



UNIVERSITAS DHYANA PURA (UNDHIRA – BALI)

SK MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011

Perguruan Tinggi Teladan dan Unggulan

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI

No. 041a/ST-Bimb.Skripsi/UNDHIRA-S1-FEBH-MANAJEMEN/III/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, pada semester Genap 2022/2023 menugaskan :

Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., MMA, MA

Sebagai **Pembimbing I** pada Skripsi Mahasiswa :

Nama : Ni Made Wahyuningsih
NIM : 19110101106
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Bisnis Pariwisata
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Taman Ayun Sebagai Objek Wisata Heritage di Kabupaten Badung

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Bimbingan dilakukan minimal 8 (delapan) kali dan mahasiswa dapat diijinkan mendaftar Ujian Skripsi apabila telah mendapat persetujuan dari Pembimbing.
- Segala biaya yang timbul akibat penetapan surat tugas ini dibebankan pada anggaran Universitas Dhyana Pura Tahun Akademik 2022/2023.
- Apabila terjadi kekeliruan dalam penetapan surat tugas ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Surat Tugas ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan 30 Juni 2023

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Badung, 3 Maret 2023
Program Studi Manajemen



Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M
Ketua

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA TAMAN
AYUN DI KABUPATEN BADUNG**



**NI MADE WAHYUNINGSIH
NIM: 19110101106**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, PARIWISATA, PENDIDIKAN DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS DHYANA PURA
BADUNG
2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA TAMAN
AYUN DI KABUPATEN BADUNG**

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen, Peminatan Manajemen Perhotelan
Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

**NI MADE WAHYUNINGSIH
19110101106**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, PARIWISATA, PENDIDIKAN DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS DHYANA PURA
BADUNG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL: 24 AGUSTUS 2023

Pembimbing I



(Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA, MA)

NIP: 214500006

Pembimbing II



(Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M.Si)

NIP: 01747913

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora

Universitas Dhyana Pura



(Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M)

NIP: 01498612

SKRIPSI INI TELAH DIUJI PADA

Tanggal: 21 Agustus 2023

Panitia Penguji Skripsi Berdasarkan SK Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

No : 46/SKRIPSI/UNDHIRA-FEBH-MANAJEMEN/VIII/2023

Tanggal : 16 Agustus 2023

Ketua/Penguji I	: Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, S.E, M.A
Sekretaris/Pendamping	: Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA, MA
Anggota/Penguji II	: Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M.Si

Persetujuan Publikasi Skripsi Untuk Kepentingan Akademis

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ni Made Wahyuningsih
NIM : 19110101106
Fakultas : Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora
Program Studi: Manajemen
Peminatan : Manajemen Bisnis Pariwisata

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui bahwa karya ilmiah/skripsi saya yang berjudul "Strategi Pengembangan Daya Tarik Taman Ayun di Kabupaten Badung", beserta dengan perangkat yang diperlukan (bila ada) untuk disimpan, dipublikasikan dan diperbanyak dalam bentuk apapun oleh Universitas Dhyana Pura bagi keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Dibuat di : Badung
Pada tanggal : 24 Agustus 2023

Yang menyatakan



(Ni Made Wahyuningsih)

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Ni Made Wahyuningsih
NIM : 19110101106
Program Studi : Manajemen
Peminatan : Manajemen Bisnis Pariwisata
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Daya Tarik Taman Ayun di
Kabupaten Badung

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) ini bebas dari plagiat dan merupakan karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat unsur plagiat dalam karya ilmiah Skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Mendiknas Republik Indonesia No.17 Tahun 2010 dan Peraturan yang berlaku di Universitas Dhyana Pura.

Badung, 24 Agustus 2023



(Ni Made Wahyuningsih)

NIM.19110101106

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Daya Tarik Taman Ayun di Kabupaten Badung”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora program studi S1 Manajemen Peminatan Manajemen Bisnis Pariwisata pada Universitas Dhyana Pura. Selama masa perkuliahan, penulis banyak mendapatkan dorongan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., MA. selaku Rektor Universitas Dhyana Pura, sekaligus pembimbing I yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama penulis menyusun skripsi.
2. Dr. Ni Made Diana Erfiani, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, Riset, Inovasi, Kemahasiswaan, dan Alumni Universitas Dhyana Pura.
3. Dr. I Made Elia Cahaya, S.H., S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan, Administrasi Umum, dan SDM Universitas Dhyana Pura.
4. Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, S.E., M.A selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama, dan Pemasaran Universitas Dhyana Pura.
5. Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, S.E., M.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura.
6. Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura.
7. Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M.Si. selaku pembimbing II yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama penulis menyusun skripsi.

8. I Ketut Sirna, S.H., M.M selaku pembimbing akademik yang telah membantu selama menempuh perkuliahan.
9. Bapak/Ibu dosen dan staff Universitas Dhyana Pura yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya dalam proses perkuliahan serta yang telah membantu penulis selama menempuh perkuliahan.
10. Bapak I Made Suandi, SE. selaku pengelola serta para pengurus yang telah memberikan bantuan dan kesempatan untuk melakukan penelitian.
11. Keluarga, saudara, terutama kedua orang tua penulis yaitu Bapak Made Suardika dan Ibu Made Anggreni yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa selama masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis namun sudah turut mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga selalu dilindungi dan diberikan berkat atas kebaikan yang telah diberikan.

Akhir kata penulis berharap semoga karya tulis ini dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi para pembaca, khususnya mahasiswa yang berkuliah di Universitas Dhyana Pura Bali.

Badung, 31 Juni 2023



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SKRIPSI INI TELAH DIUJI PADA.....	iii
Persetujuan Publikasi Skripsi Untuk Kepentingan Akademis	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	Error! Bookmark not defined.
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Strategi.....	8
2.1.2 Pengembangan	8
2.1.3 Pariwisata	9
2.1.4 Strategi pengembangan pariwisata.....	10
2.1.5 Objek wisata	10
2.1.6 Produk industri pariwisata	11
2.1.7 Wisata historical.....	13
2.1.8 Analisis SWOT.....	13
2.2 Penelitian sebelumnya	14
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	21

3.2	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3	Jenis dan Sumber Data	24
3.3.1	Jenis data.....	24
3.3.2	Sumber data	25
3.4	Metode Penentuan Sampel	25
3.5	Metode Pengumpulan Data	25
3.6	Teknik Analisis	26
3.6.1	Teknik analisis SWOT	26
3.6.2	Tahapan perencanaan strategis	26
3.6.3	Tahap pengumpulan data	27
3.6.4	Pemberian interval penilaian atas posisi perusahaan faktor internal dan eksternal.....	29
3.6.5	Tahap analisis.....	30
3.6.6	Matriks SWOT	30
3.6.7	Tahapan Pengambilan Keputusan.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Gambaran Umum Perusahaan dan Deskripsi Hasil Penelitian	33
4.1.1	Sejarah Daya Tarik Wisata Taman Ayun.....	33
4.1.2	Struktur Organisasi Pengelola Daya Tarik Wisata Taman Ayun.....	36
4.2	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian	37
4.2.1	Pengamatan Lingkungan Internal	37
4.2.2	Pengamatan Lingkungan Eksternal	41
4.3	Matriks Internal dan Eksternal	43
4.3.1	Pemberian Bobot Faktor Internal	44
4.3.2	Pemberian Bobot Faktor Eksternal	44
4.3.3	Kekuatan dan Kelemahan pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun	45
4.3.4	Peluang dan Ancaman pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun	46
4.3.5	IFAS dan EFAS Pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun	47
4.4	Analisis SWOT	50
4.5	Tahapan pengambilan Keputusan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		60

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Kunjungan Wisatawan Domestik serta Mancanegara ke Provinsi Bali	3
Tabel 1.2	Daftar Kunjungan Wisatawan ke Destinasi Wisata Taman Ayun Periode Januari - Desember Tahun (2019)	6
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Internal	21
Tabel 3.2	Variabel dan Indikator Eksternal	23
Tabel 3.3	Internal Faktor Analisis Summary (IFAS).....	28
Tabel 3.4	Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS)	28
Tabel 3.5	Kriteria Hasil Analisis.....	29
Tabel 3.6	Matriks SWOT	30
Tabel 3.7	Matriks Internal Eksternal (IE)	31
Tabel 4.1	Pembobotan Faktor Internal pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun	44
Tabel 4.2	Pembobotan Faktor Eksternal pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun.....	44
Tabel 4.3	Indikator Internal Sebagai Kekuatan dan Kelemahan Wisata Taman Ayun	45
Tabel 4.4	Indikator Eksternal Sebagai Peluang dan Ancaman Wisata Taman Ayun.....	46
Tabel 4.5	Internal Faktor Analisis Summary Wisata Taman Ayun	47
Tabel 4.6	Eksternal Faktor Analisis Summary Wisata Taman Ayun.....	48
Tabel 4.7	Matriks SWOT	50

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Nama Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konsep Penelitian SWOT	19
Gambar 4. 1	Bagan Struktur Kepengurusan Pengelola Daya Tarik Wisata Taman Ayun	36
Gambar 4. 2	Bale Pengubengan Taman Ayun	37
Gambar 4. 3	Sungai yang mengelilingi Wisata Taman Ayun.....	38
Gambar 4.4	Kawasan Wisata Taman Ayun yang bersih dan tertata.....	38
Gambar 4. 5	Akses Jalan di Wisata Taman Ayun.....	39
Gambar 4. 6	Toilet di Wisata Taman Ayun.....	40
Gambar 4. 7	Pusat Informasi di Wisata Taman Ayun.....	40
Gambar 4. 8	Paket Tour Daya Tarik Wisata Taman Ayun.....	41
Gambar 4. 9	Tempat cuci tangan di Wisata Taman Ayun.....	43
Gambar 4. 10	Matriks Internal Eksternal (IE) Total Skor Faktor Strategi Internal	49

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Nama Lampiran
Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Kuesioner Rating dan Bobot
Lampiran 3	Data Kuesioner Responden dan Informan
Lampiran 4	Hasil Tabulasi Bobot Internal
Lampiran 5	Hasil Tabulasi Bobot Eksternal
Lampiran 6	Hasil Tabulasi Rating Internal
Lampiran 7	Hasil Tabulasi Rating Eksternal
Lampiran 8	Tabulasi Data Bobot IFAS
Lampiran 9	Tabulasi Data Bobot EFAS
Lampiran 10	Surat Penelitian
Lampiran 11	Kartu Bimbingan

ABSTRACT

This study aims to determine the development strategy of swing park attraction in Badung regency. This research uses SWOT analysis techniques involving 5 informants and 5 respondents, then for data collection is done by observation, interview, documentation and questionnaire techniques. There are two types of questionnaires, namely a weight questionnaire for informants and a rating questionnaire for respondents. The internal variable questionnaire has 4A namely Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary. There are 12 internal indicators, 10 indicators as strengths and 2 indicators as weaknesses. As for the external variables, there are 6 variables, namely Government, Government cooperation, Competitors, Social and economic, Cultural, Security and Threats. There are 13 external indicators, with 9 indicators of opportunities and 4 indicators of threats. Through the IFAS and EFAS matrix analysis, the score for IFAS is 3.38 and EFAS is 3.73, which means that Taman Ayub Tourism Attraction is in quadrant I, namely the Growth position. So that the SO strategy is obtained, among others, keep maintaining the attractiveness of (1) Beauty; (2) Lush; and (3) Environmental comfort owned by Taman Ayun Tourism in order to continue to grow. ST strategies include increasing competitiveness by utilizing the attractiveness of (1) Beautiful beautiful reliefs; (2) Nature that is still beautiful and neatly arranged; (3) Clean tourist areas; and (4) A comfortable atmosphere. WO strategies include submitting applications to the government or related parties regarding the provision of dining facilities. And WT strategies include collaborating with other tourist attractions to create joint tour packages.

Keywords: Development Strategy, Taman Ayun Tourism Attraction, SWOT Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan daya tarik taman ayun di kabupaten Badung. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT dengan melibatkan 5 informan dan 5 responden, kemudian untuk pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Terdapat dua jenis kuesioner yaitu kuesioner bobot untuk informan dan kuesioner *rating* untuk responden. Kuesioner variabel internal terdapat 4A yakni *Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary*. Terdapat 12 indikator internal, 10 indikator sebagai kekuatan dan 2 indikator sebagai kelemahan. Sedangkan untuk variabel eksternal terdapat 6 variabel yaitu Pemerintah, Kerjasama pemerintah, Pesaing, Sosial dan ekonomi, Budaya, Keamanan dan Ancaman. Terdapat 13 indikator eksternal, dengan 9 indikator peluang dan 4 indikator ancaman. Melalui analisis matriks IFAS dan EFAS mendapatkan hasil perhitungan skor untuk IFAS sebesar 3,38 dan EFAS sebesar 3,73 yang berarti Daya Tarik Wisata Taman Ayun berada pada kuadran I yaitu posisi Pertumbuhan. Sehingga didapatkan strategi SO antara lain, Tetap menjaga daya tarik (1) Keindahan; (2) Keasrian; dan (3) Kenyamanan lingkungan yang dimiliki Wisata Taman Ayun agar terus dapat berkembang. Strategi ST antara lain, meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik (1) Relief-relief yang indah yang asri; (2) Alam yang masih asri dan tertata rapi; (3) Kawasan wisata bersih; dan (4) Suasana yang nyaman.. Strategi WO antara lain, mengajukan permohonan kepada pemerintah atau pihak terkait tentang pengadaan fasilitas tempat makan. Dan Strategi WT antara lain, melakukan kerjasama dengan daya tarik wisata lain untuk membuat paket wisata bersama.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Daya Tarik Wisata Taman Ayun, Analisis SWOT

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan yang melibatkan masyarakat dan lingkungan sekitar dan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Pariwisata di ambil dari bahasa Sanskerta, yaitu “Pari” yang berarti berkali-kali dan “Wisata” berarti berpergian (Suwana dan Widyatmaja, 2017;19). Indonesia memiliki alam dan budaya yang sangat banyak dan mempunyai 16.056 pulau Junaedi, dkk (2022;29) menjadi salah satu hal penting bagi Indonesia untuk membangun dan mengembangkan pariwisata di setiap pulau. Pariwisata salah satu mesin penggerak perekonomian dan devisa terbesar untuk Negara Indonesia, Bali merupakan penyumbang devisa terbesar di pariwisata Republik Indonesia (Uno, 2021). Kabupaten Badung terkenal dengan memiliki banyak wisata pantai, akan tetapi Badung juga mengkombinasikan wilayahnya dengan destinasi yang berbau kebudayaan salah satu contoh yaitu Taman Ayun yang berlokasi di Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung.

Taman Ayun merupakan salah satu objek wisata heritage yang terletak di Kabupaten Badung yang memiliki tingkat kunjungan yang rendah sehingga perlu dilakukan pengembangan karena memiliki banyak daya tarik alam, budaya, sejarah, adat istiadat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Taman Ayun memiliki beragam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha,

pemerintah, pemerintah daerah untuk pengembangan pariwisata Taman Ayun (Pratiwi, 2023).

Sektor pariwisata adalah potensi perekonomian nasional yang perlu dikembangkan guna untuk meningkatkan ketentraman serta kesejahteraan masyarakat. Eksistensi suatu destinasi wisata sangat memberikan pengaruh terhadap perekonomian masyarakat serta memberi pengaruh terhadap perekonomian daerah dan memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Dari segi penanaman modal serta lapangan pekerjaan industri Pariwisata memberikan sumbangan devisa Negara sehingga industri pariwisata menjadi salah satu sektor penting dalam pembangunan nasional Indonesia.

Utama (2014;147) menyatakan keberhasilan pariwisata dapat terlihat dari penerimaan pemerintah dari sektor kepariwisataan dapat mendorong sektor lainnya berkembang. Keberhasilan yang mudah dilihat yaitu dengan bertambahnya kunjungan wisatawan ke destinasi wisata jika wisatawan berkunjung puas terhadap destinasi dengan berbagai fasilitas dan keunikan yang ditawarkan oleh pengelola.

Negara Indonesia adalah Negara yang terdiri dari pulau-pulau sehingga membuat Indonesia kaya akan budaya, suku, potensi alam, bahasa, dan keberagaman lainnya. Salah satu pulau yang menjadi ikon Negara Indonesia yaitu Provinsi Bali. Bali memiliki keindahan alam yang sangat luar biasa seperti hutan, gunung, sungai, pantai, laut yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dengan mayoritas penduduk beragama Hindu, Bali mempunyai kekayaan budaya yang sangat menarik serta upacara keagamaan yang khas menjadi daya tarik bagi wisatawan, sehingga tidak diragukan lagi Bali diburu oleh wisatawan tidak hanya karena keindahan alamnya saja tetapi juga budaya dan

kegiatan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dibuktikan dari tingkat kunjungan wisatawan ke Provinsi Bali, akan diuraikan dalam tabel kunjungan wisatawan domestik serta mancanegara ke Provinsi Bali.

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan Domestik serta Mancanegara ke Provinsi Bali

Tahun	Domestik		Mancanegara	
	Total	Growth (%)	Total	Growth (%)
2016	8.643.680	20.94	4.927.937	23.14
2017	8.735.633	1.06	5.897.739	15.62
2018	9.757.991	11.70	6.070.473	6.54
2019	10.545.039	8.07	6.275.210	3.37
2020	4.596.157	-56.41	1.069.473	-82.96

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Tabel di atas merupakan tingkat kunjungan wisatawan ke Provinsi Bali 5 tahun terakhir mengalami peningkatan serta mengalami penurunan di tahun 2020 disebabkan oleh terjadinya pandemic covid-19. Dari tabel di atas dapat membuktikan Bali masih menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Kabupaten Badung merupakan daerah tujuan yang banyak menawarkan destinasi wisata yang menarik serta Kabupaten Badung memberikan banyak pemasukan terhadap pariwisata di Bali. Salah satu destinasi wisata yang mempunyai nilai sejarah serta keunikan yaitu Pura Taman Ayun yang dikenal dengan destinasi wisata peninggalan sejarah.

Taman Ayun berlokasi di Jalan Ayodya No.10, Mengwi, Badung. Tempat wisata ini memiliki luas 4 hektar atau 40.000 m². Destinasi wisata Taman Ayun ini dapat ditempuh dengan jarak 19 km dari pusat kota Denpasar. Terdapat 4 aspek yang diperhatikan dalam penawaran objek wisata Taman Ayun ini meliputi:

- a. *Attraction* atau daya tarik yang dimiliki Taman Ayun yaitu wisatawan akan melihat candi bentar serta jembatan penghubung. Wisatawan juga akan melihat bangunan yang disebut *wantilan* dengan panorama orang yang sedang melakukan sabung ayam atau biasa di Bali disebut *metajen*. Kemudian wisatawan dapat melihat pura kecil dengan nama Pura Luhuring Purnama, serta wisatawan dapat menikmati bangunan *pengubeng* dengan relief *Dewata Nawa Sanga* yaitu relief 9 dewa mata angin dan wisatawan juga dapat melihat *bale kulkul* yang berada ditengah halaman. Serta terdapat sebuah dapur yang biasa disebut *paweregan*. Wisatawan juga dapat menikmati pemandangan bangunan bertingkat atau biasa disebut *meru* yang ada di bagian dalam pura dengan melewati jalan setapak. Di pura Taman Ayun ini terdapat empat *meru* yang bertingkat 11, dua *meru* yang bertingkat 9, serta satu *meru* yang bertingkat 2, 3, 5, dan 7. Jadi wisatawan hanya dapat menjelajahi isi pura hingga bagian halaman tengah atau *madya mandala* dikarenakan bagian utama atau *utama mandala* bagian suci serta hanya diperuntukan untuk melaksanakan persembahyangan.
- b. *Accessibility* atau akses menuju Taman Ayun ini dapat dikatakan mudah melewati Jalan Raya I Gusti Ngurah Rai Mengwi, Badung kemudian belok ke kanan melewati pasar tradisional Mengwi, Badung kemudian memasuki Jalan Ayodya Mengwi, Badung yang dimana jalan tersebut sudah di *hotmix* serta paving.
- c. *Amenities* atau fasilitas di Taman Ayun sudah menyediakan fasilitas yang memadai seperti toilet, tempat parkir, warung makan serta akomodasi.
- d. *Ancillary* atau kelembagaan, yang mengelola serta mengatur Taman Ayun ini merupakan I Made Suandi, SE.

Taman Ayun adalah pura panti atau paibon untuk memuja roh leluhur yang sudah suci bagi kerajaan mengwi serta masyarakat juga melaksanakan persembahyangan untuk memohon kesejahteraan. Taman Ayun sudah diresmikan oleh UNESCO di tahun 2012 sebagai bagian dari situs warisan budaya dunia. *Historical* dari Taman Ayun ini tentunya bisa menarik minat pengunjung untuk melakukan berkunjung baik itu wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Taman Ayun ini mempunyai serta menyimpan daya tarik yang unik serta layak untuk dijadikan suatu destinasi atau objek wisata sejarah. Jadi Taman Ayun ini sangat diharapkan bisa menjadi sumber pengembangan ekonomi daerah, membuka peluang pekerjaan untuk masyarakat sekitar objek wisata guna untuk meningkatkan kesejahteraan demi terciptanya kesenjangan ekonomi yang merata serta lebih baik kedepannya dan merevitalisasi budaya lokal setempat. Jadi sangat diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar bisa mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan ke Objek Wisata Taman Ayun.

Usaha dari pemerintah untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Badung yaitu pertama adalah pengembangan infrastruktur. Salah satu contoh yaitu akses-akses jalan menuju destinasi wisata sudah baik sehingga bisa semakin menunjang perkembangan pariwisata di Kabupaten Badung, serta daerah yang memiliki potensi yang belum terjamah dan perlu dilakukan pengembangan demi tercapainya kawasan wisata yang merata di setiap pelosok yang ada di Kabupaten Badung.

Tabel 1. 2
Daftar Kunjungan Wisatawan ke Destinasi Wisata Taman Ayun Periode Januari -
Desember Tahun (2019)

No	Bulan	Domestik	Mancanegara
1	Januari	4.880	18.494
2	Februari	4.528	20.383
3	Maret	3.788	20.155
4	April	4.866	25.075
5	Mei	2.131	25.164
6	Juni	11.096	30.280
7	Juli	5.705	21.618
8	Agustus	3.361	37.267
9	September	3.769	32.090
10	Oktober	4.898	28.234
11	November	4.027	20.660
12	Desember	8.127	21.381
	Total	61.176	300.801

Sumber: Pengelola Taman Ayun Mengwi, (2019)

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas yang menjadi suatu permasalahan yaitu “Bagaimanakah Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun di Kabupaten Badung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari melakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun di Kabupaten Badung.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Untuk mahasiswa penelitian ini adalah implementasi ilmu pengetahuan yang diperoleh dari perkuliahan yang berhubungan dengan pengembangan potensi suatu daya tarik wisata serta bisa dijadikan referensi untuk mengetahui keterlibatan daya tarik wisata Taman Ayun dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Badung.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk menjadi sebuah informasi serta masukan untuk pengelola daya tarik wisata Taman Ayun, publik, serta pemerintah Kabupaten Badung untuk pengambilan sebuah keputusan serta strategi untuk pengembangan daya tarik wisata di Kabupaten Badung.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Strategi

Strategi merupakan sebuah petunjuk dan ruang lingkup dalam sebuah organisasi dengan jangka waktu yang panjang guna untuk menggapai sebuah keuntungan untuk organisasi dengan menggunakan sumber daya guna untuk memenuhi kebutuhan pasar serta stakeholder (Johnson and Scholes, 2016;29). Strategi adalah sekelompok keputusan serta aksi yang mendasar yang diciptakan oleh manajemen puncak lalu diterapkan seluruh anggota dalam organisasi guna untuk mencapai tujuan dari organisasi (Siangian, 2016;29). Strategi yaitu penetapan target serta tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan petunjuk atau arah aktivitas dan penentuan sumber daya yang akan dibutuhkan untuk mencapai target serta tujuan tersebut (Craig and Grant, 2016;29).

Jadi bisa ditarik kesimpulan strategi merupakan suatu rancangan yang dibentuk untuk pengambilan suatu keputusan dengan memperhitungkan seluruh aspek guna untuk menggapai tujuan serta sasaran industri dengan cara jangka panjang.

2.1.2 Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa pengembangan itu sebuah proses, metode, serta pembuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan suatu upaya yang dilaksanakan guna untuk peningkatan kemampuan teknis, teoritis, konseptual serta akhlak pegawai yang berhubungan dengan keperluan pekerjaan ataupun jabatan dengan pendidikan

serta pelatihan (Hasibuan, 2011;69). Pengembangan mencakup kesempatan belajar yang bertujuan untuk peningkatan knowledge atau pengetahuan dan skill atau keahlian yang dibutuhkan untuk suatu pekerjaan yang sedang dilakukan serta dipakai untuk mempersiapkan pegawai yang cocok dengan pertumbuhan serta perubahan organisasi (Siangiaan, 2012;254). Pengembangan merupakan suatu upaya untuk memajukan, membenahi , serta meningkatkan suatu yang telah ada (Surbakti, 2014;21).

Dari pernyataan di atas, maka ditarik kesimpulan bahwa pengembangan adalah suatu upaya yang dilakukan untuk membenahi serta megembangkan sesuatu yang telah ada yang bertujuan untuk memajukan serta mengembangkan suatu usaha.

2.1.3 Pariwisata

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa pariwisata adalah bermacam aktivitas wisata dengan dukungan sarana dan layanan yang disiapkan oleh masyarakat, wirausahawan, pemerintah serta pemerintah daerah. Menurut Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2015;1) pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan dan mengusahakan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang pariwisata. Yulesti (2017;31) menyatakan pariwisata itu perjalanan yang dilakukan dalam waktu yang sementara dari tempat satu ke tempat yang lainnya yang bertujuan tidak untuk melakukan bisnis ataupun mencari rezeki tetapi untuk melakukan suatu perjalanan untuk berwisata serta rekreasi ataupun untuk melengkapi keinginan yang bermacam-macam.

Dari uraian di atas disimpulkan pariwisata itu suatu aktivitas perjalanan yang dilaksanakan suatu kelompok atau perorangan ke luar dari tempat asalnya untuk waktu yang sementara guna untuk mencari kesenangan, ketenangan diri, suasana yang baru maupun untuk kepentingan yang lainnya.

2.1.4 Strategi pengembangan pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata merupakan sesuatu kesatuan rancangan yang sifatnya menyeluruh serta terpadu dari faktor pemerintah, swasta, public, serta akademisi guna mengkaji hambatan keadaan lingkungan internal serta eksternal objek wisata sehingga bisa jadi destinasi pariwisata berkepanjangan dan juga berdaya saing tinggi (Kanom, 2015). Pengembangan itu suatu upaya meningkatkan pengetahuan yang barangkali berguna untuk kepentingan masa depan (Pradnyasasmitha, 2019;11-12).

Jadi bisa ditarik kesimpulan strategi pengembangan pariwisata adalah usaha yang dilakukan seseorang pengelola guna untuk meningkatkan pengetahuan agar dapat meningkatkan serta memajukan objek wisata agar lebih berkembang serta menjadi destinasi pariwisata yang berkepanjangan dan juga berdaya saing tinggi.

2.1.5 Objek wisata

Fandeli dalam Asriandy (2016) menyatakan objek wisata itu ciptaan dari manusia, pola hidup, seni budaya dan sejarah bangsa serta suatu tempat ataupun keadaan alam yang memiliki pesona untuk dikunjungi oleh pengunjung. Objek wisata tersebut sebuah kawasan rekreasi atau kawasan untuk berwisata yang bisa berwujud wisata alam berupa pantai, gunung, danau, sungai, laut ataupun berwujud wisata bangunan berupa museum, situs peninggalan sejarah, benteng dan lainnya (Any Safari, 2016).

Bagus Kresna menyatakan bahwa suatu objek wisata harus mampu memenuhi 3 syarat antara lain:

- 1) Kawasan wisata tersebut wajib mempunyai apa yang disebut dengan something to see yaitu sesuatu yang dapat dilihat yang berarti di suatu tempat wisata wajib terdapat objek wisata serta atraksi wisata yang berbeda yang dengan apa yang dipunyai oleh kawasan itu semacam panorama alam, acara adat, kebudayaan, serta lainnya yang bisa dinikmati pengunjung.
- 2) Kawasan wisata wajib ada something to do yaitu sesuatu buat dikerjakan maksudnya di kawasan wisata wajib terdapat sarana wisata yang membuat pengunjung betah lebih lama di kawasan wisata tersebut semacam akomodasi, pool, game dan sebagainya sehingga pengunjung bisa melaksanakan sesuatu yang tidak dapat dicoba dirumah maupun di tempat wisata yang lain.
- 3) Kawasan wisata itu wajib ada something to buy yaitu suatu yang bisa dibeli, di kawasan wisata wajib terdapat tempat maupun sarana untuk bertransaksi seperti berbelanja. Paling utama cinderamata serta kerajinan masyarakat untuk buah tangan yang dibawa ke tempat asal tiap-tiap pengunjung.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa objek wisata ialah sebuah tempat rekreasi ataupun tempat berwisata yang mempunyai daya tarik dan mempunyai syarat seperti something to see, something to do, serta something to buy.

2.1.6 Produk industri pariwisata

Utama (2014) menerangkan bahwa terdapat 4 pendekatan yang digunakan guna mengelompokan pariwisata selaku sesuatu komoditas yang bisa dipaparkan perspektif dengan cara terencana yang diwujudkan untuk melayani

kebutuhan publik. Pariwisata merupakan suatu produk kesatuan keseluruhan dari 4 aspek dasar yakni:

- 1) *Attraction* yakni adanya pesona pada kawasan tujuan wisata guna menarik pengunjung untuk berkunjung, destinasi tersebut dapat berbentuk pesona alam ataupun masyarakatnya, serta budayanya.
- 2) *Accessibility* yakni adanya alat-alat transportasi supaya pengunjung yang berkunjung baik dalam negeri maupun mancanegara bisa dengan gampang untuk mencapai tujuan ke tempat wisata.
- 3) *Amenities* yakni adanya sarana utama maupun pendukung di suatu destinasi wisata yang berbentuk penginapan (seperti villa, *guest house*, hotel), restoran, sarana penukaran valas ataupun *money changer*, pusat perbelanjaan ataupun oleh-oleh, serta sarana pendukung yang lain yang berhubungan dengan aktivitas pengunjung pada suatu destinasi wisata.
- 4) *Ancillary* yakni terciptanya lembaga penyelenggara ekspedisi untuk pengunjung sehingga aktivitas wisata bisa berjalan yaitu bisa berbentuk pramuwisata, biro perjalanan, *booking* tiket, serta kesiapan data mengenai objek wisata.

Sugiama (2014;72) mengatakan komponen penunjang wisata merupakan bagian kepariwisataan yang harus ada di dalam sebuah destinasi wisata. Produk wisata tersebut terdiri dari *Attraction* (Daya tarik), *Amenities* (Fasilitas), *Ancillary* (Kelembagaan), *Accessibility* (Transportasi). Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa produk industri pariwisata tersebut wajib memiliki bagian kepariwisataan yang bisa berbentuk destinasi wisata yang mempunyai pesona yang berupa alam maupun masyarakat, serta budayanya, transportasi yang memadai guna mencapai suatu destinasi wisata, tersedianya sarana yang

lengkap, serta yang terakhir terdapat suatu lembaga yang mengelola destinasi wisata tersebut.

2.1.7 Wisata historical

Wisata sejarah dan wisata budaya merupakan aktivitas perjalanan yang dilaksanakan oleh sekelompok orang atau perorangan guna untuk mengunjungi objek wisata sejarah serta warisan budaya tertentu tujuannya untuk berwisata, pengembangan pribadi, serta belajar mengenai keistimewaan pesona wisata sejarah serta warisan budaya yang dikunjungi dalam waktu sementara. UNWTO menyatakan bahwa wisata sejarah dan warisan budaya (*cultural heritage tourism*) suatu pergerakan orang-orang ke pesona budaya di perkotaan serta negara selain dari tempat tinggal mereka, yang tujuannya guna menyatukan data serta juga memperoleh pengetahuan baru guna melengkapi keperluan budaya serta semua pergerakan yang berhubungan dengan daya pikat budaya, seni, drama, dan lainnya.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa wisata historical atau sejarah ialah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok orang maupun perorangan ke suatu objek bersejarah yang tujuannya rekreasi, pengembangan pribadi, memperoleh data atau pengetahuan tentang tempat atau objek tersebut serta mendapatkan pengetahuan tentang keunikan daya pikat objek wisata sejarah tersebut.

2.1.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah perencanaan strategis yang dipakai untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu pemikiran bisnis (Rangkuti, 2016;10). Freddy (2013) menyatakan bahwa analisis

SWOT merupakan analisis yang dilakukan berdasarkan pada akal sehat yang bisa mengoptimalkan kekuatan (*strength*) serta peluang (*opportunity*), akan tetapi dengan cara berbarengan bisa mengurangi kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threats*). Irham (2013) menyatakan bahwa guna melakukan analisis secara lebih mengenai SWOT, bisa diamati dengan faktor luar dan faktor dalam.

a. Faktor Luar (Eksternal)

Faktor Eksternal akan memberi pengaruh terhadap terbentuknya peluang serta ancaman karena faktor ini berkaitan pada suatu keadaan yang terjadi diluar objek wisata yang bisa memberi pengaruh pada saat pembuatan suatu keputusan. Faktor luar ini terdiri dari lingkungan industri, hukum, politik, ekonomi, serta sosial media.

b. Faktor Dalam (Internal)

Faktor Internal didorong oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini berkaitan pada suatu keadaan didalam suatu objek wisata, yang didorong oleh terbentuknya pembuatan suatu keputusan. Faktor ini melibatkan manajerial fungsional berupa keuangan, sumber daya, pemasaran, sistem informasi manajemen dan operasional.

Berdasarkan pernyataan di atas disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan suatu cara guna mengilustrasikan serta membandingkan bagaimana kondisi serta metode guna untuk mengevaluasi suatu permasalahan yang dihadapi oleh suatu objek wisata yang berlandaskan faktor dalam serta faktor luar yaitu *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats*.

2.2 Penelitian sebelumnya

Penelitian dari Ermawati, E.A. dan Putra, A.P (2020) dengan judul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Asrama Inggris Sebagai Heritage

Tourism di Kabupaten Banyuwangi”, dengan menggunakan Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan evaluasi faktor internal dan eksternal (IFE) dan (EFE), matriks internal external (IE) serta matriks SWOT. Strategi pengembangan yang dihasilkan yaitu pengembangan Asrama Inggris sebagai ikon tujuan heritage tourism, memanfaatkan bangunan Asrama Inggris sebagai sarana dan media edukasi bukti peninggalan stasiun kabel telegraf bawah laut zaman Belanda, menjalin kerjasama antara Pemkab Banyuwangi dengan Departemen Pertahanan TNI-AD, komunitas sejarawan, masyarakat lokal, guide dan sektor bisnis untuk mengoptimalkan dan memperhatikan pengelolaan guna menjaga kelestarian obyek wisata heritage, melakukan revitalisasi Asrama Inggris untuk menjaga aset peninggalan heritage, menciptakan sinergisme dalam pengelolaan serta pelestarian cagar budaya Asrama Inggris, melengkapi fasilitas, sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan wisata heritage, dan mengoptimalkan perawatan dan pengelolaan bangunan Asrama Inggris.

Penelitian dari Jayanti, T.B (2017) yang berjudul “Strategi Pengembangan Urban Heritage Tourism Kota Cirebon, Jawa Barat” yang bertujuan menemukan potensi dan strategi untuk mengembangkan urban heritage. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif, data primer di dapat melalui observasi lapangan dan dokumentasi, data sekunder di dapat melalui jurnal, buku, data internet dan menggunakan analisis SWOT. Temuannya yaitu akses, bangunan bersejarah, budaya kehidupan sehari-hari, masyarakat, pemerintah sangat menentukan dalam pengembangan urban heritage tourism Kota Cirebon.

Penelitian dari Efendi, M.N., Kumbara, A.A.N.A. dan Surya, I.K (2017) yang berjudul “Strategi Pengembangan Monumen Kapal Selam Sebagai Daya

Tarik Wisata di Kota Surabaya”, yang bertujuan untuk mengetahui pengelolaan dan strategi pengembangan Monumen Kapal Selam sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Surabaya, Jawa Timur. Data di dapat dari melalui observasi, kepustakaan, angket, wawancara, dan di analisis melalui skala likert, pendekatan matriks Internal Eksternal (IE), dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil Monkasel sebagai sarana warisan nilai sejarah dan pengelolaannya memanfaatkan unsur-unsur manajemen seperti Men, Money, Methode, Materials, Machine, Market yang menghasilkan perhitungan matrik IFE dan EFE sebagai dasar dalam menentukan strategi yang perlu di gunakan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Penelitian dari Sugihartoyo, S. dan Widagdo, W. (2010) yang berjudul “Strategi Pengembangan Wisata Kota Tua Sebagai Salah Satu Upaya Pelestarian Urban Heritage Studi Kasus: Koridor Kali Besar, Jakarta Barat”, yang bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan urban heritage tourism yang paling tepat, yang bisa diterapkan di Koridor Kali Besar. Variabel yang digunakan antara lain kondisi fisik bangunan, sarana serta prasarana penunjang kegiatan, lalu lintas serta aksesibilitas, serta kondisi lingkungan, baik alamiah maupun buatan, termasuk di dalamnya kondisi kebersihan, keamanan serta kenyamanan lingkungan serta pengumpulan data dengan metode pengamatan langsung, penyebaran kuesioner, wawancara sertamenggunakan data sekunder, kemudian diolah menggunakan analisis SWOT. Strategi didapat dengan cara melakukan analisis internal serta eksternal untuk mengetahui faktor-faktor SWOT yang dimiliki oleh obyek wisata. Kemudian setiap faktor dimasukkan kedalam matriks SWOT sehingga mendapatkan strategi pengembangan SO, ST, WO serta WT. Hasil penelitian yang dilakukan adalah menggunakan strategi jangka

pendek dengan 4 rencana strategi serta strategi jangka panjang dengan 2 rencana strategi.

Penelitian dari Lak, A., Gheitasi, M. dan Timothy, D.J (2020) yang berjudul "Urban regeneration through heritage tourism: cultural policies and strategic management", tujuan penelitian ini untuk menyelidiki potensi wisata warisan untuk membantu regenerasi penurunan kota bersejarah dengan memanfaatkan modal budaya perkotaan. Studi ini menggunakan kerangka konseptual tren saat ini di perkotaan pembaharuan dan aset budaya, serta pendekatan SWOT-ANP memahami cara-cara utama di mana perkotaan menurun destinasi dapat memanfaatkan warisan budayanya untuk meregenerasi secara fisik, secara sosial dan ekonomi. Hasil temuan menunjukkan bahwa sukses implementasi atau regenerasi kota melalui wisata pusaka terjadi ketika sebuah kota memanfaatkan peluang secara maksimal di empat bidang: pembuatan kebijakan budaya, mengadakan acara budaya, partisipatif pengelolaan, dan peningkatan ruang publik perkotaan melalui kompetitif/pro-aksi, diversifikasi, revisi dan pertahanan strategi.

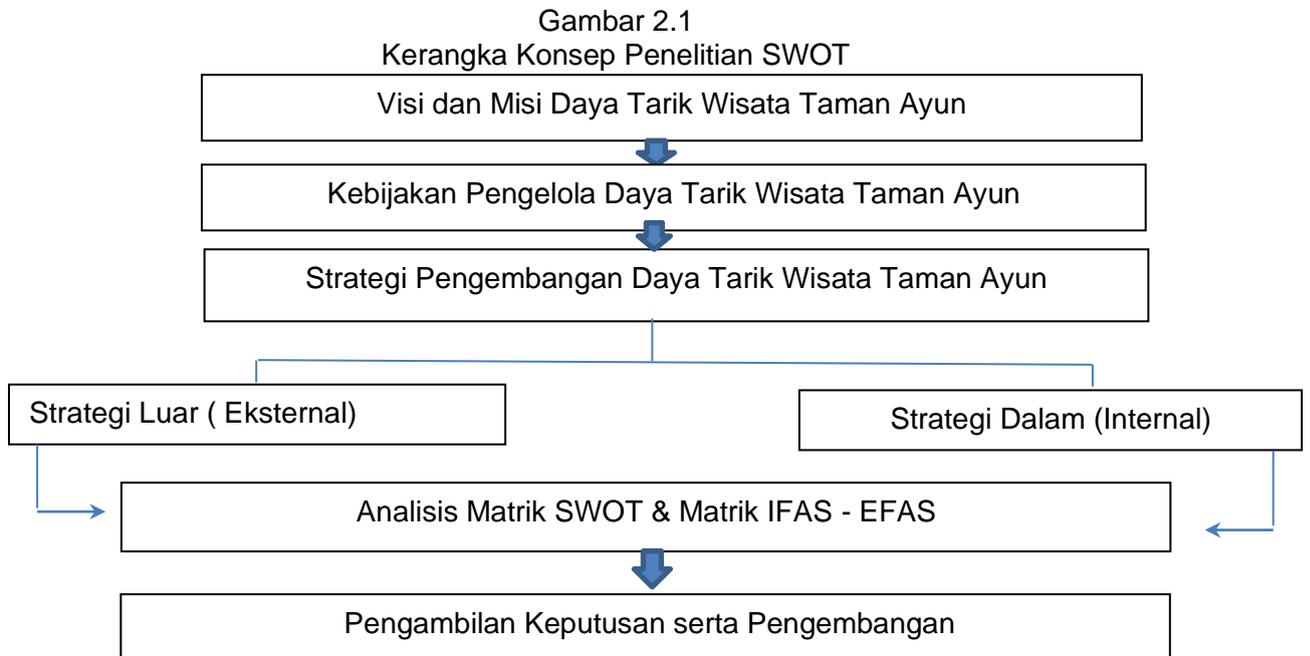
Penelitian dari Thembinkosi Gumede, T.K (2019) yang berjudul "Heritage Tourism as a Strategy for the Local Economic Development in KwaZulu-Natal, South Africa", penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan populasi terdiri dari pemerintah kota, petugas balai budaya, tokoh masyarakat, dan rumah tangga masyarakat terdekat dengan pengambilan sampel pejabat kota dan pegawai balai budaya melalui teknik purposive sampling, sedangkan tokoh masyarakat dan rumah tangga sampel melalui teknik convenience sampling. Hasil temuan menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah studi umumnya lebih memahami wisata heritage dalam konteks nilai guna, yaitu

sebagai wadah pengetahuan budaya, sejarah, dan tradisional, daripada nilai tukar, sebagai komoditas pasar.

Penelitian dari Kantawateera, K., Naipinit, A., Sakolnakorn, T.P.N., Churngchow, C. dan Kroeksakul, P (2013) yang berjudul "A SWOT Analysis of Tourism Development in Khon Kaen Thailand", tujuannya untuk mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pengembangan pariwisata di Khon Kaen. Peneliti melakukan wawancara dengan 21 narasumber yang terlibat dalam kegiatan pariwisata dan menggunakan analisis SWOT dan analisis konten untuk menganalisis data. Hasil penelitiannya yaitu masalah dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan pariwisata di Khon Kaen memerlukan perhatian karena pariwisata dapat menghasilkan pendapatan yang besar, karena Khon Kaen memiliki banyak peluang dan kekuatan yang harus menarik wisatawan, lembaga pemerintah daerah harus memasang tanda peringatan tentang konservasi di tempat wisata dan mempromosikan kesadaran daur ulang di antara penduduk dan agen perlu memberikan pendidikan tentang nilai daur ulang dan mendorong penggunaan kembali bahan yang dapat didaur ulang.

2.3 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep ini diuraikan pada gambar 2.1:



Sumber: Rangkuti (2015:23)

Bagan konsep penelitian pada Gambar 2.1 di atas, lebih lanjut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Visi dan misi merupakan langkah awal tujuan dan strategi suatu daya tarik wisata dibuat dan ditetapkan.
- 2) Kebijakan Pengelolaan Daya Tarik Wisata adalah penetapan aturan atau pedoman yang berlaku pada destinasi wisata.
- 3) Strategi pengembangan adalah langkah perencanaan strategi yang diperoleh berlandaskan visi dari destinasi wisata.
- 4) Pengumpulan data adalah evaluasi faktor dalam serta luar suatu destinasi wisata untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan daya tarik wisata, serta peluang dan ancaman daya tarik wisata tersebut.

- 5) Analisis memakai analisis SWOT beserta matriks IE untuk menentukan keadaan destinasi wisata.
- 6) Pengambilan keputusan ialah proses penetapan strategi yang digunakan pada destinasi wisata.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Daya Tarik Wisata Taman Ayun yang beralamat di Jalan Ayodya, Mengwi, Badung dengan objek penelitian yaitu Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun di Kabupaten Badung.

3.2 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Identifikasi variabel-variabel yang dipakai penelitian ini yaitu variabel internal meliputi:

Tabel 3. 1
Variabel dan Indikator Internal

Variabel	Kode	Indikator	Definisi Operasional Indikator
Attraction	i ₁	Relief-relief yang indah	Relief adalah gambaran dalam bentuk ukiran yang dipahat. Di daya tarik wisata Taman Ayun terdapat relief-relief yang melambangkan Sembilan dewa mata angin (<i>Dewata Nawa Sanga</i>), relief itu berada di <i>madya mandala</i> tepatnya berada di <i>bale pengubengan</i> .
	i ₂	Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi	Suasana di daya tarik wisata Taman Ayun ini masih asri karena terdapat sungai yang mengelilingi daya tarik wisata dan kebun botanical yang di tata rapi serta jalan setapak yang melingkar memberi kesan rapi dan keindahan.
	i ₃	Kawasan wisata bersih	Kawasan daya tarik wisata Taman Ayun bersih karena pihak pengelola sangat memperhatikan kebersihan untuk kenyamanan wisatawan yang berkunjung, pihak pengelola sudah menyediakan tempat sampah untuk wisatawan yang berkunjung agar tetap terjaga kebersihan kawasan daya tarik wisata Taman Ayun.
	i ₄	Suasana yang nyaman	Wisatawan yang berkunjung dapat merasakan suasana yang nyaman saat berkunjung ke daya tarik wisata Taman Ayun karena lingkungan yang bersih dan juga tertata rapi sehingga

Variabel	Kode	Indikator	Definisi Operasional Indikator
			memberikan kenyamanan pada wisatawan pada saat berkunjung.
Accessibility	i ₅	Akses lokasi mudah	Akses menuju daya tarik wisata Taman Ayun ini terbilang sangat bagus karena akses lokasi sudah di paving dan di hotmix, dapat diakses oleh kendaraan roda dua, roda empat, dan roda enam.
	i ₆	Fasilitas transportasi	Di daya tarik wisata Taman Ayun ini terdapat akses jalan untuk wisatawan yang berkunjung.
Amenities	i ₇	Toilet bersih	Fasilitas toilet yang disediakan oleh pihak pengelola tersebut bersih dan layak digunakan wisatawan.
	i ₈	Tempat parkir yang memadai	Area parkir yang disediakan terbilang luas dan memadai karena bisa untuk roda dua, roda empat, dan roda enam.
	i ₉	Adanya warung makan terdekat	Terdapat warung makan atau kantin dekat dengan daya tarik wisata Taman Ayun yang disediakan untuk wisatawan yang berkunjung.
	i ₁₀	Adanya pasar tradisional dekat objek wisata	Terdapat pasar tradisional mengwi dekat dengan daya tarik wisata Taman Ayun untuk wisatawan yang ingin mencoba makanan tradisional khas Bali.
Ancillary	i ₁₁	Pusat informasi	Di daya tarik wisata Taman Ayun terdapat pusat informasi (<i>tourism information center</i>) terkait objek wisata yang berada di sebelah kanan pintu masuk (<i>gapura</i>).
	i ₁₂	Staff pemandu	Di daya tarik wisata Taman Ayun ini disediakan pemandu wisata untuk memudahkan wisatawan dalam menelusuri daya tarik wisata serta memberi tahu larangan dari daya tarik wisata kepada wisatawan yang berkunjung.

Sumber: Utama (2014)

Identifikasi variabel-variabel yang dipakai penelitian ini yaitu variabel eksternal meliputi:

Tabel 3. 2
Variabel dan Indikator Eksternal

Variabel	Kode	Indikator	Definisi Operasional Indikator
Pemerintah	e ₁	Peraturan pemerintah	Daya tarik wisata Taman Ayun ini menerapkan peraturan pemerintah yang ditetapkan.
	e ₂	Peningkatan pendapatan daerah	Daya tarik wisata Taman Ayun menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan pendapatan daerah.
Kerjasama Pemerintah	e ₃	Kerjasama dengan pihak eksternal	Daya tarik wisata Taman Ayun melibatkan atau menjalin kerjasama dengan pihak eksternal seperti travel agent.
	e ₄	Peningkatan dalam penanaman modal	Daya tarik wisata Taman Ayun ini menjalin kerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan penanaman modal guna melancarkan pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun.
Pesaing	e ₅	Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata	Terdapat daya tarik wisata yang dekat dengan daya tarik wisata Taman Ayun.
	e ₆	Daya tarik wisata sejarah yang sejenis	Terdapat daya tarik wisata sejarah yang sejenis dengan daya tarik wisata Taman Ayun.
Sosial dan Ekonomi	e ₇	Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar	Daya tarik wisata Taman Ayun ini memberikan peluang pekerjaan untuk masyarakat sekitar untuk ikut serta dalam pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun.
	e ₈	Keramah-tamahan penduduk sekitar	Daya tarik wisata Taman Ayun ini menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar untuk menarik wisatawan untuk berkunjung serta ikut dalam pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun.
Budaya	e ₉	Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan	Mengenali daya tarik wisata serta kebudayaan daerah yang lainnya yang ada di sekitaran daya tarik wisata.

Variabel	Kode	Indikator	Definisi Operasional Indikator
		kebudayaan daerah yang ada	
Keamanan dan Ancaman	e ₁₀	Kenyamanan pengunjung	Daya tarik wisata Taman Ayun ini menyediakan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang berkunjung.
	e ₁₁	Keamanan	Daya tarik wisata Taman Ayun ini juga memperhatikan keamanan untuk wisatawan yang datang untuk berkunjung.
	e ₁₂	Potensi bencana alam	Daya tarik wisata Taman Ayun ini mengidentifikasi potensi bencana alam yang seandainya akan terjadi di objek wisata sehingga tidak membahayakan wisatawan yang berkunjung.
	e ₁₃	Wabah penyakit Covid-19	Daya tarik wisata Taman Ayun ini juga menerapkan protokol kesehatan untuk para wisatawan yang berkunjung sehingga tidak terjadi penularan wabah penyakit covid-19.

Sumber: Utama (2014)

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

- a) Data Kualitatif ialah suatu informasi berupa uraian-uraian, berbentuk informasi serta penjelasan yang tidak berbentuk angka. Data kualitatif ini berbentuk seperti sejarah dari objek wisata Taman Ayun, letak geografisnya serta topografinya Kecamatan Mengwi serta rancangan strategi pengembangan objek.
- b) Data Kuantitatif ialah suatu informasi berbentuk angka atau bilangan serta bisa dihitung oleh satuan tertentu, yang didapat dari sumber yang bersangkutan. Data kuantitatif ini berbentuk jumlah kunjungan wisata baik dalam negeri maupun luar negeri yang datang mengunjungi Objek Wisata Taman Ayun.

3.3.2 Sumber data

- a) Data Primer adalah informasi yang didapat secara langsung oleh peneliti yang berupa hasil wawancara serta hasil pengedaran kuesioner tentang responden mengenai bukti langsung, keadaan, kesan maupun tanggapan, jaminan, dan empati di objek wisata.
- b) Data Sekunder adalah informasi yang didapat tidak dari hasil pengumpulan peneliti tetapi dilaksanakan oleh suatu lembaga resmi maupun organisasi sejenis tabel dari dinas kebudayaan pariwisata mengenai banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan ke Kabupaten Badung, Bali dan di Objek Wisata Taman Ayun.

3.4 Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel yang dipakai penelitian ini dengan memakai teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan informan berdasarkan ketokohan seseorang yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang diteliti (Waruwu, 2017;17). Sampel diambil dengan sengaja adalah tokoh masyarakat yang bisa memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, sampel penelitian ini pastinya orang yang berpengalaman dalam bidang pariwisata yaitu Pihak Pengelola Taman Ayun.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam beberapa metode oleh peneliti yaitu:

- 1) Observasi adalah pengumpulan informasi yang dilaksanakan dengan melakukan pengamatan secara langsung mengenai situasi serta kondisi pajak untuk mendapatkan informasi yang akurat

- 2) Wawancara adalah pengumpulan informasi yang dilaksanakan dengan cara tanya jawab bersama tokoh masyarakat maupun staf dinas terkait untuk mendapatkan informasi, pendapat, data, dan keterangan.
- 3) Kuesioner adalah pengumpulan informasi yang dilakukan melalui pengajuan sebuah pertanyaan tertulis untuk diberi tanggapan secara tertulis oleh responden dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden.
- 4) Dokumentasi adalah pengumpulan informasi yang dilakukan dengan metode dokumentasi untuk tujuan mengambil foto pada objek guna menunjukkan hasil yang sebenarnya yang terjadi di lapangan.

3.6 Teknik Analisis

3.6.1 Teknik analisis SWOT

Analisis yang dipakai yaitu analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan tingkatan strategi, sehingga terbentuknya kerangka pemikiran yang terdiri dari tiga tahapan antara lain: tahapan pengumpulan data, tahapan analisis, dan tahap pengambilan keputusan. Analisis SWOT secara sistematis mengidentifikasi elemen-elemen untuk mengembangkan strategi suatu perusahaan.

Cara pengambilan keputusan strategis selalu dikaitkan dengan pengambilan keputusan misi, tujuan strategis, serta pengambilan kebijakan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam kondisi tertentu, perencanaan strategis perlu menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan.

3.6.2 Tahapan perencanaan strategis

Rangkuti (2015;22) menyatakan cara identifikasi perencanaan strategis berlangsung dalam tiga tahapan antara lain tahapan pengumpulan data, tahapan analisis, serta tahapan pengambilan keputusan.

3.6.3 Tahap pengumpulan data

Pada dasarnya tahapan ini bukan hanya aktivitas pengumpulan data, namun juga suatu aktivitas klasifikasi serta pra analisis. Di tahap ini data bisa dibagi dua yakni data luar (eksternal) serta data dalam (internal).

Sebelum melaksanakan strategi, rencana strategis perlu menganalisis lingkungan internal untuk mengidentifikasi berbagai kemungkinan kekuatan serta kelemahan. Data penetapan faktor strategi internal (IFAS) serta data penentuan faktor strategi eksternal (EFAS).

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan pada kolom 1.
- 2) Memberikan nilai pada tiap-tiap kolom 2, nilai dilaksanakan oleh perusahaan yang direncanakan dalam bentuk kuesioner. Berat keseluruhan wajib 100%.
- 3) Menghitung peringkat pada kolom 3 untuk setiap faktor dengan memberikan perbandingan mulai dari 4 (tidak menonjol) hingga 1 (buruk). Berlandaskan pengaruh faktor-faktor tentang kondisi perusahaan yang bersangkutan. Nilai pemeringkatan diberikan oleh manajemen perusahaan.
- 4) Mengalikan nilai di kolom 2 bersama kolom 3 untuk mendapatkan faktor bobot di kolom 4. Akibatnya adalah poin berbobot untuk tiap-tiap bermacam-macam dari 4.0 hingga 1.0.
- 5) Kolom 5 untuk memberikan sebuah apresiasi maupun catatan kenapa faktor-faktor tertentu dipilih serta dengan cara apa poin pembobotan dihitung.

- 6) Total bobot poin (pada kolom 4) untuk mendapatkan bobot total untuk perusahaan yang bersangkutan. Nilai total memperlihatkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

Tabel 3.3
Internal Faktor Analisis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot X Rating	Komentar
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
Total	100%			

Sumber: Rangkuti (2015)

Apabila faktor strategi internal kekuatan serta kelemahan lengkap maka harus melakukan analisis faktor strategi eksternal peluang serta ancaman dengan metode yang sama. Strategi yang cocok untuk mengatasi keadaan perusahaan sekarang ini serta masa mendatang. Uraian di atas ada pada tabel 3.4.

Tabel 3. 4
Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot X Rating	Komentar
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
Ancaman (<i>Threats</i>)				
Total	100%			

Sumber: Rangkuti (2015)

3.6.4 Pemberian interval penilaian atas posisi perusahaan faktor internal dan eksternal

Pemberian interval evaluasi atas posisi industri terhadap faktor Internal serta Eksternal memakai rumus: Interval = Range/Kelas

Penjelasan:

Range yaitu selisih antara nilai paling tinggi serta paling rendah (4,0 (sangat baik) – 1,0 (sangat kurang baik) = 3)

Kelas ialah kategori penilaian yang sudah diresmikan (sangat baik, baik, kurang baik, sangat kurang baik)

Interval penilaian = $\frac{3}{4} = 0,75$

Tabel 3. 5
Kriteria Hasil Analisis

Nilai	Range	Hasil	Klasifikasi
4	3.26 – 4.00	Sangat Baik	Kekuatan/ Peluang
3	2.51 – 3.25	Baik	Kekuatan / Peluang
2	1.76 – 2.50	Kurang Baik	Kelemahan/ Ancaman
1	1.00 – 1.75	Sangat Kurang Baik	Kelemahan/ Ancaman

Sumber: Rangkuti (2015)

Berdasarkan Tabel 3.5, keadaan peluang ada di kisaran 2.51 hingga 4.00 serta keadaan ancaman terletak di kisaran 1.00 hingga 2.50. Lingkungan internal memberikan ilustrasi mengenai peluang serta ancaman industri. Istilah sangat baik bisa dimaksudkan sebagai peluang serta kurang baik bisa dimaksudkan sebagai ancaman. Gabungan antara kekuatan serta kelemahan dengan peluang serta ancaman didapat matriks yang disebut dengan matriks SWOT yang dipaparkan pada tahap analisis.

3.6.5 Tahap analisis

Setelah mengumpulkan seluruh data yang bisa mempengaruhi perusahaan, langkah berikutnya yaitu menggunakan seluruh data tersebut dalam model kuantitatif perumusan strategi. Untuk mendapatkan analisis yang lebih lengkap serta akurat digunakan matriks SWOT.

3.6.6 Matriks SWOT

Matriks SWOT secara nyata menggambarkan peluang serta ancaman eksternal yang dialami perusahaan bisa disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini bisa menciptakan empat set kemungkinan strategi alternatif, bagi Rangkuti (2015) yang bisa ditafsirkan sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan/<i>Strength</i>(S) Faktor-faktor kekuatan internal	Kelemahan/<i>Weakness</i> (W) Faktor-faktor kelemahan internal
Peluang/<i>Opportunity</i> (O) Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman/<i>Threat</i> (T) Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2015)

Strategi yang tercipta dari Matriks SWOT terdiri dari 4 bagian, antara lain:

1. Strategi SO merupakan strategi *strengths – opportunity* atau kekuatan – peluang yang mengamati kekuatan serta peluang ada di objek wisata.
2. Strategi WO merupakan strategi *weakness – opportunity* atau kelemahan – peluang yang mengamati kelemahan serta peluang yang ada di objek wisata.
3. Strategi ST merupakan strategi *strengths – threats* atau kekuatan – ancaman yang mengamati kekuatan serta ancaman yang ada di objek wisata.
4. Strategi WT merupakan strategi *weakness – threats* atau kelemahan/ancaman yang mengamati kelemahan serta ancaman yang ada di objek wisata.

Tabel 3. 7
Matriks Internal Eksternal (IE)

	4.00	Kuat	3.00	Rata-rata	2.00	Lemah	1.00
Tinggi	4,00	Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan			
Menengah	3,00	IV Stabilitas	V Pertumbuhan	VI Penciutan			
Rendah	2,00	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi			
	1,00						

Sumber: Rangkuti (2015)

Matriks IE digunakan untuk memahami strategi pengembangan yang tepat. Khususnya untuk Kabupaten Badung, Kecamatan Mengwi. Daya Tarik Wisata Taman Ayun bisa mengenali sembilan kuadran strategi perusahaan,

namun prinsipnya sembilan sel bisa dikelompokkan menjadi tiga strategi utama antara lain:

1. *Growth Strategy* yaitu perkembangan itu sendiri (kuadran I, II, V) maupun usaha diversifikasi (Kuadran VII serta VIII).
2. *Stability Strategy* merupakan strategi yang dilaksanakan tanpa mengganti arah strategi yang sudah dilaksanakan (Kuadran IV, VII, serta VIII).
3. *Retrenchment Strategy* merupakan usaha meminimalkan maupun mengurangi upaya yang dilakukan perusahaan (Kuadran III, VI, serta IX).

3.6.7 Tahapan Pengambilan Keputusan

Setelah melalui tahap analisis, berikutnya akan diambil keputusan berupa perumusan strategi dengan mengamati posisi kinerja perusahaan yang diidentifikasi dari faktor eksternal serta internal.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Deskripsi Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Daya Tarik Wisata Taman Ayun

Daya Tarik Wisata Taman Ayun ini dikenal dengan Pura Taman Ayun yang terletak 18 km dari Denpasar, termasuk Desa Mengwi, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Sejarah dan asal usul Daya Tarik Wisata Taman Ayun sangat erat sekali hubungannya dengan berdirinya kerajaan Mengwi pada tahun 1627 Masehi (1549 Caka). Pura Taman Ayun selesai dibangun dan di pelaspas pada tahun 1634 Masehi (1556) pada waktu pemerintahan raja Mengwi yang pertama yaitu: I Gusti Agung Ngurah Made Agung yang kemudian bergelar “Ida Tjokorda sakti Blambangan” (Pengelola Daya Tarik Taman Ayun, 2023).

Pura Taman Ayun adalah pura paibon atau pedarman dari keluarga Raja Mengwi untuk memuja roh para leluhur dari raja-raja yang diwujudkan dengan dibangunnya sebuah Gedong Paibon. Pura Taman Ayun dibagi pula menjadi tiga halaman yaitu bagian yang paling Suci disebut Utama Mandala (Jeroan), Madia Mandala (Jaba tengah), dan Nista Mandala (jabaan) untuk masuk ke Utama Mandala dibangun sebuah Kori Agung (paduraksa) sedangkan pada Madia dan Nista dibangun candi bentar (Apit surang). Selain Gedong Paibon, di Utama Mandala dilengkapi pula dengan pelinggih pelinggih lainnya untuk persimpangan persimpangan atau pengayatan-pengayatan dari beberapa Pura Kahyangan Jagat di Bali. Adapun maksud dan tujuan didirikannya pelinggih-pelinggih tersebut oleh raja adalah agar beliau beserta rakyat kerajaan Mengwi dapat memohon restu untuk keselamatan serta kesejahteraan dan

kesuburan negara, juga untuk memberikan kesempatan kepada segenap rakyat Mengwi turut serta melakukan upacara upacara keagamaan di pura taman Ayun seperti: misalnya mengajar ajar, memendak sangpitara, nunas pukuluh (Air Suci) untuk memberantas hama di sawah dan lain lain.

Pura taman Ayun di samping dikenal sebagai tempat Suci, juga berfungsi sebagai aspek multifungsi yaitu

1. Aspek sosial yang berfungsi untuk menjaga toleransi bermasyarakat.
2. Aspek Religius berfungsi untuk mendorong dan meningkatkan kualitas kehidupan beragama.
3. Aspek lingkungan berfungsi untuk meningkatkan sistem Subak.
4. Aspek budaya berfungsi untuk memelihara dan mengembangkan budaya tradisional.
5. Aspek ekonomi berfungsi untuk mengembangkan ekonomi pertanian organik.

Daya Tarik Wisata Taman Ayun juga terdapat tugu air mancur yang mengarah ke- 9 arah mata angin, yang merupakan indikator keberadaan air Subak yang ada disekitar Pura Mengwi, yang mengairi persawahan Subak bukti yang terletak di desa Gulingan dan Subak Batan Bandung yang terletak di desa Beringkit yang memiliki luas 58 Hektar. Sumber pengairan irigasi dari kedua subak tersebut berasal dari waduk Daya Tarik Wisata Taman Ayun yang disalurkan melalui sebuah dum air yang bernama dam canging, melalui saluran utama tersebut air didistribusikan ke pematang pematang sawah melalui saluran air atau selokan.

Pura Taman Ayun juga merupakan tamanan tempat untuk beristirahat dan berekreasi dari para keluarga raja mengwi. Pura ini luasnya 4 ha (40.000 M²)

dikelilingi oleh kolam besar, pada zaman kerajaan dahulu ditanami beraneka bunga seperti teratai, seroja, sedangkan di tepi kolamnya ditumbuhi pohon kamboja, cempaka, kenanga, sekarwati, plasa, tunjung, siulan dan pohon buah buahan seperti manggis, durian, wani, mangga dan rambutan (Pengelola Daya Tarik Taman Ayun, 2023).

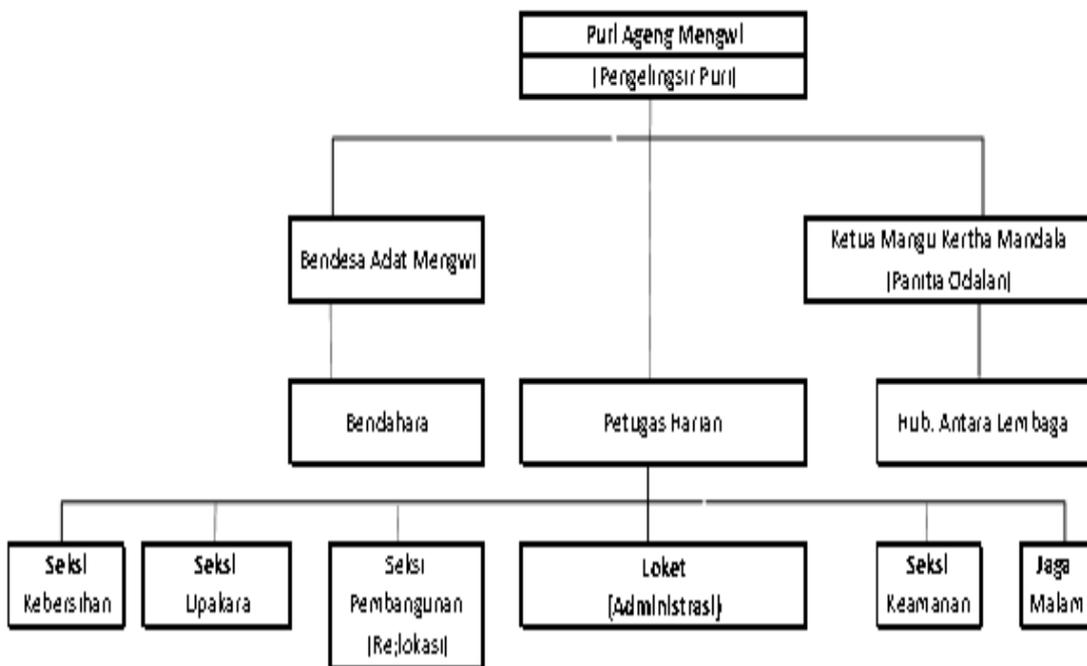
Pura taman Ayun sangat dipengaruhi oleh pasang surut nya kerajaan Mengwi, pada tahun 1890 Masehi (1812 Caka) Timbulah perang dengan raja Badung, Mengwi mengalami kekalahan dan raja Mengwi yang ke-10 “I Gusti Agung Made Agung” gugur dalam pertempuran itu dan segenap keluarga raja yang masih hidup menyelamatkan diri ke wilayah sebelah timur. Selama ada dalam Pengasingan, Pura Taman Ayun tidak terpelihara seperti sebelum perang dirawat dengan sangat baiknya, sehingga timbulah kerusakan kerusakan pada bangunan bangunan yang ada (Pengelola Daya Tarik Taman Ayun, 2023).

Pada tahun 1911 Masehi kembalilah sebagian dari keluarga raja kembali ke Mengwi dan Pura Taman Ayun dirawat kembali. Tetapi pada hari Sabtu, 20 Januari 1917 Masehi terjadi bencana alam gempa bumi (gejer) yang amat dahsyat sehingga banyak dari bangunan-bangunan yang ada menjadi roboh dan rusak. Namun bisa dipugar kembali satu demi satu hingga kini, seperti yang kita saksikan sekarang. Upacara piodalan di Pura Taman Ayun jatuh pada hari Selasa Kliwon wuku medangsia, setiap 210 hari sekali (tiap-tiap 6 bulan Bali). Pura Taman Ayun sudah banyak dikunjungi wisatawan sejak sebelum perang dunia, sebagai pengembangnya adalah keluarga Puri Gede Mengwi yang dibantu oleh sebuah panitia yang terdiri dari para prajuru adat, seperti Kelian Desa Adat sekecamatan Mengwi yang terdiri dari 38 desa adat yang disebut dengan “Mangu Kertha Mandala” (Pengelola Daya Tarik Taman Ayun, 2023).

4.1.2 Struktur Organisasi Pengelola Daya Tarik Wisata Taman Ayun

Pada Gambar 4.1 menunjukkan bagan struktur organisasi yang terlibat dalam pengelolaan Daya Tarik Wisata Taman Ayun.

Gambar 4. 1
Bagan Struktur Kepengurusan Pengelola Daya Tarik Wisata Taman Ayun
Sumber: Pengelola Daya Tarik Wisata Taman Ayun (2023)



Berdasarkan gambar di atas, pengelola daya tarik wisata Taman Ayun bertugas sebagai unsur penggerak utama dalam mewujudkan sapta pesona demi pembangunan dan pengembangan daya tarik wisata dan pengelola daya tarik wisata Taman Ayun bertanggung jawab untuk mengevaluasi dan pelaporan serta diberikan biaya operasional kegiatan sesuai kemampuan keuangan puri ageng mengwi.

4.2 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Pengamatan Lingkungan Internal

Faktor Internal yang terdapat di Wisata Taman Ayun yaitu

- 1) Daya Tarik (*Attraction*)
 - a) Wisata Taman Ayun memiliki daya tarik berupa relief-relief yang indah melambangkan sembilan Dewa mata angin yang berada di Bale Pengubengan.

Gambar 4. 2
Bale Pengubengan Taman Ayun



Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

- b) Wisata Taman Ayun memiliki suasana yang masih asri karena terdapat sungai yang mengelilingi daya tarik wisata dan kebun botanikal yang di tata rapi serta jalan setapak yang melingkar memberi kesan rapi dan keindahan.

Gambar 4. 3
Sungai yang mengelilingi Wisata Taman Ayun



Sumber:Dokumen Pribadi (2023)

- c) Kawasan Daya Tarik Wisata Taman Ayun bersih karena pihak pengelola sangat memperhatikan kebersihan untuk kenyamanan wisatawan yang berkunjung, pihak pengelola sudah menyediakan tempat sampah untuk wisatawan yang berkunjung agar tetap terjaga kebersihan kawasan Daya Tarik Wisata Taman Ayun.
- d) Kemudian wisatawan yang berkunjung juga dapat merasakan suasana yang nyaman saat berkunjung ke daya tarik wisata Taman Ayun karena lingkungan yang bersih dan juga tertata rapi.

Gambar 4.4
Kawasan Wisata Taman Ayun yang bersih dan tertata



Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

2) Aksesibilitas (*Accessibility*)

- a) Terdapat akses jalan untuk wisatawan yang berkunjung menuju Wisata Taman Ayun dan terbilang sangat bagus karena akses lokasi sudah di paving dan di hotmix, dapat diakses oleh kendaraan roda dua, roda empat, dan roda enam.

Gambar 4. 5
Akses Jalan di Wisata Taman Ayun



Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

3) Fasilitas (*Amenities*)

Daya Tarik Wisata Taman Ayun memiliki toilet yang bersih dan terdapat pasar tradisional mengwi dekat dengan Wisata Taman Ayun untuk wisatawan yang ingin mencoba makanan tradisional khas Bali. Kemudian belum terdapat tempat parkir yang memadai dan tempat warung makan terdekat karena pengelola hanya menerima wisatawan untuk berkunjung saja, tidak menyediakan tempat kuliner.

Gambar 4. 6
Toilet di Wisata Taman Ayun



Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

4) Kelembagaan (*Ancillary*)

Di daya tarik wisata Taman Ayun terdapat pusat informasi (*tourism information center*) terkait objek wisata yang berada di sebelah kanan pintu masuk (*gapura*). Kemudian Daya Tarik Wisata Taman Ayun juga menyediakan pemandu wisata untuk memudahkan wisatawan dalam menelusuri daya tarik wisata serta memberi tahu larangan dari daya tarik wisata kepada wisatawan yang berkunjung.

Gambar 4. 7
Pusat Informasi di Wisata Taman Ayun



Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

4.2.2 Pengamatan Lingkungan Eksternal

1) Pemerintah

Daya Tarik Wisata Taman Ayun sudah menerapkan peraturan Pemerintah sesuai dengan peraturan yang ditetapkan. Kemudian Wisata Taman Ayun juga menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah di bagian sarana *ticketing*.

2) Kerjasama Pemerintah

Terdapat keterlibatan pihak eksternal seperti *travel agent* yang bekerjasama dengan Wisata Taman Ayun dalam mendatangkan wisatawan salah satunya yaitu *Dwi Tour*. Tetapi belum terdapat kerjasama dengan Pemerintah dalam penanaman modal.

Gambar 4. 8
Paket Tour Daya Tarik Wisata Taman Ayun



Sumber: *Website Dwi Tour* (2023)

3) Pesaing

Daya Tarik Wisata Taman Ayun merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Kecamatan Mengwi, masih banyak lagi destinasi lain yang tidak kalah

indah dan uniknya, sehingga dalam pengembangan Wisata Taman Ayun akan menimbulkan adanya persaingan yaitu pesaing destinasi wisata yang tidak sejenis.

4) Sosial dan Ekonomi

Dalam faktor sosial ekonomi, Daya Tarik Wisata Taman Ayun akan memberikan dampak positif yaitu dengan tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Kemudian masyarakat sekitar juga ikut serta dalam menarik wisatawan untuk berkunjung dan ikut dalam pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun.

5) Budaya

Tidak terdapat daya tarik wisata serta kebudayaan daerah yang sejenis di sekitaran Daya Tarik Wisata Taman Ayun tetapi terdapat destinasi wisata yang tidak sejenis, sehingga pihak harus mengenali agar tidak menimbulkan persaingan melainkan melakukan kerjasama.

6) Keamanan dan Kenyamanan

Daya tarik wisata Taman Ayun ini menyediakan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang berkunjung. Kemudian minimnya terjadi potensi bencana alam dan sedikitnya penularan penyakit Covid-19 karena sudah menerapkan protokol kesehatan sehingga keamanan, kesehatan dan keselamatan wisatawan akan terjamin.

Gambar 4. 9
Tempat cuci tangan di Wisata Taman Ayun



Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

4.3 Matriks Internal dan Eksternal

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis kuesioner yaitu pembobotan dan *rating* (penilaian). Hasil dari penyebaran kuesioner pada responden yang berjumlah 5 orang yaitu 5 orang dari pihak pelaku wisata, sedangkan kuesioner pembobotan diberikan kepada informan (*expert*) berjumlah 5 orang yaitu ketua pengelola Wisata Taman Ayun dan jajarannya. Didapatkan nilai pada masing-masing indikator internal untuk menentukan kekuatan dan kelemahan, serta indikator-indikator eksternal untuk menentukan peluang dan ancaman.

4.3.1 Pemberian Bobot Faktor Internal

Pemberian bobot diisi oleh para informan terkait dengan strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1
Pembobotan Faktor Internal pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun

No	Indikator Internal	Bobot
1	Relief-relief yang indah	9,86%
2	Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi	9,96%
3	Kawasan wisata bersih	9,76%
4	Suasana yang nyaman	9,65%
5	Akses lokasi mudah	9,45%
6	Fasilitas transportasi	9,45%
7	Toilet bersih	9,35%
8	Tempat parkir yang memadai	5,03%
9	Adanya warung makan terdekat	2,52%
10	Adanya pasar tradisional dekat objek wisata	5,03%
11	Pusat informasi	9,96%
12	Staff Pemandu	9,96%
Total		100%

Sumber: Lampiran

4.3.2 Pemberian Bobot Faktor Eksternal

Pemberian bobot untuk masing-masing indikator eksternal pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4. 2
Pembobotan Faktor Eksternal pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun

No	Indikator Eksternal	Bobot
1	Peraturan pemerintah	4,67%
2	Peningkatan pendapatan daerah	4,67%
3	Kerjasama dengan pihak eksternal	9,33%
4	Peningkatan dalam penanaman modal	0,74%
5	Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata	0,00%
6	Daya tarik wisata sejarah yang sejenis	0,55%
7	Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar	10,23%
8	Keramah-tamahan penduduk sekitar	14,00%
9	Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada	18,67%

No	Indikator Eksternal	Bobot
10	Kenyamanan pengunjung	18,30%
11	Keamanan	18,48%
12	Potensi bencana alam	0,36%
13	Wabah penyakit Covid-19	0,00%
Total		100%

Sumber: Lampiran

4.3.3 Kekuatan dan Kelemahan pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun

Tabel 4.3
Indikator Internal Sebagai Kekuatan dan Kelemahan Wisata Taman Ayun

No	Indikator Internal	Mean Rating	Kategori
1	Relief-relief yang indah	4,00	Kekuatan
2	Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi	3,60	Kekuatan
3	Kawasan wisata bersih	3,80	Kekuatan
4	Suasana yang nyaman	3,00	Kekuatan
5	Akses lokasi mudah	3,60	Kekuatan
6	Fasilitas transportasi	3,60	Kekuatan
7	Toilet bersih	2,80	Kekuatan
8	Tempat parkir yang memadai	2,40	Kelemahan
9	Adanya warung makan terdekat	1,60	Kelemahan
10	Adanya pasar tradisional dekat objek wisata	3,60	Kekuatan
11	Pusat informasi	3,40	Kekuatan
12	Staff Pemandu	3,40	Kekuatan

Sumber: Lampiran

Pada Tabel 4.3 terdapat indikator internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang diperoleh dari 12 indikator. Indikator yang berkategori kekuatan berjumlah 10 dan 2 indikator dikategorikan sebagai kelemahan. Kekuatan yang dominan di Wisata Taman Ayun yaitu terdapat daya tarik tersendiri seperti suasana yang masih asri karena terdapat sungai yang mengelilingi Wisata Taman Ayun dan kebun botanikal yang di tata rapi serta jalan setapak yang melingkar memberi kesan rapi, bersih dan indah. Kekuatan selanjutnya yaitu akses menuju wisata yang sangat bagus karena akses lokasi sudah di paving dan di hotmix, dapat diakses oleh kendaraan roda dua, roda empat, dan roda enam. Kemudian

terdapat fasilitas toilet yang bersih dan pasar tradisional mengwi yang dekat dengan Daya Tarik Wisata Taman Ayun untuk wisatawan yang ingin mencoba makanan tradisional khas Bali. Terdapat pusat informasi (*tourism information center*) terkait objek wisata yang berada di pintu masuk (*gapura*) Wisata Taman Ayun, kemudian disediakan juga pemandu wisata untuk memudahkan wisatawan dalam menelusuri daya tarik wisata serta memberi tahu larangan dari daya tarik wisata kepada wisatawan yang berkunjung.

Wisata Taman Ayun memiliki 2 kelemahan yaitu terdapat pada indikator fasilitas seperti tempat parkir yang belum memadai serta belum ada tempat makanan dan minuman karena pengelola belum memfokuskan untuk penambahan ke bidang kuliner melainkan fokus memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk berkunjung saja.

4.3.4 Peluang dan Ancaman pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun

Tabel 4.4
Indikator Eksternal Sebagai Peluang dan Ancaman Wisata Taman Ayun

No	Indikator Eksternal	Mean Rating	Kategori
1	Peraturan pemerintah	3,20	Peluang
2	Peningkatan pendapatan daerah	3,20	Peluang
3	Kerjasama dengan pihak eksternal	3,20	Peluang
4	Peningkatan dalam penanaman modal	2,20	Ancaman
5	Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata	2,40	Ancaman
6	Daya tarik wisata sejarah yang sejenis	3,20	Peluang
7	Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar	3,40	Peluang
8	Keramah-tamahan penduduk sekitar	4,00	Peluang
9	Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada	3,80	Peluang
10	Kenyamanan pengunjung	4,00	Peluang
11	Keamanan	4,00	Peluang
12	Potensi bencana alam	1,80	Ancaman
13	Wabah penyakit Covid-19	1,80	Ancaman

Sumber: Lampiran

Pada Tabel 4.4 terdapat 4 indikator ancaman yaitu kerjasama pemerintah dalam peningkatan dan penanaman modal, ancaman yang kedua yaitu persaingan antara daya tarik wisata lain. Ancaman ketiga yaitu kenyamanan dan keamanan wisatawan yang terjamin baik dari bencana alam dan ancaman keempat yaitu wabah penyakit Covid-19, sedangkan terdapat 9 indikator peluang yaitu Taman Ayun sudah menerapkan peraturan pemerintah yang ditetapkan, menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah dalam ticketing untuk dapat meningkatkan pendapatan daerah. Dukungan eksternal perusahaan swasta yang berkaitan seperti travel agent untuk mendatangkan wisatawan. Kemudian peluang selanjutnya yaitu tidak terdapat daya tarik wisata yang sejenis di sekitar Wisata Taman Ayun. Tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, keramah-tamahan masyarakat, dan mengenali daya tarik wisata serta kebudayaan daerah yang lainnya yang ada di sekitaran daya tarik wisata.

4.3.5 IFAS dan EFAS Pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun

Adapun perhitungan IFAS yang terdapat pada tabel 4.5 yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.5
Internal Faktor Analisis Summary Wisata Taman Ayun

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Rating	Skor	Komentar
1	Relief-relief yang indah	9,86%	4,00	0,39	Kekuatan
2	Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi	9,96%	3,60	0,36	Kekuatan
3	Kawasan wisata bersih	9,76%	3,80	0,37	Kekuatan
4	Suasana yang nyaman	9,65%	3,00	0,29	Kekuatan
5	Akses lokasi mudah	9,45%	3,60	0,34	Kekuatan
6	Fasilitas transportasi	9,45%	3,60	0,34	Kekuatan
7	Toilet bersih	9,35%	2,80	0,26	Kekuatan
8	Tempat parkir yang memadai	5,03%	2,40	0,12	Kelemahan
9	Adanya warung makan terdekat	2,52%	1,60	0,04	Kelemahan

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Rating	Skor	Komentar
10	Adanya pasar tradisional dekat objek wisata	5,03%	3,60	0,18	Kekuatan
11	Pusat informasi	9,96%	3,40	0,34	Kekuatan
12	Staff Pemandu	9,96%	3,40	0,34	Kekuatan
Total		100%		3,38	

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan perhitungan Nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) di atas didapatkan hasil sebesar 3,38. Skor tersebut menunjukkan bahwa Wisata Taman Ayun berada diposisi kuat dan dapat meningkatkan daya tarik agar banyak wisatawan yang datang untuk berkunjung.

Hasil dari perhitungan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dapat dilihat pada Tabel 4.6 yaitu sebagai berikut.

Tabel 4. 6
Eksternal Faktor Analisis Summary Wisata Taman Ayun

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Rating	Skor	Komentar
1	Peraturan pemerintah	4,67%	3,20	0,15	Peluang
2	Peningkatan pendapatan daerah	4,67%	3,20	0,15	Peluang
3	Kerjasama dengan pihak eksternal	9,33%	3,20	0,30	Peluang
4	Peningkatan dalam penanaman modal	0,74%	2,20	0,02	Ancaman
5	Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata	0,00%	2,40	0,00	Ancaman
6	Daya tarik wisata sejarah yang sejenis	0,55%	3,20	0,02	Peluang
7	Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar	10,23%	3,40	0,35	Peluang
8	Keramah-tamahan penduduk sekitar	14,00%	4,00	0,56	Peluang
9	Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada	18,67%	3,80	0,71	Peluang
10	Kenyamanan pengunjung	18,30%	4,00	0,73	Peluang
11	Keamanan	18,48%	4,00	0,74	Peluang
12	Potensi bencana alam	0,36%	1,80	0,01	Ancaman
13	Wabah penyakit Covid-19	0,00%	1,80	0,00	Ancaman

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Rating	Skor	Komentar
	Total	100%		3,73	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan perhitungan nilai EFAS (*External Factor Analysis Summary*) diatas didapat hasil sebesar 3,73. Pada angka tersebut menunjukkan bahwa posisi Daya Tarik Wisata Taman Ayun berpeluang tinggi dalam meningkatkan daya saing.

Berdasarkan perolehan jumlah skor IFAS dan EFAS dari Wisata Taman Ayun yang dianalisis dan dihitung faktor internal dan eksternalnya, maka dapat diketahui posisi wisata Taman Ayun dalam matriks IE Posisi IFAS dan EFAS terdapat pada gambar berikut.

Gambar 4. 10
Matriks Internal Eksternal (IE) Total Skor Faktor Strategi Internal



Sumber: Data diolah (2023)

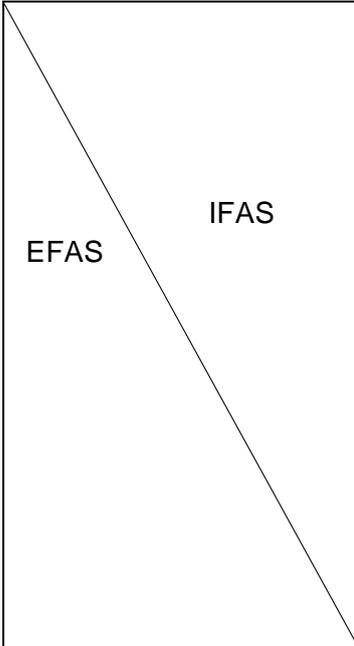
Berdasarkan Gambar 4.2 dapat diketahui bahwa posisi daya tarik wisata Taman Ayun berada pada kuadran I yaitu pertumbuhan. Pada kuadran ini, strategi yang diterapkan adalah strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) yaitu pertumbuhan itu sendiri yang didalamnya terdapat penetrasi pasar,

pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke belakang dan depan, serta integrasi horizontal.

4.4 Analisis SWOT

Indikator-Indikator internal yang menghasilkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan indikator-indikator eksternal yang menghasilkan peluang dan ancaman. Pada Tabel 4.7 terdapat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Daya Tarik Wisata Taman Ayun, diperoleh dari matriks SWOT berikut.

Tabel 4. 7
Matriks SWOT

	<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Relief-relief yang indah 2. Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi 3. Kawasan wisata bersih 4. Suasana yang nyaman 5. Akses lokasi mudah 6. Fasilitas transportasi 7. Toilet bersih 8. Adanya pasar tradisional dekat objek wisata 9. Pusat informasi 10. Staff pemandu 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat parkir yang belum memadai 2. Kurangnya warung makan terdekat
<p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peraturan pemerintah 2. Peningkatan pendapatan daerah 3. Kerjasama dengan pihak eksternal 4. Daya tarik wisata sejarah yang sejenis 5. Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar 6. Keramah-tamahan penduduk sekitar 7. Identifikasi daya tarik 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap menjaga daya tarik (1) Keindahan;(2) Keasrian; dan (3) Kenyamanan lingkungan yang dimiliki Wisata Taman Ayun agar terus dapat berkembang 2. Memanfaatkan perkembangan 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengajukan permohonan kepada pemerintah atau pihak terkait tentang pengadaan fasilitas tempat makan 2. Memanfaatkan dana pendapatan daerah dari tiket yang ada untuk pengembangan

<p>wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Kenyamanan pengunjung 9. Keamanan 	<p>teknologi dalam pemasaran <i>digital</i> agar Daya Tarik Wisata Taman Ayun dapat dikenal lebih luas</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Melakukan pelatihan mendalam terhadap pengelola agar terbentuk SDM yang lebih mampu mengelola Wisata Taman Ayun 4. Berinovasi untuk membuat fasilitas baru yang diperlukan wisatawan 5. Memanfaatkan peran masyarakat sekitar dalam upaya dan strategi pelestarian dalam meningkatkan kecintaan terhadap warisan budaya 6. Melakukan pelatihan terhadap pemandu agar sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam memandu wisatawan 7. Melakukan pelatihan dan penyuluhan mendalam terhadap pengelola dan pegawai untuk mengatasi jika terjadinya bencana alam 	<p>fasilitas</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Melakukan studi banding dengan daya tarik wisata sejarah yang sejenis 4. Melakukan kerjasama dengan pihak eksternal yang terkait seperti akademisi, media, dan swasta 5. Memperluas tempat parkir agar dapat lebih menampung kendaraan wisatawan 6. Membuka peluang lapangan pekerjaan kepada masyarakat di sekitar Wisata Taman Ayun dalam mencari SDM yang unggul 7. Menggunakan keramah-tamahan untuk menarik pengunjung ke Wisata Taman Ayun
<p style="text-align: center;">Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan dalam penanaman modal 2. Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata 3. Potensi bencana alam 4. Wabah penyakit Covid-19 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik (1) Relief-relief yang indah yang asri;(2) Alam yang masih asri dan tertata rapi;(3) Kawasan wisata bersih; dan (4) Suasana yang nyaman 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerjasama dengan daya tarik wisata lain untuk membuat paket wisata bersama 2. Bekerjasama dengan penyedia makanan dan minuman sekitar Wisata Taman Ayun 3. Melakukan

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Mengembangkan fasilitas yang sudah ada seperti (1) Akses lokasi wisata; (2) Fasilitas Transportasi; (3) Toilet, tempat cuci tangan dan fasilitas lain yang akan digunakan oleh wisatawan pada saat berkunjung; (4) Pasar tradisional yang berada di dekat Wisata Taman Ayun 3. Menerapkan segala informasi yang berbasis digital agar wisata dapat mengikuti perkembangan teknologi 4. Memberikan informasi tertulis kepada wisatawan berupa aturan terkait hal yang boleh dilakukan maupun tidak karena Wisata Taman Ayun terdapat areal kawasan tempat suci 5. Memperhatikan hal seperti (1) Kenyamanan pengunjung;(2) Keamanan;(3) Kesiapan tempat wisata jika terjadi potensi bencana alam; (4) Menerapkan protokol kesehatan agar tidak terpapar wabah Covid-19 	<p>Kerjasama dengan memanfaatkan peran pemerintah tentang peningkatan dalam penanaman modal</p>
--	--	---

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis strategi SO, WO, ST, WT, maka dapat diperoleh dalam pengembangan Wisata Taman Ayun yaitu

1. Strategi SO

- a. Tetap menjaga daya tarik (1) Keindahan; (2) Keasrian; dan (3) Kenyamanan lingkungan yang dimiliki Wisata Taman Ayun agar terus dapat berkembang.
- b. Memanfaatkan perkembangan teknologi dalam pemasaran *digital* agar Daya Tarik Wisata Taman Ayun dapat dikenal lebih luas.
- c. Melakukan pelatihan mendalam terhadap pengelola agar terbentuk SDM yang lebih mampu mengelola Wisata Taman Ayun.
- d. Berinovasi untuk membuat fasilitas baru yang diperlukan wisatawan.
- e. Memanfaatkan peran masyarakat sekitar dalam upaya dan strategi pelestarian dalam meningkatkan kecintaan terhadap warisan budaya.
- f. Melakukan pelatihan terhadap pemandu agar sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam memandu wisatawan.
- g. Melakukan pelatihan dan penyuluhan mendalam terhadap pengelola dan pegawai untuk mengatasi jika terjadinya bencana alam.

2. Strategi ST

- a. Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik (1) Relief-relief yang indah yang asri; (2) Alam yang masih asri dan tertata rapi; (3) Kawasan wisata bersih; dan (4) Suasana yang nyaman.
- b. Mengembangkan fasilitas yang sudah ada seperti (1) Akses lokasi wisata; (2) Fasilitas Transportasi; (3) Toilet, tempat cuci tangan dan fasilitas lain yang akan digunakan oleh wisatawan pada saat berkunjung; (4) Pasar tradisional yang berada di dekat Wisata Taman Ayun.

- c. Menerapkan segala informasi yang berbasis digital agar wisata dapat mengikuti perkembangan teknologi.
- d. Memberikan informasi tertulis kepada wisatawan berupa aturan terkait hal yang boleh dilakukan maupun tidak karena Wisata Taman Ayun terdapat areal kawasan tempat suci.

3. Strategi WO

- a. Mengajukan permohonan kepada pemerintah atau pihak terkait tentang pengadaan fasilitas tempat makan.
- b. Memanfaatkan dana pendapatan daerah dari tiket yang ada untuk pengembangan fasilitas.
- c. Melakukan studi banding dengan daya tarik wisata sejarah yang sejenis.
- d. Melakukan kerjasama dengan pihak eksternal yang terkait seperti akademisi, media, dan swasta.
- e. Memperluas tempat parkir agar dapat lebih menampung kendaraan wisatawan.
- f. Membuka peluang lapangan pekerjaan kepada masyarakat di sekitar Wisata Taman Ayun dalam mencari SDM yang unggul.
- g. Menggunakan keramah-tamahan untuk menarik pengunjung ke Wisata Taman Ayun.

4. Strategi WT

- a. Melakukan kerjasama dengan daya tarik wisata lain untuk membuat paket wisata Bersama.
- b. Bekerjasama dengan penyedia makanan dan minuman sekitar Wisata Taman Ayun.

- c. Melakukan kerjasama dengan memanfaatkan peran pemerintah tentang peningkatan dalam penanaman modal.

4.5 Tahapan pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan perumusan strategi setelah mengamati dan menganalisis faktor eksternal dan internal dari Daya Tarik Wisata Taman Ayun. Adapun perumusan strateginya yaitu Daya Tarik Wisata Taman Ayun berada di keadaan yang menguntungkan karena memiliki banyak peluang dan kekuatan. Dalam keadaan ini strategi yang akan digunakan Daya Tarik Wisata Taman Ayun dalam pengembangannya sesuai matriks SWOT adalah strategi pertumbuhan, karena terdapat peluang lingkungan eksternal cukup besar dan memiliki kekuatan internal cukup besar. Memanfaatkan daya tarik yang dimiliki berupa keasrian, kebersihan, dan kenyamanan lingkungan, serta mengikuti perkembangan teknologi dalam pemasaran *digital* yang dapat berpotensi besar dalam meraih peluang tersebut, maka alternatif strategi pertumbuhan cenderung dipilih. Dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang sebesar-besarnya sehingga mendukung perkembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun sebagai warisan budaya dunia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun di Kabupaten Badung maka dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapat kesimpulan untuk menjawab permasalahan tersebut, yaitu: posisi melalui matriks IFAS dan EFAS maka diperoleh skor IFAS sebesar 3,38 dan untuk skor EFAS sebesar 3,73 dimana dapat diketahui posisi Wisata Taman Ayun berada di kuadran I yang berarti posisi Pertumbuhan.

Berdasarkan hasil analisis strategi SO, WO, ST, WT, maka dapat diperoleh dalam pengembangan Wisata Taman Ayun yaitu:

1. Strategi SO

- a. Tetap menjaga daya tarik (1) Keindahan; (2) Keasrian; dan (3) Kenyamanan lingkungan yang dimiliki Wisata Taman Ayun agar terus dapat berkembang.
- b. Memanfaatkan perkembangan teknologi dalam pemasaran *digital* agar Daya Tarik Wisata Taman Ayun dapat dikenal lebih luas.
- c. Melakukan pelatihan mendalam terhadap pengelola agar terbentuk SDM yang lebih mampu mengelola Wisata Taman Ayun.
- d. Berinovasi untuk membuat fasilitas baru yang diperlukan wisatawan.
- e. Memanfaatkan peran masyarakat sekitar dalam upaya dan strategi pelestarian dalam meningkatkan kecintaan terhadap warisan budaya.
- f. Melakukan pelatihan terhadap pemandu agar sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam memandu wisatawan.

- g. Melakukan pelatihan dan penyuluhan mendalam terhadap pengelola dan pegawai untuk mengatasi jika terjadinya bencana alam.

2. Strategi ST

- a. Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik (1) Relief-relief yang indah yang asri; (2) Alam yang masih asri dan tertata rapi; (3) Kawasan wisata bersih; dan (4) Suasana yang nyaman.
- b. Mengembangkan fasilitas yang sudah ada seperti (1) Akses lokasi wisata; (2) Fasilitas Transportasi; (3) Toilet, tempat cuci tangan dan fasilitas lain yang akan digunakan oleh wisatawan pada saat berkunjung; (4) Pasar tradisional yang berada di dekat Wisata Taman Ayun.
- c. Menerapkan segala informasi yang berbasis digital agar wisata dapat mengikuti perkembangan teknologi.
- d. Memberikan informasi tertulis kepada wisatawan berupa aturan terkait hal yang boleh dilakukan maupun tidak karena Wisata Taman Ayun terdapat areal kawasan tempat suci.
- e. Memperhatikan hal seperti (1) Kenyamanan pengunjung; (2) Keamanan; (3) Kesiapan tempat wisata jika terjadi potensi bencana alam; (4) Menerapkan protokol kesehatan agar tidak terpapar wabah Covid-19.

3. Strategi WO

- a. Mengajukan permohonan kepada pemerintah atau pihak terkait tentang pengadaan fasilitas tempat makan.
- b. Memanfaatkan dana pendapatan daerah dari tiket yang ada untuk pengembangan fasilitas.
- c. Melakukan studi banding dengan daya tarik wisata sejarah yang sejenis.

- d. Melakukan kerjasama dengan pihak eksternal yang terkait seperti akademisi, media, dan swasta.
- e. Memperluas tempat parkir agar dapat lebih menampung kendaraan wisatawan.
- f. Membuka peluang lapangan pekerjaan kepada masyarakat di sekitar Wisata Taman Ayun dalam mencari SDM yang unggul.
- g. Menggunakan keramah-tamahan untuk menarik pengunjung ke Wisata Taman Ayun.

4. Strategi WT

- a. Melakukan kerjasama dengan daya tarik wisata lain untuk membuat paket wisata bersama.
- b. Bekerjasama dengan penyedia makanan dan minuman sekitar Wisata Taman Ayun.
- c. Melakukan kerjasama dengan memanfaatkan peran pemerintah tentang peningkatan dalam penanaman modal.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan pada pengelola daya tarik untuk pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun di Kabupaten Badung adalah:

1. Diharapkan dapat menjaga dan melestarikan keasrian potensi wisata yang dimiliki, karena merupakan modal dalam mengembangkan objek wisata.
2. Melakukan pelatihan bagi masyarakat sekitar dan pengelola terhadap pentingnya pariwisata dan mengetahui cara mengelola destinasi wisata.
3. Meningkatkan kualitas fasilitas umum yang dibutuhkan demi kenyamanan wisatawan yang berkunjung.

4. Melakukan kerjasama dengan pihak eksternal yang terkait seperti akademisi, media, dan swasta serta memanfaatkan perkembangan teknologi dalam pemasaran *digital* agar dapat dikenal lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, B. 2018.10 Bab II Tinjauan Pustaka. <http://eprints.polsri.ac.id/5907/3/BAB%20II.pdf>. Diakses 25 Januari 2022.
- Aprilia, E.R., dkk. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51 No. 2 Oktober 2017.
- Arif, M. and Syam, A., 2017. Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah*, 2(2), pp.191-200.
- Asmariva, H., Rusli, Z. and Tua, H., 2017. Strategi Pengembangan Kawasan Objek Wisata Candi Muara Takus. *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 15(2), pp.349-355.
- Cornelis, C.A.E., Fanggal, A.H. and Timuneno, T., 2019. Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Fatuleu. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 8(1), pp.117-132.
- Efendi, M.N., Kumbara, A.A.N.A. and Surya, I.K., 2017. Strategi pengembangan monumen kapal selam sebagai daya tarik wisata di Kota Surabaya. *J. Master Pariwisata*, 3(2), pp.302-312.
- Ermawati, E.A. and Putra, A.P., 2020. STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ASRAMA INGGRISAN SEBAGAI HERITAGE TOURISM DI KABUPATEN BANYUWANGI. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(2), pp.61-71.
- Go id, dispar bone. 2019. Jenis-Jenis Tempat Wisata Berdasarkan Motif Wisatawan, Lokasi Tujuan, dan Perjalanan. <https://dispar.bone.go.id/2019/02/jenis-jenis-tempat-wisata-berdasarkan-motif-wisatawan-lokasi-tujuan-dan-perjalanan/>. Diakses 25 Januari 2022.
- Gumede, T.K., 2019. Heritage tourism as a strategy for the local economic development in KwaZulu-Natal, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), pp.1-15.
- Handayani, N., 2019. Strategi Pengembangan Pelabuhan Sunda Kelapa Sebagai Gerbang Wisata Sejarah Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Jayanti, T.B., 2017. Strategi pengembangan urban heritage tourism Kota Cirebon, Jawa Barat. *Jurnal Koridor*, 8(2), pp.195-205.

- Junaedi, I. W. R., Veronika, T., Irawan, I., & Wiratanaya, G. N. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA SETULANG, KECAMATAN MALINAU SELATAN, KABUPATEN MALINAU, KALIMANTAN UTARA. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan bisnis, Akuntansi*, 2(1), 29-39.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, 2014), hal.201.
- Kanom, K., 2015. Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1(2), pp.25-42.
- Kantawateera, K., Naipinit, A., Sakolnakorn, T.P.N., Churngchow, C. and Kroeksakul, P., 2013. A SWOT analysis of tourism development in Khon Kaen, Thailand. *Asian Social Science*, 9(17), p.226.
- Kepariwisataan. 2009. Jakarta : Kementerian Pariwisata RI.
- Lak, A., Gheitasi, M. and Timothy, D.J., 2020. Urban regeneration through heritage tourism: cultural policies and strategic management. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), pp.386-403.
- Mondal, M. and Haque, S., 2017. SWOT analysis and strategies to develop sustainable tourism in Bangladesh. *UTMS Journal of Economics*, 8(2), pp.159-167.
- Muljadi, A.J. 2012. *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta : Raja Grafindo Perkasa
- Osin, R.F., Kusuma, I.R.W. and Suryawati, D.A., 2019. Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14(1).
- Pratiwi, L. A. (2023). *Proses Perizinan Usaha Wisata Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan (Studi Kasus di Kota Sabang)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Fakultas Syariah dan Hukum).
- Rangkuti. 2015. *Riset Pemasaran*. Cetakan kedelapan. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Rangkuti. 2017. *Customer Care Exllence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. 2019. Pariwisata (Pengertian, Unsur, Bentuk dan Jenis Wisata). <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html>. Diakses 25 Januari 2022.

- Sendi, S. 2020. 6 Bab II Landasan Teori. <http://digilib.ikipgripta.ac.id/654/3/SKRIPSI%20BAB%20II.pdf>. Diakses 25 Januari 2022.
- Suberata, N.P.P.P. 2019. Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tegenungan Di Desa Kemenuh Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *Skripsi*. Jurusan Manajemen FEH. Badung:Dhyana Pura.
- Sugihartoyo, S. and Widagdo, W., 2010. Strategi Pengembangan Wisata Kota Tua Sebagai Salah Satu Upaya Pelestarian Urban Heritage (Studi Kasus: Koridor Kali Besar, Jakarta Barat). *Jurnal PLANESATM Vol, 1(1)*.
- Tambunan, T.S., 2020. SWOT Analysis for Tourism Development Strategy of Samosir Regency. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(2), pp.90-105.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Utama, I.G.B.R. 2014. *Pengertian Industri Pariwisata : Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. 2015. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia:: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*. Deepublish.
- Utama, I.G.B.R. 2015. *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish.
- Utama, I.G.B.R, 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Waruwu, D. (2017). Kawasan Puja Mandala Wujud Kearifan Lokal dan Destinasi Wisata Spiritual dalam Pengembangan Model Toleransi di Indonesia. *VIDYA SAMHITA: Jurnal Penelitian Agama*, 3(1).
- Yanwardhana, E. 2021. Sandi Uno: Bali Penyumbang Devisa Terbesar di Pariwisata RI. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211222193439-4-301297/sandi-uno-bali-penyumbang-devisa-terbesar-di-pariwisata-ri>. Diakses 21 Agustus 2023.

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Wawancara Semi-Terstruktur

Internal

1. Mohon memperkenalkan nama, organisasi, dan jabatan dalam organisasi?
2. Bolehkah Anda menjelaskan peran Anda dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
3. Menurut anda, apa saja daya tarik wisata yang ada di Daya Tarik Wisata Taman Ayun dan apakah suasana alam di Daya Tarik Wisata Taman Ayun masih asri dan tertata rapi dan nyaman?
4. Menurut anda, apakah Kawasan Daya Tarik Wisata Taman Ayun bersih?
5. Dapatkah anda mendesripsikan akses jalan menuju Daya Tarik Wisata Taman Ayun dan seperti apa akses jalan didalam Daya Tarik Taman Ayun?
6. Apakah terdapat petunjuk arah ke Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
7. Menurut anda, apa saja sarana dan fasilitas yang disediakan di Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
8. Menurut anda, apakah fasilitas yang disediakan oleh Daya Tarik Wisata Taman Ayun seperti toilet tergolong bersih dan apakah disediakan tempat parkir yang memadai untuk wisatawan?
9. Apakah fasilitas Daya Tarik Wisata menyediakan fasilitas seperti kantin di Daya tarik Wisata atau pasar traditional terdekat yang bisa memenuhi kebutuhan wisatawan?
10. Apakah disediakan pusat informasi dan staff pemandu untuk wisatawan

Eksternal

1. Apakah peraturan pemerintah yang ditetapkan di Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
2. Menurut anda, seperti apa dukungan pemerintah terhadap pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
3. Menurut anda, apakah ada keterlibatan perusahaan eksternal/swasta terhadap pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun? Seperti apa

dukungan perusahaan eksternal/swasta tersebut?

4. Apakah ada kerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan penanaman modal guna melancarkan pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun?
5. Apakah ada daya tarik wisata yang dekat dengan daya tarik wisata Taman Ayun dan apakah ada daya tarik wisata sejarah yang sejenis dengan Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
6. Dapatkah Anda menjelaskan penciptaan lapangan kerja di desa maupun sekitar desa terkait dengan keberadaan Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
7. Dapatkah anda menjelaskan apakah keramah-tamahan masyarakat dapat menarik wisatawan untuk berkunjung?
8. Apakah menurut anda, ada daya tarik wisata dan kebudayaan daerah lainnya di sekitar Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
9. Menurut Anda, apakah ada kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
10. Menurut Anda,apakah ancaman bencana alam mempengaruhi kunjungan ke Daya Tarik Wisata Taman Ayun? Dan bagaimana kesiapan/kewaspadaan Daya Tarik Wisata Taman Ayun untuk mengatasi jika terjadi bencana alam di Daya Tarik Wisata Taman Ayun?
11. Bagaimana menurut anda, Daya Tarik Wisata Taman Ayun sudah menerapkan protokol kesehatan untuk menanggulangi terjadinya penularan wabah penyakit covid-19?

Lampiran 2: Kuesioner Rating dan Bobot

KUESIONER RATING UNTUK PARA RESPONDEN

Petunjuk: Mohon memberikan penilaian (rating) sesuai dengan pendapat saudara/l dengan mengisi tanda *check list* pada kolom STS, TS, S, SS yang telah disediakan sebagai jawaban dari masing-masing indikator, dengan keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

1. Bagaimana Saudara/imenilai pengaruh indikator-indikator internal berikut pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun?

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
1. Terdapat relief-relief yang indah				
2. Terdapat suasana alam yang masih asri dan tertata rapi				
3. Terdapat kawasan wisata bersih				
4. Terdapat suasana yang nyaman				
5. Akses lokasi mudah				
6. Adanya fasilitas transportasi				
7. Terdapat toilet bersih				
8. Terdapat tempat parkir yang memandai				
9. Adanya warung makan terdekat				
10. Adanya pasar tradisional dekat objek wisata				

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
11. Terdapat pusat informasi				
12. Terdapat staff pemandu				

2. Bagaimana Saudara/imenilai pengaruh indikator-indikator eksternal berikut pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun?

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
1. Adanya peraturan pemerintah				
2. Terdapat peningkatan pendapatan daerah				
3. Adanya kerjasama dengan pihak eksternal				
4. Terdapat peningkatan dalam penanaman modal				
5. Adanya daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata				
6. Terdapat daya tarik wisata sejarah yang sejenis				
7. Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar				
8. Adanya keramah-tamahan penduduk sekitar				
9. Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada				
10. Adanya kenyamananpengujung				

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
11. Terdapat keamanan untuk wisatawan selama berwisata ke Bali.				
12. Adanya potensi bencana alam yang mungkin terjadi di Bali				
13. Adanya wabah penularan Covid-19				

KUESTIONER PEMBOBOTAN (EXPERT PARIWISATA SETEMPAT)

Mohon memberikan penilaian (bobot) atau tingkat kepentingan sesuai dengan pendapat Saudara/i, pada setiap indikator dengan skala 0% sampai dengan 100%

- Menurut Saudara/i, seberapa penting indikator-indikator internal berikut untuk pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun?

INDIKATOR	KETERANGAN	% BOBOT/ % TINGKAT KEPENTINGAN
1. Relief-relief yang indah	Adanya relief-relief yang melambangkan Sembilan dewa mata angin (<i>Dewata Nawa Sanga</i>)	
2. Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi	Adanya sungai yang mengelilingi daya tarik wisata dan kebun botanical yang di tata rapi serta jalan setapak yang melingkar memberi kesan rapi dan keindahan.	
3. Kawasan wisata bersih	Adanya kawasan daya tarik wisata yang bersih terdapat	

INDIKATOR	KETERANGAN	% BOBOT/ % TINGKAT KEPENTINGAN
	tempat sampah untuk wisatawan yang berkunjung agar tetap terjaga kebersihan kawasan daya tarik wisata Taman Ayun.	
4. Suasana yang nyaman	Adanya suasana yang nyaman saat berkunjung ke daya tarik wisata Taman Ayun karena lingkungan yang bersih dan juga tertata rapi sehingga memberikan kenyamanan pada wisatawan pada saat berkunjung	
5. Akses lokasi mudah	Adanya akses menuju daya tarik wisata Taman Ayun sangat bagus karena akses lokasi sudah di paving dan di hotmix, yang dapat diakses oleh kendaraan roda dua, roda empat, dan roda enam.	
6. Fasilitas transportasi	Adanya akses jalan di dalam daya tarik wisata	
7. Toilet bersih	Adanya toilet yang disediakan oleh pihak pengelola tersebut bersih dan layak digunakan wisatawan.	
8. Tempat parkir yang	Adanya area parkir yang	

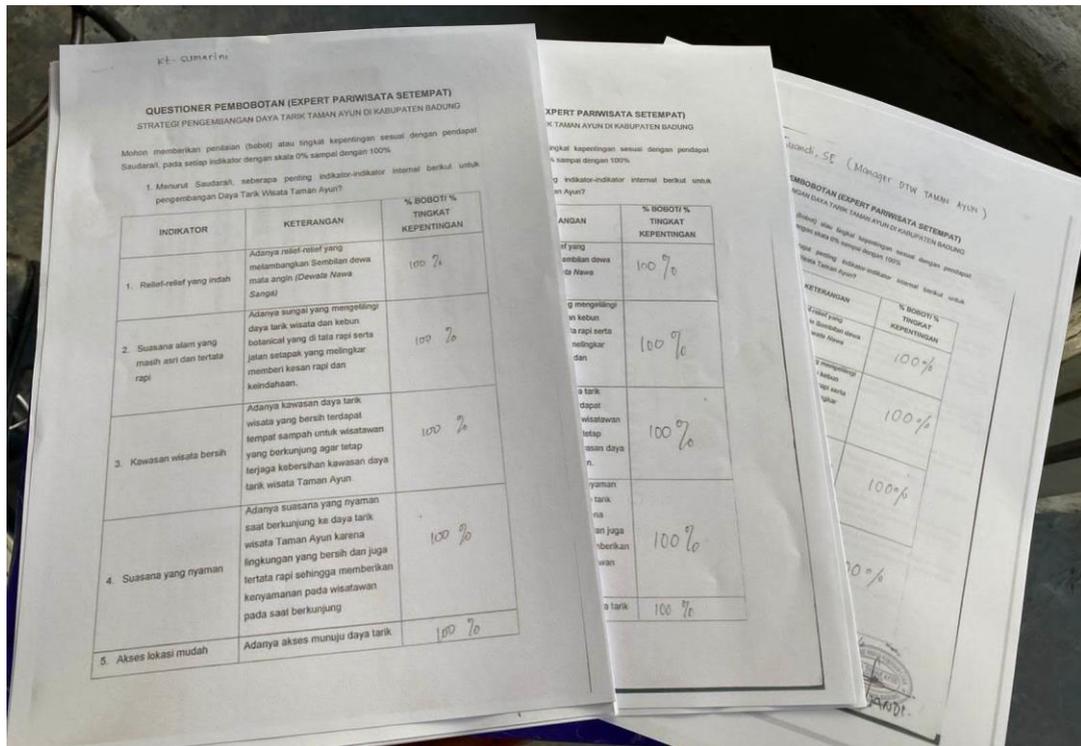
INDIKATOR	KETERANGAN	% BOBOT/ % TINGKAT KEPENTINGAN
memandai	disediakan terbilang luas dan memandai untuk roda dua, roda empat, dan roda enam..	
9. Adanya warung makan terdekat	Adanya warung makan atau kantin dekat dengan daya tarik wisata Taman Ayun yang disediakan untuk wisatawan yang berkunjung.	
10. Adanya pasar tradisional dekat objek wisata	Adanyapasar tradisional mengwi dekat dengan daya tarik wisata Taman Ayun untuk wisatawan yang ingin mencoba makanan tradisonal khas Bali.	
11. Pusat informasi	Adanya fasilitas berupa Pusat informasi (<i>tourism information center</i>)yang berada di sebelah kanan pintu masuk (<i>gapura</i>).	
12. Staff pemandu	Adanya pemandu wisata untuk memudahkan wisatawan dalam menelusuri daya tarik wisata serta memberi tahu larangan dari daya tarik wisata kepada wisatawan yang berkunjung.	
TOTAL		100%

2. Menurut Saudara/i, seberapa penting indikator-indikator eksternal berikut untuk pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun?

INDIKATOR	PERNYATAAN	%BOBOT% TINGKAT KEPENTINGAN
1. Peraturan pemerintah	Adanya peraturan pemerintah yang ditetapkan.	
2. Peningkatan pendapatan daerah	Adanya kerjasama dengan pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan pendapatan daerah.	
3. Kerjasama dengan pihak eksternal	Adanya kerjasama dengan pihak eksternal seperti travel agent.	
4. Peningkatan dalam penanaman modal	Adanya kerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan penanaman modal guna melancarkan pengembangan daya tarik wisata Taman Ayun.	
5. Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata	Adanya daya tarik wisata yang dekat dengan daya tarik wisata Taman Ayun.	
6. Daya tarik wisata sejarah yang sejenis	Adanya daya tarik wisata sejarah yang sejenis dengan daya tarik wisata Taman Ayun.	
7. Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar	Tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.	
8. Keramah-tamahan penduduk sekitar	Adanya kerjasama dengan masyarakat sekitar untuk menarik wisatawan untuk berkunjung	
9. Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada	Adanya daya tarik wisata serta kebudayaan daerah yang lainnya yang ada di sekitaran daya tarik wisata.	
10. Kenyamanan pengunjung	Adanya fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan	

	kepada wisatawan yang berkunjung.	
11. Keamanan	Terdapat keamanan untuk wisatawan yang datang untuk berkunjung.	
12. Potensi bencana alam	Terdapat potensi bencana alam yang seandainya akan terjadi di objek wisata sehingga tidak membahayakan wisatawan yang berkunjung.	
13. Wabah penyakit Covid-19	Adanya protokol kesehatan untuk para wisatawan yang berkunjung sehingga tidak terjadi penularan wabah penyakit covid-19.	
TOTAL		100%

Lampiran 3: Data Kuesioner Responden dan Informan





Section 1 of 3

KUISIONER PENELITIAN STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA TAMAN AYUN DI KABUPATEN BADUNG

Form description

"Om Swastyastu"
 "Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh"
 "Salam Sejahtera bagi Kita Semua"
 "Shalom"
 "Namô Buddhaya"
 "Salam Kebajikan"

Perkenalkan saya Ni Made Wahyuningsih, mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA TAMAN AYUN DI KABUPATEN BADUNG". Oleh karena itu saya memohon kesediaan dari saudara/i sekalian untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian dengan jujur dan tulus. Semua Informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.
 Saya mengucapkan terima kasih atas dukungan dan partisipasi saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini.

Name *

Short answer text

Email *

Short answer text

Questions Responses 13 Settings Total points

putuadrian25@gmail.com

aninyenerikabilelopada@gmail.com

firminus09@gmail.com

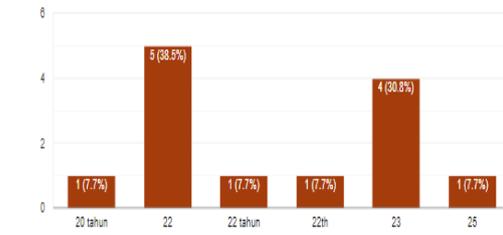
sangmadewidhi1212@gmail.com

19110101064@undhirabali.ac.id

dedisusila46@gmail.com

Usia

13 responses



Usia	Jumlah	Persentase
20 tahun	1	7.7%
22	5	38.5%
22 tahun	1	7.7%
22th	1	7.7%
23	4	30.8%
25	1	7.7%

Lampiran 4: Hasil Tabulasi Bobot Internal

Indikator Internal	Informan					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
1	9.90	9.76	10.10	9.74	9.79	49.30	9.86
2	9.90	9.76	10.10	10.26	9.79	49.81	9.96
3	9.90	9.76	9.60	9.74	9.79	48.79	9.76
4	9.90	9.76	9.60	9.74	9.28	48.27	9.65
5	9.41	9.76	9.60	9.23	9.28	47.27	9.45
6	9.41	9.76	9.09	9.74	9.28	47.27	9.45
7	9.41	9.76	9.09	9.23	9.28	46.76	9.35
8	4.95	4.88	5.05	5.13	5.15	25.16	5.03
9	2.48	2.44	2.53	2.56	2.58	12.58	2.52
10	4.95	4.88	5.05	5.13	5.15	25.16	5.03
11	9.90	9.76	10.10	9.74	10.31	49.81	9.96
12	9.90	9.76	10.10	9.74	10.31	49.81	9.96
Jumlah	100	100	100	100	100	500	100

Lampiran 5: Hasil Tabulasi Bobot Eksternal

Indikator Eksternal	Informan					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
1	4.67	4.76	4.63	4.46	4.81	23.34	4.67
2	4.67	4.76	4.63	4.46	4.81	23.34	4.67
3	9.35	9.52	9.26	8.93	9.62	46.67	9.33
4	0.93	0.00	0.93	0.89	0.96	3.71	0.74
5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
6	0.93	0.00	0.93	0.89	0.00	2.75	0.55
7	9.35	9.52	9.26	13.39	9.62	51.14	10.23
8	14.02	14.29	13.89	13.39	14.42	70.01	14.00
9	18.69	19.05	18.52	17.86	19.23	93.35	18.67
10	18.69	19.05	18.52	16.96	18.27	91.49	18.30
11	18.69	19.05	18.52	17.86	18.27	92.38	18.48
12	0.00	0.00	0.93	0.89	0.00	1.82	0.36
13	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Jumlah	100	100	100	100	100	500	100

Lampiran 6: Hasil Tabulasi Rating Internal

Indikator-Indikator Internal							Total Rating Indikator	Rata -Rata Rating	Bobot	Skor
No	Indikator	Rating Responden								
		1	2	3	4	5				
1	Relief-relief yang indah	4	4	4	4	4	20	4	9.86	0.39
2	Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi	2	4	4	4	4	18	3.6	9.96	0.36
3	Kawasan wisata bersih	4	4	4	4	3	19	3.8	9.76	0.37
4	Suasana yang nyaman	2	3	3	3	4	15	3	9.65	0.29
5	Akses lokasi mudah	4	4	4	3	3	18	3.6	9.45	0.34
6	Fasilitas transportasi	4	2	4	4	4	18	3.6	9.45	0.34
7	Toilet bersih	4	1	3	3	3	14	2.8	9.35	0.26
8	Tempat parkir yang memandai	2	3	2	2	3	12	2.4	5.03	0.12
9	Adanya warung makan terdekat	2	1	1	2	2	8	1.6	2.52	0.04
10	Adanya pasar tradisional dekat objek wisata	3	3	4	4	4	18	3.6	5.03	0.18
11	Pusat informasi	3	3	4	3	4	17	3.4	9.96	0.34
12	Staff Pemandu	4	3	4	3	3	17	3.4	9.96	0.34
Jumlah							194	38.8	100	3.38

Lampiran 7: Hasil Tabulasi Rating Eksternal

Indikator-Indikator Eksternal										
No	Indikator	Rating Responden					Total Rating Indikator	Rata - Rata Rating	Bobot	Skor
		1	2	3	4	5				
1	Peraturan pemerintah	4	3	3	3	3	16	3.2	4.67	0.15
2	Peningkatan pendapatan daerah	3	4	3	3	3	16	3.2	4.67	0.15
3	Kerjasama dengan pihak eksternal	4	3	3	3	3	16	3.2	9.33	0.30
4	Peningkatan dalam penanaman modal	2	2	2	3	2	11	2.2	0.74	0.02
5	Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata	2	2	3	2	3	12	2.4	0.00	0.00
6	Daya tarik wisata sejarah yang sejenis	4	3	3	3	3	16	3.2	0.55	0.02
7	Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar	3	4	4	3	3	17	3.4	10.23	0.35
8	Keramah-tamahan penduduk sekitar	4	4	4	4	4	20	4	14.00	0.56
9	Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada	4	3	4	4	4	19	3.8	18.67	0.71
10	Kenyamanan pengunjung	4	4	4	4	4	20	4	18.30	0.73
11	Keamanan	4	4	4	4	4	20	4	18.48	0.74
12	Potensi bencana alam	1	2	1	2	3	9	1.8	0.36	0.01
13	Wabah penyakit Covid-19	1	2	1	1	4	9	1.8	0.00	0.00
Jumlah							201	40.20	100	3.73

Lampiran 8: Tabulasi Data Bobot IFAS

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Rating	Skor	Komentar
1	Relief-relief yang indah	9,86%	4,00	0,39	Kekuatan
2	Suasana alam yang masih asri dan tertata rapi	9,96%	3,60	0,36	Kekuatan
3	Kawasan wisata bersih	9,76%	3,80	0,37	Kekuatan
4	Suasana yang nyaman	9,65%	3,00	0,29	Kekuatan
5	Akses lokasi mudah	9,45%	3,60	0,34	Kekuatan
6	Fasilitas transportasi	9,45%	3,60	0,34	Kekuatan
7	Toilet bersih	9,35%	2,80	0,26	Kekuatan
8	Tempat parkir yang memadai	5,03%	2,40	0,12	Kelemahan
9	Adanya warung makan terdekat	2,52%	1,60	0,04	Kelemahan
10	Adanya pasar tradisional dekat objek wisata	5,03%	3,60	0,18	Kekuatan
11	Pusat informasi	9,96%	3,40	0,34	Kekuatan
12	Staff Pemandu	9,96%	3,40	0,34	Kekuatan
Total		100%		3,38	

Lampiran 9: Tabulasi Data Bobot EFAS

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Rating	Skor	Komentar
1	Peraturan pemerintah	4,67%	3,20	0,15	Peluang
2	Peningkatan pendapatan daerah	4,67%	3,20	0,15	Peluang
3	Kerjasama dengan pihak eksternal	9,33%	3,20	0,30	Peluang
4	Peningkatan dalam penanaman modal	0,74%	2,20	0,02	Ancaman
5	Daya tarik wisata lain di sekitar daya tarik wisata	0,00%	2,40	0,00	Ancaman
6	Daya tarik wisata sejarah yang sejenis	0,55%	3,20	0,02	Peluang
7	Peluang pekerjaan bagi penduduk sekitar	10,23 %	3,40	0,35	Peluang
8	Keramah-tamahan penduduk sekitar	14,00 %	4,00	0,56	Peluang
9	Identifikasi daya tarik wisata lainnya dan kebudayaan daerah yang ada	18,67 %	3,80	0,71	Peluang
10	Kenyamanan pengunjung	18,30 %	4,00	0,73	Peluang
11	Keamanan	18,48 %	4,00	0,74	Peluang
12	Potensi bencana alam	0,36%	1,80	0,01	Ancaman
13	Wabah penyakit Covid-19	0,00%	1,80	0,00	Ancaman
Total		100%		3,73	

Lampiran 10: Surat Penelitian

 **UNIVERSITAS DHYANA PURA**
UNDHIRA - BALI
SK MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011
Perguruan tinggi teladan dan unggulan

Nomor : 331/UNDHIRA-PEN.BAA/2023
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth:
Pengelola Objek Wisata Taman Ayun
di Jl. Ayodya No. 10, Mengwi, Kec. Mengwi,
Badung

Dengan hormat,

Sesuai dengan pedoman akademik di Universitas Dhyana Pura, bahwa mahasiswa dinyatakan lulus dan boleh diwisuda jika telah menyelesaikan tugas akhir (Skripsi).

Berkenaan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu dapat membantu kami dengan memberikan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk penyelesaian tugas akhir tersebut. Mahasiswa kami tersebut adalah:

Nama : Ni Made Wahyuningsih
NIM : 19110101106
Fakultas : Ekonomika dan Humaniora
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S.1 / Sarjana
Semester : Genap

Adapun data-data yang diperlukan oleh mahasiswa kami tersebut adalah:

1. Data pengunjung 2019 - 2023
2. Struktur organisasi

Demikian surat permohonan kami, atas bantuan yang diberikan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.

Tegaljaya, 15 Juni 2023
Universitas Dhyana Pura

Erowati Rahayu, S.Pd
Kabag. BAA

Menjadikan Universitas Dhyana Pura sebagai pusat pembentukan manusia seutuhnya yang berkualitas secara akademik berakhlak, profesional, perilaku dan spiritual

Alamat : Jl. Raya Padang Luwih, Tegaljaya, Dalung, Kuta Utara, Badung - BALI 80361,
Telp. : (0361) 426450, 426451, Fax (0361) 426452
email : undhirabali@undhirabali.ac.id | website : undhirabali.ac.id

Lampiran 11: Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS DHYANA PURA
 SK. MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011, TGL. 7 JULI 2011
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. Raya Padang Luwih, Br. Tegallaya, Dalung, Kuta Utara, Badung
 Telp. (0361) 426450 – 426451, Fax. (0361) 426452

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : NI MADE WAHYUNINGSIH
NIM : 19110101106
Prog. Studi : Manajemen
Konsentrasi : BISNIS PARIWISATA



Judul Skripsi :
STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIF
WISATA TAMAN AYUN DI KABUPATEN
BADUNG

Pembimbing I: <u>Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., MMA, MA</u>				Pembimbing II: <u>Dr. Dermawan Waruwu, M.Si</u>			
No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	24/03-23	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>	1	9/4/2023	Cara penulisan latar belakang	<i>[Signature]</i>
2	14/04-23	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>	2	18/4/2023	Cara penulisan bab 1 - 3	<i>[Signature]</i>
3	14/04-23	Penyusunan Kuisisioner	<i>[Signature]</i>	3	18/4/2023	Penyusunan kuisisioner	<i>[Signature]</i>
4	22/04-23	ACC Kuisisioner	<i>[Signature]</i>	4	25/4/2023	ACC kuisisioner	<i>[Signature]</i>
5	30/05-23	Revisi Bab IV	<i>[Signature]</i>	5	10/6/2023	Revisi BAB IV	<i>[Signature]</i>
6	07/06-23	Revisi Bab IV dan V	<i>[Signature]</i>	6	15/6/2023	Revisi BAB V	<i>[Signature]</i>
7	09/06-23	ACC Bab I - V	<i>[Signature]</i>	7	17/6/2023	Turnitin 1	<i>[Signature]</i>
8	20/06-23	Siap diujikan	<i>[Signature]</i>	8	27/06/2023	Turnitin 2	<i>[Signature]</i>
		<i>[Signature]</i>		9	27/06/2023	Skripsi siap diujikan (ACC)	<i>[Signature]</i>
		<i>[Signature]</i>		10			<i>[Signature]</i>

Badung, 20/06/2023
 Universitas Dhyana Pura
 Fak. Ekonomika dan Humaniora
 Program Studi Manajemen

[Signature]
Dr. I Gusti Bagus Rai Utama
 Pembimbing I

Tanggal, 20/06/2023
 Mahasiswa dinyatakan siap
 Mengikuti Ujian Skripsi

[Signature]
Dr. Dermawan Waruwu, M.Si
 Pembimbing II