

ARAHAN PENGEMBANGAN OBYEK WISATA TAMAN REKREASI PAGGORA DAN TIRTAYASA DI KELURAHAN BANJARAN

Mifta Rida Feptyana, Nindya Sari, Dimas Wisnu Adrianto

Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Brawijaya

Jalan MT. Haryono 167, Malang 65145, Indonesia

Telp. 62-341-567886; Fax. 62-341-551430; Telex. 31873 Unibraw IA

E-mail: mifta.rida@yahoo.com

ABSTRAK

Kegiatan wisata saat ini menjadi kebutuhan bagi masyarakat dalam aktivitas hidupnya. Hal ini terbukti dengan bertambahnya jumlah wisatawan dunia setiap tahunnya. Adapun dalam pengembangan pariwisata, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah segmentasi pasar. Segmentasi pasar menurut wahab (2004) adalah pengelompokan pasar wisatawan menjadi beberapa segmen yang memiliki karakteristik yang lebih homogen berdasarkan kriteria tertentu. Dilihat dari kondisi eksisting jumlah wisatawan di Obyek Wisata Paggora lebih banyak dengan rata-rata 130020 perbulan di dibandingkan Obyek Wisata Tirtayasa yaitu rata-rata 24890 perbulan. Dilihat dari kondisi tersebut, tentunya Obyek Wisata Paggora memiliki sesuatu yang di sukai dan diminati wisatawan sehingga lebih banyak wisatawan yang datang dibandingkan Obyek Wisata Tirtayasa. Menurut Suparwoto (2004), obyek wisata yang memiliki kegiatan dan hal yang sama sebaiknya digabungkan karena dapat saling berintegrasi dan saling menguntungkan untuk mengatasi permasalahan yang timbul dari keduanya. Karena pada kondisi eksisting Obyek Wisata Pagora dan Tirtayasa terletak bersebrangan dan memiliki jenis obyek wisata yang sama maka ada kemungkinan keduanya untuk digabung. Dari adanya pernyataan tersebut, diperlukan adanya penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pasar kedua obyek wisata dan kelayakan penggabungan serta potensi dan masalah terkait penggabungan sehingga dapat dirumuskan arahan pengembangan Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa sehingga meskipun memiliki kondisi yang sama keduanya tetap bisa bertahan.

Kata Kunci: wisatawan, segmentasi, gabung

ABSTRACT

Tourism activities is currently needed for people in the activity of life. This is evidenced by the increasing number of world travelers annually. As for the development of tourism, one of the factors affecting is market segmentation. Market segmentation by wahab (2004) is a grouping of the tourist market into some segments that have characteristics that are more homogeneous based on certain criteria. Judging from the number of tourists in the existing conditions Sights Paggora more than an average of 130,020 per month in comparison Sights Tirtayasa an average of 24,890 per month. Judging from the condition, of course Sights Paggora have something interesting and attracted tourists so that more and more tourists coming over Sights Tirtayasa. According Suparwoto (2004), a tourist attraction that has activities and the same thing should be combined because it can be integrated with each other and mutually advantageous to overcome problems appear from both. Due to the existing condition and Tirtayasa Sights Pagora that in across location and have the same kind of tourist attraction it is possible both to be merged. From the statement, it is necessary to study in order to identify market segments of both tourism and the feasibility and potential merger and merger-related issues so as to formulate the direction and development of tourism object Paggora Tirtayasa so despite having the same condition they still can survive.

Keywords: tourists, segmentation, join

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, dan Pemerintah Daerah (Undang-Undang No.10 Tahun 2009). Adapun dalam pengembangan pariwisata, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah segmentasi pasar.

Segmentasi pasar menurut wahab (2004) adalah pengelompokan pasar wisatawan menjadi beberapa segmen yang memiliki karakteristik yang lebih homogen berdasarkan kriteria tertentu. Tujuan utama dari segmentasi pasar adalah sebagai dasar untuk menetapkan produk yang dapat lebih memenuhi kebutuhan wisatawan. Dilihat dari kondisi eksisting jumlah

wisatawan di Obyek Wisata Paggora lebih banyak dengan rata-rata 130020 perbulan di bandingkan Obyek Wisata Tirtayasa yaitu rata-rata 24890 perbulan. Dilihat dari kondisi tersebut, tentunya Obyek Wisata Paggora memiliki sesuatu yang di sukai dan diminati wisatawan sehingga lebih banyak wisatawan yang datang dibandingkan Obyek Wisata Tirtayasa.

Menurut Suparwoto (2004), obyek wisata yang memiliki kegiatan dan hal yang sama sebaiknya digabungkan karena dapat saling berintegrasi dan saling menguntungkan untuk mengatasi permasalahan yang timbul dari keduanya. Karena pada kondisi eksisting Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa terletak bersebrangan dan memiliki jenis obyek wisata yang sama maka ada kemungkinan keduanya untuk digabung.

Dari adanya pernyataan tersebut, diperlukan adanya penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pasar kedua obyek wisata dan kelayakan penggabungan serta potensi dan masalah terkait penggabungan sehingga dapat dirumuskan arahan pengembangan Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa sehingga meskipun memiliki kondisi yang sama keduanya tetap bisa bertahan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Segmentasi Pasar

Pembahasan dalam analisis ini adalah mengenai faktor geografi, demografi, dan psikografi wisatawan.

Analisis Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Wisatawan

Pembahasan dalam analisis ini adalah penjelasan hubungan tingkat kepuasan dengan tingkat kepentingan wisatawan terhadap komponen pariwisata.

Kelayakan Penggabungan dengan Nilai Manajerial

Pembahasan dalam analisis ini adalah penilaian dari obyek wisata terhadap aspek kepengusahaan, keuangan, dan operasional.

Analisis Potensi dan Masalah

Pembahasan dalam analisis ini adalah potensi dan masalah penggabungan kedua obyek wisata.

Analisis Pengembangan (SWOT, IFAS EFAS)

SWOT bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kondisi obyek wisata yaitu *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (kesempatan), *threat* (ancaman), dan menginventarisasi faktor-faktor tersebut dalam strategi perencanaan pariwisata. IFAS bertujuan untuk memberikan penilaian dan pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan. Sedangkan EFAS bertujuan untuk memberikan penilaian dan pembobotan terhadap peluang dan ancaman. Keempat faktor dalam analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*) masing-masing dianalisis yang ditinjau dari variabel yang akan mempengaruhi pengembangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar di Obyek Wisata Paggora adalah sebagian besar wisatawan berasal dari Kota Kediri tergolong kelompok umur 4-11 tahun, jenis kelamin perempuan, berpendidikan SD, berstatus pelajar, dan menggunakan moda transportasi sepeda serta tujuan berkunjung untuk menikmati permainan anak-anak yang telah disediakan. Sedangkan segmentasi pasar di Obyek Wisata Tirtayasa adalah semua wisatawan berasal dari Kota Kediri, tergolong kelompok umur 12-18 tahun, jenis kelamin perempuan, berpendidikan SMA, berstatus pelajar, dan menggunakan moda transportasi sepeda motor serta tujuan berkunjung untuk melatih *skill* yaitu mengikuti ekstrakurikuler khususnya untuk pelajar.

Evaluatif Karakteristik Komponen Pariwisata

Wisatawan yang berkunjung ke Obyek Wisata Paggora sebagian besar adalah balita dan anak-anak dengan umur 4-11 tahun yang bertujuan untuk berenang dan menikmati atraksi permainan anak-anak. Sedangkan di Obyek Wisata Tirtayasa wisatawan yang berkunjung sebagian besar adalah remaja dan dewasa dengan umur 12-18 tahun yang bertujuan untuk melatih *skill* dan mengikuti ekstrakurikuler renang bagi pelajar. Meskipun demikian, atraksi serta fasilitas yang disediakan sebagian besar memiliki karakter yang sama misalnya kolam renang, kolam perahu, area *kidz zone*, dan orkes dangdut. Menurut Suparwoto (2004), obyek wisata yang memiliki kegiatan dan hal yang

sama sebaiknya digabungkan karena dapat saling berintegrasi dan saling menguntungkan untuk mengatasi permasalahan yang timbul dari keduanya. Untuk itu untuk pengembangannya sebaiknya kedua obyek wisata tersebut digabungkan.



Gambar 1. Atraksi Obyek Wisata Paggora

- Obyek Wisata Paggora
- Kolam Perahu
- Kolam Pemancingan
- Patung
- Kolam Renang
- Kidz Zone
- Binatang
- Orkes dangdut



Gambar 2. Atraksi Obyek Wisata Tirtayasa

- Obyek Wisata Tirtayasa
- Kidz Zone
- Orkes Dangdut
- ATV Ring
- Patung
- Adventure CAMP SIMA
- Kolam Perahu
- Kolam Renang

Analisis Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Wisatawan

1. Kelengkapan fasilitas rekreasi di kedua obyek wisata dianggap penting dan wisatawan merasa puas sehingga kondisi tersebut harus dipertahankan;
2. Jumlah dan kondisi sarana di kedua obyek wisata dianggap penting bagi wisatawan. Namun di Obyek Wisata Paggora masih terdapat wisatawan yang merasa belum puas terhadap sarana yang telah disediakan;
3. Kondisi dari prasarana di kedua obyek wisata dianggap penting dan pada kondisi eksisting memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga harus dipertahankan;
4. Fokus wisatawan di kedua obyek wisata dalam berwisata adalah menikmati atraksi yang ada sehingga jumlah dan kondisi kiosdianggap kurang penting namun wisatawan merasa puas;

5. Fokus wisatawan di kedua obyek wisata dalam berwisata adalah menikmati atraksi yang ada sehingga jumlah dan kondisi warung makanan dianggap kurang penting;
6. Ketersediaan sarana transportasi umum di kedua obyek wisata bagi wisatawan dianggap kurang penting bagi wisatawan meskipun sarana transportasi umum yang melewati Obyek Wisata Tirtayasa beragam, karena sebagian besar wisatawan menggunakan kendaraan pribadi yaitu sepeda dan sepeda motor;
7. Kondisi prasarana transportasi di kedua obyek wisata dianggap sangat penting bagi wisatawan. Meski demikian, di Obyek Wisata Paggora wisatawan merasa belum puas terhadap prasarana transportasi yang telah di sediakan.

Analisis Kelayakan Penggabungan Berdasarkan Nilai Manajerial

Hasil analisis kelayakan yaitu kedua obyek wisata tersebut layak untuk digabungkan sehingga kedua obyek wisata tersebut sama-sama mendapatkan keuntungan.

Analisis Potensi dan Masalah Terkait Penggabungan

A. Potensi

1. Mendapatkan *cash flow* dengan cepat karena produk dan pasar (wisatawan) telah jelas. Wisatawan yang berkunjung ke Obyek Wisata Paggora sebagian besar adalah balita dan anak-anak dengan umur 4-11 tahun. Sedangkan di Obyek Wisata Tirtayasa wisatawan yang berkunjung sebagian besar adalah remaja dan dewasa dengan umur 12-18 tahun;
2. Wisatawan berkunjung ke Obyek Wisata Paggora berkunjung dengan tujuan untuk berenang dan menikmati atraksi permainan anak-anak. Sedangkan wisatawan yang berkunjung ke Obyek Wisata Tirtayasa bertujuan untuk melatih *skill* dan mengikuti ekstrakurikuler renang bagi pelajar;
3. Atraksi serta fasilitas yang disediakan sebagian besar memiliki karakter yang sama misalnya kolam renang, kolam perahu, area *kidz zone*, dan orkes dangdut;
4. Kelengkapan fasilitas rekreasi di kedua obyek wisata dianggap penting dan

- wisatawan merasa puas sehingga kondisi tersebut harus dipertahankan;
 5. Kondisi dari prasarana di kedua obyek wisata dianggap penting dan pada kondisi eksisting memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga harus dipertahankan;
 6. Dapat meminimalkan pajak sehingga kas yang lebih dapat digunakan dalam pengelolaan obyek wisata;
 7. Menstabilkan laba perusahaan sehingga bermanfaat bagi pemiliknya;
 8. Memperoleh kemudahan dana atau pembiayaan dalam penggabungan perusahaan, selain itu jika meminjam dana kepada kreditor karena akan lebih percaya dengan perusahaan yang telah berdiri dan mapan. Penggabungan usaha merger akan menjadikan kondisi keuangan perusahaan lebih mapan, dalam hal ini adanya peningkatan *asset* atau sejenisnya;
 9. Keputusan merger yang dilakukan akan menambah *skill* karena menghasilkan karyawan yang berpengalaman, di mana karyawan tersebut dapat berasal dari kedua perusahaan maupun perekrutan karyawan baru yang berpengalaman;
 10. Memperoleh sistem operasional dan administratif yang mapan;
 11. Mengurangi resiko kegagalan bisnis karena tidak harus mencari pelanggan baru;
 12. Menghemat waktu untuk memasuki bisnis yang baru. Perusahaan akan lebih mudah dalam menguasai pasar, karena pelaksanaan merger hanya memerlukan waktu yang relatif singkat.
- B. Masalah**
1. Proses integrasi yang tidak mudah. Walaupun pelaksanaan penggabungan memerlukan waktu yang relatif singkat, namun integrasi dalam pelaksanaan hal tersebut cukup sulit, karena diperlukannya koordinasi dari pihak yang berkaitan dengan hal tersebut;
 2. Adanya kemungkinan mengalami kesulitan menentukan nilai perusahaan target secara akurat. Salah satu penyebabnya adalah adanya kecenderungan perusahaan target tidak terbuka terhadap semua informasi (finansial maupun non finansial) yang dimiliki;

3. Meningkatnya kompleksitas birokrasi. Birokrasi akan menghambat jalannya pelaksanaan keputusan penggabungan itu sendiri, serta adanya perizinan yang sulit juga akan semakin menghambat;
4. Biaya koordinasi antara pihak Paggora dan Tirtayasa mahal;
5. Kebutuhan modal yang semakin lama semakin tinggi namun kesulitan dalam penyediaannya;
6. Kondisi prasarana transportasi di kedua obyek wisata dianggap sangat penting bagi wisatawan. Meski demikian, di Obyek Wisata Paggora wisatawan merasa belum puas terhadap prasarana transportasi yang telah di sediakan. Hal itu dikarenakan kondisi prasarana khususnya jalan dan pedestrian masih belum memadai untuk memfasilitasi wisatawan;
7. Jumlah dan kondisi sarana di kedua obyek wisata dianggap penting bagi wisatawan. Namun di Obyek Wisata Paggora masih terdapat wisatawan yang merasa belum puas terhadap sarana yang telah disediakan. Hal itu dikarenakan kondisi fisik sarana masih belum memadai;
8. Kemampuan yang masih kurang dalam pengelolaan obyek wisata sehingga tidak mampu meningkatkan jumlah wisatawan;
9. Semakin beragamnya tingkat kebutuhan dan keinginan wisatawan yang mempunyai pengaruh kuat terhadap keberlanjutan obyek wisata.

Strategi Pengembangan Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa (SWOT, IFAS EFAS)

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan IFAS EFAS, Arahan pengembangan Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa didasarkan pada analisis-analisis sebelumnya yaitu analisis evaluatif komponen pariwisata, analisis IPA, analisis SWOT, dan IFAS EFAS. Berikut merupakan arahan pengembangan penggabungan Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa:

1. Menggabungkan kedua obyek wisata menjadi satu perusahaan sehingga dapat bekerja bersama-sama dalam mengembangkan obyek wisata menjadi lebih baik;
2. Mengembangkan kedua obyek wisata bersama-sama namun dengan konsep yang

berbeda yaitu berdasarkan segmen masing-masing obyek wisata. Untuk Obyek Wisata Paggora di kembangkan untuk wisatawan khususnya balita dan anak-anak. Sedangkan untuk Obyek Wisata Tirtayasa dikembangkan untuk wisatawan khususnya remaja sebagai pelajar dan dewasa. Pengembangan tersebut berupa atraksi dan fasilitas pendukung yang harus mendukung konsep yang telah ditentukan dengan harapan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung;

3. Menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang terkait dalam penggabungan, misalnya pihak perijinan;
4. Kedua obyek wisata bersikap saling jujur dan terbuka terhadap semua informasi (finansial maupun non finansial);
5. Mengadakan perekrutan karyawan baru dengan syarat memiliki *skill* yang baik dalam mengelola obyek wisata;
6. Mempertahankan dan memperbaiki kondisi atraksi dan fasilitas pendukung dalam memfasilitasi wisatawan;
7. Memperkenalkan obyek wisata kearah yang lebih luas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi serta kerjasama dengan biro perjalanan di Kota Kediri sebagai peluang pemasaran.

Saran

1. Pihak pengelola Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa menyepakati penggabungan kedua obyek wisata. Dengan hal tersebut, dapat saling menguntungkan kedua belah pihak dalam pengembangan dan bersaing dengan obyek wisata buatan yang lain;
2. Diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai detail penataan kawasan Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa setelah penggabungan seperti bentuk, ukuran dan desain komponen pariwisata (atraksi, aksesibilitas, amenities, sarana dan prasarana) yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan serta bentuk manajerial kelembagaan kedua obyek wisata;
3. Diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai sistem manajerial Obyek Wisata Paggora dan Tirtayasa terkait keuangan, kepengusahaan, dan operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, Imam. 2010. Analisis Data Kualitatif.
- Legowo. 1996. Persaingan Usaha dan Pengambilan Keputusan Manajemen. Jakarta: UI Press.
- Muljadi, A J. 2009. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: Rajagrafindo persada.
- Pendit, Nyoman S. 1999. Wisata Konvensi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025.
- Pitana., Diarta, Surya. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prasetyo dan Jannah. 2005. Metode penelitian kuantitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sari, Endang S. 1993. Pengantar Studi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar, dan Pemirsa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setiawan, Rudi. 2005. Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Kereta Api Komuter Surabaya-Sidoarjo. Surabaya : Jurusan Teknik Sipil Universitas Kristen Petra.
- Tanjung W Suharso. 2003. Perencanaan Objek Wisata dan Kawasan Wisata.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Wahab, Salah. 2003. Manajemen Kepariwisata. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Wicaksono, Agus Dwi., dan Budi Sugiarto. 2001. Modul Studio Perencanaan Desa, Malang: Perencanaan Wilayah Dan Kota, Universitas Brawijaya.
- Widi, Restu Kartiko. 2010. Asas Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.