



Analisis Pengembangan Daya Tarik Wisata dalam Komponen 4A: Studi Kasus Objek Wisata Danau Pading Desa Perlang

Novia Angelica^{*1}, Stephanie Rosanto²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: angelicanovia008@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-04-09 Revised: 2024-05-27 Published: 2024-06-13 Keywords: <i>Danau Pading;</i> <i>Tourist Attraction;</i> <i>4A.</i>	Danau Pading is one of the tourist attractions located in Perlang Village, Central Bangka Regency which has experienced a significant decline in visitation rates. This decline is caused by many factors such as an unstable economy, lack of development of facilities, accommodation and so on. So it is necessary to increase and develop tourist attractions to increase the number of visits. This research aims to analyze the development of tourist attractions at Danau Pading in the 4A component. This research uses descriptive qualitative research methods with a case study approach and data collection techniques of observation, interviews and documentation. The analysis techniques used are SWOT analysis, IFAS matrix, EFAS, and SWOT matrix. The results of this study indicate that there are 4A components in Danau Pading that are not optimal such as amenity and other components such as attraction, accessibility and ancillary can be maximized to attract more tourists, and the results of the SWOT analysis, matrix IFAS, EFAS and SWOT matrix conducted show that Danau Pading is in quadrant I which supports an aggressive strategy, namely the SO (strength, opportunity) strategy by maximizing uniqueness, accessibility, variety of tourist activities, safety and cleanliness as strengths to build Lake Pading to contribute to becoming the Best Tourism Village in Indonesia through support from the government.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-04-09 Direvisi: 2024-05-27 Dipublikasi: 2024-06-13 Kata kunci: <i>Danau Pading;</i> <i>Daya Tarik Wisata;</i> <i>4A.</i>	Danau Pading merupakan salah satu objek wisata yang berada di Desa Perlang, Kabupaten Bangka Tengah yang mengalami penurunan tingkat kunjungan yang cukup signifikan. Penurunan ini disebabkan oleh banyak faktor seperti perekonomian yang tidak stabil, kurangnya pengembangan fasilitas, akomodasi dan sebagainya. Sehingga diperlukan peningkatan dan pengembangan daya tarik wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan daya tarik wisata di Danau Pading dalam komponen 4A. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan berupa analisis SWOT, matriks IFAS, EFAS, dan matriks SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat komponen 4A di Danau Pading yang belum optimal seperti <i>amenity</i> dan komponen lainnya seperti <i>attraction</i> , <i>accessibility</i> dan ancillary dapat dimaksimalkan untuk menarik lebih banyak wisatawan, dan hasil dari analisis SWOT, matriks IFAS, EFAS dan matriks SWOT yang dilakukan menunjukkan Danau Pading berada pada kuadran I yang mendukung strategi agresif yaitu strategi SO (strength, opportunity) dengan memaksimalkan keunikan, aksesibilitas, variasi kegiatan wisata, keamanan dan kebersihan sebagai kekuatan untuk membangun Danau Pading berkontribusi menjadi Desa Wisata Terbaik di Indonesia melalui dukungan dari pemerintah.

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan ke suatu tempat meninggalkan tempat asalnya yang dilakukan seseorang atau lebih dengan tujuan *refreshing*, menghilangkan kejenuhan atas pekerjaan atau kegiatan sehari-hari dalam waktu yang singkat atau sementara waktu. Kegiatan pariwisata sendiri telah dilakukan oleh banyak orang di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Oleh karena itu pengembangan pariwisata khususnya pada

masing-masing objek wisata diperlukan untuk masa depan sektor pariwisata yang lebih baik di Indonesia.

Pengembangan yang dimaksud bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkai menjadi daya tarik wisata (Supardi, et al. 2022). Keberhasilan pengembangan daya tarik bagi sebuah objek wisata, pastinya didukung oleh komponen-komponen yang berkaitan didalam-

nya. Menurut (Cooper, et al. 1995; Wibowo, 2023), dalam teori Komponen Daya Tarik Pariwisata, mengatakan bahwa terdapat 4 (empat) unsur yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata yaitu: *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary*. Keempat komponen tersebut biasa disebut dengan istilah 4A.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi daya tarik dan objek wisata yang dapat dikembangkan adalah Bangka Tengah tepatnya pada Desa Perlang. Desa Perlang saat ini telah menjadi Desa Wisata yang terdiri dari beberapa objek dan daya tarik wisata di dalamnya. Salah satu objek wisata unggulan dari Desa Wisata Perlang adalah Danau Pading. Danau pading merupakan lahan bekas penambangan pasir timah yang membentuk kawah seperti danau dengan hamparan pasir di sekelilingnya. Keindahan danau pading semakin kuat dengan latar belakang perbukitan yang membuatnya terlihat segar dan alami yang menjadi daya tarik wisata pada objek wisata Danau Pading. Berdasarkan hasil pra wawancara yang dilakukan sebelumnya beberapa wisatawan tertarik untuk mengunjungi Danau Pading karena daya tarik wisata yang ada di Danau Pading berupa pemandangan danau dan perbukitan yang indah.

Menurut Bapak Sandiaga Uno, Danau Pading berhasil mengantarkan Desa Perlang sebagai desa wisata yang menembus 50 besar desa wisata terbaik dalam event Anugerah Desa Wisata (ADWI) pada tahun 2022 (Wasti & Anggara, 2022). Tidak hanya itu melalui program tersebut Danau Pading juga memiliki prestasi sebagai juara 3 kategori Digital dan Kreatif, oleh sebab itu Danau Pading menjadi objek unggulan dari objek wisata lainnya yang ada di Desa Perlang (Prihantono et al., 2024). Hal ini juga terjadi karena kerja sama antar masyarakat dan pemerintah Desa Perlang dan khususnya pemuda Desa Perlang yang tergabung dalam organisasi Kelompok Sadar Wisata Perlang Linau Mentari (Pokdarwis Pelintar) dalam proses pengembangan objek wisata Danau Pading. Objek wisata Danau Pading sendiri dibuka pada 27 Oktober 2020 sebagai lokasi wisata umum. Berikut adalah jumlah pengunjung Danau Pading periode 2021-2023.



Tabel 1. Jumlah Pengunjung Danau Pading

Berdasarkan data pengunjung yang disajikan diatas, pada tahun 2021 jumlah pengunjung danau pading dapat dikatakan cukup besar yaitu 30.900. Namun terjadi penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2022 hanya 7.413 pengunjung, kemudian terjadi sedikit peningkatan pada 2023 sebesar 9.412 pengunjung. Menurut Bapak Sariwijaya (2024) selaku ketua pengelola objek wisata Danau Pading penurunan jumlah pengunjung pada Danau Pading ini dapat disebabkan dari berbagai faktor, mulai dari perekonomian masyarakat sekitar yang tidak stabil, kurangnya pengembangan dalam fasilitas, hingga liburan panjang yang sedikit.

Sedangkan dalam hasil wawancara awal atau pra wawancara yang dilakukan penulis sebelumnya, diketahui bahwa beberapa permasalahan yang dapat menjadi penyebab menurunnya jumlah pengunjung di Danau Pading adalah akomodasi yang belum tersedia pada Danau Pading, jarak Danau Pading yang cukup jauh dari pusat kota, toilet yang kurang bersih serta tempat makan dan minum yang minim. Namun tidak sedikit juga yang ingin mengunjungi Danau Pading karena keindahan pemandangan alam yang ada di Danau Pading. Faktor-faktor penurunan pada Danau Pading tersebut berkaitan dengan komponen 4A terutama pada *amenity* dan *accessibility*. Dimana komponen 4A dapat mempengaruhi tingkat kunjungan pada suatu objek wisata. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Sulami et al., 2023) dengan hasil penelitian yang menunjukan komponen 4A berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan pada objek wisata yang diteliti. Oleh karena itu penelitian ini memfokuskan kepada pengembangan daya tarik wisata melalui komponen 4A pada objek wisata Danau Pading, Desa Perlang dengan hasil akhir diharapkan dapat memberikan saran dan masukan kepada Danau Pading mengenai pengembangan komponen 4A pada objek wisatanya.

II. METODE PENELITIAN

Rancangan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Menurut (Moleong, 2019), definisi penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan yang dilakukan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut (Rachman dan Dyah, 2023) penelitian studi kasus mengarahkan kepada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks, tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan 5 narasumber yaitu Bapak Sariwijaya selaku pengelola dan ketua Pokdarwis Danau Pading, Bapak Roni selaku kepala Desa Perlang, Bapak Windi selaku anggota Pokdarwis, Ibu Adelia dan Ibu Mersella selaku wisatawan Danau Pading. Sebelumnya penulis juga melakukan wawancara awal atau pra wawancara yang dilakukan untuk menganalisis gambaran permasalahan yang terjadi di objek wisata Danau Pading. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Sari Wahyuni (2019) dalam bukunya yang berjudul *Qualitative Research Method*, bahwa sebelum melakukan wawancara haruslah menyelesaikan hal-hal yang ada pada *pre interview* (pra wawancara) salah satunya menganalisis masalah penelitian dan fokus dengan pertanyaan penelitian.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, matriks IFAS & EFAS, dan matriks SWOT. Analisis SWOT digunakan penulis untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan objek wisata Danau Pading. Matriks SWOT digunakan untuk membantu merumuskan strategi pengembangan pada objek wisata Danau Pading melalui faktor internal (*Strength, Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity, Threats*). Sedangkan matriks IFAS & EFAS digunakan untuk menggambarkan Danau Pading berada pada kuadran mana pada diagram hasil analisis SWOT serta menentukan strategi yang tepat untuk Danau Pading.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Komponen 4A di Danau Pading

1. *Attraction*

Danau Pading memiliki *attraction* yang dibagi menjadi beberapa indikator didalamnya berupa keunikan Sumber Daya Alam, variasi kegiatan wisata, jenis sumber daya alam yang menonjol, kebersihan, keamanan dan kenyamanan (Fisela Amanda, 2022). Danau Pading memiliki keunikan Sumber Daya Alam yang jarang ditemui pada objek wisata lain yaitu danau yang berasal dari bekas penambangan pasir timah dengan latar belakang perbukitan yang menciptakan pemandangan yang sangat indah. Danau Pading juga memiliki kegiatan wisata yang bervariasi seperti wahana perahu untuk mengelilingi danau, bebek gowes, lahan untuk camping, memberi makan ikan pada keramba apung, serta banyak sekali spot foto untuk para wisatawan.

Sumber Daya Alam yang menonjol pada Danau Pading berupa perairan Danau itu sendiri serta pemandangan alam Bukit Pading. Kebersihan di Danau Pading sudah cukup baik karena dibersihkan oleh petugas setiap harinya, namun tidak jarang dijumpai oknum wisatawan yang membuang sampah sembarangan yang mengotori area sekitar Danau. Keamanan di Danau Pading juga terjaga karena adanya petugas keamanan yang berjaga di area Danau Pading terutama pada saat ramai pengunjung. Keamanan, kebersihan, keindahan alam, fasilitas dan suasana yang ada di Danau Pading menciptakan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini juga disampaikan oleh ibu Adelia selaku wisatawan di Danau Pading, bahwa Danau Pading merupakan tempat yang bersih dan aman serta banyak tempat istirahat sehingga wisatawan tidak perlu khawatir dan dapat dengan nyaman menikmati suasana dan keindahan alam Danau Pading.

2. *Amenity*

Menurut Henita Safitri & Dadan (2021), amenitas merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di suatu daerah tujuan wisata. Sarana pada Danau Pading tidak cukup memadai karena belum terdapat penginapan serta tempat

perbelanjaan pada Danau Pading, namun Danau Pading memiliki 2 warung makan di area objek wisata. Namun menurut Bapak Sariwijaya sendiri selaku pengelola bahwa telah ada perencanaan pembangunan penginapan apung, pujasera dan tempat perbelanjaan souvenir di Danau Pading.

Sedangkan prasarana di Danau Pading terdapat 6 toilet dengan fasilitas yang disediakan berupa kloset duduk dan jongkok, gayung, bak air, tempat sampah, gantungan pakaian, penjaga toilet, dan saluran pembuangan. Dimana hal ini masih belum memenuhi standar pemenuhan fasilitas toilet serta kondisi toilet yang tidak cukup bersih pada lantai dan bak air sesuai ketentuan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No 3 Tahun 2022 (Kemenparekraf 2022). Meskipun begitu toilet pada Danau Pading sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Di Danau Pading juga terdapat fasilitas kebersihan berupa 14 tong sampah dan mobil pengangkut sampah. Namun belum terdapat Tempat Pembuangan Sampah Sementara (TPS). Tempat ibadah di Danau Pading berupa mushola yang berukuran 5m x 6m dengan tempat wudhu yang berada di samping mushola. Terdapat juga pos kesehatan dan 2 pos keamanan beserta dengan petugas di area Danau Pading. Danau Pading juga menyediakan 15 gazebo untuk wisatawan yang ingin berteduh dan bersantai.

3. Accessibility

Informasi mengenai objek wisata Danau Pading dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan maupun masyarakat melalui internet, blog dan berbagai sosial media seperti tiktok dan instagram. Sehingga wisatawan dapat merencanakan perjalanan mereka dengan baik. Tidak hanya itu kondisi jalan menuju Danau Pading juga sudah teraspal dengan baik dengan permukaan jalan yang rata dan tidak bergelombang meskipun terdapat satu titik kerusakan namun kerusakan tersebut tidak mengganggu perjalanan dan dapat dilewati dengan aman oleh wisatawan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari (DPUTR 2022), yaitu kondisi jalan yang baik adalah jalan dengan permukaan rata dan tidak bergelombang. Pada Danau Pading saat ini belum terdapat transportasi umum baik itu

khusus Danau Pading atau dengan jalur Danau Pading. Hal ini tidak sesuai dengan UU No 9 Tahun 1990 pasal 23 (Presiden Republik Indonesia, 1990) tentang kepariwisataan, yaitu penyediaan angkutan wisata. Jarak dari pusat kota ke Danau Pading juga cukup jauh yaitu sekitar 80 km dari bandara Depati Amir Pangkalpinang ke Danau Pading. Menurut (Modjanggo 2015; Ustratul Maulini & Devi 2021), jarak sangat mempengaruhi jumlah pengunjung, apabila jarak sangat jauh maka hanya sebagian kecil pengunjung yang datang berkunjung. Sedangkan menurut (Ustratul Maulini & Devi, 2021) suatu jarak dapat dikatakan dekat menggunakan kendaraan jika kurang lebih atau sama dengan 2 km.

4. Ancillary

Danau Pading dikelola langsung oleh organisasi Kelompok Sadar Wisata Perlang Linau Mentari (POKDARWIS PELINTAR) divisi Danau Pading. Organisasi ini bertanggung jawab atas keseluruhan Danau Pading yang diketuai oleh Bapak Sariwijaya. Tidak hanya itu objek wisata Danau Pading juga didukung oleh pihak pemerintah seperti pemerintah desa, kabupaten, provinsi dan pemerintah pusat. Dukungan yang diberikan berupa penyediaan dana, barang dan juga saran untuk pengembangan objek wisata Danau Pading. Namun saat ini Danau Pading belum memiliki kerja sama dengan kelembagaan *tour operator* atau biro perjalanan untuk menunjang pengembangannya. Dimana menurut (Atun Yulianto & Citra, 2021), bahwa sektor pariwisata tidak dapat berdiri sendiri dan harus menjalin kerja sama dengan perhotelan, pengelola objek wisata dan biro perjalanan wisata. Meskipun begitu menurut Bapak Sariwijaya (2024) bahwa telah dilakukan perencanaan untuk bekerja sama dengan pihak biro perjalanan ataupun pihak travel untuk menyediakan paket perjalanan untuk Danau Pading, namun saat ini belum dilakukan pertemuan selanjutnya untuk membahas kerja sama lebih lanjut.

B. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor

internal (dalam) dan faktor *eksternal* (luar) yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats* (Supardi et al., 2022). Berikut adalah analisis SWOT yang dilakukan pada objek wisata Danau Pading.

Tabel 2. Analisis SWOT

Strength (Kekuatan)	
S1.	Keunikan dan keindahan alam Danau Pading
S2.	Kemudahan mendapat informasi objek wisata
S3.	Akses dan kondisi jalan yang baik
S4.	Kegiatan wisata yang bervariasi
S5.	Keamanan objek wisata
S6.	Kebersihan lokasi wisata
Weakness (Kelemahan)	
W1.	Sumber Daya Manusia yang lemah
W2.	Kurangnya lahan parkir pada high season
W3.	Fasilitas toilet tidak cukup bersih
W4.	Kurangnya sarana objek wisata
W5.	Jarak yang jauh dari pusat kota
W6.	Belum tersedia transportasi umum
W7.	Belum ada kerja sama dengan <i>tour operator</i> atau biro perjalanan.
Oppotunity (Peluang)	
O1.	Rencana Pembangunan sarana objek wisata
O2.	Rencana pembangunan kegiatan agrowisata
O3.	Terdapat lahan kosong pada objek wisata yang belum digunakan
O4.	Dukungan dari kelembagaan pemerintah
O5.	Rencana kerja sama dengan <i>tour operator</i>
O6.	Menjadi Desa Wisata Terbaik melalui program ADWI
Threats (Ancaman)	
T1.	Curah hujan yang tinggi
T2.	Bencana wabah penyakit atau virus
T3.	Wisatawan yang tidak bertanggung jawab
T4.	Tempat wisata lain di sekitar
T5.	Perekonomian yang tidak stabil

C. Matriks IFAS

Menurut (Mutiara, 2021), Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) merupakan suatu alat analisis yang menyediakan kondisi internal perusahaan untuk dapat menemukan faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Matriks IFAS dalam penelitian ini terdiri dari faktor internal (*Strength*, *Weakness*) yang terdapat pada objek wisata Danau Pading. Berikut adalah analisis matriks IFAS pada objek wisata Danau Pading:

Tabel 3. Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Strength (kekuatan)				
1.	Keunikan dan keindahan alam Danau Pading	0,12	4	0,48
2.	Kemudahan mendapat informasi objek wisata	0,12	4	0,48
3.	Akses dan kondisi jalan yang baik	0,11	4	0,44
4.	Kegiatan wisata yang bervariasi	0,11	4	0,44
5.	Keamanan objek wisata	0,11	4	0,44
6.	Kebersihan atraksi wisata	0,10	4	0,40
	Sub Total	0,67		2,68
Weakness (kelemahan)				
1.	Sumber Daya Manusia yang lemah	0,05	2	0,10
2.	Kurangnya lahan parkir pada high season	0,06	2	0,12
3.	Fasilitas toilet tidak cukup bersih	0,04	2	0,08
4.	Kurangnya sarana objek wisata	0,03	2	0,06
5.	Jarak yang jauh dari pusat kota	0,05	2	0,10
6.	Belum tersedia transportasi umum	0,04	2	0,08
7.	Belum ada kerja sama dengan <i>tour operator</i> atau biro perjalanan	0,06	2	0,12
	Sub Total	0,33		0,66
	Total	1		3,35

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa total penilaian pada faktor *strength* (kekuatan) objek wisata Danau Pading adalah 112 dengan bobot total 0,67 dan skor total 2,68. Sedangkan total penilaian *weakness* (kelemahan) objek wisata Danau Pading sebesar 56 dengan bobot 0,33 dan total skor 0,66. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa skor strenght (kekuatan) Danau Pading lebih besar dibandingkan dengan weakness (kelemahan) dengan total skor faktor internal sebesar 3,35.

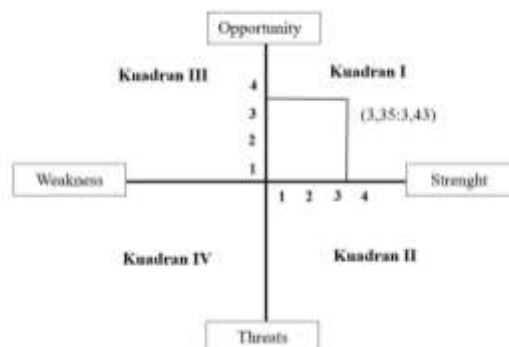
D. Matriks EFAS

Menurut (Mutiara, 2021), Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) adalah suatu alat analisis yang menyediakan kondisi eksternal perusahaan untuk dapat menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Matriks EFAS dalam penelitian ini terdiri dari faktor eksternal (*Opportunity*, *Threats*) yang tedapat pada objek wisata Danau Pading yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Matriks EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunity (peluang)				
1.	Rencana Pembangunan sarana objek wisata	0,13	4	0,52
2.	Rencana pembangunan kegiatan agrowisata	0,13	4	0,52
3.	Terdapat lahan kosong pada objek wisata yang belum digunakan	0,11	4	0,44
4.	Dukungan dari kelembagaan pemerintah	0,12	4	0,48
5.	Rencana kerja sama dengan <i>tour operator</i>	0,10	4	0,40
6.	Menjadi Desa Wisata Terbaik melalui program ADWI.	0,11	4	0,44
	Sub Total	0,70		2,80
Threats (ancaman)				
1.	Curah hujan yang tinggi	0,06	2	0,12
2.	Bencana wabah penyakit atau virus	0,05	1	0,05
3.	Wisatawan yang tidak bertanggung jawab	0,05	2	0,10
4.	Tempat wisata lain di sekitar	0,08	3	0,24
5.	Perekonomian yang tidak stabil	0,06	2	0,12
	Sub Total	0,30		0,63
	Total	1		3,43

Tabel faktor eksternal di atas menunjukkan total penilaian *opportunity* (peluang) pada Danau Pading adalah 108 dengan bobot 0,70 dan total skor 2,80. Sedangkan *Threats* (ancaman) pada Danau Pading memiliki total penilaian sebesar 47 dengan bobot 0,30 dan skor total 0,63. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa skor *opportunity* (peluang) lebih besar dibandingkan dengan skor *threats* (ancaman) dengan total skor faktor eksternal sebesar 3,43. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan penghitungan matriks IFAS & EFAS ditentukan koordinat untuk dapat melihat bagaimana strategi yang tepat untuk pengembangan daya tarik wisata pada Danau Pading yang dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 1. Diagram Hasil Analisis SWOT

Diagram di atas menunjukan nilai selisih antara faktor internal dan faktor eksternal membentuk sebuah titik koordinat (3,35; 3,43). Titik koordinat tersebut menunjukan

objek wisata Danau Pading berada pada kuadran I yang artinya Danau Pading mendukung strategi agresif yaitu strategi yang digunakan untuk mendukung objek wisata dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang untuk kemajuan serta kesuksesan objek wisata lebih lanjut (Asmita., 2023). Strategi yang sesuai pada kuadran I untuk pengembangan objek wisata Danau Pading adalah strategi SO (*strength dan opportunity*).

E. Matriks SWOT

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada objek wisata Danau Pading yang terdiri dari faktor internal (*Strength, Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity, Threats*) kemudian disusun strategi Matriks SWOT yang terdiri dari 4 kemungkinan alternatif strategi yaitu SO, WO, ST dan WT dimana strategi yang tepat berdasarkan matriks IFAS & EFAS adalah strategi SO dengan strategi lain seperti WO, ST, WT yang mendukung strategi SO untuk menunjang pengembangan Danau Pading secara maksimal. Berikut adalah rancangan dari strategi-strategi tersebut:

1. Strategi S-O (*Strength-Opportunity*)

- a) Memanfaatkan keindahan alam dan kemudahan mendapat informasi untuk mengoptimalkan pembangunan sarana dan kegiatan agrowisata di objek wisata Danau Pading. (S1,S2,O1,O2)
- b) Mengoptimalkan aksesibilitas, variasi kegiatan wisata, keamanan dan kebersihan objek wisata melalui dukungan kelembagaan pemerintah. (S3, S4, S5, S6, O4)
- c) Memksimalkan keunikan dan keindahan alam Danau Pading untuk menjadikan Desa Perlang sebagai Desa Wisata Terbaik. (S1,O6)

2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)

- a) Memberikan pelatihan rutin/ seminar/ bimbingan teknis terhadap SDM mengenai pariwisata dan kebersihan pariwisata melalui pemerintah. (W1, W2, O4)
- b) Memanfaatkan lahan kosong untuk memperluas dan membangun lahan parkir. (O3,W2)
- c) Memanfaatkan rencana kerja sama dengan *tour operator* dalam penyediaan transportasi wisatawan. (O5,W6)

3. Strategi S-T (Strength-Threats)

- a) Membuat papan peringatan mengenai hal yang tidak boleh dilakukan oleh wisatawan di Danau Pading. (S2,T2)
- b) Memanfaatkan kemudahan informasi dengan meningkatkan promosi media sosial untuk dapat bersaing dengan objek wisata lain. (S2,T3)
- c) Memanfaatkan kemudahan mendapat informasi dan meningkatkan keamanan dan kebersihan untuk menciptakan kepercayaan pengunjung. (S2,S5,S6,T5)

4. Strategi W-T (Weakness-Threats)

- a) Melengkapi pembangunan sarana dengan menanam berbagai jenis vegetasi yang dapat mencegah terjadinya erosi tanah. (W4,T1)
- b) Bekerja sama dengan Dinas Perhubungan atau lembaga penyediaan transportasi umum untuk permohonan penyediaan transportasi umum bagi wisatawan Danau Pading. (W6,W5,T4)
- c) Melakukan kerja sama dengan *tour operator* untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan pemasukan. (W7,T3,T4)

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Terdapat beberapa komponen dari 4A di objek wisata Danau Pading yang sudah memenuhi standar yaitu *attraction* (keunikan sumber daya alam, variasi kegiatan wisata, dan kenyamanan), *amenity* (layanan kesehatan, pos keamanan dan gazebo), *accessibility* (informasi objek wisata, kondisi jalan), *ancillary* (organisasi dan kelembagaan pemerintah). Beberapa komponen yang belum memenuhi standar yaitu *amenity* (akomodasi dan tempat perbelanjaan), *accessibility* (transportasi umum) dan *ancillary* (*tour operator*). Namun masih terdapat beberapa komponen perlu dikembangkan lagi seperti *attraction* (kebersihan dan keamanan), *amenity* (tempat makan dan minum, toilet, fasilitas kebersihan, tempat ibadah, dan lahan parkir) karena masih terdapat standar yang belum terpenuhi.

Berdasarkan hasil dari komponen 4A (*Attraction*, *Amenity*, *Accessability*, *Ancillary*) pada objek wisata Danau Pading ditentukan faktor internal yaitu *strength* dan *weakness* dan faktor eksternal yaitu *opportunity* dan *threats* yang diukur melalui matriks IFAS dan EFAS. Hasil pengukuran pada matriks IFAS dan EFAS yang diaplikasikan ke dalam

diagram analisis SWOT menunjukkan Danau Pading berada pada posisi kuadran I dan mendukung strategi agresif yang memfokuskan kepada kekuatan dan peluang dengan menggunakan strategi SO yaitu: memaksimalkan keunikan, aksesibilitas, variasi kegiatan wisata, keamanan dan kebersihan sebagai kekuatan untuk membangun Danau Pading berkontribusi menjadi Desa Wisata Terbaik di Indonesia melalui dukungan dari pemerintah. Strategi SO juga didukung oleh strategi lainnya seperti WO, ST, WT untuk menunjang pengembangan objek wisata Danau Pading secara maksimal.

B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengelola Danau Pading dapat mengimplementasikan strategi SO yaitu, memanfaatkan dan juga memaksimalkan keindahan dan keunikan alam di Danau Pading dengan menjaga dan melestarikan alam, membangun sarana dan kegiatan agrowisata dengan cara meminimalisir kerusakan alam Danau Pading untuk pengembangan daya tarik wisata serta dapat meningkatkan aksesibilitas, kebersihan, keamanan dan menambah variasi kegiatan wisata melalui dukungan dari pemerintah untuk mendorong Desa Wisata Perlang menjadi Desa Wisata Terbaik pada program ADWI yang dibuat oleh Kemenparekraf pada tahun-tahun selanjutnya. Serta strategi lainnya seperti WO, ST, WT, yang diharapkan dapat juga diimplementasikan ke dalam Danau Pading untuk memaksimalkan pengembangan daya tarik wisata pada Danau Pading.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam lagi mengenai pengembangan daya tarik wisata pada objek wisata Danau Pading maupun meneliti variabel lain yang dapat memberikan saran atau masukan kepada objek wisata Danau Pading guna membangun Danau Pading menjadi lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Amanda, F., & Akliyah, L. S. (2022). Analisis Kondisi Kelayakan Wisata Oray Tapa berdasarkan Komponen Pariwisata. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 2(1), 17-22.
<https://doi.org/10.29313/jrpwk.v2i1.755>

- Asmita, A. R., Nasution, J., & Harahap, M. I. (2023). Analisis Swot Untuk Pengembangan Objek Wisata Dalam Menghadapi Pesaing Kakuta Kota Binjai. *Journal of Management & Business*, 6(2), 512–524. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4808>
- Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (DPUTR). (2022). *Panjang Jalan Dalam Kondisi Baik*. Diskominfo Kabupaten Bandung. <https://satudata.bandungkab.go.id/dataset/panjang-jalan-dalam-kondisi-baik>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). (2022). *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata Tahun Anggaran 2022*. JDIH BPK. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/248521/permenpar-no-3-tahun-2022>
- Maulini, U., & Andriyani, D. (2021). Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Pantai Pangah Gandapura. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 4(3), 37–46. http://ojs.unimal.ac.id/index.php/ekonomi_regional
- Moleong, L. J. M. A. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Mutiara, P. B. (2021). Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 363–371. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.90>
- Presiden Republik Indonesia. (1990). *Undang Undang No. 9 Tahun 1990 Tentang: Kepariwisataaan*. JDIH Pemerintah Provinsi Bali. <https://jdih.baliprov.go.id/uploads/produk-hukum/peraturan/1990/UU/uu-9-1990.pdf>
- Prihantono, G., Melianasari, D. P., Panita, S., Saadah, N., Safitri, E., Irdina, I., Puji, S., Wafiqoh, R., Purnama Sari, W., Apriani, F., & Pramesti, D. (2024). Pengelolaan Danau Pading Melalui Penguatan Aspek Edukatif Dalam Mewujudkan Kawasan Agrowisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 473–479. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2530>
- Rachman, F., & Wati, D. R. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Lakeisha.
- Safitri, H., & Kurniansyah, D. (2021). Analisis komponen daya tarik desa wisata oleh dinas pariwisata pemuda dan olahraga kabupaten subang jawa barat. *KINERJA*, 18(4), 497–501. <https://doi.org/10.30872/jkin.v18i4.9803>
- Sulami, E., Y. N., D. D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Candi Borobudur Megelang. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 1565–1577. <https://doi.org/10.56799/jim.v2i4.1455>
- Supardi, Zakia Ayu Lestari, & Okki Kurnia. (2022). Penerapan Analisis Swot Dan Pendekatan 4a Sebagai Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Di Pulau Angso Duo Pariaman. *JURNAL MEKAR*, 1(2), 51–56. <https://doi.org/10.59193/jmr.v1i2.79>
- Wahyuni, S. (2019). *Qualitative Research Method: Theory and Practice* (3rd ed.). Penerbit Salemba Empat.
- Wasti, S., & Anggara, W. (2022). Pesona Danau Pading, Bekas Tambang yang Jadi Wisata di Babel. *PT Kompas Cyber Media*. <https://travel.kompas.com/read/2022/08/12/123100927/pesona-danau-pading-bekas-tambang-yang-jadi-wisata-di-babel>
- Wibowo, M. S., Paninggiran, H. N. K., & Heptanti, U. (2023). Analisis Daya Tarik Wisata Dan Pengelolaan Destinasi Pantai Indah Kemangi Kabupaten Kendal. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 608–616. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59695>
- Yulianto, A., & Mayasari, C. U. (2021). Hubungan Jumlah Objek Wisata, Hotel Dan Biro Perjalanan Dengan Jumlah Wisatawan Ke D.I.Y. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 128–137. <https://doi.org/10.31294/par.v8i2.11454>