

**LAPORAN
PENELITIAN INTERNAL DOSEN**

Progam Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi



Tim Peneliti:

- 1. Dr. Handoko SHW. S.E., M.M.**
- 2. Dr. Moh. Saiful Anam. S.E., M.M.**
- 3. Nanda Rama Prastya**
- 4. Mayiya Putri Evinda**

**Pengembangan Community Based Tourism Wisata
Growgoland: Potensi, Tantangan, Dan Strategi
Pengelolaan**

Dibiayai oleh:
Universitas Bojonegoro
Periode 1 Tahun Anggaran 2025/2026

Nomor Kontrak : 044/LPPM-LIT/UB/XI/2025

**UNIVERSITAS BOJONEGORO
2026**

HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PENELITIAN PENDANAAN PERGURUAN TINGGI

1.	Judul Penelitian	:	Pengembangan Community Based Tourism Pada Wisata Growgoland: Potensi, Tantangan, Dan Strategi Pengelolaan
2.	Ketua Peneliti		
	a.	Nama Peneliti	: Dr. Handoko SHW, S.E., M.M.
	b.	NIDN	: 0712119102
	c.	Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
	d.	E-mail	: handokoshw@gmail.com
	e.	Bidang Keilmuan	: Ekonomi Kreatif dan Pariwisata
3.	Anggota Peneliti 1		
	a.	Nama Dosen	: Dr. Moh. Saiful Anam, S.E., M.M.
	b.	NIDN	: 0719119101
	c.	Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
	d.	E-mail	: saifulanam91@gmail.com
3.	Anggota Peneliti 2		
	a.	Nama Mahasiswa	: Nanda Rama Prastya
	b.	NIM	: 22602011106
	c.	Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
	d.	E-mail	: guidetraveling45@gmail.com
3.	Anggota Peneliti 3		
	a.	Nama Mahasiswa	: Mayiya Putri Evinda
	b.	NIM	: 22602011092
	c.	Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
	d.	E-mail	: mayiyaputrievinda01@gmail.com
	e.	Bidang Keilmuan	: Ekonomi Pembangunan
4.	Jangka Waktu Penelitian	:	3 (Tiga) Bulan
6.	Lokasi Penelitian	:	Provinsi Jawa Timur
7.	Dana Diusulkan	:	Rp. 3.000.000,00

Bojonegoro, 10 November 2025

Mengetahui,
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Pengusul,

Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.
NIDN 07 2108 8601


Dr. Handoko SHW, S.E., M.M.
NIDN. 0712119102

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan penelitian yang berjudul “*Pengembangan Community Based Tourism pada Wisata Growgoland: Potensi, Tantangan, dan Strategi Pengelolaan*” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan sebagai bagian dari kegiatan Penelitian Internal Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro Tahun Anggaran 2025/2026.

Laporan ini disusun untuk mengkaji potensi, tantangan, serta strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pada objek wisata Growgoland di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan konsep Community Based Tourism (CBT), sekaligus menjadi referensi praktis bagi pemerintah daerah, pengelola wisata, dan masyarakat dalam meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi wisata berbasis masyarakat secara berkelanjutan.

Dalam penyusunan laporan penelitian ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Bojonegoro beserta jajaran pimpinan yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan penelitian ini.
2. Ketua LPPM Universitas Bojonegoro yang telah memfasilitasi pendanaan dan pelaksanaan penelitian.
3. Pemerintah Desa Ngunut dan pengelola Wisata Growgoland yang telah memberikan izin dan membantu proses pengumpulan data di lapangan.
4. Seluruh informan penelitian, pelaku UMKM, serta masyarakat sekitar yang telah bersedia memberikan informasi dan dukungan selama penelitian berlangsung.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu terselesaikannya laporan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Semoga laporan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi pembangunan dan pariwisata berbasis masyarakat, serta bagi pengembangan destinasi wisata lokal di Kabupaten

Penulis

DAFTAR ISI

LAPORAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL.....	6
RINGKASAN.....	7
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKAN.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	6
2.1.2 Ekonomi Kreatif dalam Pariwisata.....	6
2.1.3 Teori Analisis SWOT.....	6
2.1.4 Wisata Alam dan Rekreasi Edukatif.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu.....	7
BAB III.....	13
METODE PENELITIAN.....	13
2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	13
2.2 Lokasi Penelitian.....	13
2.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	13
2.3.1 Populasi.....	13
2.3.2 Sampel.....	13
2.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	14
2.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	14
2.4.1 Jenis Data.....	14
2.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	14
2.5 Analisis Data.....	15
BAB IV.....	20
5.1. Gambaran umum tempat penelitian.....	20
5.2. Generelasasi Hasil Analisis Data.....	32
5.3. Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.....	37

4.3.1.	Analisis SWOT pada Objek Wisata Growgoland	37
4.4.1.	Tabel IFAS dan EFAS pada Objek Wisata Growgoland	43
5.4.	Pembahasan	50
BAB V	55
KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1.	Kesimpulan	55
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. Faktor Strategi Internal dan Eksternal	15
Tabel 3. Matrik SWOT	17

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik kawasan wisata Growgoland serta menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (Community Based Tourism/CBT) di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi kepada pengelola wisata, pelaku UMKM, dan pengunjung. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengelolaan wisata Growgoland.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama Growgoland terletak pada daya tarik sumber mata air alami, fasilitas yang cukup memadai, kebersihan kawasan, serta keterlibatan masyarakat melalui aktivitas ekonomi lokal. Kelemahan yang dihadapi meliputi keterbatasan tempat sampah, promosi yang belum optimal, kualitas sumber daya manusia yang masih rendah, serta keterbatasan fasilitas mushola dan gazebo. Peluang pengembangan meliputi pemanfaatan media sosial untuk promosi, penambahan wahana dan wisata edukasi, serta kerja sama dengan masyarakat dalam pengembangan produk lokal. Sementara itu, ancaman yang dihadapi antara lain kondisi musim hujan yang menyebabkan air keruh dan banjir, persaingan dengan objek wisata sejenis, dampak negatif aktivitas manusia terhadap lingkungan, serta perubahan selera wisatawan.

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, posisi strategi pengembangan wisata Growgoland berada pada kondisi yang cukup kuat dengan nilai IFAS 3,26 dan EFAS 2,56, sehingga strategi pengembangan yang tepat adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal melalui pengembangan inovasi wisata, peningkatan promosi digital, dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Kata kunci: Community Based Tourism, pengembangan pariwisata, SWOT, Growgoland, pemberdayaan masyarakat.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standart hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktifitas lainnya. Berdasarkan data statistik, tercatat bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian nasional. Pada periode januari-juli 2014 penerima devisa diperkirakan US\$ 5,5 milyar (Yahya, 2015). Secara ekonomi pariwisata memberi dampak dalam perluasan lapangan usaha dan kesempatan kerja, peningkatan income per kapita dan peningkatan devisa negara (Rahman and Idajati 2017).

Pariwisata merupakan salah satu sektor prioritas dalam pembangunan ekonomi khususnya di Indonesia (Aliansyah & Hermawan, 2019; Mejjad, Rossi, & Pavel, 2022). Pariwisata diharapkan dapat menjadi penggerak utama dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, perolehan devisa negara, serta pembangunan infrastruktur (Habibi, Rahmati, & Karimi, 2018; KC, Dhungana, & Dangi, 2021). Selain itu, pariwisata juga dapat digunakan untuk memperkenalkan jati diri dan budaya bangsa. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dan menyumbang devisa komoditas nonmigas yang cukup signifikan. Sektor pariwisata merupakan sektor unggulan yang dapat menggerakkan kehidupan dan perekonomian nasional yang mengakar dan menjadi budaya dalam masyarakat (Sitorus, Pakpahan, & Aritonang, 2022) (Pratiwi and Rahmawati 2022).

Namun, pariwisata tersebut tidak memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar. Manfaat terbesar dari kemajuan pariwisata di Indonesia sangat dirasakan oleh investor-investor yang

memiliki modal besar untuk membangun segala fasilitas yang menunjang di area wisata. Oleh sebab itu, mulai bermunculan desa-desa wisata yang menerapkan konsep Community Based Tourism, dimana masyarakat secara bersama-sama membangun dan mengelola wisata (Rahman and Idajati 2017).

Indonesia mempunyai banyak destinasi wisata yang eksotik dan menakjubkan. Sumber daya alam dan budaya yang beragam, serta kuliner dan kekayaan yang ada di Indonesia menjadi pesona tersendiri bagi wisatawan lokal dan asing. Hal ini disebabkan oleh banyaknya tujuan sejarah, budaya, dan ekowisata yang menarik. Pasalnya, Indonesia merupakan rumah bagi ratusan suku budaya, mulai dari Sabang hingga Merauke (Rahma, 2020) (E-issn 2025).

Salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi wisata buatan dan wisata alam adalah Kabupaten Bojonegoro. Bojonegoro memiliki sumber kekayaan alam yang melimpah. Tak hanya sumber minyak dan gas bumi (migas) saja, Bojonegoro juga kaya akan wisata alam, salah satunya sumber air Grogolan yang dijadikan Kawasan Wisata Growgoland. Wisata yang terkenal dengan airnya yang jernih ini, berlokasi di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro dapat dijadikan salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi selama liburan sekolah selain Khayangan Api atau [Dander Waterpark](#).

Water Fun Ngunut merupakan salah satu wisata dimana masyarakat sebagai pengelola wisata, yaitu POKDARWIS atau kelompok sadar wisata. Water Fun Ngunut berlokasi di wilayah hutan produksi perhutani Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro. Selain water fun Ngunut, terdapat satu lagi objek wisata yang terletak di wilayah perhutani yaitu Wana Tirta Dander. Wana Tirta Dander di kelola oleh perhutani dan dinas pariwisata (Rahman and Idajati 2017). Menurut pak Surati, “dulunya pemuda desa ngunut sering mabuk-mabukan lalu pak babinkabtibmas memiliki program gimana kalau sumberan sungan biasa menjadi terkenal? Lalu melakukan program

dijadikan wisata growgoland dengan merekrut pemuda desa ngunut tersebut bisa dijadikan penunggu loket, parkir, dan sebagainya.”

Di sini juga, pengunjung dapat berendam dengan air jernih yang langsung keluar dari dari sumber mata air dan dikelilingi pepohonan yang rindang. Pengunjung juga dimanjakan dengan banyaknya penjual yang menawarkan aneka kuliner maupun penyewaan balon pelampung. Harga tiket masuk cukup murah, yakni hanya Rp3.000, dan parkir kendaraan Rp2.000. Wisata Growgolland juga masuk 10 Top Bojonegoro Destination versi Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa. Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Grogolan Nyai`in, menjelaskan bahwa pada hari-hari libur, wisatawan yang datang selalu meningkat 60-70 persen dibandingkan hari biasa. Pengunjung yang datang dominan keluarga dan rombongan dari Bojonegoro maupun luar daerah seperti Tuban, Lamongan, Gresik, Blora bahkan Rembang. <https://blokbojonegoro.com/2023/08/28/menikmati-keindahan-growgoland-bojonegoro-sumber-air-jernih-untuk-tujuan-wisata-keluarga/?m=0>

Dibading dengan wanatirta dander yang dikelola oleh perhutani dan dinas pariwisata, objek wisata water fun ngunut lebih menguntungkan untuk masyarakat karena objek wisata tidak dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata maupun perhutani. Hanya terdapat pembagian hasil antara masyarakat memperoleh sebesar 70% dan 30% untuk perhutani dari pengelolaan wisata.

Namun usaha-usaha pengembangan pariwisata yang berorientasi pada masyarakat lokal masih minim. Hal ini dikarenakan pada dasarnya tidak memiliki latar belakang pengalaman atau pekerjaan di bidang wisata, sehingga belum memiliki kemampuan untuk terlibat dalam pengelolaan wisata. Selain itu, kurangnya kepedulian masyarakat sekitar kawasan wisata untuk dapat berpartisipasi mengembangkan objek wisata dikarena pola pikir yang ingin mendapat hasil instan. Serta kebiasaan masyarakat yang

menggunakan sumber air sebagai aktifitas sehari-hari seperti mandi cuci dapat menghambat pengembangan wisata. Dan juga wilayah objek wisata yang terletak di kawasan perhutani maka diperlukan adanya pemanfaatan sumberdaya yang konservatif.

Pengembangan wisata berbasis Community Based Tourism atau CBT, termasuk didalamnya memberi nilai yang besar bagi masyarakat, serta keuntungan/orientasi jangka panjang. Wisata berbasis Community Based Tourism ini dilakukan dengan bentuk memberikan kesempatan dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan dari kegiatan pariwisata yang adil bagi masyarakat lokal (Rahman and Idajati 2017).

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka pada penelitian ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan pariwisata Growgoland di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja karakteristik kawasan wisata Growgoland di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro?
2. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan pariwisata di Growgoland?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi karakteristik kawasan wisata Growgoland di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro.
2. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan pariwisata di Growgoland.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

terhadap pengembangan teori pariwisata berbasis masyarakat, serta menambah wawasan akademis mengenai pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata yang lebih efektif dan inklusif, serta meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata

BAB II TINJAUAN PUSTAKAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata tidak hanya mencakup perjalanan semata, namun juga menyangkut aspek ekonomi, sosial, budaya, serta lingkungan (Kasus et al. 2024).

Goeldner dan Ritchie (2012) menyatakan bahwa pariwisata merupakan suatu sistem yang kompleks, melibatkan interaksi antara wisatawan, penyedia jasa, pemerintah, serta masyarakat lokal, yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan sekaligus memberikan manfaat ekonomi.

2.1.2 Ekonomi Kreatif dalam Pariwisata

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengandalkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai sumber utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Dalam konteks pariwisata, ekonomi kreatif berperan penting dalam memperkuat identitas lokal, menciptakan produk-produk unik seperti kerajinan tangan, seni pertunjukan, kuliner khas daerah, serta festival budaya yang mampu meningkatkan daya tarik wisata (UNCTAD, 2010).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), sinergi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dapat meningkatkan nilai destinasi, memperkuat daya saing, serta memberdayakan masyarakat lokal (Pantai and Sumenep 2023).

2.1.3 Teori Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) dalam

suatu organisasi atau objek kajian. Menurut Kotler & Keller (2016), SWOT analysis membantu dalam merumuskan strategi yang tepat dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus meminimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman.

Dalam konteks pengembangan destinasi wisata seperti Growgoland Bojonegoro, analisis SWOT berguna untuk memahami posisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) agar dapat merumuskan langkah strategis untuk pengembangan yang berkelanjutan (Juni 2022).

2.1.4 Wisata Alam dan Rekreasi Edukatif

Growgoland merupakan kawasan wisata edukatif dan rekreatif yang berbasis alam dan budaya lokal. Destinasi ini termasuk dalam kategori nature-based tourism yang mengedepankan aspek edukasi, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Menurut Weaver (2006), wisata berbasis alam memiliki potensi besar untuk dikembangkan terutama di daerah yang memiliki kekayaan alam dan keunikan lokal (Rupiarsieh 2024).

2.2 Penelitian Terdahulu

Memuat penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan permasalahan penelitian (sekurang-kurangnya 5 penelitian) di sajikan dalam bentuk tabel dan diurutkan berdasarkan tahun termuda ke tahun tertua.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Variabel atau Instrumen	Hasil Penelitian
1	Pengembangan Strategi Bisnis Pada Desa Wisata Gamplong Kabupaten Sleman Sebagai Penggerak Agrowisata Berbasis Ekonomi Kreatif (Erni dwi puji setyowati, Odi Andanu, Utari Yolla Sundari tahun 2023)	SWOT kualitatif dan kuantitatif	Strategi bisnis desa wisata berbasis ekonomi kreatif di Gamplong, Sleman	Gamplong masuk sel V (tumbuh dan stabil) pada Matriks IE. Strategi yang direkomendasikan adalah konsentrasi melalui integrasi horizontal, memperluas usaha dan produk.

2	Adaptive Governance dalam Pengelolaan Objek Wisata Growgoland	Deskriptif kualitatif	Tata kelola adaptif dalam pengelolaan wisata pasca-Covid di Growgoland	Pengelola masih kurang optimal dalam penegakan prokes dan promosi, namun sudah ada kolaborasi dengan pihak luar dan pengelolaan sampah dengan TPS.
---	---	-----------------------	--	--

	Water Fun Untuk Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan (Nawangsari, Huda, Mustaana tahun 2024)			
3	Karakteristik Kawasan Wisata di Desa Ngunut Kabupaten Bojonegoro dengan Konsep Community Based Tourism (Cindy Nur Aziza Rahman, Hertiari Idajati tahun 2017)	Konten analisis (content analysis)	Identifikasi karakteristik wisata dengan pendekatan CBT di Water Fun Ngunut	Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan cukup tinggi, sistem bagi hasil 70% untuk masyarakat dan 30% untuk Perhutani, namun masih minim pelatihan dan pemanfaatan konservatif SDA.

4	Pengelolaan Wisata Growgoland Waterfun dalam Perspektif Community Based Tourism	Studi kasus kualitatif	Pengelolaan Growgoland Waterfun melalui dimensi CBT (politik, sosial, budaya,	Wisata memberikan dampak positif pada pendapatan masyarakat, partisipasi aktif dalam pelestarian budaya dan lingkungan, dan pengembangan usaha.
---	---	------------------------	---	---

	di Desa Ngunut Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro (Ali Mansyur Habibi, Ana Kumalasari, Rupiarsieh tahun 2024)		lingkungan, ekonomi)	
5	Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Wana Abadi dalam Pengelolaan Wisata Growgoland Water Fun (Putri Susanti, Ananta Prathama tahun 2025)	Deskriptif kualitatif	Peran Pokdarwis dalam pengelolaan Growgoland Water Fun	Pokdarwis berperan dalam fasilitasi, edukasi, representasi (termasuk mencari dana), teknis pengelolaan wisata : memberikan pelatihan dan mengelola keuangan secara digital.

Sumber: Hasil penelitian sebelumnya diolah (2025)

BAB III

METODE PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis dan pendekatan metode Kualitatif Pendekatan ini dipilih karena memberikan peluang bagi peneliti untuk menggali data secara mendalam terkait perilaku, pandangan, dan pengalaman individu. (Mohajan, 2013) menyatakan bahwa metode kualitatif mampu secara sistematis menjelaskan fenomena berdasarkan perspektif individu, sehingga dapat menghasilkan teori atau konsep melalui pendekatan induktif yang menjadi karakteristiknya.

2.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di destinasi wisata Growgoland yang berlokasi Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro dengan sasaran pengunjung wisata Growgoland tersebut dengan waktu selama 2 bulan.. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan dan tujuan khusus.

2.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

2.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang pernah mengunjungi objek wisata Growgoland di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro. Pengunjung ini terdiri dari berbagai kalangan, termasuk wisatawan lokal, domestik, dan mancanegara, yang memiliki beragam latar belakang usia, pekerjaan, dan tujuan kunjungan. Dengan populasi yang beragam, penelitian ini bertujuan untuk memahami pandangan dan pengalaman pengunjung terhadap daya tarik serta pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata.

2.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dari pengunjung yang telah berkunjung ke Growgoland dalam periode tertentu, misalnya selama satu tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, di mana pengunjung yang dipilih adalah mereka yang bersedia memberikan informasi dan memiliki pengalaman langsung saat

mengunjungi lokasi wisata. Dengan pendekatan ini, diharapkan sampel yang diambil dapat memberikan data yang representatif mengenai kepuasan dan harapan pengunjung.

2.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan cara purposive sampling, yaitu penentuan informan yang dipilih dengan adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu, yakni mengkhususkan subjek-subjek penelitian sedang atau telah mengalami fenomena yang sedang diteliti, dimana penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mengeneralisasi (Sugiyono, 2008, H.85) (Rupiarsieh 2024).

2.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

2.4.1 Jenis Data

Data primer adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dan dikumpulkan secara langsung dari subjek atau sumber penelitian melalui pengisian daftar pertanyaan atau wawancara langsung (suharyadi & purwanto s.k., 2017).

2.4.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan berserta alternatif jawaban yang diberikan kepada responden yaitu pengelola wisata growgoland, UMKM, dan pengunjung/masyarakat wisata growgoland. Responden menjawab pertanyaan sesuai dengan keadaan berdasarkan pada indikator variabel penelitian. Daftar pertanyaan secara tertulis dibagikan kepada para responden yang dijadikan sampel untuk mendapatkan jawaban tentang masalah yang diteliti.
2. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung berupa kunjungan keberbagai objek wisata dan analisis swot dalam pengelolaan objek-objek wisata Growgoland di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro.
3. Wawancara, yaitu penulis bertanya langsung kepada responden yang dianggap sesuai dalam penelitian yaitu pengelola wisata growgoland, UMKM, dan pengunjung/masyarakat wisata growgoland untuk

memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini

4. Dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara untuk mendapat data dan informasi secara langsung dengan cara membaca dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti.

2.5 Analisis Data

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Kinerja pada sektor potensial ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, dimana kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) dengan faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) untuk menghasilkan analisis yang tepat.

1) Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi faktor internal dan eksternal diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis, selanjutnya informasi yang diperoleh diklasifikasikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Posisi Faktor Strategi Internal	Rating	Posisi Faktor Strategi Eksternal	Rating
Kekuatan 1.		Peluang 1.	
Jumlah		Jumlah	
Kelemahan 1.		Ancaman 1.	
Jumlah		Jumlah	

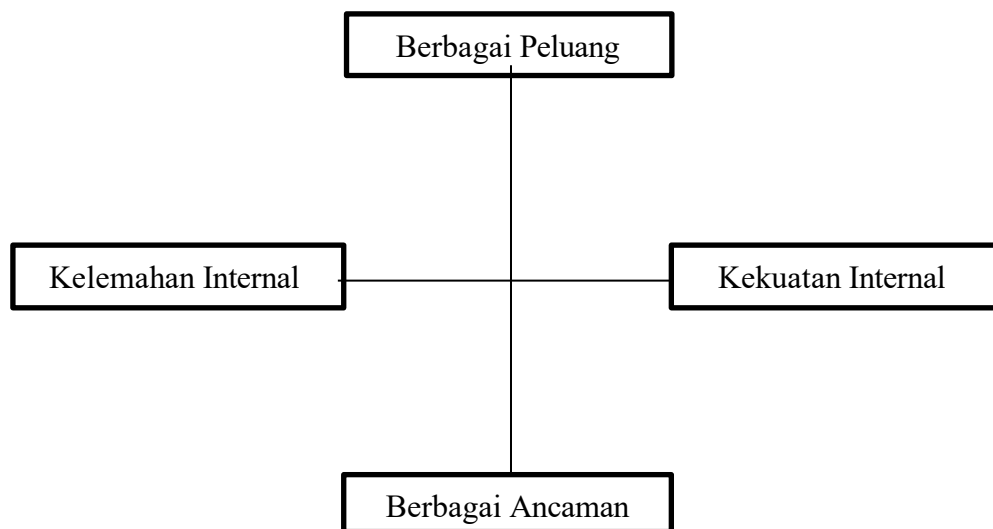
Sumber: Freddy Rangkuti, 2006:25

Keterangan:

1. Pemberian bobot masing-masing faktor tersebut mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis sektor potensial (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)

2. Pemberian rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), pemberian rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif diberi rating 4, tetapi bila kecil diberi rating 1. Pemberian rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negatif semakin besar diberi rating 1, tetapi apabila kecil diberi rating 4.
- 2) Analisis SWOT

Gambar 1. Analisis SWOT



- Kuadran I : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, sektor tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada. Strategi yang harus diterapkan pada kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pengembangan agresif (*Grow Oriented Strategy*).
- Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, sektor tersebut masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi difersifikasi.

- Kuadran III : Sektor tersebut memiliki peluang lapangan usaha yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kelemahan atau kendala internal. Fokus strategi pengembangan sektor tersebut adalah meminimalkan masalah-masalah internal. Sehingga dapat membuat peluang lapangan usaha yang baik.
- Kuadran IV : Merupakan situasi yang tidak menguntungkan, sektor tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Atas dasar hasil identifikasi ini, melalui analisis maka dapat disusun suatu posisi yang dapat dikelompokkan ke dalam Matrik SWOT.

Tabel 3.Matrik SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	<i>Strenghts</i> (S)	<i>Weaknesses</i> (W)
<i>Opportunities</i> (O)	<i>Comparative Advantage</i> (S-O)	<i>Invesment Divesment</i> (W-O)
<i>Threats</i> (T)	<i>Mobilization</i> (S-T)	<i>Damage Control</i> (W-T)

Sumber: Freddy Rangkuti, 2006:31

Keempat isu strategis yang timbul sebagai hasil dan kotak antara faktor- faktor internal dan eksternal diberi nama:

1. *Comparative Advantages*

Apabila dalam kajian terlihat peluang-peluang tersedia ternyata memiliki potensi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Dua elemen potensial internal dan eksternal yang tidak baik tidak boleh dilepaskan begitu saja, tetapi akan menjadi isu utama pengembangan. Meskipun demikian, dalam proses pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan kondisi lingkungan disekitarnya untuk digunakan sebagai usaha dalam mempertahankan keunggulankomparatif tersebut. (Strategi

S-O : menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang).

2. Mobilization

Kotak ini merupakan kotak kajian yang mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi sebuah peluang bagi pengembangan selanjutnya. (Strategi S-T: menggunakan kekuatan untuk mengusir ancaman).

3. *Invesment/ Divesment*

Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan potensial sektor untuk menangkapnya. Pertimbangan harus dilakukan secara hati-hati untuk menilai untung dan rugi dari usaha untuk menerima peluang tersebut, khususnya dikaitkan dengan keterbatasan. (Strategi W-O: menggunakan peluang untuk menghindari kelemahan).

4. *Damage Control*

Kotak ini merupakan tempat untuk menggali berbagai kelemahan yang akan dihadapi oleh sektor-sektor didalam pengembangan. Hal ini dapat dilihat dari pertemuan antara ancaman dan tantangan dari luar dengan kelemahan yang terdapat didalam kawasan. Strategi yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami, dengan sedikit demi sedikit membenahi sumberdaya internal yang ada. (Strategi W-T: meminimalkan kelemahan dan mengusir ancaman).

3.1.1 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini merupakan alat penting untuk menentukan tingkat kepercayaan (kredibilitas) terkait hasil analisis strategi untuk meningkatkan jumlah

pengunjung di Wisata Growgoland. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai alat utama untuk menilai validitas data yang dikumpulkan dari lapangan. Pertama, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber, seperti pengelola wisata dari unit BUMDes/Pokdarwis, masyarakat setempat Desa Ngunut, dan data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) Bojonegoro untuk tahun 2020–2024, untuk memastikan konsistensi data mengenai fenomena kerentanan pengunjung. Kedua, triangulasi teknik dilakukan dengan melakukan analisis data menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi jangka panjang mengenai kondisi akses jalan dan ketersediaan fasilitas di lokasi wisata.

Selain menggunakan teknik triangulasi, peneliti juga menerapkan strategi untuk meningkatkan ketelitian melalui pemeriksaan yang lebih langsung dan cermat terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada objek yang diteliti. Tujuannya adalah untuk memungkinkan peneliti mengidentifikasi setiap detail potensial, seperti daya tarik sumber mata air alami dan adat istiadat tradisional Manganan, serta kendala spesifik, seperti keruhnya air saat musim penghujan dan kekurangan promosi digital secara lebih mendalam dan akurat. Dengan penerapan prosedur pemeriksaan data yang ketat ini, diharapkan hasil formulasi strategi menggunakan matriks SWOT akan objektif dan dapat berfungsi sebagai referensi akademis atau praktis untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Bojonegoro di masa mendatang.

BAB IV HASIL PENELITIAN

5.1. Gambaran umum tempat penelitian

Objek Wisata Growgoland terletak di Desa Ngunut, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro. Kawasan wisata ini terletak sekitar 20 km dari pusat kota Bojonegoro, dengan waktu tempuh 20 menit. Daya tarik utama Growgoland adalah sumber mata air alami, jernih aliran sungai, suasana rindang pepohonan, dan adat istiadat setempat seperti sedekah bumi (Manganan) yang rutin dilaksanakan setiap tahun.

1. Perbatasan Wilayah

Adapun perbatasan wilayah Desa Ngunut Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro sebagai berikut:

- a) utara: Desa Sendangrejo
- b) Timur: Desa Dander
- c) Selatan: Kecamatan Bubulan
- d) Barat: Kecamatan Dander

2. Keadaan penduduk

Berdasarkan demografi desa ngunut memiliki jumlah penduduk sekitar 4.116 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 2.113 jiwa dan Perempuan sebanyak 2.003 jiwa. Data tersebut berasal dari laporan profil desa tahun 2015. Hingga saat ini tidak ada data resmi terbaru yang di publikasikan secara online tentang jumlah penduduk pada tahun 2025. Sebagian besar warga Desa Ngunut bekerja di sektor pertanian, misalnya sebagai petani dengan komoditas unggulan seperti bawang merah yang menjadi sumber utama pendapatan keluarga petani di desa ini. Dilihat dari sisi agama, Masyarakat desa ngunut mayoritas beragama muslim sehingga di desa tersebut terdapat

banyak bangunan peribadatan islam seperti masjid, mushola dan lainnya.

3. Karakteristik Informan

Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam dengan para informan. Karakteristik informan itu sendiri adalah salah satu karakter penting dalam sebuah penelitian karena dengan mengetahui karakteristik informan, kita dapat mengenal objek penelitian dengan baik. Informan itu sendiri dalam penelitian ini adalah pengelola objek wisata, Pelaku UMKM, dan Pengunjung. Informan merupakan suatu hal penting yang dapat memahami informasi yang berkaitan dengan suatu objek penulisan. Sehingga peneliti dapat memperoleh informasi yang jelas dan valid berupa keterangan keterangan, pelayanan, ataupun data data yang bisa membantu dalam mengatasi permasalahan tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti maka informan yang dipilih yaitu:

Tabel 4. 1 Identitas Informan Menurut Jenis Kelamin Dan Jabatan

No	Nama dan Foto	Jenis Kelamin	Jabatan
	Bapak Nyai'in	Laki-Laki	Pengelola wisata
	Ibu Wartini	Perempuan	Pelaku UMKM
	Dian	Perempuan	Pengunjung
	Ratna	Perempuan	Pengunjung

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Pada tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa sumber data atau informan terdiri dari 1 laki laki dan 3 perempuan. Informan tersebut terdiri dari 1 pengelola objek wisata growgolan, 1 pelaku UMKM, dan 2 pengunjung objek wisata Gowgoland.

4.1.1. Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan kepada informan pengelola objek wisata, pelaku

UMKM, dan pengunjung. Adapun hasil wawancara dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4. 2 Reduksi Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
	<p>Informan 1 bapak nyai'in (selaku pengelola wisata)</p> <p>Strenghts (kekuatan)</p> <p>Apa keunggulan utama yang dimiliki Wisata Growgoland dibandingkan wisata lain di Bojonegoro?</p> <p>Bagaimana kualitas dan ketersediaan fasilitas wisata (toilet/tempat ganti, area parkir, spot foto, wahana)?</p> <p>Bagaimana upaya pengelola menjaga kebersihan dan kenyamanan pengunjung?</p> <p>Apakah ada dukungan dari pemerintah desa atau dinas pariwisata dalam pengembangan Growgoland?</p>	<p>Keunggulan dari wisata Growgoland adalah sumber mata air murni dari alam yang sangat jernih. Pengunjung dapat menikmati keindahan hutan yang asri</p> <p>Ketersediaan parkir saya kira cukup mampu untuk menampung kendaraan para pengunjung, fasilitas toilet/tempat ganti cukup bersih di karenakan toilet tersebut milik masyarakat setempat maka akan terjamin kebersihannya, serta dari sisi wahananya tersebut ada tempat bermain anak anak seperti ayunan dan tempat penyewaan pelampung.</p> <p>Kalau Upaya menjaga kebersihan itu pasti kami jaga, kebersihannya dijaga satu minggu sekali. sendiri hanya satu minggu sekali untuk menjaga kebersihan sedangkan 3 tahun terahir ini setiap hari ada 4 orang karyawan yang khusus membersihkan area wisata guna menjaga kebersihannya</p> <p>Kalua dukungan dari dinas pariwisata dari segi materil itu belum ada tapi dinas pariwisata setiap 1 tahun sekaling sering mengajak untuk</p>

		<p>kunjungan kunjungan atau memberikan sosialisasi tentang pariwisata kalua dari desa sangat membantu di karenakan adanya Bumdes</p>
	<p><i>Weaknes (kelemahan)</i></p> <p>Apa kendala utama yang dihadapi dalam mengelola wisata ini?</p> <p>Apakah strategi promosi yang dilakukan sudah efektif menarik pengunjung?</p> <p>Bagaimana kondisi sumber daya manusia (karyawan/staf) di wisata growgoland?</p> <p>Fasilitas apa yang dirasa masih kurang dan perlu ditingkatkan?</p>	<p>Kendala yang di hadapi saat musim hujan di karenakan kalua musim hujan maka air nya itu akan keruh</p> <p>Dari sisi promosi itu sendiri sudah di lakukan namun belum optimal dan bisa di katakana jarang. Kebanyakan orang lain mempromosikan atau membuat story di akun media sosialnya sehingga orang lain penasaran untuk mengunjungi wisata growgoland.</p> <p>SDMnya masih kurang dikarenakan karyawan yang bekerja di wisata growgoland rata rata lulusan smp-sma saja, jadi pengetahuanya masih kurang.</p> <p>Fasilitas yang perlu di tingkatkan yaitu mushola perlu di tingkatkan di karenakan musola itu sendiri hanya bisa manmpung sedikit orang untuk beribadah dan gazebo itu dirasa masih kurang mengingat banyaknya para pengunjung itu sendiri</p>
	<p><i>Opportunities (peluang)</i></p>	

	<p>Menurut Anda, peluang apa yang bisa dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak pengunjung?</p> <p>Apakah ada potensi kerja sama dengan pihak luar (swasta, sekolah, komunitas)?</p> <p>Apakah ada rencana pengembangan wahana atau kegiatan baru?</p>	<p>Dukungan program desa wisata dan pariwisata berkelanjutan</p> <p>Adanya kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan desa wisata dan pariwisata berkelanjutan menjadi peluang bagi Growgoland untuk mendapatkan pendampingan, pelatihan, maupun akses pendanaan. Serta Pemanfaatan media sosial dan konten digital</p> <p>Ya terdapat potensi kerja sama dengan pihak swasta Growgoland dapat menjalin kemitraan dengan pelaku usaha swasta seperti travel agent, Growgoland dapat berkolaborasi dengan komunitas seni, budaya, fotografi, pecinta alam, dan komunitas pemuda untuk penyelenggaraan event, festival, lomba, atau kegiatan sosial yang mampu meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisata.</p> <p>Rencana kegiatan seperti edukasi pertanian, petik hasil kebun, pengenalan tanaman lokal, serta pelatihan pengolahan produk pertanian dapat menjadi daya tarik baru, khususnya bagi sekolah dan komunitas.</p>
	<p>Threats (ancaman)</p> <p>Tantangan apa yang didapatkan terkait pengembangan objek wisata growgoland?</p>	<p>Tantangan nya itu sendiri dari Tingkat sumberdaya manusianya itu perlu di tingkatkan</p>

	<p>Bagaimana dampak musim hujan, ekonomi, atau pandemi terhadap jumlah pengunjung?</p> <p>Bagaimana strategi pengelola menghadapi penurunan pengunjung di masa depan</p>	<p>Dampak pada musim hujan sendiri pengunjung relatif sedikit di karenakan air yang seharusnya jernih berubah menjadi keruh dan saat pandemi covid dahulu wisata growgoand di tutup.</p> <p>strateginya itu sendiri kiyta harus mendengarkan kritik dan saran karena bisa menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas</p>
	<p>Informan 2 Ibu Wartini (Pelaku UMKM)</p> <p><i>Strenghts (kekuatan)</i></p> <p>Seberapa besar pengaruh keberadaan wisata growgoland terhadap usaha anda</p> <p>Apakah wisata ini membantu meningkatkan pendapatan atau membuka peluang usaha baru?</p> <p>Apakah ada bentuk kerja sama antara UMKM dan pihak pengelola wisata?</p>	<p>Sangat besar pengaruhnya karena Ketika pengunjung ramai maka pendapatan saya juga ikut meningkat.</p> <p>Ya sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan usaha saya. Wisata ini juga dapat membuka peluang usaha baru.</p> <p>Iya ada Kerjasama dengan pengelola seperti penempatan lapak untuk membuka usaha di sekitar wisata growgoland.</p>
	<p><i>Weaknes (kelemahan)</i></p> <p>Apa kendala utama yang anda rasakan dalam menjual produk di sekitar wisata?</p> <p>Apakah fasilitas pendukung (tempat berjualan, dan akses parkir) sudah memadai?</p> <p>Apakah promosi wisata juga membantu mempromosikan produk lokal anda?</p>	<p>Iya ada kendala di karenaka disana para penjual umkm yang ada rata-rata menjual produk yang sama.</p> <p>Ya sudah memadai di karenakan lapak berjualan sudah tersedia dan tertata sangat baik sedangkan lahan akses parkir sudah tersedia dan cukup luas.</p>

		Tidak di karenaka promosi hanya berfokus pada objek wisata.
	<p>Opportunities (peluang)</p> <p>Peluang apa yang bisa di kembangkan agar wisata ini lebih ramai dan berdampak pada usaha anda?</p> <p>Apakah ada potensi produk khas lokal yang bisa dijadikan daya Tarik wisatawan?</p> <p>Bagaimana jika pengelola membuka event atau bazar untuk usaha anda? Apakah anda bersedia ikut serta?</p>	<p>Mungkin dengan membuat event atau bazar dan membuat wisata edukasi supaya Masyarakat itu tidak berfokus pada objek wisata tapi juga bisa berfokus pada wisata edukasi supaya minat kunjungan wisata meningkat jika wisata meningkat maka akan berpengaruh pada pendapatan saya.</p> <p>Ada karena desa ngunut ituk sendiri memiliki makana khas local yaitu Gethuk lindr. Makanan khas tersebut bisa membuat para wisatawan yang dari luar kota penasaran maka bisa juga menjadi salah satu daya Tarik wisatawan.</p> <p>Saya sangat setuju jika pengelola membuat event atau bazar dikarenakan bisa untuk membuat daya Tarik wisatawan meningkat. Saya pasti ikut serta karena sangat berpengaruh pada produk yang saya jual.</p>
	<p>Threats (ancaman)</p> <p>Apakah fluktuasi jumlah pengunjung memengaruhi pendapatan usaha?</p> <p>Adakah persaingan yang dirasakan antar pelaku usaha di sekitar wisata?</p>	<p>ya, karena jumlah pengunjung meningkat atau ramai maka penjualan saya juga akan meningkat. begitupula sebaliknya jika pengunjung sepi maka pendapatan akan menurun.</p>

	<p>Apakah ada kekhawatiran tentang keberlangsungan usaha jika wisata sepi pengunjung?</p>	<p>Tidak ada persaingan karena rezeki sudah ada yang mengatur karena banyaknya wisatawan membuat peluang untuk produk yang saya jual bisa laku</p> <p>ya ada jika objek wisata mengalami penurunan pengunjung maka dikhawatirkan akan berdampak pada usaha saya yang akan ikut sepi.</p>
	<p>Informan 3 Dian (Pengunjung Wisata)</p> <p><i>Strenghts (kekuatan)</i></p> <p>Apa alasan utama Anda memilih berkunjung ke Wisata Growgoland?</p> <p>Menurut Anda, daya tarik utama Wisata Growgoland dibandingkan wisata lain di Bojonegoro apa?</p> <p>Sejauh mana suasana alam (rindang, sejuk, alami) memengaruhi kenyamanan Anda saat berkunjung?</p> <p>Bagaimana pendapat Anda tentang keindahan alam dan kejernihan sumber air di Growgoland?</p>	<p>Alasan utama saya berkunjung di wisata growgoland karena fomo sehingga saya tertarik untuk berkunjung</p> <p>Karena wisata growgoland memiliki daya tarik tersendiri yaitu sumber mata air alami.</p> <p>Suasana alam yang rindang sejuk dan alami membuat para pengunjung merasa nyaman dan betah berkunjung lama.</p> <p>Kejernihan airnya itu sendiri cukup jernih namun di saat pengunjung ramai air itu menjadi agak keruh apalagi pada saat banjir airnya menjadi sangat kotor. Kalau keindahan alamnya cukup indah karena di kelilingi pohon yang rindang sehingga membuat suasana menjdai sejuk</p>
	<p><i>Weaknes (kelemahan)</i></p> <p>Bagaimana pendapat Anda tentang kebersihan area wisata Growgoland?</p>	<p>Menurut saya kebersihan di wisata ini masih kurang karena masih kurangnya tempat</p>

	<p>Apakah fasilitas umum seperti toilet, tempat parkir, mushola, dan gazebo sudah memadai?</p> <p>Bagaimana kondisi akses jalan menuju lokasi wisata menurut Anda?</p>	<p>penampungan sampah dan kurangnya kesadaran pengunjung yang sering membuang sampah sembarangan.</p> <p>Fasilitas umumnya itu sendiri menurut saya sudah cukup akan tetapi gazebo dan mushola harus di tingkatkan karena pengunjung terlalu ramai tetapi gazebonya masih kurang</p> <p>Kondisi akses jalan juga sudah baik mungkin ada titik titik tertentu yang harus di perbaiki ada jalan yang rusak yang harus di perbaiki oleh pemerintah.</p>
	<p><i>Opportunities (peluang)</i></p> <p>Menurut Anda, fasilitas apa yang perlu ditambahkan agar Growgoland lebih menarik?</p> <p>Apakah Anda tertarik jika Growgoland dikembangkan dengan wahana baru atau café/UMKM lokal?</p> <p>Menurut Anda, apakah Growgoland berpotensi menjadi wisata unggulan di Kabupaten Bojonegoro?</p>	<p>Menurut saya fasilitas yang perlu di tingkatkan adalah tempat beribadah atau mushola yang kapasitas untuk beribadah masih kurang.</p> <p>Ya sangat tertarik jika wisata growgoland melakukan pengembangan untuk membuat fasilitas seperti café dan wahana baru.</p> <p>Sangat berpotensi karena wisata growgoland mempunyai ciri khas salah satu objek wisata yang menggunakan sumber mata air alami</p>
	<p><i>Threats (ancaman)</i></p> <p>Apakah kondisi cuaca (hujan, air keruh) memengaruhi keputusan Anda untuk berkunjung?</p>	<p>Sangat berpengaruh karena jika musim hujan maka air menjadi keruh yang membuat para pengunjung menjadi kurang nyaman.</p>

	<p>Menurut Anda, apakah kurangnya kesadaran pengunjung terhadap kebersihan dapat mengganggu kenyamanan wisata?</p> <p>Jika tidak ada inovasi baru, apakah Anda masih tertarik berkunjung kembali ke Growgoland?</p>	<p>Iyha masih kurang karena terkadang para pengunjung masih membuang sampah sembarangan yang membuat kebersihan dan kesejukan di sekitar wisata menjadi rusak.</p> <p>Mungkin tidak akan Kembali berkunjung karena saya merasa bosan dengan suasana itu itu saja.</p>
	<p>Informan 4 Ratna (Pengunjung Wisata)</p> <p><i>Strenghts (kekuatan)</i></p> <p>Apa alasan utama Anda memilih berkunjung ke Wisata Growgoland?</p> <p>Menurut Anda, daya tarik utama Wisata Growgoland dibandingkan wisata lain di Bojonegoro apa?</p> <p>Sejauh mana suasana alam (rindang, sejuk, alami) memengaruhi kenyamanan Anda saat berkunjung?</p> <p>Bagaimana pendapat Anda tentang keindahan alam dan kejernihan sumber air di Growgoland?</p>	<p>Karena wisata ini viral, sehingga saya ingin berkunjung ke wisata growgoland karena rasa penasaran.</p> <p>Memiliki sumber mata air yang alami.</p> <p>Suasanan yang sejuk membuat saya merasa nyaman untuk berkunjung.</p> <p>Keindahan alamnya yang masih alami dan sejuk, kejernihan sumber mata airnya cukup jernih, namun jika banjir membuat airnya menjadi keruh atau kotor.</p>
	<p><i>Weaknes (kelemahan)</i></p> <p>Bagaimana pendapat Anda tentang kebersihan area wisata Growgoland?</p>	<p>Kebersihan wisata growgoland masih kurang karena kurangnya tong sampah dan minimnya kesadaran pengunjung.</p>

	<p>Apakah fasilitas umum seperti toilet, tempat parkir, mushola, dan gazebo sudah memadai?</p> <p>Bagaimana kondisi akses jalan menuju lokasi wisata menurut Anda?</p>	<p>Sedah baik tetapi harus meningkatkan fasilitas seperti gazebo dan lain lain</p> <p>Kondisi akses sudah cukup baik tetapi masih ada jalan yang rusak</p>
	<p>Opportunities (peluang)</p> <p>Menurut Anda, fasilitas apa yang perlu ditambahkan agar Growgoland lebih menarik?</p> <p>Apakah Anda tertarik jika Growgoland dikembangkan dengan wahana baru atau café/UMKM lokal?</p> <p>Menurut Anda, apakah Growgoland berpotensi menjadi wisata unggulan di Kabupaten Bojonegoro?</p>	<p>Fasilitas seperti sarana dan prasarana seperti menambah wahana baru supaya dapat menarik banyak pengunjung lagi</p> <p>Pasti tertarik jika pengelola melakukan inovasi untuk meningkatkan minat para pengunjung</p> <p>Mungkin bisa berpotensi di karenakan wisata growgoland adalah salah satu destinasi wisata wisata yang menggunakan sumber mata air alami</p>
	<p>Threats (ancaman)</p> <p>Apakah kondisi cuaca (hujan, air keruh) memengaruhi keputusan Anda untuk berkunjung?</p> <p>Menurut Anda, apakah kurangnya kesadaran pengunjung terhadap kebersihan dapat mengganggu kenyamanan wisata?</p> <p>Jika tidak ada inovasi baru, apakah Anda masih tertarik berkunjung kembali ke Growgoland?</p>	<p>Jika kondisi hujan maka air yang ada di wisata menjadi keruh</p> <p>Masih kurang kesadaran para pengunjung yang belum bisa menjaga kebersihan di sekitar wisata growgoland</p> <p>Iya pasti tertarik yang membuat para pengunjung yang dulunya bosan jika ada inovasi baru mungkin para pengunjung tidak merasa bosan</p>

Sumber : Data primer diolah, 2026

5.2. Generelasasi Hasil Analisis Data

1. Hasil Generelasasi Strenght (kekuatan)

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Bapak Nyai'in selaku pengelola wisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 mengenai keunggulan wisata yang dimiliki wisata Growgoland dibandingkan wiata lain yang ada di bojonegoro, mengatakan:

(1)...” *Keunggulan wisata Growgoland adalah wisata yang memanfaatkan sumber mata air alami yang jernih*” (Nyai'in, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dijelaskan bahwa wisata Growgoland memiliki keunikan tersendiri dibandingkan wisata lain yang ada di bojonegoro yaitu wisata yang memanfaatkan sumber mata air alami yang jernih.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama ibu wartini selaku pelaku UMKM di Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 mengenai Seberapa besar pengaruh keberadaan wisata growgoland terhadap usaha UMKM, mengatakan:

(2)...”*Sangat besar pengaruhnya karena ketika pengunjung ramai maka pendapatan saya juga ikut meningkat*”..

Berdasarkan hasil wawancara yang di dapatkan di jelaskan bahwa objek wisata Growgoland sangat berpengaruh terhadap usaha UMKM, di karenakan jika pengunjung ramai, pendapatan mereka juga akan meningkat.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Dian selaku pengunjung wisata di Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 mengenai apa daya tarik utama wisata Growgoland dibandingkan wisata lain di Bojonegoro, mengatakan:

(3)...”*Daya tarik utama wisata Growgoland adalah memiliki sumber mata air alami,*”

Berdasarkan hasil dari wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa Daya tarik utama wisata growgoland yaitu objek wisata yang memanfaatkan sumber mata air alami.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Ratna selaku pengunjung

wisata di Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 mengenai apa daya tarik utama wisata Growgoland dibandingkan wisata lain di Bojonegoro, mengatakan:

(4)... "Karena objek wisata Growgoland memiliki daya tarik tersendiri yaitu memnfaatkan sumber mata air alami".

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa objek wisata Growgoland memiliki daya tarik sumber mata air alami.

2. Hasil Generelasasi Weakness (kelemahan)

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Bapak Nyai'in selaku pengelola wisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 mengenai bagaimana kondisi sumber daya manusia (karyawan/staf) di wisata growgoland, mengatakan:

(1)... "SDMnya masih kurang dikarenakan karyawan yang bekerja di wisata growgoland rata rata lulusan smp-sma saja, jadi pengetahuanya masih kurang".

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa SDM karyawan/staf objek wisata Growgoland masih rendah karena rata-rata lulusan smp-sma, sehingga pengetahuannya kurang.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Ibu Wartini selaku pengelola UMKM diwisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 mengenai Apakah fasilitas pendukung (tempat berjualan, dan akses parkir) sudah memadai, mengatakan :

(2)... " Ya sudah memadai di karenakan lapak berjualan sudah tersedia dan tertata sangat baik sedangkan lahan akses parkir sudah tersedia dan cukup luas".

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa tentang fasilitas pendukung seperti (tempat berjualan, dan akses parkir) sudah bisa di kategorikan sudah baik

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Dian selaku pengunjung diwisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 Bagaimana pendapat Anda tentang kebersihan area wisata Growgoland mengatakan:

(3)... " Menurut saya kebersihan di wisata ini masih kurang karena masih kurangnya

tempat penampungan sampah dan kurangnya kesadaran pengunjung yang sering membuang sampah sembarangan”.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa tentang kebersihan yang ada di sekitar area wisata growgoland masih perlu di jaga di karenakan masih kurangnya Tingkat kesadaran para pengunjung dalam menjaga kebersihan di sekitary are wisata dan kurangnya tempat penampungan sampah atau tong sampah.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Ratna selaku pengunjung diwisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 Bagaimana kondisi akses jalan menuju lokasi wisata, mengatakan

(4)...” Kondisi akses sudah cukup baik tetapi masih ada jalan yang rusak”

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa kondisi jalan sudah cukup baik namun ada titik titik tertentu yang rusak perlu di perbaiki.

3. Hasil Generelasasi Opportunities (peluang)

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Bapak Nyai'in selaku pengelola wisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 mengenai Apakah ada rencana pengembangan wahana atau kegiatan baru, mengatakan:

(1)...”Iya ada Rencana kegiatan seperti edukasi pertanian, petik hasil kebun, pengenalan tanaman lokal, serta pelatihan pengolahan produk pertanian dapat menjadi daya tarik baru, khususnya bagi sekolah dan komunitas.”

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa dari pihak pengelola ada rencana untuk pengembangan kegiatan baru dan wahana baru salah satunya menjadikan destinasi wisata edukasi untuk anak anak seperti cara merawat tumbuhan dan menjaga alam supaya tetap Lestari

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Ibu wartini selaku pelaku UMKM di wisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 Apakah ada potensi produk khas lokal yang bisa dijadikan daya Tarik wisatawan, mengatakan:

(2)... " Ada karena desa ngunut ituk sendiri memiliki makana khas local yaitu Gethuk lindr. Makanan khas tersebut bisa membuat para wisatawan yang dari luar kota penasaran maka bisa juga menjadi salah satu daya Tarik wisatawan".

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa ada salah satu peluang seperti prodak makanan khas lokal seperti gethuk lindri, yang bisa untuk di pamerkan seperti bazar atau even untuk menarik minat wisatawan yang dari luar kota.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Dian selaku pengunjung diwisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 fasilitas apa yang perlu ditambahkan agar Growgoland lebih menarik, mengatakan:

(3)... " Menurut saya fasilitas yang perlu di tingkatkan adalah tempat beribadah atau mushola yang kapasitas untuk beribadah masih kurang".

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa ada salah satu fasilitas yang perlu di perbaiki seperti tempat beribadah atau mushola di karenakan kapasitas nya masih minim perlu perbaikan untuk para pengunjung yang mau beribadah tanpa harus antri

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Ratna selaku pengunjung diwisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 apakah Growgoland berpotensi menjadi wisata unggulan di Kabupaten Bojonegoro, mengatakan:

(4)... " Mungkin bisa berpontensi di karenakan wisata growgoland adalah salah satu destinasi wisata wisata yang menggunkan sumber mata air alami"

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa bisa berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan di karenakan wisata growgoland adalah destinasi wisata yang menggunkan sumber mata air alami

4. Hasil Generelasasi Threats (ancaman)

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Bapak Nyai'in selaku pengelola wisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 Bagaimana dampak musim hujan, ekonomi, atau pandemi terhadap jumlah pengunjung, mengatakan:

(1)...” Dampak pada musih hujan sendiri pengunjung relatis sedikit di karenakan air yang seharusnya jernih berubah menjadi keruh dan saat musim pandemi seperti covid objek wisata growgoland di tutup total”

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa salah satu ancamanya di kala musim hujan sumber air yang jernih menjadi keruh yang membuat para pengunjung tidak bisa menikmati keindahan sumber mata air alami dan saat pada musim covid wi sata growgoland di tutup sementara di karenakan untuk menghentikan penyebaran virus.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Ibu wartini selaku pelaku UMKM di wisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 Apakah fluktuasi jumlah pengunjung memengaruhi pendapatan usaha, mengatakan:

(2)...” ya, karena jumlah pengunjung meningkat atau ramai maka penjualan saya juga akan meningkat. begitu pula sebaliknya jika pengunjung sepi maka pendapatan akan menurun”.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa pasti berpengaruh di karenakan jika pengunjung itu sepi maka selaku penjual umkm akan menurun juga pendapatannya.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Dian selaku pengunjung diwisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 Apakah kondisi cuaca (hujan, air keruh) memengaruhi keputusan Anda untuk berkunjung, mengatakan:

(3)...” Sangat berpengaruh karena jika musim hujan maka air menjadi keruh yang membuat para pengunjung menjadi kurang nyaman”

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa jika musim hujan sumber mata air yang awalnya jernih menjadi keruh membuat para pengunjung kurangnyaman.

Wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Ratna selaku pengunjung

diwisata Growgoland pada tanggal 14 Desember 2025 Jika tidak ada inovasi baru, apakah Anda masih tertarik berkunjung kembali ke Growgoland, mengatakan:

(4)...” Iya pasti tertarik yang membuat para pengunjung yang dulunya bosan jika ada inovasi baru mungkin para pengunjung tidak merasa bosan”

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, dijelaskan bahwa jika pengelola tidak melakukan inovasi atau meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pasti bisa membuat merasa bosan yang dapat menurunkan minat para pengunjung.

5.3. Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman

4.3.1. Analisis SWOT pada Objek Wisata Growgoland

Berdasarkan data yang langsung diperoleh dari informan primer melalui wawancara. Dari rangkaian wawancara yang dijelaskan sebelumnya diperoleh indikator SWOT yang akan dijadikan indikator analisis SWOT objek wisata Growgoland. Dimana indikator yang digunakan dalam analisis SWOT ini diperoleh berdasarkan wawancara dengan pengelola wisata, pelaku UMKM, dan pengunjung. Maka diperoleh indikator-indikator analisis SWOT adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Indikator Faktor Internal Pada Objek Wisata Growgoland

KEKUATAN	KELEMAHAN
1. Objek wisata yang memanfaatkan sumber mata air alami.	1. Tidak tersedianya tempat sampah, sehingga pengunjung membuang sampah sembarangan.
2. Ketersediaan fasilitas cukup lengkap seperti toilet, tempat ganti, tempat ibadah, area parkir yang luas dll.	2. Kurang maksimalnya aktivitas promosi

3. Objek wisata Growgoland kebersihannya sangat terjaga.	3. SDM karyawan yang lemah
4. Terdapat banyak warung jajanan dan tersedianya tempat makan dan minum.	4. Kurangnya fasilitas mushola dan gazebo.

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa indikator dalam faktor internal baik Strength (kekuatan) maupun weakness (kelemahan) adalah sebagai berikut:

1) Kekuatan

- a. Objek wisata yang memanfaatkan sumber mata air alami.

Wisata Growgoland mempunyai keunggulan utama yaitu objek wisata yang memanfaatkan sumber mata air alami sebagai daya tarik utama. Sumber mata air alami ini memberikan nilai tambah dibandingkan objek wisata buatan lain yang ada di bojonegoro, karena menawarkan kejernihan air serta nuansa alami yang dapat menjadi daya tarik pengunjung yang mencari wisata berbasis air atau alam. Hal tersebut mampu meningkatkan minat kunjungan dan daya saing destinasi wisata Growgoland.

- b. Ketersediaan fasilitas cukup lengkap.

Objek wisata growgoland telah didukung oleh fasilitas penunjang yang cukup lengkap seperti toilet, ruang ganti, tempat ibadah, serta area parkir yang luas. Ketersediaan fasilitas tersebut memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung selama berwisata. Fasilitas yang memadai juga mencerminkan kesiapan pengelola dalam memenuhi kebutuhan dasar pengunjung, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan, lama berkunjung, serta potensi

kunjungan ulang wisatawan.

c. Kebersihan objek wisata yang terjaga.

Kebersihan kawasan wisata Growgoland menjadi salah satu kekuatan penting dalam mendukung citra positif destinasi wisata. Lingkungan yang bersih dan tertata memberikan rasa nyaman dan aman bagi pengunjung. Kebersihan yang terjaga mencerminkan kepedulian pengelola terhadap kelestarian lingkungan dan kesehatan pengunjung, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat serta daya tarik wisata secara berkelanjutan.

d. Tersedianya warung jajanan dan tempat makan

Keberadaan banyaknya jajanan warung serta fasilitas minum dan makan di area wisata Growgoland memudahkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar. Berkat aktivitas ekonomi lokal tersebut, berperan sebagai penggerak ekonomi desa dan memperkuat konsep pembangunan masyarakat.

2) Kelemahan

a. Tidak tersedianya tempat sampah yang memadai

Growgoland Kurangnya ketersediaan tempat sampah di kawasan wisata Growgoland merupakan permasalahan serius karena berdampak negatif terhadap lingkungan. Situasi ini mendorong pengunjung untuk membuat sampah sembarangan, yang berpotensi meningkatkan keindahan kawasan wisata dan menurunkan kenyamanan pengunjung lainnya. Jika permasalahan ini tidak diatasi, maka akan berdampak negatif terhadap citra dan keinginan objek wisata tersebut.

b. Kurang maksimalnya aktivitas promosi

Promosi objek wisata Growgoland belum dilakukan secara ideal, baik

melalui media sosial, media cetak, maupun kerja sama dengan pihak terkait. Akibatnya, kesadaran masyarakat mengenai kelebihan dan kekurangan Growgoland masih kurang. Keterbatasan promosi ini menyebabkan potensi wisata yang belum sepenuhnya disadari, yang berdampak pada jumlah wisatawan yang berkunjung.

c. Kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih lemah

Tantangan lainnya meliputi kualitas karyawan SDM yang kurang baik, khususnya di bidang pelayanan, pariwisata pengelolaan, dan keterampilan komunikasi dengan pengunjung. SDM yang tidak terlalu ketat dapat memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Meningkatkan kapasitas dan kemampuan SDM sangat penting untuk mendorong pariwisata pengelolaan yang lebih profesional.

d. Kurangnya fasilitas mushola dan gazebo

Keterbatasan jumlah dan kualitas fasilitas mushola serta gazebo menjadi kelemahan dalam mendukung kenyamanan pengunjung, khususnya bagi wisatawan yang ingin beribadah atau beristirahat. Kondisi ini dapat mengurangi kenyamanan pengunjung, terutama saat jumlah wisatawan meningkat. Penambahan dan perbaikan fasilitas tersebut sangat diperlukan agar pengunjung dapat menikmati wisata dengan lebih nyaman dan optimal.

Tabel 4. 4 Indikator Faktor Eksternal Pada Objek Wisata Growgoland

PELUANG	ANCAMAN
1. Memanfaatkan teknologi (sosial media) yang ada seperti tiktok, facebook dll.	1. Jika musim hujan rawan banjir.
2. Menambahkan wahana baru yang unik	2. Banyaknya objek wisata lain yang sejenis.

3. Peluang kerja sama dengan Masyarakat sekitar untuk pengembangan produk barang dan jasa	3. aktivitas manusia akan berdampak negatif jika tidak dikelola dengan baik
4. Mengembangkan wisata edukasi sebagai konsep berkelanjutan untuk menarik wisatawan	4. Selera wisatawan yang berubah seiring waktu

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil wawancara juga diperoleh beberapa indikator dalam faktor eksternal baik opportunities (peluang) maupun Threats (ancaman) adalah sebagai berikut:

3) Peluang

a. Pemanfaatan teknologi dan media sosial (TikTok, Facebook, dan lainnya)

Kemajuan teknologi informasi dan media sosial memberi karyawan Growgoland peluang signifikan untuk meningkatkan promosi dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Platform seperti Facebook dan TikTok memungkinkan berbagi informasi secara bebas dan dengan biaya yang relatif rendah, serta menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda. Melalui konten visual seperti video pendek, foto, dan ulasan pengunjung, Growgoland dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran merek dan minat kunjungan wisatawan.

b. Penambahan wahana baru yang unik dan menarik

Daya tarik wisata Growgoland dapat ditingkatkan dengan menambahkan wahana baru dengan fitur unik. Wahana inovatif yang berbeda dari objek wisata lainnya dapat memberikan wawasan baru bagi pengunjung dan mendorong kunjungan ulang. Selain itu, kehadiran wahana baru juga dapat berfungsi sebagai materi promosi yang efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung Growgoland.

c. Peluang kerja sama dengan masyarakat sekitar

Bekerja sama dengan masyarakat setempat untuk mengembangkan barang dan jasa, seperti kuliner lokal, souvenir, atau pendukung wisata, merupakan strategi yang tepat bagi

Growgoland. Kolaborasi semacam ini tidak hanya dapat meningkatkan kualitas dan ketersediaan layanan wisata, tetapi juga mendorong perekonomian lokal. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif, pengelolaan wisata dapat berjalan lebih cepat dan mencapai ikatan sosial yang kuat.

d. Pengembangan wisata edukasi sebagai konsep berkelanjutan

Pengembangan wisata edukasi berbasis lingkungan dan sumber daya alam merupakan peluang untuk mengembangkan segmen wisatawan yang lebih cerdas, seperti pelajar, mahasiswa, dan keluarga. Wisata edukasi dapat memberikan nilai tambah, yaitu pengetahuan tentang kearifan lokal, pengelolaan sumber mata air, dan pelestarian lingkungan. Konsep ini menganut prinsip pariwisata berkelanjutan dan dapat meningkatkan popularitas Growgoland sebagai destinasi wisata yang bersifat rekreasi dan edukasi.

4) Ancaman

a. Kerawanan banjir pada musim hujan

Kondisi geografis dan faktor alam menjadikan Growgoland rawan banjir hingga hujan musim. Hal ini dapat mengganggu operasional wisata, mengurangi kenyamanan pengunjung, dan bahkan menurunkan fasilitas yang ada. Jika sistem mitigasi bencana dan pengelolaan lingkungan tidak diterapkan, hal ini dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan.

b. Banyaknya objek wisata sejenis

Terdapat objek wisata lain yang memiliki konsep sebagai ancaman bagi pariwisata berkelanjutan Growgoland. Jika Growgoland tidak mampu menyediakan keunikan dan keunggulan yang kompetitif, jumlah pengunjung dapat menurun. Karena itu, inovasi dan peningkatan kualitas layanan sangat penting untuk mempertahankan daya saing.

c. Dampak negatif aktivitas manusia jika tidak dikelola dengan baik

Meningkatnya aktivitas wisata dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan, seperti pencemaran, kerusakan ekosistem, dan penurunan kualitas sumber

mata air akibat penanganan yang tidak tepat. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai pariwisata berbasis alam dengan daya tarik utama Growgoland. Pengelolaan yang buruk juga berpotensi meningkatkan konflik sosial dan menurunkan keberlanjutan.

d. Perubahan selera wisatawan seiring waktu

Selera dan preferensi wisatawan yang selalu berubah menjadi aset unik bagi Growgoland. Wisatawan terus mencari pengalaman baru dan berbeda, sehingga objek wisata yang tidak sesuai dapat ditinggalkan. Karena itu, pengelola harus terus berinovasi, mengembangkan fasilitas, dan menyesuaikan diri dengan konsep wisata agar relevan dengan kebutuhan dan harapan wisatawan.

4.4.1. Tabel IFAS dan EFAS pada Objek Wisata Growgoland

Tabel IFAS dan EFAS diperoleh dari analisis kuantitatif indikator SWOT yang dilakukan dengan pengisian kuesioner oleh pengelola wisata, pelaku UMKM dan pengunjung. Analisis SWOT dalam penelitian ini merujuk pada model (Rangkuti, 2018:26-27).

Tabel 4. 5 Matriks IFAS pada Objek Wisata Growgoland

No.	Internal faktor strategi	Bobot	Ranting	Bobot X ranting
Kekuatan				
1.	Objek wisata Growgoland adalah sumber mata air murni dari alam yang jernih	0,15	4	0,60
2.	Ketersediaan fasilitas cukup lengkap seperti toilet, tempat ganti, tempat ibadah, area parkir yang luas dll	0,14	4	0,56
3.	Objek wisata Growgoland kebersihannya sangat terjaga.	0,13	4	0,52
4.	Terdapat banyak warung jajanan dan tersedianya tempat makan dan minum.	0,13	4	0,52
Total		0,55	-	2,26
Kelemahan				
1.	Tidak tersedianya tempat sampah, sehingga pengunjung membuang	0,12	2	0,24

	sampah sembarangan			
2.	Kurang maksimalnya aktivitas promosi	0,11	2	0,22
3.	SDM karyawan yang lemah	0,11	2	0,22
4.	Kurangnya fasilitas mushola dan gazebo.	0,11	3	0,33
Total		0,14	-	1,01
Total Matriks IFAS		1,00	-	3,26

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 4. 6 Matriks EFAS pada Objek Wisata Growgoland

No.	Eksternal faktor strategi	Bobot	Ranting	Bobot X ranting
Peluang				
1.	Memfaatkan teknologi (sosial media) yang ada seperti tiktok, facebook dll.	0,15	4	0,60
2.	Menambahkan wahana baru yang unik	0,14	4	0,56
3.	Peluang kerja sama dengan Masyarakat sekitar untuk pengembangan produk barang dan jasa	0,13	4	0,52
4.	Mengembangkan wisata edukasi sebagai konsep berkelanjutan untuk menarik wisatawan	0,13	3	0,39
Total		0,55	-	1,68
Ancaman				
1.	Jika musim hujan rawan banjir.	0,12	2	0,24
2.	Banyaknya objek wisata lain yang sejenis.	0,12	2	0,22
3.	aktivitas manusia akan berdampak negatif jika tidak dikelola dengan baik	0,12	2	0,22
4.	Selera wisatawan yang berubah seiring waktu	0,112	2	0,22
Total		0,45	-	0,90
Total Matriks EFAS		1,00	-	2,56

Sumber: Data primer diolah, 2026

Dari hasil tabel IFAS dan EFAS yang dijelaskan diatas tersebut, bisa diketahui yaitu faktor IFAS nilai sebesar 3,26 sedangkan faktor EFAS mempunyai nilai sebesar 2,56. Nilai skor untuk masing-masing faktor dapat dirinci, *Strenght* (kekuatan): 2,26. *Weakness* (kelemahan): 3,26. *Opportunity* (peluang): 1,68. *Thearts* (ancaman): 0.90. Sehingga dapat dilihat nilai *Strenght* (kekuatan) lebih dari nilai *Weakness* (kelemahan) selisihnya 1,25.

Kemudian *Opportunity* (peluang) diatas *Thearts* (ancaman) perbedaannya 0,78. Berdasarkan data dari faktor tersebut maka bisa digambarkan dalam diagram SWOT:

Tabel 4. 7 Selisih IFAS dan EFAS

IFAS	S-W	2,26-1	1,26
EFAS	O-T	1,68-0,88	0,80
Total			1,575

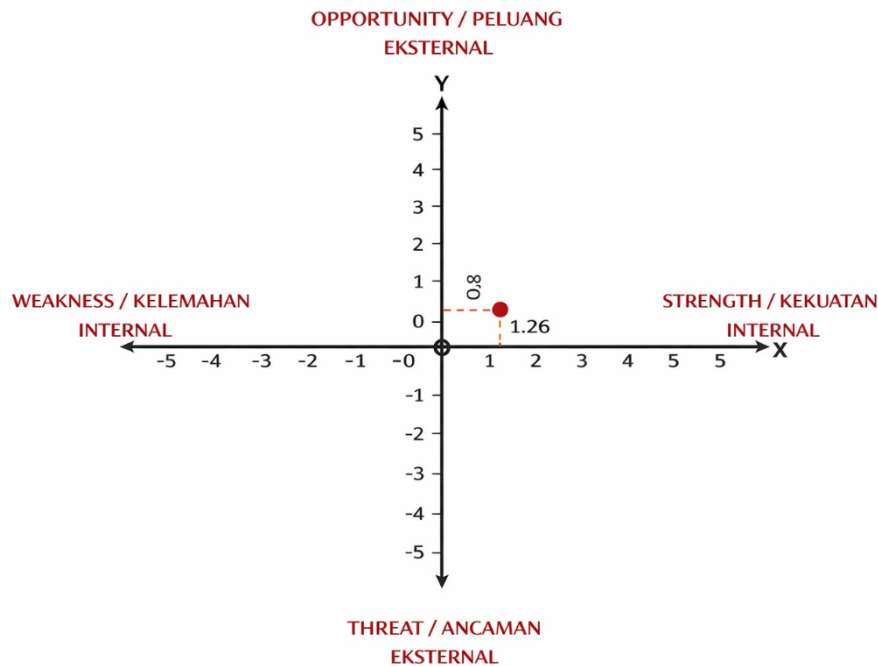
Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS diperoleh nilai total sebesar 3,26 yang menunjukkan bahwa faktor kekuatan sebesar 2,26 lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan sebesar 1,01. Sementara itu, matriks EFAS menghasilkan nilai sebesar 2,56 yang menunjukkan bahwa faktor eksternal peluang sebesar 1,68 lebih besar dibandingkan ancaman sebesar 0,90. Dengan demikian, objek wisata Growgoland berada pada posisi yang cukup kuat untuk dikembangkan melalui strategi pertumbuhan

4.4.2. Diagram Cartesisus

Berdasarkan hasil dari matrik IFAS dan EFAS yang telah di jelaskan di atas maka matrik SWOT pada objek wisata growgoland dapat di lihat pada gambar sebagai berikut:

Gambar 4. 1 Diagram Cartesius pada objek wisata Growgoland



Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa analisis SWOT pada objek wisata Growgoland pada kuadran 1, Posisi ini menandakan bahwa Objek Wisata Growgoland berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan internal yang cukup besar untuk memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia secara maksimal. Dengan titik koordinat (1.26, 0.8), pengelola dapat menerapkan Strategi Pertumbuhan Agresif (*Growth Oriented Strategy*) untuk mengembangkan potensi wisata ini lebih jauh. Dalam pelaksanaannya, pihak pengelola Growgoland dapat mengambil langkah-langkah ekspansif seperti menambah fasilitas wahana, meningkatkan promosi secara optimal, serta mengoptimalkan daya tarik alam yang dimiliki untuk menarik jumlah kunjungan wisatawan yang lebih besar, sehingga posisi kompetitif objek wisata ini semakin kuat dan berkelanjutan.

4.4.3. Matriks SWOT

Dari hasil matriks IFAS dan EFAS tersebut maka matriks SWOT dapat dilihat pada

gambar sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Matriks SWOT pada Objek Wisata Growgoland

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan(S)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Objek wisata Growgoland adalah sumber mata air murni dari alam yang jernih b. Ketersediaan fasilitas cukup lengkap seperti toilet, tempat ganti, tempat ibadah, area parkir yang luas dll c. Objek wisata Growgoland kebersihannya sangat terjaga. d. Terdapat banyak warung jajanan dan tersedianya tempat makan dan minum. 	<p>Kelemahan(W)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Tidak tersedianya tempat sampah, sehingga pengunjung membuang sampah sembarangan b. Kurang maksimalnya aktivitas promosi c. SDM karyawan yang lemah d. Kurangnya fasilitas mushola dan gazebo.
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan teknologi (sosial media) yang ada seperti tiktok, facebook dll. b. Menambahkan wahana baru yang unik c. Peluang kerja sama dengan Masyarakat sekitar untuk pengembangan produk barang dan jasa d. Mengembangkan wisata edukasi sebagai konsep berkelanjutan 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan keunggulan mata air alami dan kebersihan kawasan sebagai konten promosi melalui media sosial b. Mengembangkan wisata edukasi berbasis alam dan lingkungan dengan dukungan fasilitas yang ada. c. Mengoptimalkan warung dan kuliner lokal sebagai daya tarik wisata melalui kerja sama dengan masyarakat sekitar 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mengoptimalkan promosi digital melalui media sosial untuk mengatasi keterbatasan promosi konvensional b. Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan dan kerja sama dengan pemerintah atau komunitas wisata. c. Menyediakan fasilitas pendukung seperti tempat sampah, mushola,

<p>untuk menarik wisatawan</p>	<p>d. Menambahkan wahana baru yang ramah lingkungan untuk meningkatkan daya saing wisata</p>	<p>dan gazebo melalui kolaborasi dengan masyarakat dan pemerintah desa. d. Mengembangkan konsep wisata edukasi sebagai nilai tambah untuk menarik wisatawan.</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>a. Jika musim hujan rawan banjir</p> <p>b. Banyaknya objek wisata lain yang sejenis.</p> <p>c. aktivitas manusia akan berdampak negatif jika tidak dikelola dengan baik</p> <p>d. Selera wisatawan yang berubah seiring waktu</p>	<p>Stratgei S-T</p> <p>a. Memperkuat citra Growgoland sebagai wisata alam yang bersih dan alami untuk menghadapi persaingan wisata sejenis.</p> <p>b. Mengelola lingkungan secara berkelanjutan guna mengurangi dampak negatif aktivitas pengunjung.</p> <p>c. Melakukan inovasi wahana dan fasilitas untuk menyesuaikan perubahan selera wisatawan.</p> <p>d. Melakukan pemeliharaan fasilitas secara rutin untuk mengantisipasi dampak musim hujan dan banjir.</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>a. Menyediakan tempat sampah dan menerapkan edukasi kebersihan untuk mencegah kerusakan lingkungan.</p> <p>b. Meningkatkan profesionalisme SDM agar mampu bersaing dengan objek wisata lain.</p> <p>c. Melakukan perbaikan dan penambahan fasilitas secara bertahap sesuai kebutuhan wisatawan.</p> <p>d. Menyusun aturan dan pengawasan pengunjung guna mengurangi dampak negatif aktivitas manusia dan faktor alam.</p>

Sumber: Data primer diolah, 2026

Setelah memahami hasil studi yang dilakukan oleh peneliti dengan pihak pengelola

objek wisata, pelaku UMKM dan pengunjung berdasarkan keterangan analisis matriks SWOT diatas maka bisa digambarkan strategi yang tepat untuk pengelola objek wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strength Opportunity)

- a. Memanfaatkan keunggulan mata air alami dan kebersihan kawasan sebagai konten promosi melalui media sosial.
- b. Mengembangkan wisata edukasi berbasis alam dan lingkungan dengan dukungan fasilitas yang ada.
- c. Mengoptimalkan warung dan kuliner lokal sebagai daya tarik wisata melalui kerja sama dengan masyarakat sekitar.
- d. Menambahkan wahana baru yang ramah lingkungan untuk meningkatkan daya saing wisata.

2. Strategi ST (Strength Treaths)

- a. Memperkuat citra Growgoland sebagai wisata alam yang bersih dan alami untuk menghadapi persaingan wisata sejenis.
- b. Mengelola lingkungan secara berkelanjutan guna mengurangi dampak negatif aktivitas pengunjung.
- c. Melakukan inovasi wahana dan fasilitas untuk menyesuaikan perubahan selera wisatawan.
- d. Melakukan pemeliharaan fasilitas secara rutin untuk mengantisipasi dampak musim hujan dan banjir.

3. Strategi WO (Weakness Opportunity)

- a. Mengoptimalkan promosi digital melalui media sosial untuk mengatasi keterbatasan promosi konvensional.
- b. Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan dan kerja sama dengan pemerintah atau komunitas wisata.

- c. Menyediakan fasilitas pendukung seperti tempat sampah, mushola, dan gazebo melalui kolaborasi dengan masyarakat dan pemerintah desa.
- d. Mengembangkan konsep wisata edukasi sebagai nilai tambah untuk menarik wisatawan.

4. Strategi WT (Weakness Treaths)

- a. Menyediakan tempat sampah dan menerapkan edukasi kebersihan untuk mencegah kerusakan lingkungan.
- b. Meningkatkan profesionalisme SDM agar mampu bersaing dengan objek wisata lain.
- c. Melakukan perbaikan dan penambahan fasilitas secara bertahap sesuai kebutuhan wisatawan.
- d. Menyusun aturan dan pengawasan pengunjung guna mengurangi dampak negatif aktivitas manusia dan faktor alam.

Dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari Strength, Weakness, Opportunity, Treaths dalam upaya pengelola untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung di wisata growgoland dapat dikatakan bahwa mempunyai peluang yang cukup besar di masyarakat karena mempunyai kekuatan dan peluang yang lebih dibandingkan kelemahan dan ancaman.

5.4. Pembahasan

Pembahasan ini adalah ulasan terhadap hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian secara ilmiah, terkait strategi peningkatan jumlah pengunjung objek Wisata Growgoland. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan temuan empiris di lapangan dengan teori-teori yang relevan serta hasil penelitian sebelumnya. Dengan demikian, pembahasan ini berfungsi untuk mengonfirmasi antara kondisi nyata dengan kondisi yang seharusnya dalam pengelolaan destinasi wisata adalah sebagai

berikut:

4.4.1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Wisata Growgoland

1. Kekuatan Wisata Growgoland

Berdasarkan hasil analisis faktor internal (IFAS), kekuatan utama Wisata Growgoland terletak pada **pemanfaatan sumber mata air alami yang jernih dan masih terjaga keasliannya**. Sumber mata air ini menjadi daya tarik utama yang membedakan Growgoland dengan objek wisata air lainnya yang bersifat buatan. Dalam teori pariwisata, daya tarik alami merupakan faktor fundamental yang mampu menarik minat wisatawan karena memberikan pengalaman yang autentik dan dekat dengan alam (Oka A.Yoeti, 2016). Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa wisata Growgoland telah memiliki modal utama yang kuat dalam pengembangan wisata berbasis alam.

Wisata Growgoland juga didukung oleh **ketersediaan fasilitas penunjang yang cukup memadai**, seperti adanya toilet, ruang ganti, area parkir, dan tempat ibadah. Keberadaan fasilitas ini memberikan kenyamanan bagi pengunjung selama berwisata. Menurut konsep 3A (Attraction, Accessibility, Amenities), fasilitas atau amenities merupakan unsur pendukung penting yang berperan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan (Spillane, 2018).

Kondisi kebersihan kawasan wisata Growgoland masih tergolong kurang bersih. Hal ini disebabkan oleh kurangnya ketersediaan tong sampah, sehingga pengelolaan sampah belum optimal. Kondisi tersebut berbalik banding dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang diungkapkan (UNWOTO, 2019) yang menyatakan pentingnya kebersihan dan pelestarian kawasan wisata, terutama pada wisata yang berbasis sumber mata air seperti di wisata Grogoland, demi menjaga kualitas kebersihan air dan kenyamanan pengunjung.

Keberadaan warung jajanan dan tempat makan milik masyarakat

sekitar juga menjadi kekuatan yang tidak hanya mendukung kebutuhan pengunjung, tetapi juga memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat lokal. Kondisi ini mencerminkan penerapan pariwisata berbasis masyarakat, di mana aktivitas wisata mampu menggerakkan ekonomi lokal (Rahmasari & Joko Pudjowati, 2017).

2. Kelemahan Wisata Growgoland

Selain memiliki kekuatan, Wisata Growgoland juga memiliki beberapa kelemahan internal. Salah satu kelemahan yang ditemukan adalah **belum tersedianya tempat sampah yang memadai**, sehingga masih ditemukan pengunjung yang membuang sampah sembarangan. Kondisi ini berpotensi mengganggu kebersihan lingkungan dan mengancam kelestarian sumber mata air. Dalam pengelolaan wisata alam, pengendalian sampah merupakan aspek penting yang harus diperhatikan untuk menjaga kualitas destinasi (UNWOTO, 2019).

Kelemahan lainnya yaitu **aktivitas promosi yang belum optimal**, khususnya melalui media digital. Padahal, promosi memiliki peran penting dalam membangun citra destinasi dan menarik wisatawan dari luar daerah. Menurut teori pemasaran destinasi, keterbatasan promosi dapat menyebabkan potensi wisata yang besar tidak dikenal secara luas (Buhalis & Law, 2008).

Selain itu, **kualitas sumber daya manusia (SDM) pengelola yang masih terbatas** juga menjadi kelemahan internal. Keterbatasan ini berdampak pada kualitas pelayanan wisata. Menurut penelitian Kotler & Keller (2016) dalam teori manajemen pariwisata, kompetensi SDM merupakan faktor kunci dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas dan kepuasan pengunjung. Kelemahan lainnya yaitu **kurangnya fasilitas pendukung seperti mushola dan gazebo**, yang menyebabkan kenyamanan pengunjung belum optimal, terutama bagi wisatawan yang berkunjung dalam waktu lama.

4.4.2. Faktor Eksternal (Ancaman dan Peluang) Wisata Growgoland

1. Peluang Wisata Growgoland

Peluang utama pengembangan Wisata Growgoland adalah **meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata alam**. Tren pariwisata saat ini menunjukkan bahwa wisatawan lebih tertarik pada destinasi yang menawarkan keaslian alam dan pengalaman yang menenangkan. Kondisi ini sangat sesuai dengan karakteristik Growgoland yang mengandalkan sumber mata air alami sebagai daya tarik utama.

Selain itu, **dukungan pemerintah daerah melalui kebijakan pariwisata** menjadi peluang strategis bagi pengembangan Growgoland. Dukungan tersebut dapat dimanfaatkan untuk peningkatan infrastruktur, penguatan promosi, dan pengembangan kapasitas SDM pengelola. Peluang lain adalah **pemanfaatan media sosial** sebagai sarana promosi yang efektif dan relatif murah untuk memperkenalkan potensi wisata Growgoland kepada masyarakat luas.

2. Ancaman Wisata Growgoland

Ancaman utama yang dihadapi Wisata Growgoland adalah **persaingan dengan objek wisata air lain** yang menawarkan fasilitas buatan dan wahana modern. Jika Growgoland tidak mampu menegaskan identitasnya sebagai wisata sumber mata air alami, maka daya saing destinasi dapat menurun. Menurut teori persaingan destinasi, diferensiasi produk wisata merupakan kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Porter, 2008).

Ancaman lainnya adalah **perilaku pengunjung yang kurang peduli terhadap kebersihan lingkungan**, yang dapat berdampak langsung pada kualitas air dan kelestarian kawasan wisata. Selain itu, faktor cuaca dan kondisi alam juga menjadi ancaman karena dapat memengaruhi kejernihan air dan kenyamanan wisatawan.

4.4.3. Strategi Peningkatan Jumlah Pengunjung

Berdasarkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, strategi

peningkatan jumlah pengunjung Wisata Growgoland perlu diarahkan pada penguatan identitas sebagai wisata sumber mata air alami. Strategi utama yang dapat dilakukan adalah memaksimalkan keunggulan alam melalui promosi digital yang menonjolkan kejernihan air, keasrian lingkungan, dan nilai budaya lokal.

Selain itu, strategi peningkatan jumlah pengunjung juga perlu difokuskan pada perbaikan kelemahan internal, seperti penyediaan tempat sampah, peningkatan kualitas SDM pengelola, serta penambahan fasilitas pendukung. Upaya ini penting untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung.

Strategi lainnya adalah mengantisipasi ancaman persaingan dengan melakukan diferensiasi wisata, yaitu menegaskan Growgoland sebagai wisata alam yang alami, edukatif, dan berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat, Growgoland diharapkan mampu meningkatkan jumlah pengunjung secara berkelanjutan sekaligus menjaga kelestarian sumber mata air dan lingkungan sekitarnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai strategi peningkatan jumlah pengunjung Wisata Growgoland Desa Ngunut Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro dengan menggunakan analisis SWOT, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor internal yang dimiliki Wisata Growgoland terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama wisata Growgoland terletak pada keindahan alam berupa sumber mata air alami yang jernih, suasana lingkungan yang asri, harga tiket masuk yang terjangkau, serta keterlibatan masyarakat melalui pengelolaan oleh Pokdarwis sebagai unit BUMDes. Sementara itu, kelemahan yang masih dihadapi antara lain kondisi akses jalan yang belum optimal, keterbatasan fasilitas pendukung wisata, promosi yang belum maksimal, serta keterbatasan modal dalam pengembangan wisata
2. Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan Wisata Growgoland meliputi peluang dan ancaman. Peluang yang dimiliki antara lain adanya dukungan kebijakan pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata, potensi pengembangan UMKM dan keterlibatan investor, serta kemajuan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi wisata. Adapun ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dengan destinasi wisata lain di Kabupaten Bojonegoro, kondisi cuaca yang tidak menentu, serta rendahnya kesadaran sebagian pengunjung terhadap kebersihan dan kelestarian lingkungan
3. Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT, Wisata Growgoland berada pada posisi yang memungkinkan untuk menerapkan strategi pertumbuhan (*growth oriented strategy*) dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan antara lain peningkatan kualitas fasilitas wisata, optimalisasi promosi digital, pengembangan wahana dan UMKM berbasis masyarakat,

serta penguatan kerja sama antara pengelola, pemerintah desa, dan pihak terkait lainnya guna meningkatkan jumlah pengunjung secara berkelanjutan

5.2. Implikasi

Implikasi hasil penelitian Berdasarkan hasil analisis SWOT dan pembahasan strategi peningkatan jumlah pengunjung Wisata Growgoland Desa Ngunut Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro, penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting, baik secara teoretis, praktis, maupun kebijakan, sebagai berikut:

1. Implikasi Teoretis

Kajian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman ekonomi konstruksi dan pengelolaan pariwisata, khususnya terkait penerapan analisis SWOT dalam pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat. Temuan studi ini mendukung teori bahwa strategi pembangunan pariwisata yang efektif harus menyeimbangkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Selain itu, penelitian ini mendukung konsep Community-Based Tourism (CBT) sebagai pendekatan yang relevan dalam pengelolaan wisata berkelanjutan, terutama pada destinasi wisata alam yang melibatkan masyarakat lokal dan BUMDes.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, temuan studi ini dapat bermanfaat bagi pemilik Wisata Growgoland dalam mengembangkan strategi pengembangan destinasi wisata mereka. Hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas fasilitas, meningkatkan pemasaran digital, dan mengoptimalkan komunitas dan UMKM lokal. Pengelola diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata, meningkatkan pengalaman pengunjung, dan mendorong peningkatan jumlah pengunjung secara stabil dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

3. Implikasi Kebijakan

Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dan Pemerintah Desa Ngunut khususnya dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai landasan dalam menyusun kebijakan dan program pembangunan pariwisata daerah. Agar perkembangan Wisata Growgoland dapat berjalan lancar, maka infrastruktur akses jalan harus ditingkatkan, promosi wisata harus ditingkatkan, dan perlu dibentuk Pokdarwis dan BUMDes. Untuk menjadikan Growgoland sebagai destinasi wisata unggulan yang berdaya saing dan berkelanjutan, kerjasama antara pemerintah, pengelola wisata, dan masyarakat sangat penting.

5.3. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata Growgoland Pengelola diharapkan dapat lebih mengoptimalkan potensi alam yang dimiliki dengan meningkatkan kualitas fasilitas wisata, menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, serta menambah wahana atau spot wisata yang menarik. Selain itu, promosi melalui media sosial dan platform digital perlu ditingkatkan agar jangkauan pemasaran semakin luas.
2. Bagi Pemerintah Desa dan Pemerintah Daerah Pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih nyata dalam bentuk perbaikan infrastruktur akses jalan, pendampingan manajemen wisata, serta bantuan promosi dan pendanaan. Sinergi antara pemerintah, pengelola, dan masyarakat sangat diperlukan agar Wisata Growgoland dapat berkembang menjadi destinasi wisata unggulan daerah.
3. Bagi Masyarakat Sekitar Masyarakat diharapkan dapat berperan aktif dalam mendukung pengembangan wisata Growgoland, baik melalui partisipasi dalam pengelolaan, pengembangan UMKM lokal, maupun menjaga keamanan dan kebersihan lingkungan wisata.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian ini dengan menggunakan metode analisis lain atau menambahkan variabel penelitian yang berbeda, seperti kepuasan pengunjung, loyalitas wisatawan, atau analisis ekonomi lokal, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif.

Agar sebuah penelitian dapat menambah peningkatan ilmu pengetahuan, maka hasil dari penelitian tersebut perlu di publikasikan, adapun penelitian ini berupa publis Jurnal yang di submit di :

DAFTAR PUSTAKA

- {Purnomo, D., & and Djunaedi, A. (2019). Pengembangan Model Community-Based Tourism (CBT) Pada Masyarakat di Desa Bongkudai Baru Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, Sulawesi Utara}. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24, 196--207.
- Agustin, C., Tjahjadi, J. P., Kristanto, R., & Maleachi, S. (2023). the Implementation of Sapta Pesona in Homestays Keranggan Ecotourism Village , South Tangerang. *Jurnal of Tourisem, Hopitality and Event*, 1–9.
- Arfani, M. (2020). *Pengaruh persepsi daya tarik objek wisata dan motivasi wisatawan terhadap minat kunjung ulang objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai*. IAIN Palangka Raya.
- Arikunto, & Suharsni. (2012). *Prosedur Pendekatan Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.
- Azizurrohman, M., Ilyas, G. B., Ginting, Y. M., Sudiyanti, S., & Hasanah, Y. N. (2023). Analysis of Community Readiness for the Mandalika Special Economic Zone: Using the Sapta Pesona Standard. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 7(2), 166–174. <https://doi.org/10.18196/jerss.v7i2.16414>
- Basrowi, & Suwandi. (2018). *Penelitian Kualitatif*.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years On and 10 Years After the Internet—The State of eTourism Research. *Tourism Management*.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 14(1), 167–186.
- Endarwita, E. (2021). Strategi Pengembangan objek Wisata Linjuang melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 641–652. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i1.2133>
- Handayani, S. D., Mahadewi, N. M. E., & Surata, I. K. (2022). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Masceti Gianyar Dalam Peningkatan Jumlah Pengunjung Dan Nilai Ekonomi. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 4(2), 71. <https://doi.org/10.31314/tulip.4.2.71-77.2021>
- Hariyadi, Bagus Reza and Rokhman, Ali and Rosyadi, Slamet and Yamin, Muhammad and Runtiko, A. G. (2024). The Role of Community-Based Tourism in Sustainable Tourism Village in Indonesia. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18, 7.
- Hariyadi, B. R., Rokhman, A., Rosyadi, S., Yamin, M., & Runtiko, A. G. (2024). the Role of Community-Based Tourism in Sustainable Tourism Village in Indonesia. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(7). <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-038>

- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lamopia, I. W. G., & Wulandari, R. (2024). *Implementation of Community-Based Tourism in Realizing the Blue Economy and Sustainable Tourism Development at Gianyar Coastal Area* (Vol. 2024). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-622-2_79
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nainggolan, M. F., & Tambunan, H. Y. (2024). Analisis SWOT Dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai Tigaras di Pesisir Danau Toba Kabupaten Simalungun. *Jurnal Agriust*, 3(2), 44–50. <https://doi.org/10.54367/agriust.v3i2.3499>
- Oka A.Yoeti. (2016). *Pengantar Ilmu Pariwisata*.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Pratiwi, N. K. O. (2019). Analisis Swot Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar Tahun 2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 95. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20079>
- Putri, R. (2014). Pengembangan Daya Tarik Kawasan Wisata Bunga Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal UPI*.
- Rahmasari, A., & Joko Pudjowati. (2017). Pengembangan pariwisata berbasis ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Rahmasari, A., & Pudjowati, J. (2017). Strategi Pengembangan Desa Inovasi Pariwisata Kota Batu Dengan Local Economic Resources Development (LERD). *Develop*, 1(1). <https://doi.org/10.25139/dev.v1i1.68>
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*.
- Spillane, J. J. (2018). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sumawidari, I. A. K., Mastiani Nadra, N., & Wiwiek Ary Susyarini, N. P. (2024). Analysis of the sapta pesona and CBT concept in managing Alas Kedaton tourist attraction. *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, 3(1), 33–39. <https://doi.org/10.58881/jcmnts.v3i1.177>
- Supranto. (2012). *Metode Riset*.
- Suyatna, H., Indroyono, P., Yuda, T. K., & Firdaus, R. S. M. (2024). How Community-based Tourism Improves Community Welfare? A Practical Case Study of ‘Governing the Commons’ in Rural Nglanggeran, Indonesia. *International Journal of Community*

- and Social Development*, 6(1), 77–96. <https://doi.org/10.1177/25166026241228717>
- Syifa Syahirah, A., & Rustini. (2023). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Daya Tarik Makam Keramat Solear , Kabupaten Tangerang , dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 4(2), 80–89. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Trias Pungkur Kusumaningrum, Ariel Yonatan Alin, D. A. R. N. . (2025). *Journal of Global Hospitality and Social Media Promotion Strategy of Homestays Based on SWOT Analysis Case Study at Banyuwangi Village Boyolali Regency*. 2(1), 173–180. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16907830>
- Umar Husen. (2011). *Metode penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.
- UNWOTO. (2019). *Sustainable Tourism Development Guidelines*.

Lampiran 1 Kuesioner

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

Umur :

Petunjuk Pengisian

Indikator	Bobot
Sangat Tidak Setuju (SK)	1
Tidak Setuju (K)	2
Kurang Setuju (C)	3
Setuju (B)	4
Sangat Setuju (SB)	5

No	Faktor-Faktor Internal	SK (1)	K (2)	C (3)	B (4)	SB (5)
Kekuatan / Strength						
1	Objek wisata Growgoland adalah sumber mata air murni dari alam yang jernih					
2	Ketersediaan fasilitas cukup lengkap seperti toilet, tempat ganti, tempat ibadah, area parkir yang luas dll.					
3	Objek wisata Growgoland kebersihannya sangat terjaga.					
4	Terdapat banyak warung jajanan dan tersedianya tempat makan dan minum.					
Kelemahan / Weakness						
1	Tidak tersedianya tempat sampah, sehingga pengunjung membuang sampah sembarangan.					
2	Kurang maksimalnya aktivitas promosi					
3	SDM karyawan yang lemah					
4	Kurangnya fasilitas mushola dan gazebo.					

No	Faktor-Faktor Eksternal	SK (1)	K (2)	C (3)	B (4)	SB (5)
Peluang/ Opportunities						
1	Memanfaatkan teknologi (sosial media) yang ada seperti tiktok, facebook dll.					

2	Menambahkan wahana baru yang unik					
3	Peluang kerja sama dengan Masyarakat sekitar untuk pengembangan produk barang dan jasa					
4	Mengembangkan wisata edukasi sebagai konsep berkelanjutan untuk menarik wisatawan					
Ancaman / Threats						
1	Jika musim hujan rawan banjir.					
2	Banyaknya objek wisata lain yang sejenis.					
3	aktivitas manusia akan berdampak negatif jika tidak dikelola dengan baik					
4	Selera wisatawan yang berubah seiring waktu					

Lampiran 2 Identitas Informan Menurut Jenis Kelamin Dan Jabatan

No	Nama dan Foto	Jenis Kelamin	Jabatan
	<p>Bapak Nyai'in</p> 	Laki-Laki	pengelola wisata
	Ibu Wartini	Perempuan	Pelaku UMKM

			
	<p>Dian</p> 	<p>Perempuan</p>	<p>Pengunjung</p>
	<p>Ratna</p> 	<p>Perempuan</p>	<p>Pengunjung</p>



UNTAR
Universitas Tarumanagara

Jurnal Manajemen

e-JM

E-ISSN 2549-8797
P-ISSN 1410-3583

HOME ABOUT CONTACT CURRENT ISSUE ARCHIVES EDITORIAL TEAM REVIEWER TEAM
Q SEARCH

Jurnal Manajemen

P ISSN 1410 - 3583
E ISSN 2549 - 8797

PUBLICATION ETHICS

OPEN ACCESS POLICY

PEER REVIEW POLICY

ARCHIVING

RIGHTS & LICENCES

PLAGIARISM & RETRACTION POLICY

REPOSITORY POLICY

PRIVACY STATEMENT

FEES

Value Co-Creation in the Sharing Economy Platform: The Role of Ethical Perception
Dr. Mihartha Tyokrosaputro

Improving Employee Performance: The Role of OCB Between Personal Trust and Leadership
Dr. Ampuwing Salma Abdillah

The Role of Integrated Reporting in Emerging Market: Earnings Quality and Debt Maturity
Dr. Priya Aji Famungias, Amre Firmansyah, Resti Ariyasa Qadri, Agung Dinartito, Zefi Arhanasyah

Developing Factors of E-Wom: Intention to Buy from the Consumer via Tik-Tok
Dr. Ratna Devi

JURNAL MANAJEMEN REGISTERED




Author Subjects Affiliations Sources FAQ WCU HANDOKO

Get More with SINTA Insight [Go to Insight](#)



JURNAL MANAJEMEN

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

P-ISSN : 14103583 < E-ISSN : 25498797 Subject Area : Science

0

Impact

1965

Google Citations

Sinta 2

Current Accreditation

Google Scholar
Garuda
Website
Editor URL

History Accreditation

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027

Garuda Google Scholar

Digital Tourism Promotion: Social Media, E-WOM, and Celebrity Endorsement in Jakarta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara | Jurnal Manajemen Vol. 29 No. 3 (2025): October 2025 441-461

Citation Per Year By Google Scholar



Year	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Citations	~100	~150	~250	~450	~650	~250	~100	~100	~100

Journal By Google Scholar

	All	Since 2021
Citation	1965	1904
h-index	23	23
i10-index	54	51

Jurnal Manajemen 🔔 👤

... Back to Submissions

3779 / wijoyo / Development of Community Based Tourism in Growgoland: Potential, Challenges, and Management Strategies Library

Workflow **Publication**

Status: **Unscheduled**

Title & Abstract

Contributors

Metadata

References

Galleys

Prefix
Examples: A, The

Title

Subtitle

Abstract

B I x² x₂ ∅

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik kawasan wisata Growgoland serta menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (Community Based Tourism) di Desa Ngunut, Kabupaten Bojonegoro. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi terhadap pengelola, pelaku UMKM, dan pengunjung. Analisis data menggunakan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan

Jurnal Manajemen 🔔 👤

... Back to Submissions

3779 / wijoyo / Development of Community Based Tourism in Growgoland: Potential, Challenges, and Management Strategies Library

Workflow **Publication**

Submission **Review** Copyediting Production

Submission Files 🔍 Search

No Files

Pre-Review Discussions Add discussion

Name	From	Last Reply	Replies	Closed
No Items				