertumbuhan penduduk termasuk dalam kategori tinggi dan perekonomian dari pendapatan perkapita

termasuk dalam kategori menengah. Dari karakteristiknya yang diolah dari hasil kuisioner, wisatawan yang datang sebanyak 66% laki-laki dengan kelompok usia mayoritas 15 hingga 30 tahun serta datang dengan jumlah rombongan lebih dari 5 orang. Dari elemen wisatawan kondisi ini dapat digunakan sebagai potensi untuk pengembangan kegiatan wisata dengan sifat petualangan yang dilakukan secara berkelompok.

### ***Kualitas Sarana Pariwisata***

Analisis ini dinilai berdasarkan kondisi fisik, pencapaian, dan ketersediaan sarana. Sarana umum yang dikaji pada analisis ini terdiri dari sarana peribadatan dan sarana perbelanjaan, serta akomodasi wisata sebagaimana tersedia untuk kepentingan wisatawan selama berada di kawasan wisata yaitu terdiri dari gapura, loket masuk, kamar mandi, tempat parkir, taman bermain, serta penginapan. Penilaian sarana-sarana tersebut dibagi menjadi tiga kategori yaitu baik, cukup, dan buruk.

Berdasarkan perhitungan, diketahui hasil rata-rata nilai indeks untuk kualitas sarana pariwisata di desa wisata Wonosoco adalah sebesar 2,13. Hasil angka indeks tersebut menunjukkan bahwa kualitas sarana pariwisata yang ada secara garis besar sudah dalam kategori "baik". Dalam kategori ini, dapat dikatakan sarana serta akomodasi yang ada sudah dapat melayani kebutuhan wisatawan yang datang secara efektif dan efisien, namun bukan berarti semua sarana dan akomodasi sudah dalam kondisi baik. Masih terdapat beberapa sarana yang tetap membutuhkan perbaikan dan pengelolaan bahkan penambahan jumlah sarana. Dari keseluruhan sarana yang dikaji sarana yang sudah dalam kondisi baik antara lain gapura (2,89), loket masuk (2,61), kamar mandi (2,57), tempat parkir (2,19) dan sarana perdagangan (2,72) hal ini mendukung potensi dari aspek sarana. Sedangkan untuk taman bermain (1,98), penginapan (1,02) dan sarana peribadatan (1,04) kondisinya masih bermasalah, membutuhkan perbaikan bahkan penambahan fasilitas.

Dengan keadaan tersebut dimana secara rata-rata wisatawan sudah dapat memperoleh semua kebutuhannya, wisatawan sudah dapat merasa nyaman dengan objek wisata, namun dengan disertai perbaikan, perawatan, pengelolaan dan penambahan jumlah sarana akan menjadikan wisatawan lebih nyaman bahkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang.

### ***Kualitas Prasarana Pariwisata***

Dalam analisis ini diukur berdasarkan syarat pemenuhan prasarana pariwisata. Prasarana merupakan prasarana yang mendukung dalam kegiatan pariwisata meliputi jaringan air bersih, jaringan listrik, jaringan drainase, sistem persampahan, aksesibilitas, dan jaringan telekomunikasi. Berdasarkan perhitungan, kualitas prasarana di desa wisata Wonosoco ini berkategori baik dengan nilai 2,35. Hal ini berarti prasarana yang telah tersedia di kawasan desa wisata Wonosoco ini berada pada kondisi kualitas yang baik.

Dilihat dari masing-masing indikator prasarana yang ada, empat dari enam prasarana memiliki kualitas yang baik sedangkan dua lainnya dalam kategori cukup, sehingga secara rata-rata didapatkan hasil kategori baik karena prasarana dalam kategori baik dapat menutupi kekurangan pada prasarana lainnya. Dengan kualitas yang baik berarti pemanfaatan prasarana yang ada sudah cukup efektif serta mendukung kegiatan pariwisata di kawasan ini. Sedangkan untuk prasarana yang berada dalam kategori cukup yaitu persampahan (1,37) dan jalan (1,96), hal ini dikarenakan prasarana sudah ada namun masih membutuhkan perbaikan karena adanya masalah yang belum teratasi seperti kurangnya tempat sampah di objek wisata utama serta masih rusaknya akses jalan di beberapa titik sekitar kawasan desa wisata Wonosoco ini.

### ***Analisis Upaya Pengembangan***

Analisis ini digunakan untuk melihat posisi awal pengembangan desa wisata Wonosoco yang telah dilakukan oleh

pengelola dan masyarakat sekitar bekerjasama dengan pemerintah kabupaten Kudus, dilihat dari aspek permintaan (*demand*) berupa pasar wisata dan aspek penawaran (*supply*) berupa produk wisata. Variabel produk dan pasar wisata disesuaikan dengan analisis sarana, analisis prasarana serta analisis elemen wisata (**Gambar 4**) sebagai kesimpulan untuk memperoleh skoring penilaian untuk matriks BCG. Berikut keterkaitan analisis BCG ini dengan analisis – analisis sebelumnya :

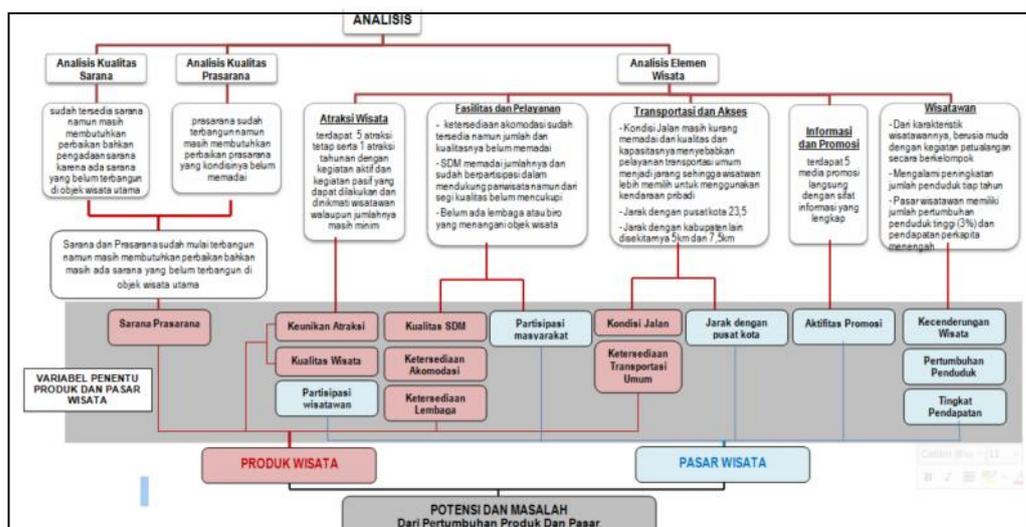
Dari *skoring* yang dilakukan kemudian disesuaikan dengan interval guna mengetahui tingkat pertumbuhan untuk produk wisata dengan nilai terendah ( $1 \times 8 = 8$ ); nilai tertinggi ( $3 \times 8 = 24$ ). Sedangkan untuk pasar wisata, untuk nilai terendah ( $1 \times 7 = 7$ ) dan nilai tertinggi ( $3 \times 7 = 21$ ). Dengan mengetahui interval nilai terendah dan tertinggi maka pertumbuhan produk dan pasar wisata dapat diukur sebagai berikut :

- Pertumbuhan produk wisata tinggi apabila penilaian skoring  $16 \leq x \leq 24$
- Pertumbuhan produk wisata rendah apabila penilaian skoring  $8 \leq x \leq 15$
- Pertumbuhan pasar wisata tinggi apabila penilaian skoring  $14 \leq x \leq 21$
- Pertumbuhan pasar wisata rendah apabila penilaian skoring  $7 \leq x \leq 13$

**TABEL II**  
**SKORING PRODUK DAN PASAR WISATA**  
**UNTUK MATRIKS BCG**

*Produk Wisata*

No	Variabel Penentu	Kriteria Skor	SKOR
1	Keunikan Atraksi wisata	1 = hanya terdapat 1 jenis atraksi wisata 2 = terdapat 2 hingga 3 jenis atraksi wisata 3 = terdapat lebih dari 3 atraksi wisata	3
2	Kualitas Atraksi wisata	1 = kegiatan terbatas hanya kegiatan pasif 2 = terdapat kegiatan wisata aktif maupun pasif namun jumlahnya masih sedikit 3 = sudah terdapat kegiatan wisata aktif & pasif	3
3	Kondisi aksesibilitas ke objek wisata	1 = kondisi aksesibilitas berupa jalan kondisinya masih kurang baik dan kapasitasnya belum memenuhi 2 = kondisi aksesibilitas berupa jalan kondisinya masih kurang baik tetapi kapasitasnya sudah memenuhi 3 = kondisi aksesibilitas berupa jalan kondisinya sudah baik dan kapasitasnya sudah memenuhi	1
4	Ketersediaan transportasi umum	1 = tidak terdapat transportasi umum yang langsung menuju objek wisata 2 = tersedia namun jumlahnya masih sedikit 3 = sudah tersedia dan jumlahnya sudah mencukupi untuk akses ke objek wisata	2
5	Kualitas sarana prasarana pendukung objek wisata	1 = sarana prasarana ada yang belum tersedia 2 = sarana prasarana sudah tersedia semua namun masih terbatas untuk pemakaiannya 3 = sarana prasarana sudah dapat dinikmati dengan maksimal	1
6	Kualitas sumberdaya manusia dalam pelayanan akomodasi	1 = jumlah SDM masih kurang dan kualitas pelayanan belum memadai 2 = jumlah SDM masih kurang dan kualitas pelayanan sudah baik, atau sebaliknya 3 = jumlah SDM sudah mencukupi dan kualitas pelayanan sudah memadai	2
7	Ketersediaan akomodasi di objek wisata	1 = belum ada akomodasi yang menunjang 2 = sudah ada akomodasi namun jumlah dan kualitasnya masih belum memadai 3 = akomodasi sudah sangat memadai dari segi jumlah dan juga kualitasnya	2
8	Ketersediaan lembaga atau biro wisata	1 = belum ada lembaga atau biro wisata yang mengakomodir kegiatan wisata 2 = sudah ada namun belum efektif dalam memberikan informasi pemasaran terhadap wisatawan 3 = sudah ada biro wisata dan berfungsi dengan baik dan efektif	1
<b>JUMLAH</b>			<b>15</b>
<b>(Pertumbuhan produk wisata Rendah)</b>			



Sumber: Hasil Analisis, 2013

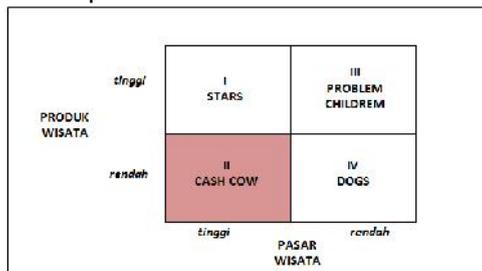
**GAMBAR 4**  
**KETERKAITAN ANTARA ANALISIS SARANA, ANALISIS PRASANA DAN ANALISIS ELEMEN WISATA**  
**DENGAN ANALISIS MATRKS BCG**

**Pasar Wisata**

No	Variabel Penentu	Kriteria Skor	SKOR
1	Perkembangan jumlah wisatawan	1 = penurunan jumlah pengunjung 2 = jumlah pengunjung tidak stabil, 3 = jumlah pengunjung meningkat	3
2	Jarak objek wisata dengan pusat kota	1 = > 10 km 2 = 5 - 10 km 3 = < 5 km	1
3	Pertumbuhan jumlah penduduk daerah wisata	1 = pertumbuhan penduduk rendah (kurang dari 1%) 2 = pertumbuhan penduduk sedang (antara 1% - 2%) 3 = pertumbuhan penduduk tinggi (lebih dari 2%)	3
4	Tingkat pendapatan masyarakat sebagai calon wisatawan	1 = pendapatan perkapita rendah (kurang dari \$1025) 2 = pendapatan perkapita menengah (\$1026 sampai \$12475) 3 = pendapatan perkapita tinggi (lebih dari \$12476)	2
5	Tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata	1 = tidak ada kegiatan yang dilakukan masyarakat kaitannya dengan kegiatan wisata 2 = masyarakat ikut berpartisipasi namun masih minimal 3 = masyarakat dengan aktif ikut mengembangkan kegiatan wisatanya	2
6	Tingkat partisipasi wisatawan dalam kegiatan wisata	1 = tidak ada kegiatan aktif yang dapat dilakukan wisatawan 2 = kegiatan aktif yang dapat dilakukan wisatawan hanya sedikit 3 = banyak kegiatan aktif yang dapat dilakukan oleh wisatawan	2
7	Aktifitas Promosi yang dilakukan	1 = promosi hanya dilakukan melalui kurang dari 2 media promosi 2 = promosi dilakukan melalui 2 hingga 5 media promosi 3 = promosi dilakukan melalui lebih dari 5 media promosi pariwisata	2
<b>JUMLAH</b> (Pertumbuhan produk wisata Tinggi)			<b>15</b>

Sumber: Hasil Analisis, 2013

Berdasarkan hasil perhitungan *skoring*, untuk produk wisata memiliki total 15 dalam kategori rendah dan pasar wisata 15 dalam kategori tinggi, dimasukkan dalam matriks *Boston Consulting Group* (BCG) dihasilkan matriks seperti berikut :



Sumber: Hasil Analisis, 2013

**GAMBAR 5**  
**HASIL ANALISIS MATRIKS BCG**

Berdasarkan matriks BCG diatas, kegiatan pariwisata di Desa Wisata Wonosoco berada pada posisi kuadran II yaitu *Cash Cow*, hal ini berarti desa wisata Wonosoco sebagai objek wisata dengan pertumbuhan produk rendah tetapi dengan pasar wisata yang tinggi. Dengan pasar yang cukup tinggi berarti

adanya permintaan wisata yang cukup baik, yang harusnya akan sangat mendukung perkembangan desa wisata Wonosoco.

**TABEL III**  
**FAKTOR PENYEBAB PERTUMBUHAN PRODUK DAN PASAR WISATA**

Pertumbuhan Produk Rendah	Pertumbuhan Pasar Tinggi
1. Masih adanya sarana prasarana yang belum dibangun di objek wisata utama	1. Peningkatan jumlah wisatawan selama kurun waktu 2010-2012
2. Aksesibilitas jalan yang masih buruk dan kurang memadai	2. Pertumbuhan penduduk kabupaten kudus yang memang tinggi
3. Belum adanya kelembagaan atau biro yang bekerjasama dengan pengelola desa wisata	3. Aspek promosi yang sudah dilakukan dengan menggunakan beberapa jenis media
4. Ketersediaan transportasi umum yang masih kurang	4. Tingkat pendapatan perkapita yang berada pada tingkat menengah
5. Sumber daya manusia jumlahnya mencukupi tapi kualitasnya masih rendah	5. Sudah ada partisipasi dari wisatawan dan masyarakat.
6. Kualitas akomodasi yang perlu ditingkatkan	

Sumber: Hasil Analisis, 2013

Untuk meningkatkan status *Cash Cow* menjadi *Stars* diperlukan adanya upaya pengembangan yang sesuai. Rendahnya pertumbuhan produk wisata harus menjadi perhatian agar segera teratasi sehingga dapat meningkatkan status pertumbuhan produk wisata. Upaya pengembangan untuk peningkatan produk wisata ini adalah dengan perbaikan serta pelengkapan hal-hal baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang menjadi pendukung kegiatan pariwisata.

**KESIMPULAN & REKOMENDASI**

**Kesimpulan**

Dalam pengembangan Desa Wonosoco sebagai desa wisata terdapat potensi dan masalah. Berdasarkan upaya pengembangan dilihat dari pemasaran wisata melalui analisis BCG, Desa Wisata Wonosoco berada pada kondisi *Cash Cow* yaitu pertumbuhan produk rendah sedangkan pertumbuhan pasarnya tinggi. Tingginya pasar wisata di sekitar Desa Wisata Wonosoco ini menjadi potensi dalam pengembangannya sedangkan rendahnya pertumbuhan produk merupakan permasalahan yang harus diselesaikan. Potensi dalam pasar wisata didukung oleh adanya aspek peningkatan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun, serta tingginya pertumbuhan penduduk. Sedangkan masalah

dari produk wisata disebabkan masih adanya sarana penting yang belum terbangun, kondisi aksesibilitas yang masih kurang serta belum adanya kelembagaan atau biro yang menangani desa wisata ini.

### Rekomendasi

Berdasarkan potensi dan masalah yang ada maka diperlukan adanya perhatian baik dari pihak pemerintah maupun masyarakat Desa Wonosoco sendiri. Pemerintah perlu mengalokasikan dana untuk perbaikan serta penambahan sarana yang saat ini masih belum memadai. Guna peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk mendukung aktifitas pariwisata maka pemerintah melalui Dinas Pariwisata perlu mengadakan pendampingan untuk masyarakat sadar wisata. Sedangkan masyarakat Desa Wonosoco sebagai tuan rumah aktivitas wisata seharusnya ikut mendukung kegiatan wisata yang ada dengan cara ikut merawat dan mengelola sarana dan prasarana serta upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Burkat and S. Medlik. 1986. *Tourism, Past-Present-and Future*. London : Heniman.
- Drumm, A dan Moore, A. 2010. *Ecotourism Development – A Manual for Conversation Planners and Managers Volume I: An Introduction to Ecotourism Planning, Second Edition*. The Nature Conservancy: Arlington, Virginia, USA.
- Gunn, A Clare. 1988. *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.
- Jatmiko, R.D. 2003. *Manajemen Strategis*. Malang: UMM Press.
- Karyono, A.Hari. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Penerbit Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Lane, B. 1994. *Rural Tourism and Suistainable Rural Development*. Exeter UK : Short Run Press.
- Mahfoedz, Mas'ud. 2004. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Mill and Morrison. 1985. *The Tourism System an Introduction Text*. New Jersey: Prentice Hall. Inc Englewood Clifss.

- Riduwan. 2005. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Soekadijo, R. 1996. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai Systemic Linkage)*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Wahab, Salah Ph, D. 1992. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Penerbit PT Pradnya Paramitha.
- Warpani, S. 1990. *Merencanakan Sistem Perangkutan*. Bandung: Penerbit ITB.
- Warpani, S. 2006. *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Bandung: Penerbit ITB.
- Yoeti, Oka. 1983. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Penerbit Angkasa Bandung.