

**PENGEMBANGAN WISATA ALAM COBAN PUTRI DESA TLEKUNG
KOTA BATU**

Oleh
AZIZATUL KUMALA DEWI



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2019**

**PENGEMBANGAN WISATA ALAM COBAN PUTRI DESA TLEKUNG
BATU BERBASIS MASYARAKAT**

Oleh
AZIZATUL KUMALA DEWI

155040101111142

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat unntuk memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI**

MALANG

2019

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dann disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, September 2019

Azizatul Kumala Dewi



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul penelitian : Pengembangan Wisata Alam Coban Putri Desa Tlekung

Kota Batu

Nama mahasiswa : Azizatul Kumala Dewi

NIM : 15504010111142

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Disetujui

Pembimbing Utama,

Dr. Asihing Kustanti, S. Hut., M. Si.

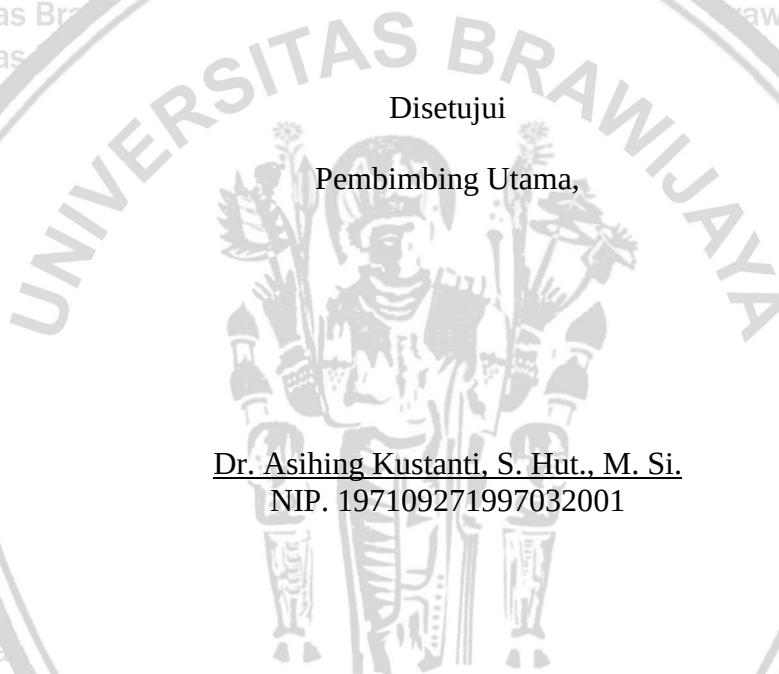
NIP. 197109271997032001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Hery toiba, SP., MP., Ph.D.

NIP. 197209082003121001



LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Dina Novia P, SP.,MP.,M.Si
NIP. 197811052006042002

Andrean Eka H, SP.,MP.,M.BA.
NIK. 2016079008181001

Penguji III

Dr. Asihing Kustanti, S.Hut.,M.Si
NIP. 197109271997032001

Tanggal Lulus :

LEMBAR PERSEMBAHAN



Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkan dengan cinta, atas berkah dan karunia serta kemudahan yang Allah SWT berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. tak lupa, shalawat serta salam semoga selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang yang sangat kukasihi dan kusayangi yang telah berjasa untukku dalam penyelesaian karya ini

Ayah dan Ibuku Tercinta

sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga aku persembahkan kaya kecilkku ini kepada Ayahku (Muhammad Yasin) dan Ibuku (Rohanah) yang selalu memberi kasih sayang, dukungan, semangat, kesabaran dan doa-doanya yang tiada henti untukku hingga akhirnya karya ini dapat terselesaikan. semoga karya ini menjadi langkah awal untuk membuat kedua orangtua ku tercinta bahagia dan bangga, Terimakasih untuk my forever love, aku selalu dan selamanya akan mencintai dan berusaha membahagiakan kalian berdua

Orang Terdekatku

sebagai tanda terimakasih aku persembahkan karya ini untuk seseorang yang spesial Kevin Junior Rampen, yang selalu menemaniku dari perjuangan mengajukan judul skripsi, mencari lokasi penelitian, mencari data penelitian, yang mengantarku untuk kesana kemari demi skripsi ini, intinya seseorang yang selalu ada dalam perjuanganku menyelesaikan skripsi ini, yang menemani tangis dan tawaku dalam segala prosesnya, aku ucapkan banyak terimakasih banyak. semoga epinnya atul segera skripsi juga yaa

Teman Temanku

untuk teman-teman terdekatku yang memberikan nasihat, semangat, dan dukungan untuk karya ini (Yosa, Yosi, Opi, Agia, Anin, Cibi) aku ucapkan terimakasih banyak, karena kalian telah memberikan banyak pengalaman berharga baik suka maupun duka selama kita berada dibawah satu naungan almamater, see u on top gengs

Dosen Pembimbing

Ibu Asihing Kustanti, selaku dosen pembimbing skripsiku yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyelesaian ini saya ucapkan banyak terimakasih, jasa ibu akan selalu saya ingat. semoga hal-hal baik akan selalu bersama ibu, Amin

Pihak –Pihak Lain

Untuk pihak-pihak lain yang berjasa dalam karya ini, pengelola wisata coban putri, mbak anisa yang memberi acuan skripsi, mama tyia yang selalu mendukung dan mengizinkan anaknya untuk menemaniku, mas fadli dan mbak tari yang selalu memberi semangat, fidia dan rizka yang selalu menyuruhku menyelesaikan skripsi ini, dan pihak-pihak lain yang tidak bisa aku sebutkan, aku persembahkan karya ini dan terimakasih banyak. Semoga Allah selalu bersama kalian dan melancarkan segala urusan kalian, amin



RINGKASAN

Azizatul Kumala Dewi, 155040101111142. Pengembangan Wisata Alam Coban Putri Berbasis Masyarakat di Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Dibawah bimbingan Dr. Asihing Kustanti, S.hut., M.Si.

Destinasi wisata merupakan salah satu tempat yang diminati masyarakat untuk dikunjungi. Wisata Alam Coban Putri merupakan salah satu destinasi wisata alam yang mengusung konsep pelestarian alam dengan menawarkan beberapa fasilitas dan wahana *outbound*, wisata tersebut merupakan salah satu wisata yang masih dalam tahap pengembangan agar dapat bersaing dengan wisata lainnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar keterlibatan masyarakat Desa Tlekung dalam menunjang pengembangan Wisata Alam Coban Putri dengan menganalisis faktor lingkungan yaitu faktor internal dan eksternal serta menemukan strategi yang sesuai dalam pengembangan wisata. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Masyarakat Desa Tlekung yang merupakan lokasi dari wisata coban putri ikut serta dalam pengelolaan dan pembangunan wisata tersebut. Pembangunan coban putri untuk dijadikan sebagai wisata dimulai pada tahun 2012 hingga saat ini dalam proses pengembangan. Masyarakat berperan dalam segala kegiatan yang ada di coban putri mulai dari pembuatan akses jalan, pembuatan gardu foto, pembuatan jembatan, penambahan fasilitas *outbound* serta masyarakat pula yang menjadi pekerja (karyawan) sekaligus pengelola dengan melakukan kerja sama ke beberapa pihak seperti LMDH, Perhutani, Pemerintahan Kota Batu, beberapa CV dan investor. Serta menunjukkan beberapa faktor internal dan eksternal yang ada di wisata Coban Putri untuk menggambarkan kekuatan (S), kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T), sehingga didapatkan letak kuadran SWOT berada di kuadran 1. Kegiatan usaha pengembangan wisata coban putri memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada atau strategi S-O.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah faktor lingkungan internal pada Wisata Coban Putri memiliki daya tarik yang kuat dan panorama alam yang indah, masih asli, dan sejuk. tetapi pengelolaan dari pihak wisata belum maksimal sehingga potensi yang dimiliki wisata belum dapat sepenuhnya diolah dengan baik. sementara faktor internal pada wisata coban putri masih terhalang oleh persaingan dengan wisata lain (wisata buatan manusia) yang lebih diminati masyarakat karena banyaknya wahana yang dapat dilakukan ketika berwisata.

Beberapa strategi yang dapat diberikan untuk membantu pihak pengelola wisata antara lain : Meningkatkan dan mengembangkan pelayanan pekerja dengan memberikan penyuluhan atau pelatihan, Memaksimalkan kerjasama dengan pihak perhutani dan investor lain untuk menambah fasilitas dan pembangunan lain agar wisata dapat bersaing, Menambah media promosi wisata dengan berlatar potret keindahan alam di Coban Putri, Memanfaatkan lahan wisata yang luas dengan membuat inovasi fasilitas baru untuk menarik untuk pengunjung. Saran yang dapat diberikan kepada pihak pengelola wisata Coban Putri antara lain : Mengelola potensi objek wisata alam dengan memanfaatkan kooperatifnya dinas pariwisata

terhadap instansi lain untuk mengembangkan tiap objek di tempat wisata, Mempercepat dibuatnya jalur yang mengintegrasikan Coban Putri dengan daerah lain yang lebih dahulu maju kepariwisataannya dengan mengandalkan kekuatan potensi daya tarik seperti Coban Rais, Memanfaatkan keterbukaan masyarakat dan keamanan berwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Memanfaatkan letak wisata yang strategis, kelengkapan sarana perhubungan, dan mudahnya mencapai lokasi objek wisata dengan menyediakan sarana transportasi umum untuk menjangkau tiap lokasi, Membuat sistem promosi yang baik dengan memanfaatkan arus perkembangan teknologi dan informasi guna meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung.



SUMMARY

Azizatul Kumala Dewi, 15504010111142. Community Based Coban Putri Nature Tourism Development in Tlekung Village, Junrejo District, Batu City. Under the guidance of Dr. Asihing Kustanti, S.hut., M.Sc.

Tourist destination is one of the places that people are interested in visiting. Coban Putri Nature Tourism is one of the natural tourism destinations that carries the concept of nature conservation by offering a number of outbound facilities and rides, this tour is one of the tours that is still under development in order to compete with other tourism. The purpose of this study is to find out how much community involvement Tlekung Village in supporting the development of Coban Putri Nature Tourism by analyzing environmental factors, namely internal and external factors and finding appropriate strategies in tourism development. The types of data used are primary and secondary data. Data analysis method used is the SWOT analysis.

The results of this study indicate that the Tlekung Village Community which is the location of the Coban Putri tourism participated in the management and development of the tour. The construction of a female coban to be used as tourism began in 2012 and is currently in the process of development. The community plays a role in all activities in the coban putri, starting from making access roads, making photo booths, making bridges, adding outbound facilities and also community members who become workers (employees) as well as managers by collaborating with several parties such as LMDH, Perhutani, Government Kota Batu, several CVs and investors. As well as showing some internal and external factors that exist in the Coban Putri tour to describe the strengths (S), weaknesses (W), Opportunities (O) and Threats (T), so that the SWOT quadrant location is in the quadrant 1. Business activities in the development of female coban tourism has opportunities and strengths so that they can take advantage of existing opportunities or SO strategies.

The conclusion of this study is the internal environmental factors in Coban Putri Tourism have a strong appeal and beautiful natural panorama, still original, and cool. but the management of the tourism has not been maximized so that the potential of tourism can not be fully processed properly. while internal factors in female Coban tourism are still hindered by competition with other tours (man-made tours) that are more in demand by the public because of the many rides that can be done when traveling. And several strategies that can be given to help the tour management include: Improving and developing worker services by providing counseling or training, Maximizing cooperation with Perhutani and other investors to add facilities and other developments so that tourism can compete, Adding media to promote tourism with a background portrait of the beauty of nature at Coban Putri, Utilizing vast tourist land by creating innovative new facilities to attract visitors.

Suggestions that can be given to the management of the Coban Putri tour include: Managing the potential of natural tourism objects by utilizing the cooperation of the tourism department to other agencies to develop each object in the tourist attractions, Speeding up the pathway that integrates Coban Putri with other regions that advance tourism with relying on the potential power of attraction such as Coban Rais, Utilizing openness of the community and travel security to

increase the number of tourist visits, Utilizing a strategic tourist location, completeness of transportation facilities, and easily reaching the location of attractions by providing public transportation facilities to reach each location, Creating a promotion system which is good by utilizing the current developments in technology and information to increase the number of tourists to visit.



KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan Wisata Alam Coban Putri Desa Tlekung Kota Batu”.

Penulis melakukan penelitian di daerah Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo Kota Batu untuk mengidentifikasi serta mendeskripsikan mana pengembangan wisata Coban Putri dalam pengelolaan wisata guna menjadi wisata yang dapat bersaing dengan wisata-wisata lainnya. Selain itu, untuk mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang ada di Coban Putri sebagai wisata alam yang berkembang guna menarik minat pengunjung. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih selama tiga bulan yaitu mulai bulan Maret-April untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan.

Melalui skripsi yang dibuat ini, penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, memberikan referensi bagi mahasiswa lain ketika akan melaksanakan penelitian yang berkaitan serta dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam kemajuan ilmu pengetahuan.

Malang, September 2019

Penulis

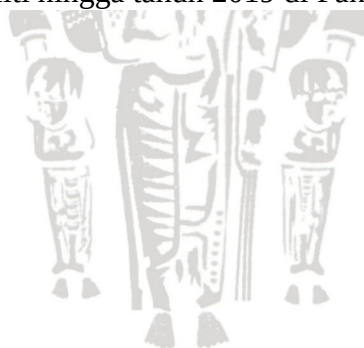
RIWAYAT HIDUP



Azizatul Kumala Dewi dilahirkan di Kota Malang pada tanggal 31 Agustus 1996. Azizatul Kumala Dewi merupakan putri tunggal dari pasangan Bapak Muhammad Yasin dan Ibu Rohanah dan tinggal di Desa Sumber Tangkep Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. Peneliti memulai pendidikan dari Taman Kanak-kanak dan lulus pada tahun 2003 dan pada tahun itu pula peneliti

melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Islam Diponegoro di Kecamatan Dampit Kabupaten Malang dan lulus pada tahun 2009.

Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Dampit dan tamat tahun 2012. setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 1 Dampit dan lulus pada tahun 2015. kemudian peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi negeri tepatnya di Universitas Brawijaya Malang Fakultas Pertanian pada Program Studi Agribisnis. Pendidikan terakhir ditempuh peneliti hingga tahun 2019 di Fakultas Pertanian.



DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kajian Pustaka	10
III. KERANGKA TEORITIS	19
3.1 Kerangka Pemikiran	19
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
IV. METODE PENELITIAN	23
4.1 Pendekatan Penelitian	23
4.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	23
4.3 Metode Pengambilan Sampel	24
4.4 Metode Pengumpulan Data	24
4.5 Metode Analisis Data	25
4.6 Uji Instrumen	30
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
5.1 Gambaran Umum Wisata Alam Coban Putri	33
5.2 Hasil Uji Instrumen Data	40
5.3 Karakteristik Responden Wisata Alam Coban Putri	41

5.4 Hasil Analisis Deskriptif	42
5.5 Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	51
5.6 Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (EFAS)	53
5.7 Penentuan Matriks SWOT	56
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	22
2	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	26
3	Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	27
4	Matriks SWOT.....	29
5	Skor Alternatif Jawaban Positif Pada Faktor Kekuatan dan Peluang.....	30
6	Skor Alternatif Jawaban Negatif Pada Faktor Kelemahan Dan Ancaman.....	30
7	Hasil Uji Validitas.....	40
8	Hasil Uji Reliabilitas.....	41
9	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Dan Gender.....	41
10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Gender.....	42
11	Analisis Lingkungan Internal.....	43
12	Analisis Lingkungan Eksternal.....	47
13	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	51
14	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	53
15	Selisih Skor Faktor Internal dan Eksternal.....	54
16	Matriks SWOT Wisata Alam Coban Putri.....	56

DAFTAR GAMBAR

Nomor

Teks

Halaman

1	Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian.....	20
2	Kategori Kuadran Matriks SWOT.....	28
3	Gardu Pandang.....	35
4	Peserta <i>offroad</i>	36
5	Pondok Kayu.....	37
6	Lokasi Pengamatan Coban Putri.....	38
7	Diagram Analisis SWOT Coban Putri.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

Teks

Halaman

1	Kuesioner.....	63
2	Dokumentasi.....	68
3	Identitas Responden.....	69
4	Bobot Internal.....	70
5	Bobot Eksternal.....	71
6	Letak Kuadran Wisata Alam Coban Putri.....	72
7	Hasil Uji Instrumen Validitas.....	73
8	Hasil Uji Instrumen Realibilitas.....	74
9	Rating Indikator internal dan eksternal.....	75



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi bagi daerah yang mengelolanya menjadi tempat wisata. Pariwisata menjadi salah satu hal yang diminati oleh masyarakat, karena dapat menghilangkan kejenuhan sekaligus mengisi waktu luang. Perlu adanya pengembangan suatu tempat wisata agar dapat menarik minat pengunjung untuk kembali ke tempat wisata tersebut. Pengembangan ini pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata, yang dapat terwujud dalam bentuk kekayaan alam, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya, dan peninggalan purbakala.

Salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Timur yang terkenal dengan tempat wisata adalah Kota Batu. Wilayah Batu memiliki suhu yang relatif rendah karena berada pada daerah dataran tinggi dengan rata-rata ketinggian wilayah Batu 871 mdpl. Topografi daerah Batu merupakan daerah perbukitan karena dikelilingi oleh pegunungan, seperti Gunung Kawi, Gunung Anjasmoro, Gunung Arjuno, Gunung Banyak, Gunung Welirang dan Gunung Panderman (Pemerintah Kota Batu, 2013).

Salah satu objek wisata alam yang ada di Kota Batu adalah objek wisata alam Coban Putri. Wisata ini terletak di Kecamatan Junrejo Kota Batu yang dibuka untuk masyarakat secara umum sekitar tahun 2017 dan sampai saat ini dalam tahap pengembangan. Luas wisata Coban Putri ini sekitar 2 hektar dan menyuguhkan pemandangan alam yaitu air terjun dengan tinggi ± 20 meter terbentuk secara alami.

Lokasi wisata ini berada sekitar 5 km dari Alun-alun Kota Batu dan sekitar 1,5 km dari Coban Rais. Wisata Coban Putri ini berada dibawah pengelolaan Perhutani RPH Oro-oro Ombo, BKPH Pujon, KPH Malang yang bekerja sama dengan masyarakat sekitar wana wisata dalam usaha pengembangan wisata tersebut. Masyarakat pengelola wisata berperan aktif dalam pengembangan wisata dengan presentase sekitar 80% dan 20% sisanya adalah dari pihak perhutani.

Wisata ini terhitung masih baru yaitu kurang dari 2 tahun, sehingga untuk menunjang eksistensinya maka diperlukan peran serta dari masyarakat sekitar untuk pengembangan serta pengelolaannya, sebagai salah satu wisata yang baru dibuka,

Coban Putri perlu dikembangkan agar dapat bersaing dengan wisata lainnya, adanya peran serta masyarakat sebagai pelaku pendukung kegiatan wisata dapat menjadikan mereka memiliki peran yang sentral dalam usaha untuk memajukan suatu kawasan yang akan dijual kepada konsumen, dalam hal ini masyarakat bertanggung jawab atas pemeliharaan, kegiatan, serta manajemen dalam kawasan atau daerah tersebut. Dalam pengelolaan wisata harus memperhatikan segmen pasar yang dituju dan diharapkan agar dalam prosesnya dapat membuahkan hasil.

Keterlibatan masyarakat sendiri dapat mendukung dalam menjaga kelestarian alam dan budaya serta mendukung dan menciptakan suasana kondusif bagi pengunjung/ wisatawan. Dengan terwujudnya wisata diharapkan masyarakat memperoleh manfaat secara ekonomi sehingga dapat tumbuh motivasi untuk melakukan kegiatan kepariwisataan secara swadaya. Keterlibatan dan peran serta masyarakat adalah kunci keberhasilan yang harus diwujudkan dan menjadi dasar pijakan dalam penyusunan kebijakan, strategi dan pokok program pembangunan pariwisata, khususnya menjawab isu strategis yaitu pemberdayaan perekonomian rakyat; yang menekankan perlunya keberpihakan dan pemberdayaan masyarakat lokal, termasuk pemberdayaan kapasitas dan peran masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan (Dinas Pariwisata Jawa Tengah, 2002: 16). Dalam upaya mewujudkan pengembangan wisata di Coban Putri maka pihak pengelola perlu mengetahui bagaimanakah wisata yang diharapkan dan diminati oleh pengunjung, dengan mengetahui hal tersebut maka pengelola wisata dapat melakukan inovasi agar dapat membuat lingkungan wisata dengan suasana kondusif bagi pengunjung atau wisatawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan masyarakat dalam meningkatkan dan mengembangkan potensi wisata agar dapat menjadi wisata yang bersaing. Dengan mengetahui seberapa besar keterlibatan serta masyarakat dalam upaya mewujudkan ekowisata, maka nantinya dapat digunakan sebagai dasar pedoman pelaksanaan pengembangan Wisata Alam Coban Putri.

1.2 Rumusan Masalah

Pengembangan sektor wisata alam ikut berperan dalam pelestarian alam, pengelolaan suatu objek wisata sangat diperlukan agar tetap terawat dan terjaga

keberlangsungannya. Perlu adanya penunjang dari pihak-pihak terkait agar objek wisata alam tetap berjalan dan diminati oleh pengunjung. Menurut Swarbrooke (1996) pengembangan merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata.

Wisata Coban Putri merupakan destinasi wisata yang dapat dikatakan baru dibuka sehingga masih banyak wisatawan yang belum mengetahui tentang destinasi wisata tersebut. Sebagai wisata yang baru dibuka, Coban Putri perlu mengembangkan eksistensinya agar dapat bersaing dengan wisata lain yang telah dikenal oleh masyarakat terlebih dulu. Persaingan wisata ini dapat menurunkan daya tarik Coban Putri apabila tidak dapat mengembangkan dan membaca keinginan pengunjung. Berdasarkan hal yang telah dikemukakan peneliti diatas, maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana faktor lingkungan dalam pengembangan wisata alam Coban Putri berbasis masyarakat di Dusun Tlekung ?
2. Bagaimana strategi yang sesuai untuk pengembangan Wisata Alam Coban Putri berbasis masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah adalah:

1. Untuk mengidentifikasi faktor lingkungan pengembangan wisata alam Coban Putri berbasis masyarakat di Dusun Tlekung
2. Untuk menentukan strategi dalam pengembangan Wisata Alam Coban Putri berbasis masyarakat

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, dapat dituliskan beberapa kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Bagi pemerintah diharapkan mampu memberi informasi dan dukungan untuk meningkatkan pengembangan wisata alam bagi masyarakat banyak.
2. Bagi pemilik dan pengelola wisata diharapkan mampu memberikan informasi yang mendukung terkait untuk mengetahui straregi-strategi yang dibutuhkan

dalam pengembangan wisata. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi pemilik dan pengelola wisata alam untuk lebih berkembang lebih baik.

3. Bagi peneliti diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan perluasan wawasan dalam menganalisa strategi pengembangan wisata serta sebagai penyempurna bagi penelitian yang sama dimasa yang akan datang terutama yang berkaitan dengan pengembangan wisata.
4. Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengelolaan wisata maupun sebagai acuan dalam memperbaiki usaha wisata alam.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pertama dilakukan oleh Fitra Delita, Elfayetti, Tumiar Sidauruk pada tahun 2017 dengan mengambil judul “Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun”. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan wisata pemandian mual mata guna menambah pendapatan daerah serta meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Populasi dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Simalungun, BAPPEDA Kabupaten Simalungun, Camat Pematang Bandar, Kepala Desa Bandar Meriah, Tokoh masyarakat, Masyarakat sekitar objek wisata, Pengunjung objek wisata. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan jenis data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode penelitian menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk data primer sedangkan untuk data sekunder diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS), BAPPEDA dan Dinas Pariwisata, Kantor Camat dan Kepala Desa. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dapat dilakukan melalui prosedur atau beberapa tahap sebagai berikut: (1) Reduksi; Data yang diperoleh dikumpulkan dan diseleksi, mana yang betul-betul dibutuhkan sebagai data utama dan data pelengkap. Lalu ditulis dalam bentuk uraian, difokuskan pada hal-hal yang penting secara sistematis sehingga lebih mudah dimengerti. (2) Model data (data display) ; Model data ini merupakan suatu kumpulan informasi yang tersusun dari pendeskripsian dan pengambilan tindakan. Bentuk dari model data lebih bersifat naratif dengan menggunakan matriks SWOT.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Jika segala kekuatan dan peluang ditingkatkan serta meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dilakukan didukung oleh penerapan strategi pengembangan yang tepat maka obyek wisata alam Pemandian

Mual Mata yang terletak di Desa Bandar Meriah, Kecamatan Pematang Bandar, Kabupaten Simalungun akan mampu bersaing dengan obyek wisata lainnya yang ada di Kabupaten Simalungun bahkan di Sumatera Utara.

Dari penelitian ini peneliti menggunakan semua strategi yang didapatkan untuk pelaksanaan pengembangan untuk memaksimalkan wisata dalam menarik pengunjung. Sehingga setiap strategi yang didapatkan dalam perhitungan matriks SWOT menjadi pertimbangan untuk dilaksanakan, sementara dalam penelitian penulis menggunakan strategi S-O yang sesuai dengan hasil diagram matriks SWOT. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis adalah analisis yang digunakan yaitu SWOT dan populasi yang digunakan yaitu pengunjung wisata dan pengelola wisata.

Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Andhika Sutrisno Wibowo pada tahun 2016 dengan mengambil judul “Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara”. Permasalahan dalam penelitian ini bagaimanakah tingkat potensi objek wisata alam di Kabupaten Kolaka serta faktor dominan apakah yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan wisata.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung obyek wisata alam (wisatawan) yang memanfaatkan obyek wisata di Kabupaten Kolaka dan masyarakat setempat yang telah berdiam di daerah tersebut minimal 5 tahun.

Sampel penelitian untuk wisatawan ditetapkan secara *accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data, maka dapat digunakan sebagai sampel. Setiap wisatawan yang dijumpai langsung diambil sebagai responden dan ditetapkan sebanyak 5 sampai 10 orang. Sementara untuk sampel masyarakat lokal ditetapkan sebanyak 5 sampai 10 orang.

Metode penelitian dilakukan oleh peneliti secara langsung terhadap objek penelitian melalui pengamatan/observasi langsung, wawancara (*interview*), sedangkan untuk pengumpulan data sekunder dilakukan melalui penelitian terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan obyek penelitian, serta mencocokkan dengan data yang lain dan terbaru.

Adapun Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menelaah semua data-data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari hasil wawancara langsung, pengamatan di lapangan, dokumentasi pribadi dan dokumen resmi. Untuk mengetahui seberapa besar potensi masing-masing obyek wisata alam, maka digunakan teknik analisis skoring dan klasifikasi interval kelas potensi obyek wisata, setelah itu melakukan analisis terhadap faktor internal dan faktor eksternal lalu menyusun strategi pengembangan dengan menggunakan analisis SWOT. Kesimpulan dari penelitian Andhika (2016) adalah :

- a. Tiap potensi atraksi yang dimiliki objek wisata alam Kolaka memiliki daya tarik yang kuat dan panorama alam yang indah, masih asli, dan sejuk.
- b. Beberapa objek wisata alam seperti Tanjung Malaaha memiliki tingkat potensi yang sangat rendah, itulah karenanya intensitas kunjungan pada objek wisata ini sangat sedikit dengan kunjungan wisatawan pertahunnya hanya sekitar 1.000-an pengunjung/wisatawan.
- c. Pemerintah kurang memberikan perhatian langsung pada tiap objek wisata alam yang memiliki potensi keunikan dan keragaman yang berbeda sehingga keberadaan tiap objek wisata alam menjadi tidak terkelola dengan baik.
- d. Keterbukaan masyarakat terhadap wisatawan lokal maupun asing namun tak sebanding dengan kemampuan pengelolaan tiap objek wisata yang dilakukan masyarakat sehingga kondisi objek wisata seperti terkesan kurang terawat karena pengelolaan dilakukan dengan kemampuan yang terbatas dan seadanya.

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai sampel penelitian adalah warga sekitar wisata yang berdiam di daerah sekitar wisata tersebut sekitar 5 tahun, serta pengambilan sampel untuk wisatawan atau pengunjung wisata dilakukan secara *accidental sampling*. Sehingga dalam pengambilan sampel wisatawan tidak ada kategori khusus agar dapat dijadikan sampel penelitian. Berbeda dengan penelitian penulis yang menggunakan sampel pengunjung wisata dan pengelola wisata dengan metode *purposive sampling*. Persamaan dalam penelitian ini dan penelitian penulis adalah alat analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT.

Penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Selvi Maryam pada tahun 2011 dengan mengambil judul “Pendekatan Swot dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal”. Permasalahan yang dibahas dalam

penelitian ini adalah apakah faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan objek wisata Kampoeng Djowo Sekatul yang selanjutnya diformulasikan untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat yang harus dilakukan oleh pengelola objek wisata dalam peningkatan jumlah pengunjung.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* dan pengelola wisata. Jumlah responden dibatasi 110 orang dengan rincian 100 orang pengunjung, ditambah dengan 10 orang *Key Person*, yaitu 10 orang pengelola atau karyawan yang bekerja dan dianggap mengetahui betul kondisi objek wisata Kampoeng Djowo Sekatul.

Metode penelitian dilakukan oleh peneliti secara langsung terhadap objek penelitian melalui pengamatan/observasi langsung, wawancara (*interview*), sedangkan untuk pengumpulan data sekunder melalui Badan Pusat Statistik, Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul, serta sumber pustaka yang ada. Metode strategi pengembangan melalui analisis SWOT dengan cara menganalisis faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan matriks EFE dan IFE. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil Matrik Internal-Eksternal dapat diketahui bahwa perkembangan objek wisata Kampoeng Djowo Sekatul memiliki skor total rata-rata tertimbang IFE sebesar 2,82297 artinya posisi internal Kampoeng Djowo Sekatul memiliki posisi rata-rata terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada. Skor total rata-rata tertimbang EFE sebesar 2,775885 yang menunjukkan bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap peluang dan ancaman yaitu memiliki posisi yang sedang. Oleh karena itu, strategi yang cocok digunakan adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah pengunjung wisata dengan metode *accidental sampling* dan pengelola wisata dengan metode *purposive sampling*. Sementara dalam penelitian penulis menggunakan metode *purposive sampling* saja. Perbedaan lainnya yaitu tidak terdapat kriteria khusus dalam penentuan sampel, dan tidak memiliki batasan masalah yang dibahas dalam

penelitian. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah menggunakan metode analisis SWOT dengan matriks SWOT.

Penelitian terdahulu keempat dilakukan oleh Erna Andajani, Fitri Novika Widjaja, Andriani Eko Prihatiningrum pada tahun 2017 dengan mengambil judul “Pengembangan Potensi Desa Wisata melalui Analisa SWOT di Kecamatan Kalitidu Bojonegoro”. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimanakah fakta mengenai potensi dan kendala yang dimiliki desa dalam rangka mewujudkan Kawasan Agropolitan yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah Bappeda Bojonegoro, Kepala Desa Mojo dan Mayanggeneng, Bumdes (Badan Usaha Milik Desa) Mojo dan Mayanggeneng, Pokdarwis (kelompok sadar wisata), dan Dinas Pariwisata dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability dengan type snowball.

Metode penelitian dilakukan melalui wawancara unstructured (data primer) pada beberapa orang aparat desa dan Bappeda Bojonegoro serta data sekunder terkait data desa. Data sekunder banyak diperoleh dari Bappeda Bojonegoro dan Dinas Pariwisata. Pada tahap inisiasi ini, penelitian ini menghasilkan pemetaan yang tertuang dalam matrik SWOT. Dalam matrik SWOT menunjukkan strategi yang dapat dilakukan organisasi. Strategi tersebut diimplementasikan dalam bentuk yang real yakni beragram aktivitas.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah analisis matrik SWOT untuk Desa Mojo dan Desa Mayanggeneng. Matrik SWOT ini menghasilkan strategi yang bertujuan untuk mewujudkan sebagai kawasan Agropolitan di Desa Mojo dan Mayanggeneng Kecamatan Kalitidu. Strategi ini yang selanjutnya diterjemahkan dalam bentuk kegiatan yang dapat dilakukan di desa.

Berdasarkan uraian dua belas kegiatan di desa dapat di kelompokkan menjadi 4 program kegiatan utama yaitu :

- a. Program Pengembangan Paket Agrowisata, menekankan pada menggali dan mengembangkan potensi desa pada sektor pertanian, perikanan dan alam.
- b. Program Pengembangan Sumberdaya Manusia, menekankan pada pengembangan potensi dan ketrampilan pokdarwis, bumdes, petani dan masyarakat desa.

- c. Program Pengembangan dan Pemasaran Agrowisata, menekankan pada aspek pemasaran yang efektif dan relevan di era digital ini.
- d. Program Monitoring dan Evaluasi, menekan pada pemantauan dan evaluasi program setiap tahunnya.

Analisa matrik SWOT ini sangat membantu desa untuk mengenali potensi dan kelemahan diri. Analisa kekuatan dan kelemahan desa ini digunakan untuk meraih peluang dan menghadapi ancaman. Hasil analisa matrik SWOT bisa pula berubah sesuai dengan penambahan/pengurangan faktor di dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Pada tahap berikutnya akan dilakukan kesesuaian SWOT untuk menentukan strategi yang akan datang. Dengan demikian strategi desa untuk mewujudkan desa wisata dapat pula berubah.

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah indikator yang dikategorikan dalam matriks SWOT tanpa memberi batasan seperti fasilitas, atraksi, aksesibilitas, dll sementara dalam penelitian penulis dibatasi hanya aksesibilitas dan fasilitas saja. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya anggota yang terkait dengan pengelolaan wisata, pengunjung wisata tidak termasuk didalamnya. Sementara penelitian penulis menggunakan sampel pengunjung dan pengelola. Untuk persamaannya adalah tentang metode analisis data yaitu menggunakan analisis SWOT dengan matriksnya.

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Obyek Wisata Alam

Menurut Chafid Fandeli (2000) obyek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sementara itu, obyek wisata alam adalah obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata (Mappi, 2001).

Penggolongan jenis obyek wisata akan terlihat dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap obyek wisata. Menurut Mappi (2001) Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Objek wisata alam, misal : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misal : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misal : sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Pelaksanaan pembangunan obyek wisata perlu memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan obyek wisata itu sendiri. Pembangunan obyek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh pemerintah, badan usaha maupun perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihak-pihak yang terkait. Berdasarkan hal tersebut, obyek wisata dapat diklasifikasikan berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Pada dasarnya obyek Wisata Alam Coban Putri mempunyai kekayaan alam dan hasil buatan manusia karena selain memiliki air terjun dengan keindahan alamnya juga terdapat campur tangan manusia seperti jalan setapak dan beberapa bangunan yang disediakan.

2.2.2 Konsep Pengembangan Wisata

Konsep Pengembangan Pariwisata menurut Pitana (2005), pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata.

Terkait pariwisata yaitu sejak 6 Agustus 1969 dari awal pemerintah telah mengeluarkan Instruksi Presiden R.I No. 9 Tahun 1969 dalam BAB II pasal 3 disebutkan bahwa usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara.

Sesuai dengan instruksi presiden tersebut, dikatakan pula bahwa tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia adalah : a. Meningkatkan pendapatan devisa negara pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan kerja serta mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya. b. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia. c. Meningkatkan persaudaraan dan persahabatan nasional juga internasional. Berdasarkan peraturan daerah Provinsi Lampung Nomor 6 Tahun 2011 tentang Kepariwisata pasal 11 yang menjadi acuan dalam pengembangan kawasan pariwisata didasarkan pada kriteria: aksesibilitas, amenitas atau fasilitas, *Ancillary* atau kelembagaan, daya tarik wisata, kesiapan masyarakat, era atau *trend* yang berkembang

Menurut Suwanto (2002), unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi :

1. Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Pada umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasar pada :
 - a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih
 - b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
 - c. Adanya spesifikasi/ciri khusus yang bersifat langka.
 - d. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan
 - e. Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain-lain).
 - f. Obyek wisata budaya dalam bentuk atraksi kesenian, upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

2. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya.
3. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisata.

Menurut Manulang (1988) untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga maka para pengelola menggunakan sarana atau alat manajemen yaitu: a. *Man* (Manusia) untuk melakukan berbagai aktivitas dalam organisasi kita perlukan manusia. Tanpa adanya manusia, manajer tidak akan mungkin mencapai tujuannya, harus diingat bahwa manajer adalah orang yang mencapai hasil melalui orang lain. b. *Money* (Uang) sarana manajemen yang kedua adalah uang, untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang, seperti upah atau gaji orang yang mengadakan pengawasan, bekerja dalam proses produksi, membeli bahan-bahan peralatan, dan lain sebagainya. Uang sebagai sarana manajemen harus digunakan sedemikian rupa, karena kegagalan atau ketidaklancaran proses manajemen sedikit banyak ditentukan atau dipengaruhi oleh perhitungan atau ketelitian dalam penggunaan uang. c. *Material* (Bahan-Bahan) dalam proses pelaksanaan kegiatan, manusia menggunakan material atau bahan-bahan, karenanya dianggap pula sebagai alat atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan. d. *Methods* (Cara), agar dapat melakukan kegiatan-kegiatan secara berdaya guna dan hasil guna maka manusia dihadapkan pada berbagai alternative method atau cara melakukan pekerjaan. Oleh karena itu metode atau cara dianggap pula sebagai sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan. e. *Market* (Pasar), sarana manajemen yang penting lainnya adalah pasar atau *market*. Tanpa adanya pasar, maka tujuan tidak akan mungkin tercapai.

2.2.3 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2005) Analisis swot adalah indifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*sterngths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT menurut Siagian, Sondang P

(2005) merupakan salah satu *instrument* analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Analisis SWOT menurut Kotler (1999) diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisis SWOT melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menguntungkan untuk mencapai tujuan tersebut (Grewal & Levy, 2008).

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkan dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT akan menjelaskan informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, dan strategi, dan kebijakan dari perusahaan. Perecanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada disaat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi usaha bisnis. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas mengenai

peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi bisnis usaha disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis (Rangkuti, 2005).

Definisi manajemen strategi menurut David (2006 : 6) adalah sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Seperti tersirat dalam definisi, manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produk/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi computer untuk mencapai tujuan organisasi.

Selanjutnya Pearce dan Robinson (2008 : 5) mendefinisikan Manajemen strategis sebagai satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implemementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan/organisasi. Perencanaan merupakan tindakan awal dalam aktifitas manajerial setiap organisasi. Perencanaan strategis adalah instrumen kepemimpinan dan suatu proses. Sebagai suatu proses, ia menentukan apa yang dikehendaki suatu organisasi dimasa depan dan bagaimana usaha mencapainya. Seperti yang ditegaskan oleh Steiss yang disadur oleh Salusu (2006 : 500) bahwa perencanaan strategis sebagai komponen dari manajemen strategis bertugas untuk memperjelas tujuan dan sasaran, memilih berbagai kebijaksanaan, terutama dalam memperoleh dan mengalokasikan sumber daya serta menciptakan suatu pedoman dalam menerjemahkan kebijaksanaan organisasi.

Perencanaan sebagai salah satu fungsi dari manajemen yang pertama memiliki peranan yang sangat penting. Dengan perencanaan yang bagus, sebuah organisasi akan memiliki arah dan langkah yang jelas. Dengan menggunakan manajemen strategis sebagai suatu kerangka kerja untuk menyelesaikan setiap masalah strategis di dalam organisasi, maka para pemimpin organisasi diajak untuk berpikir lebih kreatif atau berpikir secara strategik. Ada beberapa manfaat yang diperoleh organisasi jika menerapkan manajemen strategis, yaitu :

1. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi
3. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif

4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko
5. Aktifitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan organisasi untuk mencegah munculnya masalah dimasa mendatang
6. Keterlibatan karyawan/anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya
7. Aktifitas tumpang tindih akan dikurangi
8. Keengganan untuk berubah dari karyawan/anggota organisasi akan dapat dikurangi

Menurut Porter yang dikutip oleh Umar (2005) Lingkungan eksternal dibagi kedalam dua katagori yaitu lingkungan makro dan lingkungan industri. Penjelasan kedua katagori eksternal yakni sebagai berikut :

1. Lingkungan Makro

Elemen-elemen yang ada dalam lingkungan ini memberikan pengaruh yang tidak langsung pada perusahaan. Elemen-elemen yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a. Elemen Perekonomian

Perekonomian berkaitan dengan bagaimana orang atau bangsa memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi berbagai barang dan jasa. Perusahaan perlu memperhatikan sejauh mana perekonomian dapat mempengaruhi perusahaan/organisasi dari segi upah tenaga kerja, inflasi, perpajakan, pengangguran, dan harga barang yang dikelola.

- b. Elemen Politik dan Legal

Situasi politik, perpolitikan, dan masalah legal sangat terkait dengan keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang. Situasi perpolitikan yang kondusif memberikan kenyamanan bagi para organisasi/pelaku usaha.

- c. Elemen Sosial-Budaya

Kondisi sosial yang dimaksud adalah seperti kondisi demografi, sikap, gaya hidup, adat istiadat, dan kebiasaan dari orang-orang eksternal perusahaan.

Begitupula dari kondisi budaya seperti ekologis, demografis, religious, pendidikan dan etnis.

- d. Elemen Lingkungan Teknologi

Ilmu dan pengetahuan manusia terus berkembang dari waktu ke waktu. Ini membuat teknologi juga berkembang pesat. Teknologi tidak hanya mencakup penemuan-penemuan yang baru saja, tetapi juga meliputi cara-cara pelaksanaannya atau metode-metode baru dalam mengerjakan suatu pekerjaan, artinya teknologi memberikan suatu gambaran yang luas meliputi mendesain, menghasilkan, dan mendistribusikan.

2. Lingkungan Industri

Aspek lingkungan industri akan lebih mengarah pada aspek persaingan di-mana bisnis perusahaan berada.

a. Ancaman Pelaku Bisnis Baru

Masuknya perusahaan sebagai pendatang baru akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi perusahaan yang sudah ada.

b. Ancaman Produk Substitusi

Perusahaan-perusahaan yang berada dalam industri tertentu akan bersaing pula dengan produk pengganti.

c. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli

Pembeli ini biasanya bisa memaksa perusahaan untuk menurunkan harga atau menuntut meningkatkan kualitas produk/jasa, serta mengadu perusahaan dengan kompetitornya.

d. Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok

Bila pemasok memiliki daya tawar yang semakin kuat, maka semakin kurang menarik industrinya.

e. Persaingan Dalam Industri

Persaingan dalam industri akan mempengaruhi kebijakan dan kinerja perusahaan. Dalam situasi persaingan yang oligopoly, perusahaan mempunyai kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi pasar. Sedangkan pada pasar persaingan sempurna biasanya akan memaksa perusahaan menjadi *follower* termasuk dalam hal harga produk.

Secara garis besar, aspek-aspek lingkungan internal perusahaan yang hendaknya diamati dapat dilihat dari beberapa pendekatan, yakni sebagai berikut :

1. Pendekatan Fungsional

Pada pendekatan ini, pegkatagorian analisis internal sering diarahkan pada pasar dan pemasaran, kondisi keuangan dan akunting, produksi, sumber daya manusia, dan struktur organisasi dan manajemen.

2. Pendekatan Rantai Nilai (*Value Chains*)

Analisis dengan pendekatan Rantai Nilai didasarkan pada serangkaian kegiatan yang berurutan dari sekumpulan aktivitas nilai (*value activities*) yang dilaksanakan untuk mendesain, memproduksi, memasarkan, mengirimkan, serta mendukung produk dan jasa mereka pada perusahaan yang terdiri dari satu SBU saja.

Menurut David (2006), untuk menganalisis penentuan strategi menjadi jelas, ada sembilan macam matriks yang dapat digunakan yakni sebagai berikut :

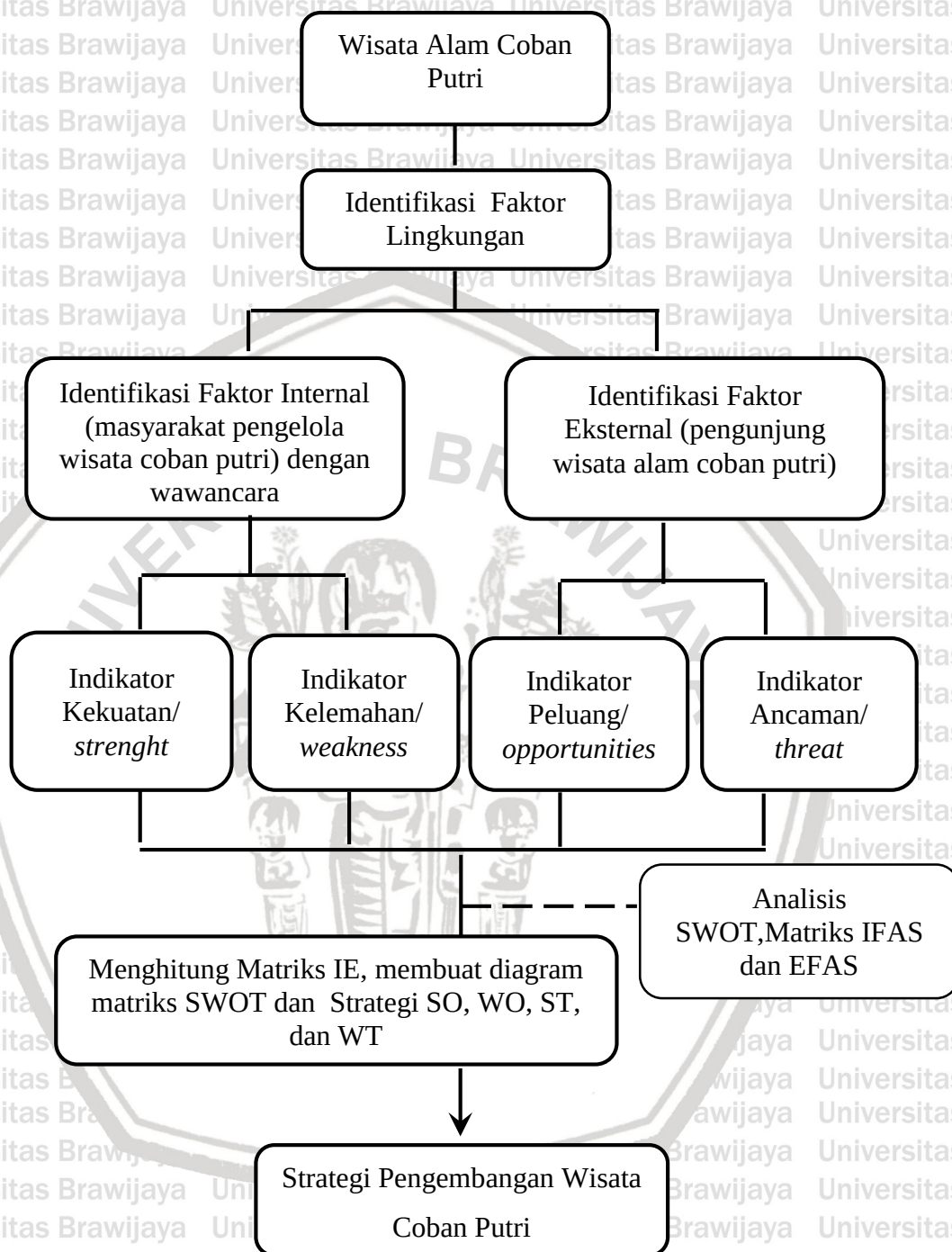
- a. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)
- b. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)
- c. Matriks *Competitive Profile* (CP)
- d. Matriks SWOT
- e. Matriks *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE)
- f. Matriks *Internal-Exsternal* (IE)
- g. Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)
- h. Matriks *Grand Strategy*
- i. Matriks *Quantitative Strategies Planning* (QSP)

III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Kegiatan berwisata menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengisi waktu luang. Saat ini, banyak objek wisata yang dikembangkan oleh masyarakat, hal ini selaras dengan pendapat Tahwin (2003) tentang sektor pariwisata secara bertahap mulai pulih dengan makin hidupnya berbagai aktivitas yang merupakan komponen dalam industri pariwisata. Peran masyarakat ini dapat memberikan dampak terhadap wisata apabila dikelola sesuai dengan kebutuhan.

Wisata coban putri merupakan salah satu tempat wisata yang pengelolannya dilakukan oleh masyarakat sekitar. Sebagai wisata yang dibuka pada sekitar bulan April 2017 ini, Cohan Putri dapat dikatakan masih belum dikenal oleh masyarakat secara luas. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan wisata agar dapat menarik pengunjung untuk berwisata. Apabila suatu tempat wisata dapat berkembang, hal tersebut akan memberikan dampak terhadap pengelolanya, menurut Philip (2002) menyatakan bahwa pengembangan objek wisata ditujukan untuk mendayagunakan sumber dan potensi kepariwisataan menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk penerimaan devisa, memperluas dan meratakan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat, membangun daerah, memperkenalkan alam dan budaya bangsa. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan paradigma penelitian mengenai peran masyarakat dalam pengembangan wisata Cohan Putri dinyatakan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian

Peneliti melakukan observasi di sekitar lingkungan Wisata Coban Putri untuk mengetahui bagaimanakah peran masyarakat (pengelola wisata) dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif. Selain itu peneliti melakukan observasi untuk menemukan indikator-indikator dari lingkungan internal dan eksternal Wisata Coban Putri. Indikator tersebut menjadi media untuk mengevaluasi faktor internal dan faktor eksternal Wisata Coban Putri melalui kuesioner yang dibagikan kepada para responden. Evaluasi faktor internal dan eksternal ini menghasilkan indikator kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Indikator tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT sehingga didapatkan strategi pengembangan untuk Wisata Alam Coban Putri.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang dan Ancaman dengan faktor internal Kekuatan dan Kelemahan (Rangkuti, 2005)

1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan di obyek Wisata Alam Coban Putri. Analisis eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dilakukan untuk mengetahui posisi daerah dalam berhadapan dengan lingkungan eksternalnya. Menurut Pearce/Robinson (2008), peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, sedangkan ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.

2. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan di obyek Wisata Alam Coban Putri. Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal. Menurut

Pearce/Robinson (2008), kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relative lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Sedangkan kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan peanggan secara efektif.

Tabel 1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Faktor-faktor Eksternal	Kekuatan eksternal dapat dibagi menjadi lima kategori besar: 1. Kekuatan Ekonomi 2. Kekuatan Sosial, Budaya, Demografi, 3. Kekuatan Politik, pemerintah, dan Hukum 4. Kekuatan Teknologi 5. Kekuatan Kompetitif	Menggunakan Matriks Strategi Faktor Eksternal (EFAS)
Faktor-faktor Internal	Berdasarkan pandangan berbasis Sumber Daya (RBV) yang dipelopori oleh Jay Barney, menyatakan bahwa sumber daya internal dapat dikelompokkan dalam tiga kategori : 1. Sumber daya fisik yang meliputi semua pabrik dan peralatan, lokasi, teknologi, bahan baku, mesin 2. Sumber daya manusia meliputi semua karyawan, pelatihan, pengalaman, kepandaian, pengetahuan, keterampilan, kemampuan. 3. Sumber daya organisasi meliputi struktur perusahaan ,proses perencanaan, sistem informasi, paten, hak cipta, dan sebagainya	Menggunakan Matriks Strategi Faktor Internal (IFAS)

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *mix methods*, yaitu suatu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif (creswell, 2010:5). Sedangkan menurut sugiyono (2011:18) *mix methods* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komperhensif, valid, reliabel, dan objektif.

Pendekatan *mix methods* diperlukan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirangkum dalam bab I, rumusan masalah pertama dapat dijawab melalui pendekatan kualitatif dan rumusan masalah kedua dapat dijawab dengan pendekatan kuantitatif. Hal ini dilakukan untuk menemukan permasalahan di lapangan yang akan memberikan pemahaman baru bagi Wisata Coban Putri sebagai opsi pengembangan wisata.

Dalam penelitian ini menggunakan strategi metode campuran sekuensial/bertahap (*sequential mixed methods*). Dalam penelitian ini tahap pertama mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif dalam menjawab rumusan masalah. Data kualitatif ini didapatkan melalui wawancara dengan responden, metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai profil Wisata Coban Putri, hal-hal apa yang menunjang pengelolaan wisata serta hambatan-hambatan dalam pengelolaan. Sementara untuk metode kuantitatif dilakukan dengan penyebaran kuisioner terhadap pengunjung yang memenuhi kriteria agar dapat mengetahui pandangan pengunjung terhadap pelayanan dan pengelolaan Wisata Coban Putri.

4.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian studi pengembangan wisata dilaksanakan di Wisata Alam Coban Putri, Kota Batu. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* atau sengaja, lokasi yang dipilih merupakan tempat pengambilan sampel data dari pengunjung dan pengelola wisata (masyarakat Dusun Tlekung). Penentuan lokasi penelitian didasari karena lokasi tersebut masih dapat dikatakan baru dibuka sejak

tahun 2017 dan perlu adanya pengembangan agar dapat menarik minat pengunjung dan dapat bersaing dengan wisata lainnya.

4.3 Metode Pengambilan Sampel

Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan (Moh. Nazir, 1988). Populasi penelitian ini adalah pengunjung objek wisata yang melakukan rekreasi. Sampel adalah bagian dari populasi. Survei sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi (Moh. Nazir, 1988).

Penelitian di lokasi Coban Putri memiliki dua populasi yaitu pengunjung objek wisata alam (wisatawan) yang memanfaatkan objek wisata dan pihak pengelola wisata (masyarakat sekitar). Metode pengambilan sampel yaitu pengunjung dan pihak pengelola wisata dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Martono (2010) teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja sesuai kriteria sampel yang diperlukan. Pengunjung yang dijadikan sebagai sampel adalah pengunjung yang telah menikmati wisata alam Coban Putri dengan kategori telah berusia lebih dari 15 tahun. Sementara untuk pihak pengelola yang dijadikan sampel adalah pengelola inti yang telah bekerja minimal 1 tahun di lokasi wisata.

4.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian yaitu dengan metode wawancara, pembagian kuisioner, observasi, studi pustaka dan dokumentasi.

1. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung bertatap muka dengan pihak pengelola Wisata Alam Coban Putri. Pertanyaan yang diberikan telah dibuat sebelum bertemu dengan narasumber yaitu pihak pengelola wisata.
2. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menggunakan selembaran pertanyaan terkait Wisata Alam Coban Putri. Kuesioner diberikan kepada para pengunjung yang ditemui oleh peneliti di Wisata Alam Coban Putri.
3. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung keadaan atau kondisi Wisata Alam Coban Putri kemudian untuk dicatat secara sistematis oleh peneliti.

4.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan analisis SWOT. Analisis deskriptif lebih banyak menggunakan temuan yang dikumpulkan melalui pengamatan dan wawancara langsung, ataupun buku, dokumen, foto, namun juga dapat menggunakan data yang telah dihitung untuk tujuan lain, seperti data sensus (Strauss & Corbin, 2003).

Menurut Abdurrahman (1999) metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penggunaan metode ini, akan didapatkan suatu gambaran yang lebih jelas terhadap kondisi masyarakat dikawasan Wisata Coban Putri. Sehingga dapat dijadikan titik awal untuk mengetahui seberapa besar peran masyarakat dalam aktivitas pengembangan wisata.

Metode analisis SWOT digunakan dalam penelitian untuk mengetahui strategi yang sesuai dalam pengembangan Wisata Alam Coban Putri. Analisis SWOT merupakan analisis yang membandingkan antara faktor eksternal yaitu peluang, ancaman dan faktor internal yaitu kekuatan, kelemahan selasa dengan pendapat Murdani (2014) Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang berdasarkan pada kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*Opportunities*), Ancaman (*threat*). Berdasarkan pengertian dari SWOT dapat dijelaskan satu persatu segmen-segmennya :

1. Kekuatan (*Strengths*), merupakan kelebihan yang menjadikan kekuatan dari Wisata Coban Putri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan mampu bersaing dengan wisata lainnya dengan jalan mengetahui kekuatan dari Wisata Coban Putri.
2. Kelemahan (*Weaknesses*), merupakan kekurangan atau bagian dari wisata yang kurang baik dan tidak menghadirkan keuntungan atau kerugian bagi Wisata Coban Putri
3. Peluang (*Opportunities*), merupakan segala kemungkinan yang ada dapat digunakan sebagai peluang untuk mengembangkan Wisata Coban Putri.

4. Ancaman (*Threats*), merupakan berbagai hal yang dapat memicu kerugian dimasa mendatang maupun masa kini bagi pemilik dan pengelola Wisata Coban Putri.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) maka dirumuskan strategi pengembangan Wisata Coban Putri kedepannya. Menurut Yoeti (1996) analisis SWOT digunakan dengan tujuan agar mendapatkan pilihan strategi yang dapat membantu pengembangan wisata.

Observasi lingkungan Wisata Coban Putri dan wawancara secara langsung kepada pengelola Wisata Coban Putri dilakukan untuk mendapatkan indikator-indikator pada faktor internal dan faktor eksternal. Semua indikator yang telah diperoleh dari observasi dan wawancara, diubah menjadi kalimat positif atau netral untuk dimasukkan dalam kuesioner. Pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinilai oleh pengunjung dan pengelola Wisata Coban Putri. Metode analisis SWOT digambarkan pada tabel 2 dan 3 :

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Jumlah	Rating	Bobot %	Bobot × Rating
Indikator Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
Indikator Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
Total	1,00			

Berdasarkan tabel 2, kolom 1 berisi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan wisata. Kolom ke-2 berisi bobot dari faktor-faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (paling tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis wisata. Semua bobot tersebut harus berjumlah tidak melebihi 1,00. Kolom ke-3 berisi rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*), sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi wisata. Variabel yang bersifat positif (kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 kurang baik sampai dengan +4 (sangat baik) dibandingkan dengan pesaing utama. Variabel yang bersifat negatif (kategori kelemahan), jika kelemahannya sangat tinggi maka nilainya 1, jika kelemahan rendah nilainya adalah 4. Kolom ke-4 berisi hasil perkalian dari bobot pada kolom ke-2 dan rating pada kolom ke-3, hasil berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari

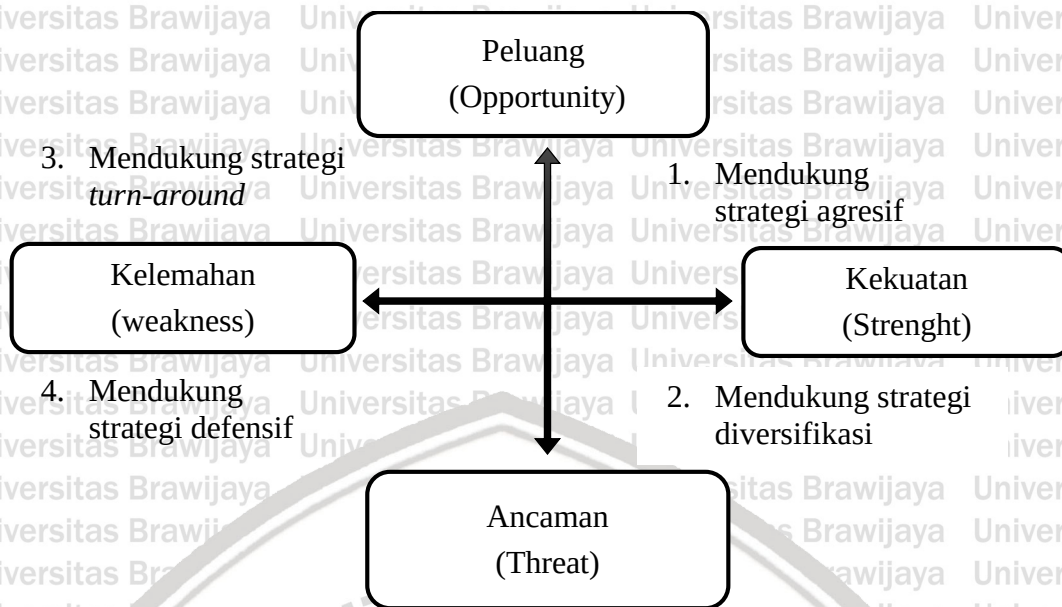
4,0 (*outstanding*) hingga 1,0 (*poor*). Nilai total skor pembobotan pada kolom 4 menunjukkan reaksi wisata Coban Putri terhadap faktor-faktor strategis internal dan dapat digunakan untuk membandingkan wisata ini dengan wisata lainnya dan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung (Rangkuti, 2005).

Tabel 3. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Jumlah	Rating	Bobot%	Bobot x Rating
Indikator Peluang (<i>Opportunities</i>)				
Indikator Ancaman (<i>Threats</i>)				
Total	1,00			

Berdasarkan tabel 3, kolom 1 berisi faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman wisata. Kolom ke-2 berisi bobot dari faktor-faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (paling tidak penting), faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Semua bobot tersebut harus berjumlah tidak melebihi 1,00. Kolom ke-3 berisi *rating* untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Variabel yang bersifat positif (kategori peluang) diberi nilai mulai dari +1 (kurang baik) sampai dengan +4 (sangat baik). Variabel yang bersifat negatif (kategori ancaman), jika ancamannya sangat tinggi maka nilainya 1, jika ancamannya rendah nilainya adalah 4. Kolom ke-4 berisi hasil perkalian dari bobot pada kolom ke-2 dan *rating* pada kolom ke-3, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) hingga 1,0 (*poor*). Nilai total skor pembobotan pada kolom 4 menunjukkan bagaimana wisata Coban Putri bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya dan dapat digunakan untuk membandingkan wisata ini dengan wisata lainnya serta kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung (Rangkuti, 2005).

Dari hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS masih perlu penegasan dari adanya posisi dalam sumbu x dan y, yaitu antara kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman. Kategori tersebut digambarkan melalui garis-garis positif dan negatif. Rumus yang digunakan untuk menentukan letak atau titik koordinat tempat wisata yaitu: $(x, y) = (S-W), (O-T)$ (Rangkuti, 2005).



Gambar 2. Kategori Kuadran Matriks SWOT

Keterangan:

a. Kuadran 1 :

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, wisata tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

b. Kuadran 2 :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, wisata ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau jasa).

c. Kuadran 3 :

Wisata menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus wisata ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal wisata sehingga dapat mengambil peluang pasar yang lebih baik.

d. Kuadran 4 :

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, wisata tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Setelah mengetahui posisi

wisata pada diagram SWOT, dapat dilanjutkan dengan merumuskan strategi-strategi yang tepat dari analisis sebelumnya, matriks SWOT dapat dilihat pada tabel

4:

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>Streghths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
	• Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal.	• Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal.
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi SO	Strategi WO
• Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang ekstenal	• Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	• Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT
• Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	• Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	• Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2005)

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan wisata (Yoeti, 1996) yaitu:

1. Faktor internal : kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*)
2. Faktor eksternal : peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*)
3. Strategi SO : merupakan situasi yang menguntungkan. Wisata memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
4. Strategi ST : pada situasi ini wisata menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus dipakai dalam kondisi ini yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.
5. Strategi WO : pada situasi ini pihak wisata memiliki peluang yang besar, namun juga menghadapi beberapa kendala internal. Strategi untuk situasi seperti ini yaitu meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat mencapai peluang yang lebih baik lagi.
6. Strategi WT : pada situasi ini tidak ada keuntungan yang dihasilkan, sehingga pihak wisata harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

4.6 Uji Instrumen

Instrumen penelitian yaitu alat yang digunkakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Tujuan dari penggunaan instrument yaitu untuk memudahkan peneliti dalam mengambil dan mengolah data. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumntasi (Sugiyono, 2008).

Lembar angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang telah dilengkapi dengan alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilihnya. Penelitian kuantitatif data dalam penelitian ini harus diubah menjadi angka-angka yaitu dengan penyekoran. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2010: 133) bahwa “Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan”. Skor setiap alternatif jawaban yang diberikan oleh responden sebagai berikut:

Tabel 5. Skor Alternatif Jawaban Positif Pada Faktor Kekuatan Dan Peluang

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 6. Skor Alternatif Jawaban Negatif Pada Faktor Kelemahan Dan Ancaman

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

Hasil dari instrumen yang telah diberikan kepada responden kemudian diuji instrumen sekaligus untuk data penelitian. Terdapat dua ciri penting yang harus dimiliki oleh setiap alat ukur yaitu validitas (kesalihan) dan reabilitas (keterhandalan).

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrument dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur (Suharsimi, 2007).

Pada penelitian ini validitas data diperoleh dengan menunjukkan skor angka yang diperoleh dari jawaban pertanyaan angket yang diajukan. Menurut Suharsimi (2006: 70), nilai validitas dicari dengan menggunakan rumus *korelasi product moment* dari Karl Pearson. Hal ini digunakan untuk mengkorelasikan skor butir yang dinyatakan dengan simbol (X) terhadap skor total instrumen yang dinyatakan dengan simbol (Y). Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisiensi korelasi *product moment*

N = jumlah responden

$\sum XY$ = jumlah perkalian antara X dan Y

$\sum X$ = jumlah skor butir X

$\sum Y$ = jumlah skor butir Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dari skor butir

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dari skor total

(Suharsimi, 2006: 170)

Mencari nilai valid tersebut dapat mengkorelasikan sebuah item dengan total item-item tersebut. apabila ada yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *pearson product moment* dengan taraf signifikansi sebesar 5% sebagai nilai kritisnya. selain itu, dapat digunakan perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . kriteria tersebut antara lain:

- a. $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item-item tersebut dinyatakan valid
- b. $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item-item tersebut dinyatakan tidak valid

2. Uji Reabilitas

Uji realibilitas merupakan tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. uji realibilitas ini menunjukkan apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang suatu yang diukur pada waktu yang berlainan (Agung, 2012). kuisisioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama (Simamora, 2000). Pengujian realibilitas kuesioner

pada penelitian ini menggunakan metode Alpha Cronbach (α) menurut Sugiyono (2012) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

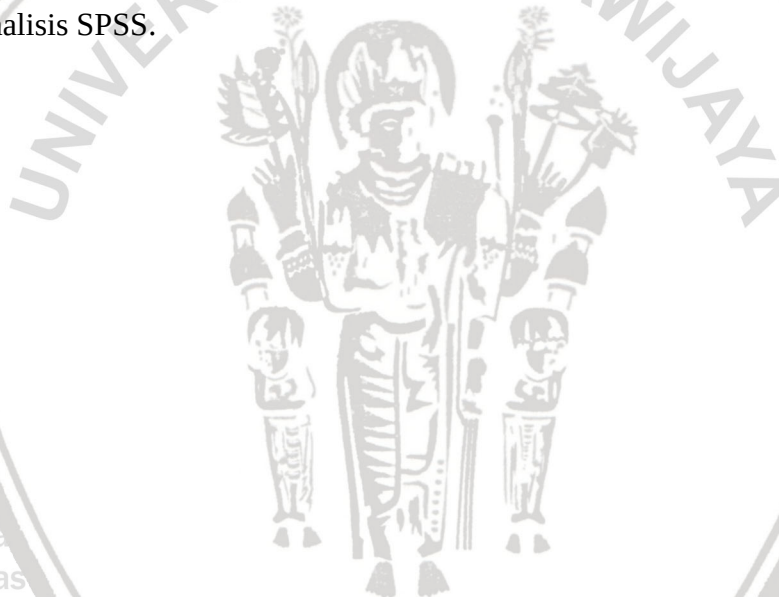
r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum S_i^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t^2 = varians total

Instrumen dapat dikatakan reliabel jika koefisien Alpha lebih besar atau sama dengan 0,6 ($\text{Alpha} \geq 0,6$). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Wisata Alam Coban Putri

5.1.1 Profil Wisata Coban Putri

Wisata alam coban putri bergerak dibidang ekowisata yang berlokasi di Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Moto yang ada di kawasan wisata ini adalah “Peduli Alam Lestari” dengan mengajak serta masyarakat dan pengunjung untuk beraktifitas menikmati keindahan alam sekaligus menumbuhkan kepedulian untuk melestarikannya melalui kegiatan-kegiatan positif seperti menjaga alam tetap asri dengan tidak merusaknya dan menjaga kebersihan alam.

Pengelola Wisata Coban Putri menyediakan beberapa kegiatan untuk pengunjung agar dapat menikmati keindahan alam yang disajikan oleh Wisata Coban Putri seperti pondok kayu, *outbound*, trekking alam, *flying fox*, jelajah sawah dan ladang serta yang wisata petik buah jeruk. Sekitar area Coban Putri ini terdapat kebun-kebun yang saat ini sedang dikelola untuk dikembangkan menjadi kebun buah yang nantinya akan dijadikan tempat pemetikan buah untuk pengunjung.

Pengunjung Wisata Coban Putri sendiri meliputi anak-anak dari PAUD sampai SMA, mahasiswa, organisasi, kelompok-kelompok informal (alumni, arisan, dan lain sebagainya) dan keluarga. Pengelola wisata sedang merintis untuk mengembangkan wisata dengan menjalin hubungan atau relasi kepada investor untuk beberapa kegiatan pembangunan agar dapat menarik minat pengunjung.

Pihak pengelola wisata alam menginginkan para pengunjung yang datang dan mengikuti kegiatan di tempat wisata dapat mempunyai kenangan yang manis dan juga membawa pulang pengetahuan tentang pelestarian lingkungan ke rumah/lingkungan masing-masing serta dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam pengembangan ekowisata, peran serta masyarakat lokal tidak bisa diabaikan. Masyarakat lokal lebih tahu tentang daerahnya dan pada orang dan luar, karena itu keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi pembangunan dan pemantaatan hasil ekowisata sangat diperlukan. Dalam tahap perencanaan diperlukan keterlibatan masyarakat yang lebih besar, karena dalam tahap perencanaan ini masyarakat diajak untuk membuat suatu keputusan. Hal ini

dimaksudkan agar masyarakat mempunyai rasa memiliki sehingga timbul kesadaran dan tanggung jawab untuk turut mengembangkannya. Seperti pendapat Davis K. (1992) dalam Veithzal Rivai (2000: 61) yang menyatakan bahwa peran serta atau partisipasi adalah keterlibatan mental, pikiran dan emosi (perasaan) seseorang di dalam situasi kelompok yang mendorongnya untuk memberikan sumbangan kepada kelompok dalam usaha mencapai tujuan serta turut serta bertanggung jawab terhadap usaha yang bersangkutan.

Dalam pengertian ini ada tiga unsur penting dari peran serta/partisipasi yaitu:

1. Peran serta masyarakat merupakan suatu keterlibatan mental dan perasaan, bukan hanya semata-mata keterlibatan secara jasmaniah.
2. Kesiediaan memberikan sumbangan kepada usaha mencapai tujuan. Hal ini berarti terdapat rasa senang, kesukarelaan untuk membantu kelompok.
3. Unsur tanggung jawab, unsur ini merupakan segi yang menonjol dari rasa menjadi anggota. Oleh karena itu peran serta masyarakat tidak hanya sebatas keterlibatan masyarakat dalam suatu kegiatan tetapi lebih lanjut peran serta juga mengandung pengertian bahwa masyarakat terlibat dalam setiap tahap dari suatu kegiatan sampai dengan menilai apakah pembangunan sudah sesuai dengan rencana dan dapat meningkatkan ekonominya.

Menurut Mastur (2003) secara garis besar ada tiga tahapan dalam peran serta/partisipasi yaitu peran serta/partisipasi dalam perencanaan, pelaksanaan dan pemanfaatan hasilnya. Diantara ketiga tahapan itu yang paling tinggi tingkatannya diukur dari derajat keterlibatannya adalah peran serta/partisipasi pada tahap perencanaan. Dalam tahap perencanaan masyarakat sekaligus diajak turut membuat keputusan. Syarat tumbuhnya peran serta menurut Surnarto (1994: 23) dapat dikelompokkan ke dalam tiga golongan yaitu: a. Ada kesempatan untuk ikut dalam pembangunan. B. Ada kemampuan untuk memanfaatkan kesempatan c. Ada kemauan untuk berperan serta.

Dalam penelitian ini analisis peran serta masyarakat dikaitkan dengan kegiatan masyarakat yang berhubungan dengan pengembangan fasilitas dan aksesibilitas pada wisata coban putri. Sebagai salah satu tempat wisata alam, Coban Putri juga menawarkan jasa serta fasilitas untuk pengunjung agar dapat menikmati wisata dengan baik. Beberapa fasilitas yang ada ini juga dikembangkan sampai sekarang ini

agar dapat pengunjung merasa puas dan senang setelah mengunjungi wisata.

Berikut ini adalah jasa dan fasilitas yang disediakan di Wisata Coban Putri :

a. Tempat Foto

Wisata Alam Coban Putri menawarkan suasana yang menyatu dengan alam yang masih alami. Kawasan Coban Putri yang dikelilingi oleh hutan dan ladang warga sekitar dapat menjadi lokasi untuk mengambil gambar sebagai kenangan bagi pengunjung. Wisata Coban Putri ini ada beberapa lokasi yang bisa dijadikan spot foto yaitu air terjun bertingkat, gardu pandang yang berbentuk tangan dan juga jembatan di tengah-tengah air terjun.



Gambar 3. Gardu Pandang

b. Kegiatan Outbound

Kegiatan *outbound* ditujukan untuk pengunjung yang menyukai tantangan atau menguji keberanian. Kegiatan ini kebanyakan diikuti oleh mahasiswa dan juga kelompok atau organisasi yang berkunjung ke Wisata Coban Putri. Kegiatan *outbound* yang ada di wisata Coban Putri meliputi :

1. Trekking Alam

Aktivitas jelajah alam atau trekking alam saat ini cukup digemari oleh pengunjung wisata coban putri, lokasi coban putri ini dikelilingi oleh hutan dan ladang milik kawasan wisata dan warga yang berada di kaki Gunung Panderman. Pengunjung diajak menikmati keindahan alam melalui jalan setapak sambil menikmati udara pegunungan.

Aktifitas trekking alam ini bermanfaat untuk pengunjung agar dapat mengenal lingkungan alam secara lebih dekat, dan memberikan hal menarik karena bisa langsung berkomunikasi dengan alam. Jalur trekking sudah dipastikan aman karena jalur ini juga yang biasanya dipakai warga untuk bekerja di ladang.

2. *flying fox*

Aktifitas selanjutnya yang disediakan oleh pihak pengelola wisata alam coban putri adalah *flying fox*, pengunjung yang ingin naik fasilitas ini perlu membayar Rp. 20.000,00 untuk satu kali permainan. Kegiatan ini dapat diikuti dari anak-anak sampai orang dewasa, untuk anak-anak dapat didampingi oleh panitia *flying fox* guna menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

3. Panjat Tebing (*Climbing*)

Kegiatan selanjutnya yang dapat dilakukan oleh pengunjung yaitu panjat tebing atau *climbing*, untuk kegiatan ini banyak persiapan keamanan (*safety*) yang diberikan pihak pengelola sehingga pengunjung yang akan melakukan kegiatan ini dikenakan biaya sebesar Rp. 50.000,00 untuk satu kali kegiatan. Namun untuk melakukan kegiatan ini pun pihak pengelola juga melihat kondisi alam agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

4. Kegiatan *Offroad*

Kegiatan lain yang dapat menjadi pilihan pengunjung yaitu *offroad*, kegiatan ini dapat dilakukan oleh pengunjung karena tempat lintasan untuk offroad telah tersedia. Pengunjung yang hendak melakukan kegiatan offroad dikenakan biaya Rp.35.000,00. Biasanya pengunjung juga sudah ada yang membawa mobil offroad atau motor untuk offroad yang secara berkelompok untuk melakukan offroad bersama.



Gambar 4. Peserta *offroad*

c. Pondok Kayu

Wisata Alam Coban Putri memiliki pondok kayu yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk duduk atau rebahan sembari menikmati wisata alam. Pondok kayu ini biasanya digunakan pengunjung untuk bercengkrama sambil meyantap bekal makanan atau makanan yang dibeli di lokasi wisata. Pondok kayu ini berada di sekitar air terjun sehingga pengunjung dapat menikmati pemandangan air terjun secara langsung.



Gambar 5. Pondok Kayu

d. Kamar Mandi

Wisata Alam Coban Putri juga menyediakan kamar mandi untuk pengunjung atau wisatawan yang akan ganti baju atau sekedar buang air. Kebanyakan pengunjung menggunakan kamar mandi ketika hendak bermain air di sekitar air terjun. Kamar mandi disini juga dibedakan untuk wanita sendiri dan pria sendiri.

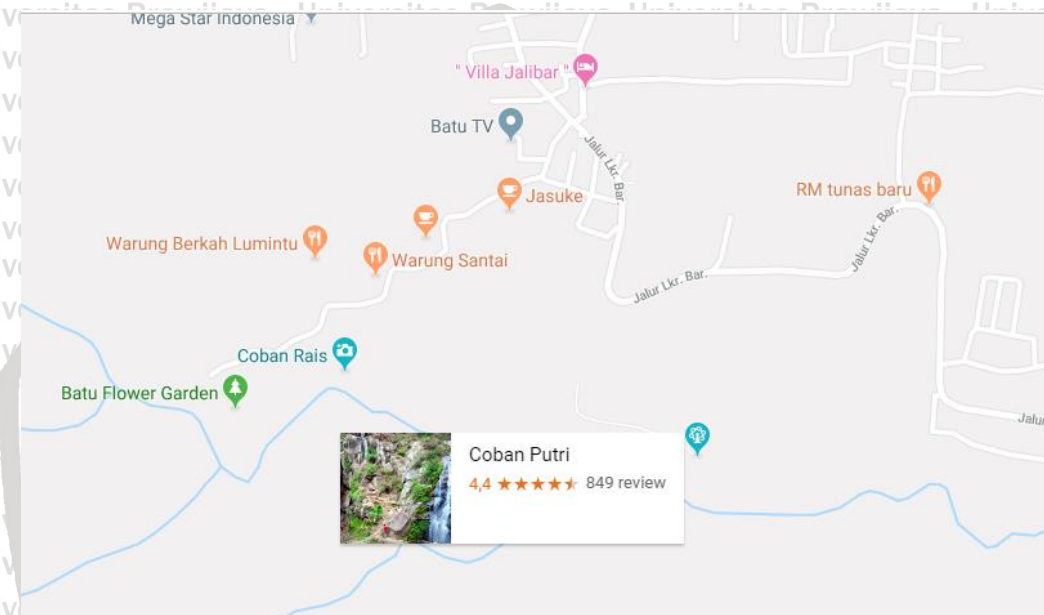
e. Warung Makan

Sekitar lokasi wisata terdapat warung-warung yang menjual makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau. Beberapa makanan yang tersedia seperti gorengan, mie instan, kopi, susu, teh dan lain sebagainya. Menu yang tersedia tidak terlalu beragam, sehingga pengunjung yang ingin membawa makanan atau bekal dari rumah juga diperbolehkan. Setelah pengunjung melakukan kegiatan di wisata dan makan bersama diharapkan tetap menjaga kebersihan lokasi dengan tidak membuang sampah makanan sembarangan.

f. Kawasan Petik Buah

Kegiatan terakhir yang dapat dilakukan di wisata coban putri ini adalah wisata petik buah. Lokasi petik buah ini baru dikembangkan pertengahan tahun 2018 dengan melakukan kerja sama antara pemilik lahan dan pengelola wisata. Wisata coban putri sendiri memiliki lahan jeruk sekitar 4 ha (hektar), dan masih ada 62 ha (hektar) lagi yang nantinya akan ditanami beberapa macam buah untuk dimanfaatkan sebagai kawasan wisata petik buah coban putri.

5.1.2 Sejarah Singkat Wisata Coban Putri



Gambar 6. Lokasi pengamatan di Coban Putri (GoogleMaps,2019)

Wisata Coban Putri ini merupakan tempat wisata yang dikelola oleh masyarakat sekitar wisata di Desa Tlekung. Pada mulanya, pemimpin pengelola wisata ini sudah membuka kawasan Coban Putri pada tahun 2012 dibawah pimpinan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dengan modal sekitar Rp.20.000.000,00 (Dua Puluh Juta Rupiah) namun tidak berjalan dengan baik dan sepi pengunjung.

Selanjutnya ketua LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) mencoba mengelolah kembali pada tahun 2013 dengan melakukan kerja sama kepada pihak Karang Taruna di Desa Tlekung namun juga berakhir dengan kegagalan karena respon dan minat masyrakat sekitar yang masih belum maksimal. Selanjutnya pada tahun 2014 ketua LMDH ini mencoba untuk menjalin kerjasama dengan pihak Perhutani untuk mengembangkan wisata ini agar dapat bersaing dengan wisata lain

yang ada di Kota Batu, namun pada akhirnya masih belum dapat mencapai target yang diharapkan.

Selanjutnya pada tahun 2015 pihak pengelola Wisata Alam Coban Putri ini menjalin relasi dengan beberapa *Commanditaire Vennootschap* (CV) perseorangan dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat dengan melakukan pengembangan hingga pada tahun 2017 Wisata Coban Putri ini dibuka untuk umum dan sudah mengalami beberapa pembangunan.

5.1.3 Tim Manajemen dan Ketenagakerjaan Wisata Alam Coban Putri

Wisata Alam Coban Putri ini didirikan dan dikembangkan oleh masyarakat yang bekerja sama dengan beberapa lembaga dalam pengelolannya. Struktur organisasi dari pengelola di wisata ini belum dapat dipatenkan karena menurut kepala pengelola masih akan ada beberapa lembaga yang akan diikut sertakan dalam pengembangan dan pengelolaan wisata.

Pemimpin dari pengelola wisata coban putri ini adalah Bapak Suwandi yang sekaligus merupakan ketua LMDH di Jawa Timur dan Malang Raya. Bapak Suwandi dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh staf dan juga karyawan koordinator unit kegiatan. Jumlah tenaga kerja pada Wisata Coban Putri ini ada sekitar 15 orang dan dapat bertambah apabila pada hari-hari libur (*weekend*). Tenaga kerja ditambah untuk mengantisipasi apabila pengunjung ramai ketika hari libur tiba. Jam kerja karyawan mulai pukul 08.00 sampai 15.30 WIB, namun jika terdapat pengunjung yang menginap di lokasi wisata maka beberapa karyawan akan mendapat lembur.

Gaji atau upah yang diberikan kepada karyawan atau koordinator unit kegiatan sebesar Rp. 1.500.000,00 dan dapat lebih apabila terdapat lembur. Pengelola wisata sendiri juga memberikan jaminan kesejahteraan yang berupa asupan nutrisi dua minggu sekali, perencanaan kedepannya karyawan akan diberikan jaminan berupa BPJS. Selanjutnya pihak wisata juga mengupayakan untuk peningkatan kualitas karyawan dengan pendampingan atau pelatihan internal dan sering juga diberikan *reward*.

Rata-rata pengunjung yang datang ke wisata coban putri adalah dari kalangan pelajar dan orang dewasa. Pengunjung yang datang dalam satu minggu sekitar 40-50 orang pengunjung. Dari pengunjung tersebut banyak yang menghabiskan waktu

untuk sekedar menikmati pemandangan dan tak sedikit pula yang memanfaatkan fasilitas untuk outbound. Omset yang diperoleh dari pengolahan wisata coban putri sekitar rp. 25.000.000/bulannya. Dengan jumlah omset tersebut masih dapat dikatakan kurang memberi keuntungan dikarenakan masih banyaknya keperluan untuk mengembangkan wisata.

5.2 Hasil Uji Instrumen Data

5.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan analisis faktor menggunakan alat ukur SPSS versi 21. Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan pada kuisioner layak untuk diteliti. Uji Validitas ini dilakukan kepada 52 pengunjung yang dijadikan sebagai responden penelitian ini. Pernyataan dinyatakan valid atau layak jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Q1	0,379	0,273	Valid
Q2	0,326	0,273	Valid
Q3	0,363	0,273	Valid
Q4	0,366	0,273	Valid
Q5	0,401	0,273	Valid
Q6	0,421	0,273	Valid
Q7	0,440	0,273	Valid
Q8	0,336	0,273	Valid
Q9	0,345	0,273	Valid
Q10	0,491	0,273	Valid
Q11	0,512	0,273	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan terhadap 52 responden menghasilkan 11 item yang dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki r-hitung lebih besar dari r-tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan yang dibuat dinilai layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian ini.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan serangkaian pengukuran yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan berulang – ulang.

Suatu variable dikatakan reliable, jika memiliki nilai $\alpha\text{-cronbach} > 0,60$.

(Ghozali, 2011). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 52 pengunjung yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Item	Alpha Cronbach	Keterangan
Q1	0,755	Reliabel
Q2	0,680	Reliabel
Q3	0,732	Reliabel
Q4	0,701	Reliabel
Q5	0,707	Reliabel
Q6	0,722	Reliabel
Q7	0,684	Reliabel
Q8	0,746	Reliabel
Q9	0,709	Reliabel
Q10	0,712	Reliabel
Q11	0,707	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa uji reliabilitas yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variable memiliki nilai *alpha cronbach* sama dengan atau lebih dari 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh jawaban yang dijawab responden memiliki konsistensi jika diukut secara berulang-ulang.

5.3 Karakteristik Responden Wisata Alam Coban Putri

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner sebanyak 52 responden yaitu kepada para pengunjung dan tim manajemen Wisata Alam Coban Putri, maka didapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan alamat asal pada data berikut:

5.3.1 Karakteristik Respoden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada sebanyak 52 responden didapatkan hasil jumlah usia responden sebagai berikut:

Tabel 9. Karakteristik responden berdasarkan usia dan gender

No	Usia	Jenis Kelamin		Jumlah Responden	Persentase (%)
		L	P		
1	10-20 tahun	7	4	11	21
2	21-30 tahun	11	15	26	50
3	31-40 tahun	4	7	11	21
4	41-50 tahun	2	2	4	8
Total		24	28	52	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner terdapat jumlah usia paling banyak yaitu 26 responden atau 50 % dari 52 responden pada usia 21 tahun hingga 30 tahun.

Responden tersebut rata-rata merupakan mahasiswa dan juga mahasiswi yang berlibur ke Wisata Alam Coban Putri. Hasil tersebut menunjukkan responden yang antusias berkunjung ke wisata tersebut adalah responden yang berusia dewasa.

5.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pengunjung Wisata Alam Coban Putri berasal dari berbagai kalangan usia dan juga pendidikan. Jenjang pendidikan pengunjung sendiri mulai dari dasar hingga pendidikan tingkat perguruan tinggi. Adapun hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 52 responden meliputi karakteristik pendidikan sebagai berikut :

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Gender

No.	Pendidikan	Jenis Kelamin		Jumlah Responden	Persentase (%)
		L	P		
1	SD	0	2	2	3
2	SMP	2	2	4	8
3	SMK	6	6	15	29
4	SMA	9	12	18	35
5	D3	3	2	5	10
6	S1	4	4	8	15
	Total	24	28	52	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 10 menunjukkan bahwa pengunjung terbanyak menurut jenis pendidikan terakhir merupakan dari kalangan berpendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 18 responden atau 35 % dari 52 responden. Angka terbesar dari jumlah responden perempuan merupakan responden yang sedang berada di bangku perkuliahan. Hasil keseluruhan tersebut menunjukan bahwa rata-rata tingkat pendidikan pengunjung Wisata Alam Coban Putri adalah memiliki pendidikan terakhir SMA.

5.4 Hasil Analisis Deskriptif

5.4.1 Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan lingkungan yang didalamnya mencakup 2 indikator yaitu indikator kekuatan dan kelemahan dari Wisata Alam Coban Putri.

Berdasarkan wawancara terhadap pengelola inti Wisata Coban Putri didapatkan 11 indikator yang akan menjadi penentu kekuatan dan kelemahan dari wisata tersebut.

Penentuan kekuatan dan kelemahan dari Wisata Alam Coban Putri didasari dari

hasil jumlah penilaian yang didapat dari pengisian kuesioner oleh pengunjung dan tim manajemen. Hasil perhitungan untuk nilai tertinggi akan menjadi indikator kekuatan dan sebaliknya, hasil perhitungan untuk nilai yang rendah akan menjadi indikator kelemahan dari Wisata Alam Coban Putri.

Berikut merupakan hasil perhitungan kuesioner dari faktor internal untuk menentukan indikator kekuatan dan indikator kelemahan dari Wisata Coban Putri pada tabel 11.

Tabel 11. Analisis Lingkungan Internal

No	Indikator	Rata-rata penilaian	Keterangan
1	Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang masih alami	4,08	Kekuatan 1
2	Keramahan Pelayanan panitia atau tim pengelola wisata alam	3,98	Kekuatan 2
3	Tersedianya lahan parkir yang luas	3,54	Kelemahan 5
4	Biaya yang ditawarkan oleh tempat wisata alam terjangkau	3,92	Kekuatan 3
5	Papan petunjuk arah menuju lokasi wisata alam yang jelas	3,46	Kelemahan 3
6	Kegiatan yang ditawarkan meliputi outbound, trekking, dan <i>offroad</i>	3,87	Kekuatan 4
7	Terdapat fasilitas keamanan (<i>security</i>)	3,37	Kelemahan 2
8	Ketersediaan kantin dan menu paket makanan /konsumsi yang ditawarkan beragam	3,08	Kelemahan 1
9	Lokasi wisata yang dekat dengan kota	3,75	Kekuatan 6
10	Akses jalan menuju tempat wisata mudah	3,50	Kelemahan 4
11	Lokasi swafoto yang menarik untuk pengunjung	3,81	Kekuatan 5

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Penggolongan indikator kekuatan dan kelemahan pada faktor internal yaitu dengan menggunakan nilai tengah dari skor. Nilai tengah didapatkan dari hasil penjumlahan skor terendah dan skor tertinggi kemudian dibagi 2. Hasil nilai tengah yaitu 3,58, indikator yang memiliki nilai skor < 3,58 menjadi kekuatan dari Wisata Alam Coban Putri, sementara indikator yang memiliki nilai skor > 3,58 menjadi kelemahan dari Wisata Alam Coban Putri.

Tabel 11 menunjukkan indikator-indikator kekuatan dan kelemahan dari Wisata Alam Coban Putri dimana terdapat 6 indikator kekuatan dan 5 indikator kelemahan. Perolehan jumlah penilaian tertinggi akan menjadi indikator kekuatan utama yaitu “Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang masih alami” dengan rata-rata penilaian sebesar 4,08. Perolehan jumlah nilai terendah akan menjadi

indikator kelemahan utama bagi Wisata Alam Coban Putri yaitu “Ketersediaan kantin dan menu paket makanan /konsumsi yang ditawarkan beragam” dengan rata-rata penilaian sebesar 3,08.

5.4.2 Indikator Kekuatan dan Kelemahan

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner yang telah dilakukan kepada responden yaitu pengunjung wisata alam Coban Putri, didapatkan hasil penilaian mengenai indikator kekuatan dan kelemahan yang dikemas dalam bentuk kuisioner. Berikut adalah penjelasan mengenai indikator-indikator tersebut :

1. Indikator Kekuatan (Strenghts)

a. Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang masih alami

Lokasi wisata alam coban putri berada di daerah pegunungan yang dikelilingi dengan hamparan ladang dan sawah yang berada di kaki Gunung Panderman.

Selain pemandangan tersebut, pengunjung juga dapat menikmati aliran sungai serta air terjun yang jernih hasil dari aliran sungai yang berada diatas Coban Putri yaitu Coban Rais.

Hasil kekuatan tentang pemandangan alam sejalan dengan (A.F. Handayani, 2016) yaitu panorama alam yang indah dengan pasir putih dan pemandangan yang sejuk dan masih bersih menjadi indikator kekuatan tinggi pada penelitian Handayani, indikator tersebut menjadi faktor yang penting dalam pengembangan kualitas Pantai Sembukan.

b. Keramahan Pelayanan panitia atau tim pengelola wisata alam

Pihak pengelola wisata alam coban putri yang tak lain adalah warga masyarakat sekitar wisata memberikan pelayanan dengan bersikap sopan dan santun untuk menyambut dan mengarahkan pengunjung yang datang ke tempat wisata. Pihak pengelola berupaya melakukan yang terbaik dari segi pelayanan agar membuat pengunjung tidak merasa kecewa dan nyaman terhadap pelayanan tim wisata. Kepuasan pengunjung atau komsumen merupakan keutamaan dari tim wisata.

c. Biaya yang ditawarkan oleh Tempat Wisata Alam

Biaya yang ditawarkan untuk menikmati wisata alam coban putri dan fasilitas yang ada didalamnya adalah Rp. 10.000,00. Harga ini merupakan harga tiket masuk ke tempat wisata. Biaya lain yang perlu dikeluarkan oleh

pengunjung hanya menambah Rp. 5000,00 untuk foto di gardu yang berbentuk tangan, sementara untuk spot foto lain seperti ayunan, foto diatas jembatan dan spot lainnya tidak perlu mengeluarkan biaya lagi. Pengunjung juga perlu membayar untuk fasilitas parkir, untuk parkir motor Rp. 5000,00 sementara untuk parkir mobil Rp. 10.000,00.

d. Kegiatan yang ditawarkan Meliputi Outbound, Trekking dan Offroad.

Wisata alam coban putri menawarkan beberapa kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengunjung wisata meliputi outbound, jelajah alam, berkemah, dan juga offroad. Kegiatan tersebut merupakan jasa lain yang ditawarkan oleh pihak wisata alam coban putri. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak setiap hari dilakukan, biasanya untuk melakukan kegiatan tersebut perlu adanya appointment dengan pihak pengelola sehingga ada persiapan fasilitas sebelumnya.

e. Lokasi Foto yang Menarik untuk Pengunjung

Wisata alam coban putri ini menyuguhkan air terjun alami yang berasal dari pegunungan panderman di kota batu, air terjun ini merupakan anak air terjun dari air terjun coban rais. Lokasi air terjun ini dikelola oleh masyarakat dengan menambah lokasi-lokasi untuk berfoto yaitu dengan menambah tempat seperti papan yang dibentuk hati, lalu tempat didekat air terjun yang diberi tulisan coban putri, serta diberi jembatan bambu didekat air terjun agar pengunjung dapat mengambil gambar air terjun diatas jembatan.

f. Luas lahan wisata coban putri sekitar 2 ha

Luas lahan coban putri ini sekitar 2 ha, dengan luas lahan sebesar itu memungkinkan pengunjung untuk berkeliling dengan leluasa. Lahan disekitar wisata yang terdiri dari lahan, persawahan dan pepohonan yang alami memberikan kesan sejuk alami kepada pengunjung yang berwisata.

Dengan luas lahan tersebut, pengunjung dapat mengeksplor sekitar wisata coban putri untuk mengetahui keindahan alam sekitar.

2. Indikator Kelemahan (Weakness)

a. Ketersediaan Kantin dan Menu Paket Makanan yang ditawarkan

Wisata Alam Coban Putri belum memiliki kantin utama, pada wisata ini hanya ada warung-warung kecil yang menyediakan makanan instan seperti

mie instan, gorengan dan minuman seperti kopi dan air mineral. Menu paket makanan lain belum tersedia di tempat wisata ini, selain itu tempat makan yang tersedia hanya kursi yang disediakan oleh pihak penjual di warung.

b. Ketersediaan Fasilitas Keamanan (*Security*) dan Kesehatan

Upaya untuk menjaga keamanan yang disediakan di wisata alam coban putri masih menggunakan jasa dari pengelola saja, belum terdapat petugas keamanan atau satpam. Sehingga sistem jaga yang dilakukan hanya tergantung pada pihak pengelola dan petugas parkir. Apabila ada pengunjung yang berkemah atau hendak menginap maka pihak pengelola ditugaskan untuk berjaga malam guna menghindari kejadian yang tidak diinginkan.

c. Papan Petunjuk Arah Menuju Lokasi Wisata Alam

Perjalanan ke Coban Putri masih sedikit adanya papan petunjuk arah menuju lokasi wisata. Hanya ada tulisan papan nama coban putri di gapura depan lokasi, sehingga pengunjung memerlukan maps untuk mengakses jalan menuju coban putri.

d. Akses Jalan Menuju Tempat Wisata

Lokasi wisata coban putri mengharuskan pengunjung melewati jalan perkampungan atau desa. Kondisi jalan sebelum wisata masih berupa batuan dan tanah, belum mendapat proses pengaspalan atau pengecoran. Akses jalan ini sering dimanfaatkan pengunjung yang menyukai offroad untuk dapat mengeksplor wisata coban putri ini.

e. Ketersediaan Lahan Parkir

Lahan parkir pada wisata alam coban putri ini memiliki luas kurang lebih 10 meter persegi, dengan luas tersebut apabila banyak kendaraan yang parkir maka lahannya kurang. Biasanya ketika akhir pekan apabila ada pengunjung yang membawa mobil dan maka ada beberapa mobil yang terpaksa parkir di pinggir jalan karena lokasi tempat parkir yang sudah penuh.

5.4.3 Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang didalamnya mencakup 2 indikator yaitu indikator peluang dan ancaman untuk Wisata Alam Coban Putri. Berdasarkan wawancara terhadap pengelola Wisata Alam Coban Putri didapatkan indikator yang akan menjadi penentu peluang dan ancaman untuk Wisata Alam

Coban Putri. Penentuan peluang dan ancaman untuk Wisata Coban Putri didasari dari hasil jumlah penilaian yang didapat dari pengisian kuesioner oleh pengunjung.

Hasil perhitungan untuk nilai tertinggi akan menjadi indikator peluang dan sebaliknya, hasil perhitungan untuk nilai yang rendah akan menjadi indikator ancaman untuk Wisata Alam Coban Putri. Berikut merupakan hasil perhitungan kuesioner faktor eksternal untuk menentukan indikator peluang dan indikator ancaman dari Wisata Alam Coban Putri.

Tabel 12. Analisis Lingkungan Eksternal

No.	Indikator	Rata-rata penilaian	Keterangan
1	Pengenalan obyek wisata dengan media elektronik maupun cetak	4,43	Peluang 4
2	Persaingan dengan wisata lain yang sudah dikenal dulu oleh masyarakat	2,71	Ancaman 1
3	Dukungan dari pihak Perhutani dan pemerintah setempat	4,29	Peluang 3
4	Pemberian informasi mengenai wisata yang transparan	3,86	Peluang 5
5	Masih sedikit lokasi swafoto dan fasilitas untuk pengunjung	3,29	Ancaman 3
6	Masyarakat ikut serta dalam pengelolaan wisata	3,86	Peluang 2
7	Keramahan panitia atau tim pengelola wisata	4,57	Peluang 1
8	Perilaku pengunjung kurang memperhatikan etika lingkungan	3,00	Ancaman 2
9	Mudah dijangkau karena dekat dengan kota	3,71	Peluang 6

Sumber Data Diolah, 2019

Pengelompokan indikator peluang dan ancaman pada faktor eksternal yaitu dengan menggunakan nilai tengah dari skor penilaian sebagai pembatas. Nilai tengah didapatkan dari penjumlahan skor tertinggi dan terendah kemudian dibagi 2, hasilnya yaitu 3,64. Indikator yang memiliki nilai $>3,64$ menjadi peluang dari Wisata Alam Coban Putri. Indikator yang memiliki nilai $<3,64$ menjadi ancaman dari Wisata Alam Coban Putri.

5.4.4 Indikator Peluang dan Ancaman

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner yang telah dilakukan kepada responden yaitu pengunjung Wisata Alam Coban Putri, didapatkan hasil penilaian mengenai

indikator kekuatan dan kelemahan yang dikemas dalam bentuk kuisioner. Berikut adalah penjelasan mengenai indikator-indikator tersebut :

1. Indikator Peluang

a. Keramahan Panitia atau Tim Pengelola Wisata

Keramahan selalu diberikan kepada pengunjung merupakan upaya dalam menghargai pengunjung agar tidak merasa kecewa atau menyesal berkunjung ke Wisata Alam Coban Putri. sikap yang dilakukan oleh pengelola yaitu dengan berlaku ramah dan telaten membantu pengunjung serta membuat pengunjung merasa dihargai dan tidak enggan jika akan mengulang untuk berkunjung ke Coban Putri.

b. Masyarakat Ikut Serta dalam Pengelolaan Wisata

Keberadaan wisata alam coban putri ini tidak lain adalah hasil dari pengelolaan warga dalam mengelola wisata alam. Beberapa dari warga juga telah menjadi pekerja atau karyawan di Wisata Alam Coban Putro ini sehingga keberadaan wisata ini mampu mengurangi angka pengangguran di wilayah tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Budiarti et al., 2013) dan (Yusuf et al., 2016). Penelitian Budiarti menjelaskan bahwa dengan berdirinya agrowisata mampu meningkatkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat awam dengan cara melakukan pelatihan dan sosialisasi sehingga masyarakat menjadi peluang (O) untuk pengembangan agrowisata di daerah Desa Cikahuripan. Penelitian Yusuf menjelaskan bahwa pendapatan warga meningkat dengan adanya eduwisata yang didirikan di Desa Poncosari karena masyarakat dapat berpartisipasi sebagai pemandu wisata, penjual makanan dan sebagai jasa parkir kendaraan pengunjung.

c. Dukungan dari Pihak Perhutani dan Pemerintah

Pemerintah daerah setempat mendukung keberadaan Wisata Alam Coban Putri karena kegiatan didalamnya mengandung banyak manfaat hiburan dan edukasi serta ramah lingkungan. Pemerintah merasa dengan adanya wisata alam coban putri, mampu mengenalkan wilayah setempat kepada masyarakat luar. Menurut Pitana (2009) bahwa peran peran dan tanggungjawab pemerintah terhadap implementasi kebijakan parawisata mencakup beberapa hal yaitu: pembangunan dan pengembangan

infrastruktur, aktifitas pemasaran dan promosi, peningkatan kualitas budaya dan lingkungan serta pengembangan sumber daya manusia.

Hasil indikator ini pun sejalan dengan penelitian (Sudrajat et al., 2017) dan (Anggara, 2016), karena pada penelitian Sudrajat pemerintah daerah, masyarakat, LSM dan institusi pendidikan dinilai sangat perhatian dan berpengaruh terhadap objek penelitian, sehingga indikator tersebut tergolong pada indikator peluang (O) bagi objek ekowisata di Resort Mandalawangi Taman Nasional Gunung Gede Panarongo. Sedangkan penelitian Anggara, pemerintah atau dinas setempat merupakan mitra utama dalam upaya pengembangan Desa Wisata Gubugklakah.

d. Pengenalan Wisata Dengan Media Elektronik Maupun Cetak

Upaya untuk memperkenalkan wisata alam coban putri ini, pihak pengelola telah membuat sebuah website dimana didalam website tersebut terdapat informasi mengenai wisata yang meliputi uraian kegiatan, fasilitas dan kontak yang dapat dihubungi untuk menanyakan lebih lanjut mengenai wisata alam coban putri. Selain memiliki website, pihak pengelola juga pernah membuat brosur pengenalan wisata alam coban putri. Isi dari brosur tersebut lebih ringkas dibandingkan isi dari website milik wisata ini. Hasil peluang (O) tentang pengenalan eduwisata dengan media elektronik dan media cetak sejalan dengan (Turcu, 2014). Menurut Turcu promosi diberbagai media sosial dengan konten yang lengkap dan menarik dapat menarik peluang besar bagi ekowisata untuk mendapatkan perhatian dari calon pengunjung.

e. Pemberian Informasi Mengenai Wisata yang Transparan

Pihak pengelola wisata berdedikasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjung wisatanya, begitu pula dengan informasi-informasi yang akan diberikan kepada wisatawan. Pihak pengelola dengan terbuka memberikan informasi mengenai sejarah tempat wisata, fasilitas serta kegiatan-kegiatan apa saja yang dapat dilakukan sehingga diharapkan pengunjung selain berwisata juga mendapat edukasi baru mengenai wisata yang telah dikunjungi tersebut.

f. Mudah dijangkau karena dekat dengan kota

Lokasi dari wisata alam coban putri ini berada di Desa Tlekung Kecamatan Junrejo yang berjarak sekitar 3 km dari Alun-alun Kota Wisata Batu.

Lokasi ini dapat dikatakan dekat dengan kota Batu, selain itu wisata coban putri juga dekat dengan wisata lainnya di kota batu seperti Predator Fun Park, batu Night Spectacular, coban rais, Jawa Timur Park 1, Jawa Timur Park 2 dan lain-lain. Jarak lokasi wisata ini dekat dengan wisata lain sehingga pengunjung dapat melakukan wisata ke tempat lain yang berdekatan dengan Coban Putri.

2. Indikator Ancaman

a. Persaingan dengan wisata lain yang dikenal lebih dulu oleh masyarakat

Banyaknya wisata yang berada di wilayah Kota Batu menjadi kompetitor yang tinggi bagi Wisata Alam Coban Putri. Dimulai dari wisata wahana hingga wisata alam yang sedang ramai saat ini. Berkaca dari hal tersebut pihak pengelola wisata coban putri tetap mengupayakan yang terbaik dan terus melakukan inovasi agar mampu bersaing dengan wisata lain. Hasil ancaman (T) tentang persaingan dengan wisata lain sejalan dengan (A. F. Handayani, 2016). Penelitian Handayani menghasilkan SWOT dengan indikator ancaman utama yaitu berkembangnya objek wisata lain.

b. Perilaku pengunjung yang kurang memperhatikan etika lingkungan

Pengunjung Wisata Alam Coban Putri terkadang ada yang kurang mampu menjaga etika lingkungan dalam beraktivitas. Contoh yang sering ditemui dalam sehari-hari yaitu membuang sampah tidak pada tempatnya dan merusak fasilitas yang ada di Wisata Alam Coban Putri. Hasil ancaman (T) tentang perilaku pengunjung sejalan dengan hasil penelitian (Sudrajat et al., 2017). Penelitian Sudrajat menjelaskan bahwa perilaku negatif pengunjung dinilai mengganggu kelestarian dari kawasan ekowisata dan mengganggu habitat satwa yang ada di Taman Nasional Gunung Gede Parangono.

c. Masih sedikit lokasi swafoto dan fasilitas untuk pengunjung

Wisata alam Coban Putri resmi dibuka untuk umum sekitar bulan April tahun 2017, sebagai salah satu wisata yang baru dan masih dalam tahap pengembangan maka wisata ini masih sedikit memiliki fasilitas yang ditawarkan. Sebagai wisata alam, coban putri ini menyuguhkan

pemandangan alam sebagai daya tarik wisatanya. Air terjun yang ada di wisata ini menjadi pilar utama di lokasi wisata ini. Selain itu, pihak pengelola wisata juga membuat swafoto untuk pengunjung yang berupa jembatan, gardu tangan dan beberapa gazebo. Belum ada pembuatan swafoto baru untuk pengunjung, sehingga pengunjung hanya bisa bergantung di gardu tangan untuk mengambil foto dengan pemandangan air terjun.

5.5 Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Setelah dilakukan analisis lingkungan internal dari Wisata Alam Coban Putri maka didapatkan indikator-indikator kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) dari hasil jumlah penilaian responden. Selanjutnya indikator-indikator tersebut perlu dilakukan pembobotan dan pemberian skor. Data-data yang akan dianalisis menggunakan analisis matriks IFAS bertujuan untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi dalam pengembangan Wisata Alam Coban Putri.

Tabel 13 menjelaskan nilai bobot, rating serta hasil perkalian bobot dan rating. Bobot didapatkan dari hasil penilaian pengunjung, sedangkan rating didapatkan dari hasil penilaian pihak pengelola wisata alam coban putri. Bobot memiliki tingkat penilaian dengan skala 1 sampai 3 (1 = kurang setuju, 2 = netral, 3 = setuju). Rating merupakan tingkat urgensi dengan skala 1 sampai 4 (1 = kekuatan utama, 4 = kelemahan utama).

Tabel 13. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

No.	Faktor-Faktor Strategi Internal	Jumlah	Rating	Bobot %	Bobot x rating
Kekuatan					
1	Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang alami dan indah	212	3,71	$\frac{212}{2098} = 0,101$	0,37
2	Panitia atau tim pengelola selalu siap dan <i>standby</i> di lokasi wisata alam	207	3,57	0,099	0,34
3	Biaya yang ditawarkan oleh tempat wisata alam yang terjangkau	204	3,29	0,097	0,31
4	Kegiatan yang ditawarkan meliputi outbound, trekking, dan <i>offroad</i> yang menarik	201	3,29	0,096	0,31

5	Lokasi foto yang menarik pengunjung untuk mengambil gambar	198	3,00	0,094	0,28
6	Luas lahan Wisata Coban Putri sekitar 2 hektar	195	3,00	0,092	0,27
		1217		0,579	1,88
	Kelemahan				
7	Ketersediaan fasilitas kantin dan menu paket makanan yang ditawarkan sedikit	160	2,00	0,076	0,14
8	Ketersediaan fasilitas keamanan dan kesehatan yang kurang memadai	175	2,29	0,083	0,18
9	Papan petunjuk arah lokasi wisata alam yang belum jelas	180	2,29	0,086	0,19
10	Akses jalan menuju lokasi wisata yang berbatu	182	2,71	0,088	0,23
11	Ketersediaan lahan parkir yang kurang luas	184	2,86	0,088	0,25
		881		0,421	0,99
	Jumlah	2098		1,00	2,87

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 13 bobot pada masing-masing indikator yang terdapat pada faktor internal berupa variabel kekuatan dan kelemahan akan dihitung sehingga mendapatkan jumlah total nilai bobot sebesar 1 atau 100%. Nilai rating merupakan nilai urgensi atau analisis pihak internal yang berwenang terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek. Nilai rating untuk indikator kekuatan dan kelemahan akan diberi nilai 1 sampai 4 sesuai dengan persepsi responden. Nilai indikator 1 jika memungkinkan indikator tersebut menurun, nilai 2 apabila indikator tersebut sedang, sedangkan nilai 3 dan 4 jika indikator tersebut lebih baik.

Berdasarkan perhitungan pada analisis faktor evaluasi internal Wisata Alam Coban Putri pada tabel diatas dapat disimpulkan indikator-indikator kekuatan yang memiliki urutan skor dari skor tertinggi berturut-turut yaitu:

1. Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang alami dan indah
2. Panitia atau tim pengelola selalu siap dan standby di lokasi wisata
3. Biaya yang ditawarkan oleh tempat wisata alam yang terjangkau
4. Kegiatan yang ditawarkan meliputi outbound, trekking, dan *offroad* yang menarik
5. Lokasi foto yang menarik pengunjung untuk mengambil gambar
6. Luas lahan Wisata Coban Putri sekitar 2 hektar

Indikator kelemahan yang memiliki urutan nilai skor dari nilai skor tertinggi berturut-turut yaitu:

- 1 Ketersediaan fasilitas kantin dan menu paket makanan yang ditawarkan masih sedikit
- 2 Ketersediaan fasilitas keamanan dan kesehatan yang kurang memadai
- 3 Papan petunjuk lokasi wisata alam yang belum jelas
- 4 Akses jalan menuju lokasi wisata yang berbatu
- 5 Ketersediaan lahan parkir yang kurang luas

5.6 Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (EFAS)

Setelah dilakukan analisis lingkungan eksternal dari Wisata Alam Coban Putri maka didapatkan indikator-indikator peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dari hasil jumlah penilaian responden. Selanjutnya indikator-indikator tersebut perlu dilakukan pembobotan dan pemberian skor. Data-data yang akan dianalisis menggunakan analisis matriks EFAS bertujuan untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi dalam pengembangan Wisata Alam Coban Putri.

Tabel 14 menjelaskan nilai bobot, rating serta hasil perkalian bobot dan rating. Bobot didapatkan dari hasil penilaian pengunjung, sedangkan rating didapatkan dari hasil penilaian pihak pengelola wisata coban putri. Bobot memiliki tingkat penilaian dengan skala 1 sampai 3 (1 = kurang setuju, 2 = netral, 3 = setuju).

Rating merupakan tingkat urgensi dengan skala 1 sampai 4 (1 = peluang utama, 4 = ancaman utama).

Tabel 14. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

No.	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Jumlah	Rating	Bobot %	Bobot x rating
1	Panitia atau tim pengelola wisata ramah dalam menyambut pengunjung	32	3,71	0,136	0,50
2	Masyarakat sekitar ikut serta dalam pengelolaan wisata	31	3,57	0,131	0,48
3	Mendapat dukungan dari pemerintah setempat	30	3,57	0,130	0,46
4	Pengenalan obyek wisata dengan media elektronik maupun cetak	27	3,29	0,114	0,38
5	Pengelola wisata yang memberikan informasi mengenai sejarah wisata dengan jelas	27	3,29	0,114	0,38
6	Lokasi wisata dekat dengan pusat kota Batu	26	3,00	0,110	0,33
		173		0,735	2,53

1	Persaingan dengan wisata lain yang sudah dikenal dulu oleh masyarakat	19	2,57	0,080	0,20
2	Perilaku pengunjung kurang memperhatikan etika lingkungan	21	2,86	0,088	0,25
3	Lokasi untuk akses pengunjung menikmati wisata masih sedikit	23	3,14	0,097	0,30
	Jumlah	63		0,265	0,75
		236		1	3,28

Berdasarkan dari hasil perhitungan analisis evaluasi faktor eksternal pengembangan Wisata Alam Coban Putri pada tabel diatas menghasilkan indikator peluang dengan urutan nilai skor dari nilai tertinggi berturut-turut yaitu:

- 1 Panitia atau tim pengelola wisata ramah dalam menyambut pengunjung
- 2 Masyarakat sekitar ikut serta dalam pengelolaan wisata
- 3 Mendapat dukungan dari pemerintah setempat
- 4 Pengenalan obyek wisata dengan media elektronik maupun cetak
- 5 Pengelola wisata yang memberikan informasi mengenai sejarah wisata dengan jelas
- 6 Lokasi wisata dekat dengan pusat Kota Batu

Indikator-indikator ancaman yang memiliki urutan nilai skor dari nilai tertinggi berturut-turut yaitu:

- 1 Persaingan dengan wisata lain yang sudah dikenal dulu oleh masyarakat
- 2 Perilaku pengunjung kurang memperhatikan etika lingkungan
- 3 Lokasi untuk akses pengunjung menikmati wisata masih sedikit

a. Analisis Diagram SWOT

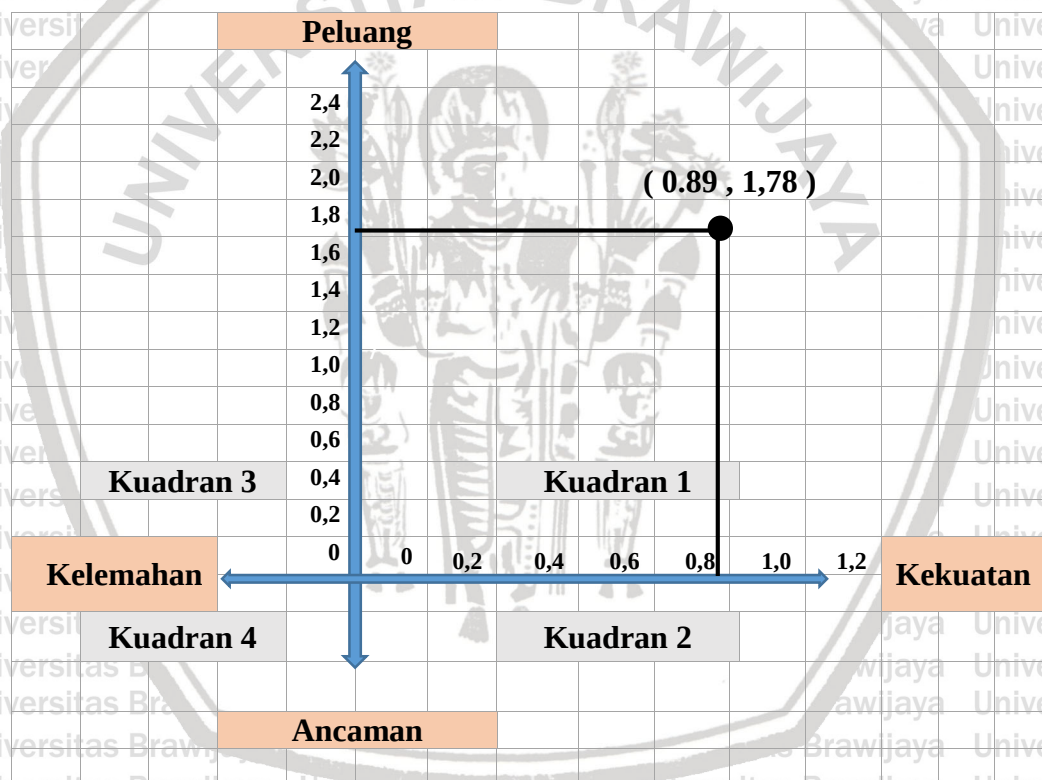
Berdasarkan hasil analisis matriks faktor masing-masing faktor internal dan faktor eksternal, selanjutnya dapat dihitung selisih antara nilai kekuatan-kelemahan dan peluang ancaman tersebut. Dari hasil perhitungan selisih tersebut merupakan penentu pada diagram swot. Perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini.

Tabel 15. Selisih Skor Faktor Internal dan Eksternal

No.	Indikator	Skor	Selisih	Nilai
1.	Kekuatan (Strenghts)	1,88		+
2.	Keleamahan (Weaknesses)	0,99	0,89	
3.	Peluang (Opportunities)	2,53		+
4.	Ancaman (Threats)	0,75	1,78	

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 15 diatas bahwa dalam strategi pengembangan Wisata Alam Coban Putri memiliki nilai faktor internal pada indikator kekuatan lebih besar dari pada nilai indikator kelemahan yaitu dengan selisih nilai sebesar 0,89 dan nilai faktor eksternal pada indikator peluang lebih besar dari pada nilai indikator ancaman dengan selisih nilai sebesar 1,78. Selisih nilai dari masing-masing faktor internal dan eksternal menjadi titik koordinat dalam diagram SWOT, sehingga didapatkan nilai sumbu x (faktor internal) sebesar 0,89 dan nilai sumbu y (faktor eksternal) sebesar 1,78. Hasil analisis evaluasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang telah dijabarkan seperti diatas, kemudian dapat dijadikan sebagai acuan untuk menentukan letak kuadran dengan menggunakan diagram SWOT seperti gambar berikut:



Gambar 7. Diagram Analisis SWOT Coban Putri

Berdasarkan hasil analisis yang digambarkan pada diagram SWOT telah diketahui letak atau posisi strategi pengembangan Wisata Alam Coban Putri berada pada kuadran 1, dimana arti dari letak kuadran 1 yaitu kegiatan usaha pengembangan wisata tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini

adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

5.7 Penentuan Matriks SWOT

Berdasarkan analisis diatas maka dapat dilanjutkan analisis strategi melalui matriks SWOT, berikut merupakan table matriks SWOT pengembangan Wisata Alam

Coban Putri:

Tabel 16. Matriks SWOT Wisata Alam Coban Putri

IFAS	Strenghts	1. Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang alami dan indah	1. Ketersediaan fasilitas kantin dan menu paket makanan yang ditawarkan masih sedikit
	2. Panitia atau tim pengelola selalu siap dan standby di lokasi wisata	2. Ketersediaan fasilitas keamanan dan kesehatan yang kurang memadai	
	3. Biaya yang ditawarkan oleh tempat wisata alam yang terjangkau	3. Papan petunjuk lokasi wisata alam yang belum jelas	
	4. Kegiatan yang ditawarkan meliputi outbound, trekking, dan offroad yang menarik	4. Akses jalan menuju lokasi wisata yang berbatu	
	5. Lokasi foto yang menarik pengunjung untuk mengambil gambar	5. Ketersediaan lahan parkir yang kurang luas	
	6. Luas lahan Wisata Coban Putri sekitar 2 hektar		
	EFAS		
Strategi S-O		Strategi W-O	
Opportunities			
1. Panitia atau tim pengelola wisata ramah dalam menyambut pengunjung	1. Mengelola potensi objek wisata alam dengan memanfaatkan kooperatifnya dinas pariwisata terhadap instansi lain untuk mengembangkan tiap objek di tempat wisata	1. Memanfaatkan masuknya investor guna meningkatkan fasilitas sarana objek wisata alam Coban Putri	
2. Masyarakat sekitar ikut serta dalam pengelolaan wisata	2. Mempercepat dibuatnya jalur yang mengintergrasikan Coban Putri dengan daerah lain yang lebih dahulu maju kepariwisataannya dengan mengandalkan	2. Menambah fasilitas keamanan dan kesehatan untuk pengunjung dan pengelola wisata	
3. Mendapat dukungan dari pemerintah setempat		3. Merencanakan perluasan lahan parkir agar kendaraan	
4. Pengenalan obyek wisata dengan media elektronik maupun cetak			
5. Pengelola wisata yang memberikan informasi			

mengenai sejarah wisata dengan jelas	kekuatan potensi daya tarik seperti Coban Rais	pengunjung tertata rapi	dapat
6. Lokasi wisata dekat dengan pusat Kota Batu	3. Memanfaatkan keterbukaan masyarakat dan keamanan berwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.	4. Meningkatkan kualitas SDM pengelolaan wisata alam menambah atraksi untuk meningkatkan jumlah wisatawan	dalam objek serta
	4. Memanfaatkan letak wisata yang strategis, kelengkapan sarana perhubungan, dan mudahnya mencapai lokasi objek wisata dengan menyediakan sarana transportasi umum untuk menjangkau tiap lokasi.		
	5. Membuat sistem promosi yang baik dengan memanfaatkan arus perkembangan teknologi dan informasi guna meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung.		

Threats	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Persaingan dengan wisata lain yang sudah dikenal dulu oleh masyarakat	1. Membuat ciri khas atau inovasi baru yang berbeda dengan wisata lain untuk menarik minat pengunjung	1 Persaingan dengan wisata lain digunakan sebagai motivasi untuk pengembangan Coban Putri
2. Perilaku pengunjung kurang memperhatikan etika lingkungan	2. Membuat papan peraturan yang perlu dipatuhi pengunjung demi menjaga kelestarian wisata	2 Melakukan pembangunan wisata dengan tetap memperhatikan kelestarian alam
3. Lokasi untuk akses pengunjung menikmati wisata masih sedikit	3. Menambah lokasi untuk foto bagi pengunjung yang lebih menarik dan khas	3 Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya lingkungan dan pengembangan wisata yang berkelanjutan.
	4. Mengenalkan wisata alam sekaligus dengan edukasi agar dapat bersaing dengan wisata lain	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan matriks SWOT diatas didapatkan beberapa macam strategi untuk pengembangan Wisata Alam Coban Putri. strategi yang sesuai dengan perhitungan analisis SWOT yaitu strategi S-O pada kuadran 1. Menurut Rangkuti

(2005) strategi S-O didapatkan dari menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi S-O untuk pengembangan Wisata Alam Coban Putri yaitu :

- 1 S-O (1) : Mengelola potensi objek wisata alam dengan memanfaatkan kooperatifnya dinas pariwisata terhadap instansi lain untuk mengembangkan tiap objek di tempat wisata.

Jalinan kerjasama anantara pengelola wisata dengan beberapa pihak seperti Perhutani, LMDH, beberapa CV, serta investor lainnya dapat dimanfaatkan untuk membuat inovasi dan penambahan fasilitas yang ada di Coban Putri sehingga wisata tersebut mampu bersaing dengan wisata lainnya. Kerjasama ini juga dapat sekaligus sebagai perluasan informasi mengenai wisata agar dapat dikenal oleh masyarakat secara luas.

- 2 S-O (2) : Mempercepat dibuatnya jalur yang mengintergrasikan Coban Putri dengan daerah lain yang lebih dahulu maju kepariwisataannya dengan mengandalkan kekuatan potensi daya tarik seperti Coban Rais sebagai salah satu wisata yang baru dibuka, Coban Putri dapat melakukan kerjasama dengan wisata lain yang sudah dikenal masyarakat terlebih dulu seperti Coban Rais. Wisata Coban Rais ini masih satu pengelolaan dengan wisata Coban Putri sehingga untuk meningkatkan minat pengunjung dapat dibuat jalur integrasi antara dua wisata ini atau biasa digunakan paket terusan wisata.

- 3 S-O (3) : Memanfaatkan keterbukaan masyarakat dan keamanan berwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

Wisata coban putri yang berbasis masyarakat memerlukan penyuluhan serta pelatihan untuk karyawan (masyarakat Desa Tlekung) untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga pengunjung yang berwisata ke Coban Putri merasa puas dan nyaman ketika berwisata. Pelatihan ini tidak lain adalah untuk menambah pengetahuan kepada karyawan serta dapat menjadi pengalaman baru untuk karyawan tersebut sehingga kedepan nantinya akan lebih bermanfaat lagi. Merangkul masyarakat Desa Tlekung untuk ikut bekerja sama dalam pengelolaan wisata dapat mengurangi angka pengangguran serta dapat mengangkat nama baik desa tersebut. selain itu, masyarakat dapat diikuti sertakan dalam sistem keamanan ketika berkunjung berwisata.

4 S-O (4) : Memanfaatkan letak wisata yang strategis, kelengkapan sarana perhubungan, dan mudahnya mencapai lokasi objek wisata dengan menyediakan sarana transportasi umum untuk menjangkau tiap lokasi

Pemanfaatan lahan wisata yang ada di sekitar Coban Putri untuk membuat inovasi baru dapat menjadi alternatif lain sebagai strategi pengembangan wisata. Pengelolaan lebih lanjut lahan yang ada untuk dijadikan inovasi tempat atau fasilitas baru sehingga pengunjung dapat menikmati fasilitas tersebut sambil menikmati keindahan alam yang ada di Coban Putri. lokasi wisata yang strategis ini perlu dikembangkan lagi dengan memanfaatkan sarana transportasi umum yang biasa digunakan masyarakat ketika mengunjungi wisata, sehingga pihak pengelola wisata dapat menjalin relasi dengan pihak-pihak transportasi tersebut.

5 S-O (5) : Membuat sistem promosi yang baik dengan memanfaatkan arus perkembangan teknologi dan informasi guna meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung.

Membuat media promosi yang menampilkan ciri khas dari Wisata Coban Putri dan dibuat dengan konsep yang baik agar dapat menarik minat pengunjung. Pembaca juga semakin mudah dan tidak bosan ketika melihat berbagai gambar menarik disetiap kegiatan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Wisata Alam Coban Putri. Semakin bagus potret yang ditampilkan akan menambah daya tarik dan hal tersebut membuka peluang yang besar bagi wisata untuk mendapatkan pengunjung.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengembangan wisata alam coban putri berbasis masyarakat, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor lingkungan internal pada Wisata Coban Putri memiliki daya tarik yang kuat dan panorama alam yang indah, masih asli, dan sejuk. tetapi pengelolaan dari pihak wisata belum maksimal sehingga potensi yang dimiliki wisata belum dapat sepenuhnya diolah dengan baik. sementara faktor internal pada wisata coban putri masih terhalang oleh persaingan dengan wisata lain (wisata buatan manusia) yang lebih diminati masyarakat karena banyaknya wahana yang dapat dilakukan ketika berwisata.
2. Strategi yang tepat berdasarkan analisis diagram SWOT untuk pengembangan Wisata Alam coban Putri yaitu pada kuadran 1 menggunakan strategi S-O (pengembangan wisata memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada). Beberapa strategi yang dapat diberikan untuk membantu pihak pengelola wisata antara lain : Meningkatkan dan mengembangkan pelayanan pekerja dengan memberikan penyuluhan atau pelatihan, Memaksimalkan kerjasama dengan pihak perhutani dan investor lain untuk menambah fasilitas dan pembangunan lain agar wisata dapat bersaing, Menambah media promosi wisata dengan berlatar potret keindahan alam di Coban Putri, Memanfaatkan lahan wisata yang luas dengan membuat inovasi fasilitas baru untuk menarik untuk pengunjung

6.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan untuk membantu Wisata Alam Coban Putri dalam pengembangannya adalah sebagai berikut :

1. Perlu adanya kebijaksanaan pembangunan dan pengembangan ekowisata kedepan diarahkan kepada kebijaksanaan untuk merubah sikap seluruh pelaku pariwisata baik pemerintah, swasta maupun masyarakat menjadi bagaimana seharusnya mengembangkan ekowisata dengan mempertahankan hubungan yang berkelanjutan antara pelaku dengan sumber daya pariwisata.

2. Perlu menjalin kerjasama yang lebih luas dengan Penyediaan sarana transportasi umum untuk mencapai tiap objek guna menunjang pengembangan objek wisata dan mempermudah akses pengunjung menuju lokasi wisata.
3. Pemanfaatan teknologi informasi perlu dilakukan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi tiap objek wisata alam kepada masyarakat luas. Selain mengenalkan pada masyarakat luas, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha pengembangan objek wisata alam Coban Putri
4. Pemerintah Daerah sebaiknya lebih aktif dengan menyeleksi potensi dan hambatan serta keadaan umum kawasan wisata Coban Putri; khususnya daya dukung lingkungan terhadap kapasitas kunjungan wisatawan, sebagai upaya untuk memaksimalkan pelayanan wisata.



DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka . (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- Abdurrahman, Soejono. (1999). *Metode Penelitian: Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Agunggunanto, Edy Yusuf., et al. (2016). *Pengembangan Desa Mandiri Melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes)*. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis Vol. 13 no 1. Unisnu Jepara
- Andajani, Erna. et al. (2017). *Pengembangan Potensi Desa Wisata melalui Analisa SWOT di Kecamatan Kalitidu Bojonegoro*. Universitas Surabaya. Surabaya.
- Anggara, F., Wibawa, B. M., & Kunaifi, A. (2016). *Analisis Strategi Positioning Merek Berdasarkan Preferensi, Persepsi, dan Kepuasan Konsumen Produk Pertamina Lubricants*. JURNAL TEKNIK ITS Vol. 5.
- Barrie, D. dan Poulson B. (1984). *Manajemen Konstruksi Profesional*. Alih Bahasa Sudinarto. 1990. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
- Brown. R.G., Burns, T., (2005). *Lecture Notes Dermatologi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Budiarti, Lis Neni dan Agung EBW, (2011). *Metodologi Penelitian DKV*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Butler, R.E, (1980), *The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution : Implications For Management Of Resources*, Canadian Georapher
- Coombs, W. Timothy. (1999). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. California: SAGE Publications, Inc.
- David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategi. Buku 1, Edisi kesepuluh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Delita, F., Elfayetti, dan Sidauruk, T. (2017). *Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun*. Universitas Negeri Medan. Medan.
- Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah, (2002). *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah*, Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
- Dwyer, Larry. Chulwon Kim. (2003). *"Destination Competitiveness: Determinants and Indicators"*. Current Issues In Tourism Journal, 6 (5), 369-414.
- Fandeli, C. (2000). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.

Ferrel, O.C and D, Harline. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.

Gamal, Suwanto. (2002). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Grewal, & Levy. (2008). *Marketing*. New York: Mc. Graw Hill.

Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.

I Gede Pitana., (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Instruksi Presiden No.19 Tahun 1969. (1969). *Tentang pengertian kepariwisataan*.

J. Salusu. (2006). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Grasindo. Jakarta

Kotler, Philip dan Susanto. (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo

Larasati, Ni Ketut Ratih dan Rahmawati, Dian. (2017). *Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya yang Berkelanjutan pada Kampung Lawas Maspati Surabaya*. ITS. Surabaya.

Mahdayani, W. (2009). *Ekowisata Panduan Dasar Pelaksanaan*. Nias Selatan: UNESCO dan Dinbudpar Nias Selatan

Manulang, M. (1988). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Maryam, Selfi. (2011). *Pendekatan Swot dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Mastur, Maslia. (2003). *Partisipasi Masyarakat dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembangunan Fisik Kelurahan Pisang Candi Kecamatan Sukun Malang*. Jurnal penelitian Universitas Merdeka Malang Vol. xv No. 2 2003. ISSN : 1410-7295.

Mitchell, B., (2000), *Pengelolaan Sumber Daya Lingkungan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Moh. Nazir, (1988), *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Muhammad Tahwin. (2003). *"Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Sebuah Industri Studi Kasus Kabupaten Rembang,"* Jurnal Gemawisata, Vol. 1, No.3/November 2003, hal 236-249
- Murphy, P. E (1985). *Tourism A Community Approach*. Metheun : New York
- Nasution, Rizky. et al. (2015). *Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Air Terjun Silimalima di Kabupaten Tapanuli Selatan*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat, Jakarta
- Pemerintah Kota Batu. (2013). *Geografis Wilayah Batu*.
<http://www.website.batukota.go.id>, diakses pada tanggal 4 Juli 2019.
- Pitana, I gededanPutu G. (2005). *Sosiologi pariwisata*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Sammeng, Andi Mappi. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Siagian, Sondang, (2005), *Manajemen Stratejik, Edisi keenam*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sobari, Moch. Prihatna, dkk. (2006). *Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Kalianda Resort, Kabupaten Lampung Selatan*. Buletin Ekonomi Perikanan Vol VI No. 3 Tahun 2006.
- Strauss dan Juliet Corbin. (2003). *"Dasar-dasar Penelitian. Kualitatif"*. Yogyakarta : PustakaBelajar
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sumarto, Slamet, (1994). *Peran Serta Masyarakat dalam Peletarian Peninggalan Sejarah di Jawa Tengah Ditinjau dari Usia dan Sosial Ekonomi*. Tesis Program Pasca Sarjana IKIP Jakarta.
- Sunaryo , Bambang, (2013) *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata : Konsep dan aplikasinya di Indonesia*, Yogyakarta; Gava Media.
- Sutrisno, Andhika. (2016). *Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Suwantoro, (2002). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Swarbrooke. (1996). *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka. Utama

Veitzel Rivai, (2000). *Partisipasi Pengaruh Angkutan Darat dalam Memelihara Lingkungan*. Jurnal Manajemen Transportasi Vol.01 No.05. Oktober 2000. Sekolah Tinggi Trisakti Jakarta.

Woodley, A. (1993). *Tourism and sustainable development: The community perspective*. In

Yoeti, Oka . (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung



LAMPIRAN

lampiran 1. Kuesioner



KUESIONER PENELITIAN

“Peran Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Alam Coban Putri Desa Tlekung Batu”

Bapak/Ibu/Sdr yang saya hormati,

Saya mahasiswa jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir. Kuesioner ini berhubungan dengan persepsi anda sebagai pengunjung Wisata Alam Coban Putri. Hasil kuesioner ini tidak untuk dipublikasikan, melainkan untuk kepentingan penelitian saja.

Atas ketersediaannya dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin : L / P
3. Umur : tahun
4. Pendidikan terakhir : SD / SMP / SMA / SMK / D1 / D3 / S1
5. Alamat asal :

II. KUESIONER PENELITIAN**Petunjuk Umum :**

1. Sebelum mengisi pernyataan, bacalah petunjuk pengisian terlebih dahulu
2. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
3. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden
4. Pengisian kuesioner responden diharapkan melakukan secara langsung

Petunjuk Khusus :

1. Alternatif pemberian nilai terhadap indikasi-indikasi strategi internal dan eksternal yang tersedia pada kuesioner ini adalah:

- 1 = Kurang Setuju
- 2 = Netral
- 3 = Setuju

Pemberian nilai pada masing-masing indikasi strategik dilakukan dengan memberi tanda (√) pada alternatif jawaban yang paling sesuai dengan pendapat responden.

Berikan tanda (√) pada lembar isian sesuai dengan pendapat anda!

No.	Indikator	Penilaian Kondisi Saat Ini				
		1	2	3	4	5
1.	Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang masih alami					
2.	Keramahan Pelayanan panitia atau tim pengelola wisata alam					
3.	Tersedianya lahan parkir yang luas					
4.	Biaya yang ditawarkan oleh tempat wisata alam terjangkau					
5.	Papan petunjuk arah menuju lokasi wisata alam yang jelas					
6.	Kegiatan yang ditawarkan meliputi outbound, trekking, dan <i>offroad</i>					
7.	Terdapat fasilitas keamanan (<i>security</i>) dan kesehatan					
8.	Ketersediaan kantin dan menu paket makanan /konsumsi yang ditawarkan beragam					
9.	Luas lahan wisata coban putri sekitar 2 ha sehingga pengunjung dapat mengeksplor wisata dengan luas					
10.	Akses jalan menuju tempat wisata mudah					
11.	Lokasi swafoto yang menarik untuk pengunjung					

Terima kasih atas ketersediaan dan kerjasamanya ☺

Selamat Liburan ☺



KUESIONER PENELITIAN

“Peran Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Alam Coban Putri Desa Tlekung Batu”

Bapak/Ibu/Sdr yang saya hormati,

Saya mahasiswa jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir. Kuesioner ini berhubungan dengan persepsi anda sebagai pengelola Wisata Alam Coban Putri Hasil kuesioner ini tidak untuk dipublikasikan, melainkan untuk kepentingan penelitian saja.

Atas ketersediaannya dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin : L / P
3. Umur : tahun
4. Pendidikan terakhir : SD / SMP / SMA / SMK / D1 / D3 / S1
5. Alamat asal :

II. KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Umum :

1. Sebelum mengisi pernyataan, bacalah petunjuk pengisian terlebih dahulu
2. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
3. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden
4. Pengisian kuesioner responden diharapkan melakukan secara langsung

Petunjuk Khusus :

- a. Alternatif pemberian nilai terhadap indikasi-indikasi strategi internal dan eksternal yang tersedia pada kuesioner ini adalah:

- 1 = Sangat Setuju
- 2 = Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Kurang Setuju
- 5 = Tidak Setuju

- b. Alternatif pemberian rating/urgensi terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang tersedia pada kuesioner ini adalah:

- 1 = Kelemahan Utama 3 = Kekuatan Kecil
- 2 = Kelemahan Kecil 4 = Kekuatan Utama

c. Pemberian nilai pada masing-masing indikasi strategik dilakukan dengan memberi tanda (√) pada alternatif jawaban yang paling sesuai dengan pendapat responden.

Berikan tanda (√) pada lembar isian sesuai dengan pendapat anda!

No.	Indikator	Penilaian Kondisi Saat Ini					Urgensi			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
1.	Pemandangan alam di sekitar Wisata Alam Coban Putri yang masih alami									
2.	Keramahan Pelayanan panitia atau tim pengelola wisata alam									
3.	Tersedianya lahan parkir yang luas									
4.	Biaya yang ditawarkan oleh tempat wisata alam terjangkau									
5.	Papan petunjuk arah menuju lokasi wisata alam yang jelas									
6.	Kegiatan yang ditawarkan meliputi outbound, trekking, dan <i>offroad</i>									
7.	Terdapat fasilitas keamanan (<i>security</i>) dan kesehatan									
8.	Ketersediaan kantin dan menu paket makanan /konsumsi yang ditawarkan beragam									
9.	Luas lahan wisata coban putri sekitar 2 ha sehingga pengunjung dapat mengeksplor wisata dengan luas									
10.	Akses jalan menuju tempat wisata mudah									
11.	Lokasi swafoto yang menarik untuk pengunjung									
12.	Pengenalan obyek wisata dengan media sosial									
13.	Masyarakat ikut serta dalam pengelolaan wisata									
14.	Kemudahan menjangkau lokasi karena dekat dengan pusat kota									
15.	Dukungan dari pihak perhutani dan pemerintah setempat									
16.	Persaingan dengan wisata lain yang sudah dikenal dulu oleh masyarakat									
17.	Perilaku pengunjung yang kurang memperhatikan etika lingkungan									
18.	Terjadinya gangguan atau bencana alam									

Pertanyaan wawancara

1. Gambaran umum Wisata Alam Coban Putri
 - a. Kapan wisata didirikan?
 - b. Bagaimana sejarah berdirinya wisata?
 - c. Siapa pendiri wisata?
2. Apa visi misi dan tujuan Wisata Alam Coban Putri?
3. Siapakah konsumen yang paling banyak mengunjungi Wisata Alam Coban Putri?
4. Bagaimana aset yang dimiliki wisata meliputi sarana kegiatan dan fasilitas operasional?
5. Bagaimana wisata meminimalkan risiko yang mungkin dihadapi dalam kegiatan yang ada di tempat wisata?
6. Ketenagakerjaan:
 - a. Bagaimana struktur ketenagakerjaan di Wisata Alam Coban Putri?
 - b. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di Wisata Alam Coban Putri?
 - c. Bagaimana jam kerja bagi karyawan Wisata Alam Coban Putri?
 - d. Bagaimana sistem gaji karyawan Wisata Alam Coban Putri?
 - e. Bagaimana jaminan kesejahteraan yang diberikan Wisata Alam Coban Putri untuk karyawan?
 - f. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pekerja?
7. Strategi pengembangan :
 - a. Bagaimana langkah Wisata Alam Coban Putri menentukan strategi pengembangan ?
 - b. Upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan pengembangan Wisata Alam Coban Putri?
 - c. Apakah inovasi yang dilakukan Wisata Alam Coban Putri?

Apakah Wisata Alam Coban Putri memberikan wadah bagi konsumen untuk mengunggah kritik dan saran?

Lampiran 2. Dokumentasi



Gambar 1. Pintu Masuk Menuju Coban Putri



Gambar 2. Air Terjun Coban Putri



Gambar 3. Fasilitas Ayunan di Coban Putri



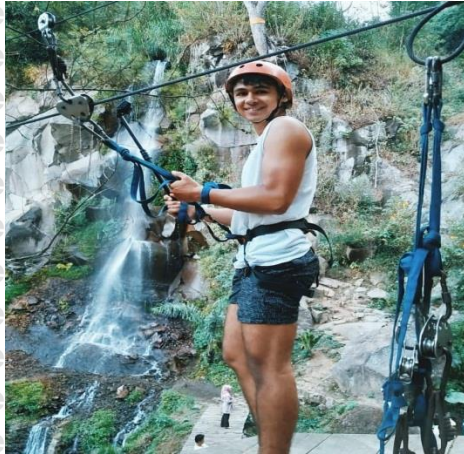
Gambar 4. Pengunjung Wisata Coban Putri



Gambar 5. Gardu Bintang di Coban Putri



Gambar 6. Fasilitas Hammock di Coban Putri



Gambar 7. Fasilitas *flying fox* di Coban Putri



Gambar 8. Fasilitas *climbing* di Coban Putri



Gambar 9. Gardu Tangan di Coban Putri



Gambar 10. Pembagian Kuesioner kepada pengunjung



Gambar 11. Ketua Pengelola Wisata Coban Putri



Gambar 12. Wakil Ketua Pengelola Wisata Coban Putri

Lampiran 3. Identitas Responden

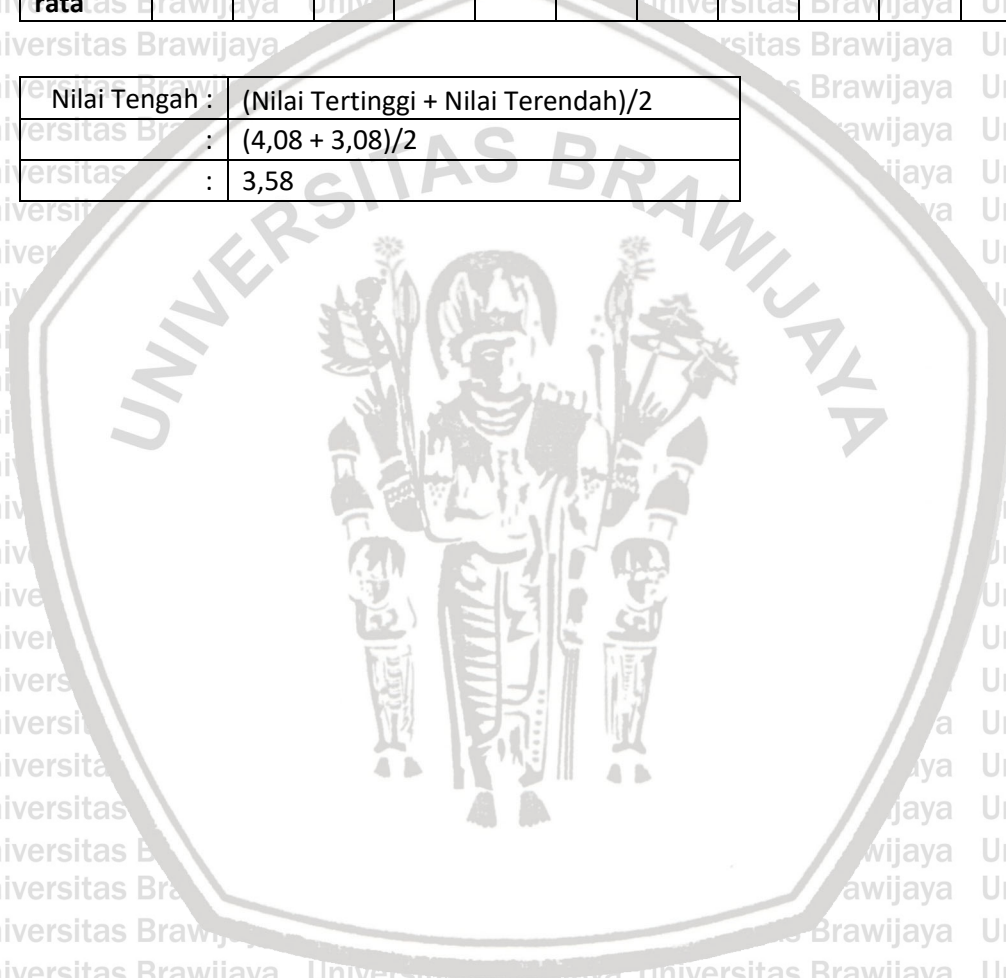
No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Alamat
1	BAYU	Laki-Laki	19	SMA	BATU
2	TIWI	Perempuan	23	SMK	MALANG
3	GURUH	Laki-Laki	29	SMA	BATU
4	RICKY	Laki-Laki	25	SMA	BATU
5	RAFI	Laki-Laki	21	SMK	BATU
6	ADI	Laki-Laki	29	SMK	BATU
7	TIYOK	Laki-Laki	24	SMK	BATU
8	IRFAN	Laki-Laki	21	SMK	BATU
9	NANDA	Perempuan	21	SMK	BATU
10	SIGIT	Laki-Laki	24	SMA	MALANG
11	FIFI	Perempuan	18	SMP	MALANG
12	NARNIK	Perempuan	35	SD	BATU
13	KASIANI	Perempuan	40	SD	BATU
14	RENA	Perempuan	19	SMA	BATU
15	WANDA	Perempuan	18	SMA	BATU
16	M ARIFIN	Laki-Laki	18	SMA	MALANG
17	KURNIAWAN	Laki-Laki	18	SMA	BATU
18	IRSYAD	Laki-Laki	20	SMK	BATU
19	SIAN	Laki-Laki	35	SMP	MALANG
20	SUHARI	Laki-Laki	32	SMP	MALANG
21	PATAH	Laki-Laki	40	SMA	MALANG
22	ERLINA	Perempuan	26	D3	SIDOARJO
23	LULUK	Perempuan	24	D3	SIDOARJO
24	SULISTINA	Perempuan	34	SMP	SIDOARJO
25	ASTI	Perempuan	34	D3	SIDOARJO
26	JUTI	Perempuan	33	D3	SIDOARJO
27	LELA	Perempuan	37	S1	SIDOARJO
28	NAILA	Perempuan	23	SMA	SIDOARJO
29	DINA	Perempuan	30	S1	SIDOARJO
30	ELVIMA	Perempuan	26	S1	SIDOARJO
31	RANI	Perempuan	22	SMA	SIDOARJO
32	VINA	Perempuan	22	SMA	TULUNGAGUNG
33	TYAS	Perempuan	22	SMA	MALANG
34	MIFTA	Perempuan	22	SMA	SIDOARJO
35	HENDRI	Laki-Laki	20	SMA	BATU
36	AMRIZAL	Laki-Laki	20	SMA	KUPANG
37	AGNES	Perempuan	16	SMK	BULULAWANG
38	ALINA	Perempuan	37	SMA	MALANG
39	LULUN	Perempuan	18	SMA	BATU
40	RENI	Perempuan	27	SMK	MALANG
41	TUTUT	Perempuan	26	SMK	SIDOARJO
42	NIKEN	Perempuan	25	SMK	MALANG
43	KAAYU	Laki-Laki	25	SMK	MALANG
44	DAHLIA AYU	Perempuan	27	SMA	MALANG
45	FARIHA	Perempuan	47	SMA	BATU
46	HUSNA	Perempuan	47	SMA	BATU
47	DWI AYU	Perempuan	40	S1	MALANG
48	HIDAYAT	Laki-Laki	29	D3	MALANG
49	SULISTANTO	Laki-Laki	24	S1	MALANG
50	AKMAL	Laki-Laki	28	S1	BATU
51	SARTIKA	Laki-Laki	43	S1	BATU
52	SISWAHYUNI	Laki-Laki	45	S1	BATU

Lampiran 4. Bobot Internal

No. Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
1	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4
2	4	5	3	3	4	5	4	3	5	4	4
3	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
5	5	3	4	5	4	3	4	2	3	3	4
6	5	3	3	5	3	4	3	4	4	3	3
7	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3
8	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
9	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	5
10	3	5	4	3	4	5	4	3	5	4	4
11	3	5	2	3	3	4	3	3	4	3	5
12	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
13	4	3	3	5	4	4	4	2	4	4	5
14	4	4	4	5	3	3	5	2	4	3	4
15	3	4	3	3	3	4	3	3	5	3	5
16	3	3	3	4	4	5	4	2	4	3	4
17	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
18	5	3	4	5	3	4	4	2	4	3	4
19	5	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4
20	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3
21	4	3	3	4	2	4	3	3	4	5	3
22	5	3	5	3	4	3	4	3	5	5	5
23	3	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4
24	5	5	4	4	4	4	3	2	4	5	5
25	5	4	4	3	3	5	2	2	4	4	4
26	3	5	3	3	4	4	4	2	4	3	4
27	4	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3
28	5	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4
29	5	3	4	5	3	3	3	2	4	4	4
30	4	4	3	5	3	4	3	2	3	3	3
31	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4
32	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5
33	3	5	3	4	3	3	2	2	4	3	3
34	4	5	4	5	4	4	2	3	3	3	4
35	4	3	3	5	3	5	3	4	3	4	4
36	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5
37	4	3	5	3	4	5	3	3	4	3	4
38	5	4	5	3	2	4	3	4	3	3	4
39	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3
40	5	5	4	4	3	5	4	3	3	3	3
41	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4
42	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
43	4	5	3	4	3	3	4	3	3	4	3

44	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
45	5	5	4	3	4	5	3	4	3	3	4
46	5	5	3	2	3	5	3	4	4	3	4
47	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
48	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4
49	4	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3
50	4	5	4	5	5	5	3	4	4	3	4
51	3	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4
52	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3
Jumlah	212	207	184	204	180	201	175	160	195	182	198
Rata-rata	4,08	3,98	3,54	3,92	3,46	3,87	3,37	3,08	3,75	3,50	3,81

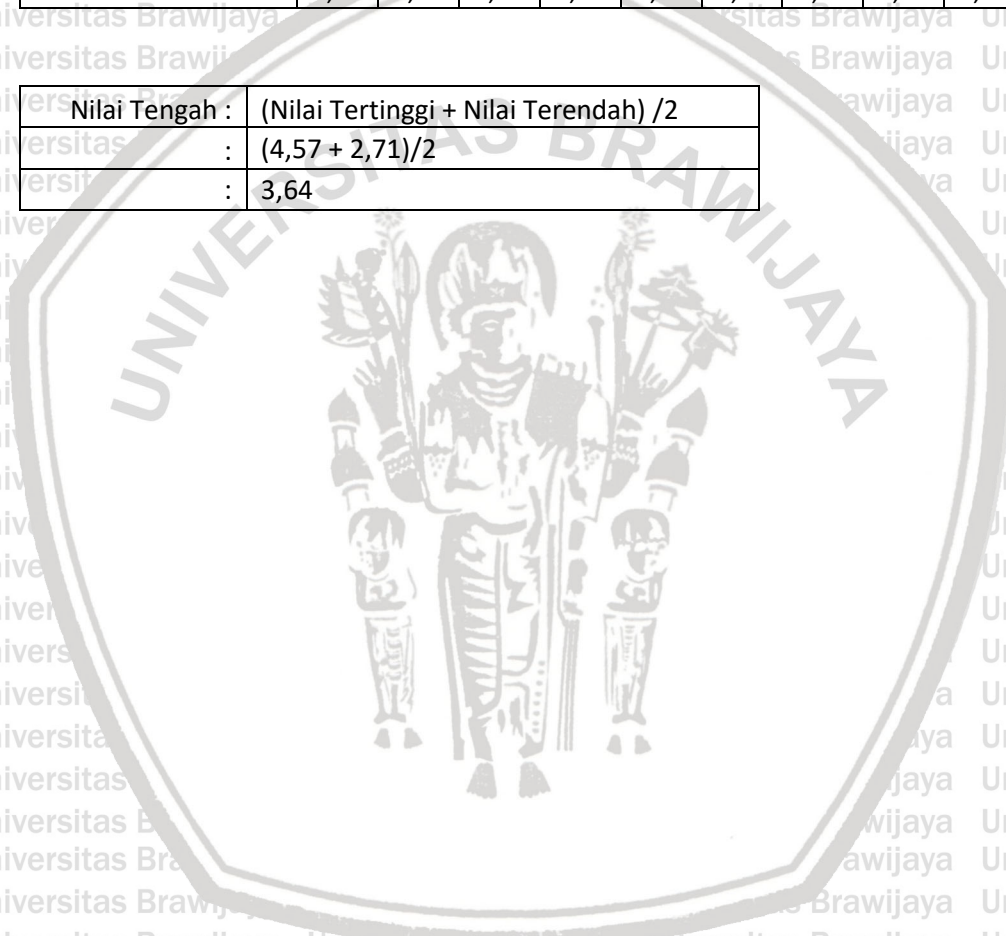
Nilai Tengah :	$(\text{Nilai Tertinggi} + \text{Nilai Terendah})/2$
:	$(4,08 + 3,08)/2$
:	3,58



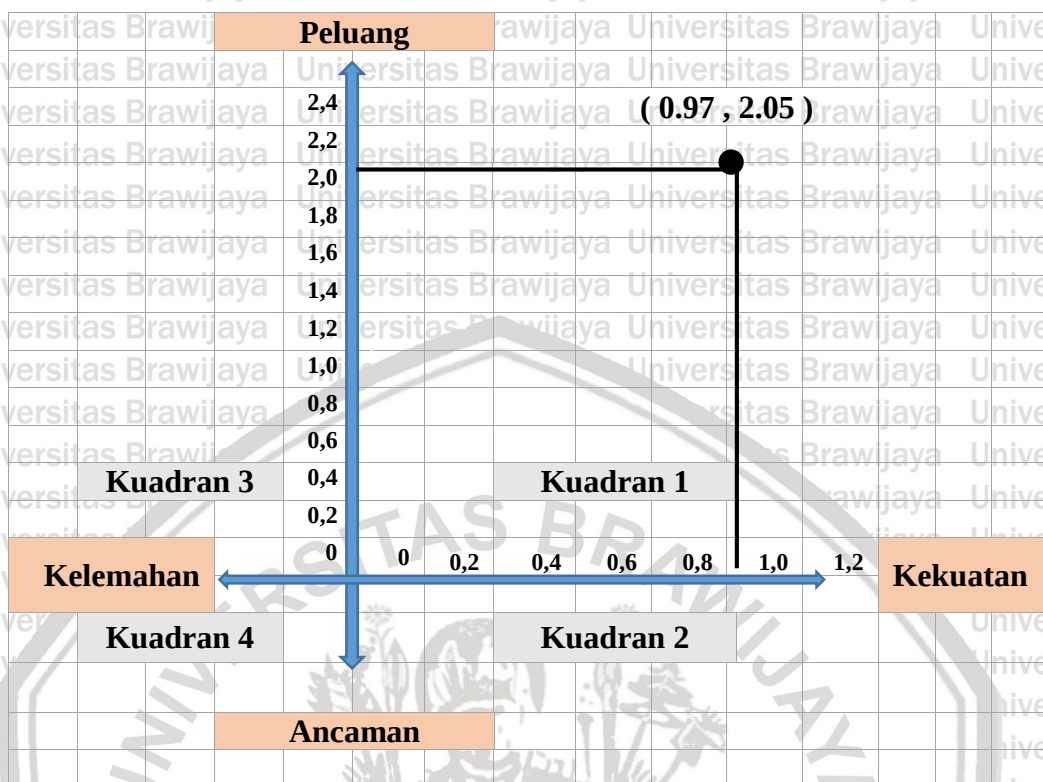
Lampiran 5. Bobot Eksternal

No. Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
1	4	3	4	5	3	4	4	4	4
2	5	3	4	4	4	4	5	3	4
3	4	2	4	3	3	4	5	2	3
4	4	3	5	4	4	4	4	3	4
5	4	3	4	4	2	4	5	3	4
6	5	2	4	3	3	4	4	3	3
7	5	3	5	4	4	3	5	3	4
Jumlah	31	19	30	27	23	27	32	21	26
Rata-rata	4,43	2,71	4,29	3,86	3,29	3,86	4,57	3,00	3,71

Nilai Tengah :	$(\text{Nilai Tertinggi} + \text{Nilai Terendah}) / 2$
:	$(4,57 + 2,71) / 2$
:	3,64



Lampiran 6. Letak Kuadran Wisata Alam Coban Putri



Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Data

		Correlations											
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Total_Q
Q1	Pearson Correlation	1	.169	.229	-.134	.097	.084	.199	.134	-.185	.106	.006	.379**
	Sig. (2-tailed)		.232	.102	.344	.494	.552	.157	.345	.190	.455	.965	.006
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q2	Pearson Correlation	.169	1	.180	-.130	.073	-.003	-.061	.329*	.033	.111	-.125	.326*
	Sig. (2-tailed)	.232		.201	.360	.605	.984	.666	.017	.815	.433	.378	.018
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q3	Pearson Correlation	.229	.180	1	-.062	.096	-.020	-.060	.050	.074	.135	.021	.363**
	Sig. (2-tailed)	.102	.201		.663	.500	.891	.672	.725	.602	.341	.884	.008
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q4	Pearson Correlation	-	-.130	-.062	1	-.036	.146	.118	-.074	.113	.241	.327*	.366**
	Sig. (2-tailed)	.134	.360	.663		.798	.300	.403	.603	.424	.086	.018	.008
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q5	Pearson Correlation	.097	.073	.096	-.036	1	.006	-.079	.089	.316*	.145	.206	.401**
	Sig. (2-tailed)	.494	.605	.500	.798		.968	.577	.528	.022	.306	.144	.003
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q6	Pearson Correlation	.084	-.003	-.020	.146	.006	1	.205	.086	-.114	.024	.265	.421**
	Sig. (2-tailed)	.552	.984	.891	.300	.968		.144	.546	.421	.864	.058	.002
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q7	Pearson Correlation	.199	-.061	-.060	.118	-.079	.205	1	-.054	-.002	.311*	.196	.440**
	Sig. (2-tailed)	.157	.666	.672	.403	.577	.144		.704	.990	.025	.163	.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q8	Pearson Correlation	.134	.329*	.050	-.074	.089	.086	-.054	1	.151	-.052	-.164	.336*
	Sig. (2-tailed)	.345	.017	.725	.603	.528	.546	.704		.286	.713	.246	.015
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q9	Pearson Correlation	-	.033	.074	.113	.316*	-.114	-.002	.151	1	-.085	.215	.345*
	Sig. (2-tailed)	.185	.815	.602	.424	.022	.421	.990	.286		.550	.125	.012
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q10	Pearson Correlation	.106	.111	.135	.241	.145	.024	.311*	-.052	-.085	1	.290*	.491**
	Sig. (2-tailed)	.455	.433	.341	.086	.306	.864	.025	.713	.550		.037	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Q11	Pearson Correlation	.006	-.125	.021	.327*	.206	.265	.196	-.164	.215	.290*	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.965	.378	.884	.018	.144	.058	.163	.246	.125	.037		.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52

Total _Q	Pearson Correlation	.379 **	.326* .	.363* .	.366* .	.401* .	.421* .	.440* .	.336* .	.345* .	.491* .	.512* .	1
Sig. (2- tailed)		.006	.018	.008	.008	.003	.002	.001	.015	.012	.000	.000	
N		52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Correlations

		Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Total_Q
Q1	Pearson Correlation	.199	.134	-.185	.106	.006	.379
	Sig. (2-tailed)	.157	.345	.190	.455	.965	.006
	N	52	52	52	52	52	52
Q2	Pearson Correlation	-.061	.329	.033	.111	-.125	.326
	Sig. (2-tailed)	.666	.017	.815	.433	.378	.018
	N	52	52	52	52	52	52
Q3	Pearson Correlation	-.060	.050	.074	.135	.021	.363
	Sig. (2-tailed)	.672	.725	.602	.341	.884	.008
	N	52	52	52	52	52	52
Q4	Pearson Correlation	.118	-.074	.113	.241	.327	.366
	Sig. (2-tailed)	.403	.603	.424	.086	.018	.008
	N	52	52	52	52	52	52
Q5	Pearson Correlation	-.079	.089	.316	.145	.206	.401
	Sig. (2-tailed)	.577	.528	.022	.306	.144	.003
	N	52	52	52	52	52	52
Q6	Pearson Correlation	.205	.086	-.114	.024	.265	.421
	Sig. (2-tailed)	.144	.546	.421	.864	.058	.002
	N	52	52	52	52	52	52
Q7	Pearson Correlation	1	-.054	-.002	.311	.196	.440
	Sig. (2-tailed)		.704	.990	.025	.163	.001
	N	52	52	52	52	52	52
Q8	Pearson Correlation	-.054	1	.151	-.052	-.164	.336
	Sig. (2-tailed)	.704		.286	.713	.246	.015
	N	52	52	52	52	52	52
Q9	Pearson Correlation	-.002	.151	1	-.085	.215	.345
	Sig. (2-tailed)	.990	.286		.550	.125	.012
	N	52	52	52	52	52	52
Q10	Pearson Correlation	.311	-.052	-.085	1	.290	.491
	Sig. (2-tailed)	.025	.713	.550		.037	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Q11	Pearson Correlation	.196	-.164	.215	.290	1	.512
	Sig. (2-tailed)	.163	.246	.125	.037		.000
	N	52	52	52	52	52	52
Total_Q	Pearson Correlation	.440	.336	.345	.491	.512	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.015	.012	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52	52



Lampiran 8. Hasil Uji Realibilitas Data

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.735	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	35.35	19.503	-.032	.755
Q2	35.70	15.695	.671	.680
Q3	35.95	17.734	.245	.732
Q4	35.50	16.263	.491	.701
Q5	36.15	15.924	.438	.707
Q6	35.80	16.379	.345	.722
Q7	36.15	14.239	.564	.684
Q8	36.00	17.789	.167	.746
Q9	35.30	16.853	.448	.709
Q10	36.10	16.937	.417	.712
Q11	36.00	15.789	.435	.707

Lampiran 9. Indikator Internal dan Eksternal

No.	Indikator																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	4	3	4	3	4	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3
3	4	3	4	3	3	3	1	2	3	2	2	4	4	4	3	3	2	2	2	4
4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
5	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	2	3	3
6	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
7	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3
Jumlah	26	25	23	23	21	21	14	16	16	19	20	26	25	25	23	23	21	18	20	22
Rata-rata	3,71	3,57	3,29	3,29	3,00	3,00	2,00	2,29	2,29	2,71	2,86	3,71	3,57	3,57	3,29	3,29	3,00	2,57	2,86	3,14