

Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun di Kabupaten Badung

Ni Made Wahyuningsih

Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

I Gusti Bagus Rai Utama

Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

Dermawan Waruwu

Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

* Email Koresponden

raiutama@undhirabali.ac.id

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.

Pendahuluan

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). Indonesia memiliki budaya dan alam yang beragam dan memiliki 16.056 pulau Junaedi, dkk (2022) menjadi salah satu hal penting bagi Indonesia untuk mengembangkan dan membangun pariwisata di setiap pulau.

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 merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan nasional Indonesia.

Utama (2014) menyatakan kesuksesan pariwisata dapat terlihat dari penerimaan pemerintah dari sektor kepariwisataan bisa mendorong sektor lainnya untuk berkembang. Kesuksesan yang paling sederhana dapat dilihat yaitu dengan bertambahnya kunjungan wisatawan ke destinasi wisata jika wisatawan berkunjung puas terhadap destinasi dengan berbagai fasilitas dan keunikan yang ditawarkan oleh pengelola. 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 adalah salah satu daya tarik wisata heritage yang berlokasi 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 dan layanan yang difasilitasi oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, pemerintah daerah untuk pengembangan pariwisata Taman Ayun (Pratiwi, 2023).

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. 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 *domestic* maupun mancanegara. 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 dibutuhkan 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. Daftar Kunjungan Wisatawan ke Destinasi Wisata Taman 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)

Metode 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. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif seperti sejarah dari objek wisata Taman Ayun, letak geografisnya serta topografinya Kecamatan Mengwi serta rancangan strategi pengembangan objek dan juga Data Kuantitatif yaitu jumlah kunjungan wisata baik *domestic* maupun mancanegara yang datang mengunjungi Objek Wisata Taman Ayun. Sumber data pada penelitian ini yaitu sumber data primer adalah bukti langsung, keadaan, kesan maupun tanggapan, jaminan, dan empati di objek wisata dan juga data sekunder mengenai banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan ke Kabupaten Badung, Bali dan di Objek Wisata Taman Ayun.

Penentuan sampel yang dipakai penelitian ini dengan memakai teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan informan berdasarkan ketokohan seseorang yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang di teliti (Waruwu, 2017). 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.

Pengumpulan data dilakukan dalam beberapa metode oleh peneliti antara lain observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Teknik 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 Pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun.

Pembahasan

Dalam penelitian pariwisata, pembahasan hasil penelitian sering kali mencakup analisis mendalam tentang potensi, strategi pengembangan, serta tantangan yang dihadapi dalam sektor pariwisata. Berikut adalah beberapa contoh pembahasan yang dapat dijadikan referensi:

Matriks Internal dan Eksternal

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis kuesioner antara lain: 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.

Pemberian Bobot Faktor Internal

Pemberian bobot diisi oleh para informan terkait dengan strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun. Untuk detail dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. 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: Data diolah, (2023)

Pemberian Bobot Faktor Eksternal

Pemberian bobot untuk masing-masing indikator eksternal pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. 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%
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: Data diolah, (2023)

Kekuatan dan Kelemahan pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun**Tabel 4.** 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
No	Indikator Internal	Mean Rating	Kategori
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: Data diolah, (2023)

Pada Tabel 4 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 botanical 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.

Peluang dan Ancaman pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun

Tabel 5. 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: Data diolah, (2023)

Pada Tabel 5 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.

IFAS dan EFAS Pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun

Adapun perhitungan IFAS yang terdapat pada Tabel 6 yaitu sebagai berikut.

Tabel 6. 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
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: Data diolah, (2023)

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*) bisa dilihat pada Tabel 7 yaitu sebagai berikut.

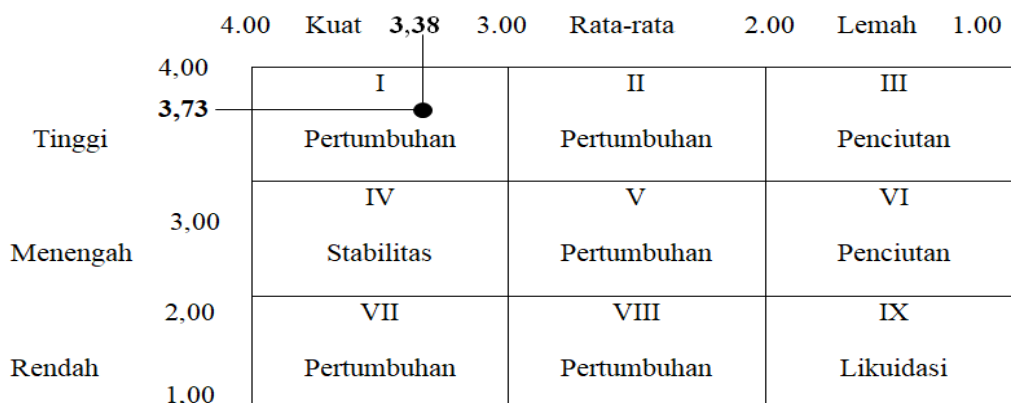
Tabel 7. Eksternal Faktor Analisis Summary Wisata Taman Ayun

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
No	Indikator Internal	Bobot (%)	Rating	Skor	Komentar
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	

Sumber: Data diolah, (2023)

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 berpotensi 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 diketahui posisi daya tarik wisata Taman Ayun dalam matriks IE Posisi IFAS dan EFAS terdapat pada gambar berikut.



Gambar 1. Matriks Internal Eksternal (IE) Total Skor Faktor Strategi Internal

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Gambar 1 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.

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.

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 SWOT yang dilakukan terhadap Wisata Taman Ayun, terdapat beberapa strategi yang dapat diusulkan untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi tantangan. Strategi SO mencakup upaya menjaga dan meningkatkan daya tarik wisata dengan mempertahankan keindahan, keasrian, dan kenyamanan lingkungan. Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam pemasaran digital diharapkan dapat lebih memperluas pemahaman akan daya tarik tersebut. Diperlukan pelatihan mendalam bagi pengelola dan pemandu agar mampu mengelola dan memandu dengan baik. Strategi ST berfokus pada pemanfaatan daya tarik yang sudah ada dan pengembangan fasilitas yang dapat meningkatkan daya saing. Meningkatkan fasilitas akses, transportasi, dan sanitasi merupakan prioritas, serta menerapkan protokol kesehatan untuk mengatasi ancaman wabah penyakit. Strategi WO mengarah pada pengajuan permohonan kepada pemerintah, kerjasama dengan pihak eksternal terkait, dan memperluas tempat parkir. Ini akan membantu dalam mengatasi kendala akses dan pelayanan makanan serta memperluas peluang lapangan pekerjaan. Strategi WT fokus pada kerjasama dengan daya tarik wisata lain untuk membentuk paket wisata bersama dan bekerjasama dengan penyedia makanan dan minuman sekitar. Kolaborasi dengan pihak terkait dalam peningkatan modal juga akan membantu menghadapi tantangan dalam pengembangan. Dalam keseluruhan strategi yang diusulkan, kolaborasi, pemanfaatan teknologi, dan peningkatan fasilitas menjadi inti dalam mengoptimalkan potensi Wisata Taman Ayun.

Daftar Pustaka

- Anggraini, B. (2018). 10 Bab II Tinjauan Pustaka. Diakses dari <http://eprints.polsri.ac.id/5907/3/BAB%20II.pdf> pada tanggal 25 Januari 2022.
- Aprilia, E. R., Sunarti, S., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 16-21.
- Arif, M., & Syam, A. (2017). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah*, 2(2), 191-200.
- Asmariva, H., Rusli, Z., & Tua, H. (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Objek Wisata Candi Muara Takus. *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 15(2), 349-355.
- Cornelis, C. A. E., Fanggidae, A. H., & Timuneno, T. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Fatuleu. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 8(1), 117-132.
- Efendi, M. N., Kumbara, A. A. N. A., & Surya, I. K. (2017). Strategi Pengembangan Monumen Kapal Selam Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Surabaya. *JUMPA (Jurnal Master Pariwisata)*, 3(2), 302-312.
- Ermawati, E. A., & Putra, A. P. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ASRAMA INGGRISAN SEBAGAI HERITAGE TOURISM DI KABUPATEN BANYUWANGI. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(2), 61-71.
- DISPAR.BONE.GO.ID. (2019). *Jenis-Jenis Tempat Wisata Berdasarkan Motif Wisatawan, Lokasi Tujuan, dan Perjalanan*. Diakses <https://dispar.bone.go.id/2019/02/jenis-jenis-tempat-wisata-berdasarkan-motif-wisatawan-lokasi-tujuan-dan-perjalanan/> pada tanggal 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), 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), 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.
- Kanom, K. (2015). Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1(2), 25-42.
- Kantawateera, K., Naipinit, A., Sakolnakorn, T. P. N., Churngchow, C., & Kroeksakul, P. (2013). A SWOT analysis of tourism development in Khon Kaen, Thailand. *Asian Social Science*, 9(17), 226.
- Kepariwisataaan. (2009). Jakarta : Kementerian Pariwisata RI.
- Lak, A., Gheitasi, M., & Timothy, D. J. (2020). Urban regeneration through heritage tourism: Cultural policies and strategic management. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 386-403.
- Mondal, M. S. H. (2017). SWOT analysis and strategies to develop sustainable tourism in Bangladesh. *UTMS Journal of Economics*, 8(2), 159-167.
- Muljadi, A.J. (2019). *Kepariwisataaan dan Perjalanan Edisi Revisi*. Rajawali Pers.
- Muljadi, A.J. (2012). *Kepariwisataaan dan Perjalanan*. Jakarta : Raja Grafindo Perkasa
- Osin, R. F., Kusuma, I. R. W., & 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 Kepariwisataaan (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). Diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html> pada 25 Januari 2022.
- Suberata, N. P. P. P. (2020). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tegenungan di Desa Kemenuh Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *Doctoral Dissertation*. Bali: Universitas Dhyana Pura.
- Sugihartoyo, S., & Widagdo, W. A. (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), 70-76.
- Tambunan, T. S. (2020). SWOT Analysis for Tourism Development Strategy of Samosir Regency. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4 (2), 90–105.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- 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. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211222193439-4-301297/sandi-uno-bali-penyumbang-devisa-terbesar-di-pariwisata-ri> pada 21 Agustus 2023.