

POTENSI DAYA TARIK WISATA GODONG IJO SEBAGAI WISATA EDUKASI DI DEPOK JAWA BARAT

Oleh :

Veronika Br. Butar¹, Nova Eviana, S.S., M.Pd.²

¹ Mahasiswa Akademi Pariwisata Indonesia Jakarta ²

Dosen Akademi Pariwisata Indonesia Jakarta

ABSTRACT

This research aims to analyze the potency of Godong Ijo as educational tourist object of West Java, by using SWOT analysis. The analysis identifies its strengths, weaknesses, threats, and opportunities as well. The result of the study shows that Godong Ijo needs to implement the aggressive strategy, whereas both strengths and opportunities are important elements to exaggerated.

Keywords : Educational Tourist Object, SWOT analysis

Pendahuluan

Menurut Bhuiyan *et. al.* (2010), pariwisata memiliki berbagai segmentasi antara lain memberikan kesempatan bekerja, pengembangan sosial dan budaya, pembelajaran secara alami, alat untuk pembangunan berkelanjutan serta peningkatan kewaspadaan terhadap lingkungan. Oleh karena itu, kegiatan pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu alat untuk menyampaikan kegiatan pendidikan alam.

Sinergi yang terus tumbuh membaik bidang pariwisata dan pendidikan telah menjadi salah satu tema perkembangan bisnis pariwisata dewasa ini. Hal ini menjadi faktor pendorong semakin bertumbuhnya daya tarik wisata yang mengangkat tema wisata pendidikan dari tahun ke tahun. Masing-masing daya tarik wisata berlomba-lomba untuk memberikan tema khusus yang menjadi pembeda dari para pesaingnya, dalam rangka memenangkan persaingan.

Wisata edukasi merupakan konsep kegiatan wisata dengan mengusung 2 hal yaitu (1) pembelajaran (*learning*), yang bertujuan agar wisatawan diharapkan dapat memperoleh pengetahuan yang baru (2) dan pengayaan pengetahuan (*enrichment*). Berbagai bentuk aktifitas dan atraksi wisata

dikemas secara menarik sebagai stimuli dalam kegiatan berwisata. Perkembangan wisata edukasi dikarenakan faktor kejenuhan akan praktek pembelajaran di kelas. Pendidikan dalam ruangan yang bersifat kaku dan formalitas dapat menimbulkan kebosanan, termasuk juga kejenuhan terhadap rutinitas. Pengembangan pendidikan di luar ruangan pada akhirnya menjadi faktor pendorong perkembangan konsep *edutainment*. Melalui *edutainment* maka proses pembelajaran dapat lebih cepat dimengerti dan diingat karena metodenya yang lebih menyenangkan. Oleh sebab itu, *edutainment* dijadikan sebagai alternatif baru kegiatan belajar sekaligus berwisata.

Daya tarik wisata Godong Ijo Asri merupakan salah satu contoh daya tarik yang menawarkan konsep *edutainment*. Berlokasi di Depok, daya tarik wisata ini menawarkan wisata edukasi dengan berbagai program dan permainan menarik serta aman untuk anak-anak, dengan menggabungkan unsur keindahan alam, budaya dan hiburan. Hal ini menjadikan Godong Ijo Asri dipilih oleh banyak sekolah sebagai tujuan wisata pendidikan.

Di tengah maraknya kemunculan daya tarik wisata dengan konsep sejenis, maka pengelola perlu terus mengembangkan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan. Untuk itu perlu terlebih dahulu

diidentifikasi potensi, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh daya tarik wisata.

Gambaran jelas tentang posisi bisnis daya tarik wisata, nantinya dijadikan sebagai pertimbangan dalam menyusun rencana bisnis yang strategis, sesuai dengan tujuan manajemen daya tarik wisata. Dengan demikian, dapat dilakukan perbaikan-perbaikan secara optimal dalam rangka meningkatkan kunjungan wisata. Evaluasi diri dilakukan melalui analisis SWOT untuk mengetahui *strength* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunity* (peluang), serta *threat* (ancaman).

Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui potensi daya tarik wisata Godong Ijo Asri, serta upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan potensinya.

Tinjauan Pustaka

Keberadaan daya tarik wisata merupakan salah satu faktor penting yang memotivasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata. Keunikan dan keindahan daya tarik wisata menjadi faktor pendorong kunjungan wisatawan. Oleh karenanya pengelolaan suatu destinasi wisata seringkali berfokus pada pengembangan daya tarik wisata. Daya tarik wisata adalah dasar bagi kepariwisataan, tanpa adanya obyek wisata di suatu daerah kepariwisataan sulit untuk dikembangkan.

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pengertian daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Marpaung (2002) mendefinisikan bahwa daya tarik wisata adalah suatu bentuk atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk dapat datang kesuatu tempat daerah tertentu.

Menurut Suwanto (2004) daya tarik wisata berdasar pada (1) adanya keunikan,

keindahan serta suasana yang nyaman sebagai motivasi adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih; (2) adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat dikunjungi; (3) adanya ciri khusus spesifikasi yang bersifat langka; (4) adanya sarana dan prasarana pengunjung untuk melayani para wisatawan yang hadir; (5) obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya; serta (5) obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada lampau.

Potensi Daya Tarik Wisata

Sukardi menjelaskan potensi wisata sebagai segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut (Wisnawa, 2011). Potensi wisata ini akan menjadi keunggulan komparatif (*comparative advantage*) suatu daya tarik wisata dibandingkan dengan wilayah lainnya.

Perencanaan pengembangan potensi wisata tentu saja harus dilakukan secara sistematis dalam rangka mendapatkan manfaat yang optimal. Pengembangan dilakukan dengan mempertimbangkan penilaian terhadap daya tarik wisata, melalui pengumpulan informasi secara sistematis mengenai keunikan dan keunggulannya, yang menjadi pendorong wisatawan untuk berkunjung, sekaligus mengidentifikasi kelemahan, peluang, serta tantangan yang ada di sekitarnya.

Menurut Inskeep (2006) daya tarik wisata dapat dikembangkan, apabila memiliki syarat-syarat sebagai berikut atau lebih dikenal 5A yaitu:

1. Aksesibilitas (*how to get there*) dipahami sebagai faktor-faktor yang memudahkan wisatawan untuk tiba di suatu daya tarik wisata. Aksesibilitas mencakup di dalamnya kemudahan dan keragaman moda transportasi, kondisi jalan (akses) ke lokasi, dan sebagainya.
2. Akomodasi (*where to stay*)

Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. Dengan adanya sarana ini, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati obyek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relative lebih lama. Informasi mengenai akomodasi ini mempengaruhi penilaian wisatawan. Semakin beragam alternative pilihan jenis akomodasi, harga, jumlah kamar, fasilitas, dan lain sebagainya, akan semakin menciptakan peluang untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

3. Atraksi (*what to see*) Atraksi dapat digolongkan menjadi dua yaitu *site attraction* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan *event attraction* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasi dapat dipindah dengan mudah seperti festival, pemeran atau pertunjukan kesenian daerah. Semakin unik dan beragam atraksi yang dimiliki, semakin baik pula penilaian wisatawan terhadap daya tarik wisata tersebut. Umumnya atraksi wisata yang tersedia disesuaikan dengan karakteristik daya tarik wisata.
4. Aktivitas
Suatu daya tarik wisata tidak akan terpisah dari aktivitas karena setiap obyek wisata pasti memiliki suatu kegiatan yang dapat dilakukan di obyek wisata itu sendiri. Selain atraksi wisata, umumnya wisatawan tertarik berkunjung ke suatu daya tarik wisata didorong oleh keinginan melakukan aktifitas wisata. Keragaman aktifitas wisata juga menjadi fokus penilaian wisatawan terhadap keberadaan suatu daya tarik wisata.
5. *Amenitas*
Fasilitas wisata merupakan hal-hal penunjang terciptanya kenyamanan wisatawan untuk dapat mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. *Amenitas* mencakup di dalamnya ketersediaan restoran, ruang

informasi, air bersih, kebersihan, toko cinderamata, dan lain sebagainya.

Daya Tarik Wisata Edukasi

Wisata edukasi (*edutourism*) termasuk dalam jenis wisata minat khusus (*special interest tour*) yang tujuan utama wisatawan adalah untuk memperoleh pengalaman pembelajaran secara langsung di daya tarik wisata tersebut. Menurut Direktorat Jenderal PHKA, *edutourism* merupakan diversifikasi daya tarik wisata dari wisata alam (ekowisata) yang bertujuan untuk memperluas dan memperbanyak produk wisata alam (Ditjen PHKA, 2001). Terdapat 3 komponen penting dalam wisata edukasi yaitu instruksi, mengajar, and belajar.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis, baik faktor internal yang mencakup kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), serta faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Analisa SWOT selanjutnya akan membandingkan faktor internal dan eksternal, sehingga dapat dirumuskan keputusan strategis perusahaan, dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Marimin, 2000).

Pembahasan

Godong Ijo Asri dengan motto "*Nursery The Green Globe Inspiration*" merupakan salah satu *nursery* terbesar di Indonesia yang sukses mengembangkan berbagai jenis tanaman hias. Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri saat ini menjadi pusat pengembangan serta kontraktor Vertical Garden Nomor 1 di Indonesia yang lebih dikenal dengan nama *Taman Vertikal Indonesia* atau *Vertical Garden Indonesia*. Dengan mengusung konsep *edutainment*, daya tarik wisata ini memiliki aktifitas dan atraksi wisata yang berorientasi kepada pembelajaran dan pengayaan pengetahuan pengunjung.

Analisis SWOT Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri Depok Kekuatan atau *Strength*

1. Daya tarik wisata Godong Ijo Asri memiliki daya tarik wisata alam berupa pemandangan alam yang indah dan masih asri, yaitu dikelilingi pohon dan tanaman campuran dan menjadi salah satu *nursery* terbesar di Indonesia yang sukses mengembangkan berbagai jenis tanaman hias.
2. Ketersediaan fasilitas yang cukup lengkap di Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri ini. Fasilitas yang disediakan guna memberi kenyamanan dan kepuasan bagi pengunjung antara lain adalah papan petunjuk di dalam wana wisata Godong Ijo Asri, jalan setapak yang rapi, toilet, mushola, tempat parkir, restoran, bangku, wastafel, aula.
3. Fokus pada *edutainment* dan *ecotainment*, menerapkan media atau sarana belajar yang edukatif namun santai, bermain sambil belajar di alam terbuka.
4. Kebersihan di area wisata cukup baik.
5. Paket wisata edukasi yang beragam antara lain membuat koki cilik, dokter cilik, robotik, bermain angklung, pojok reptil, bermain keramik, melukis, outbound, permainan tradisional dan program edukasi lainnya
6. Wisata pemancingan yang dikombinasikan dengan kegiatan rekreasi keluarga yang menawarkan koleksi monster fish, sebagai salah satu ikan air tawar raksasa, dengan berat minimal 20 kg/ekor.
7. Aksesibilitas yang baik. Daya tarik wisata ini berlokasi strategis, karena terletak di pinggir jalan raya dan tersedia alat transportasi umum, sehingga memudahkan wisatawan berkunjung.

Kelemahan atau *Weakness*

1. Kurangnya kegiatan promosi. Kegiatan promosi merupakan faktor penting bagi pelaku usaha untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, maka kegiatan promosi harus

dilakukan secara berkesinambungan. Kegiatan promosi saat ini dilakukan secara terbatas.

2. Pemanfaatan lahan untuk kegiatan wisata yang sempit
Lahan keseluruhan Godong Ijo Asri yaitu 3 Ha. Namun untuk kegiatan *agrowisata ecotainment*, lahan yang dipakai hanya sekitar 1 Ha, sisanya digunakan sebagai tempat produksi, show room tanaman hias serta pemancingan. Hal tersebut menyebabkan peserta akan bermain dan melakukan kegiatan berulang kali ditempat yang sama. Selain itu sempitnya lahan menyebabkan perusahaan untuk menyalahi keterbatasan lahan untuk *agrowisata ecotainment* adalah dengan mengadakan kegiatan tour keliling mengunjungi tempat produksi tanaman hias seperti *mist room*, *green house*, dan show room tanaman hias. Oleh sebab itu di dalam hal lahan yang luas, *agrowisata ecotainment* dinilai kurang.
3. Kurangnya ketersediaan fasilitas permainan
Godong Ijo Asri tidak memiliki fasilitas permainan untuk *agrowisata ecotainment*. Saat ini, cara perusahaan untuk mengatasi kelemahan berupa kurang fasilitas, disiasati dengan bekerja sama dengan trainer outbound. Oleh sebab itu dalam hal ketersediaan fasilitas permainan, *agrowisata ecotainment* dinilai rendah.

Peluang atau *Opportunity*

1. Maraknya peliputan mengenai objek wisata pada stasiun televisi dan media massa, dapat digunakan sebagai cara promosi yang efektif. Saat ini banyak stasiun televisi dan media massa yang memiliki program acara maupun topik peliputan mengenai objek wisata. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan kerjasama dengan menawarkan *agrowisata ecotainment* sebagai objek liputan.
2. Pemanfaatan internet untuk pemasaran. Pemanfaatan teknologi berupa internet memberikan keuntungan bagi perusahaan, saat ini, internet digunakan Godong Ijo Asri

untuk melakukan promosi dengan pembuatan *website* dan *email* maupun untuk pencarian informasi pasar dan pesaing.

3. Adanya trend *back to nature* dan trend wisata pendidikan.

Adanya trend *back to nature* menyebabkan masyarakat lebih tertarik kepada hal-hal yang berkaitan dengan alam, termasuk dalam memilih sarana rekreasi. Agrowisata *Ecotainment* maupun konsep pendidikan yang sesuai dengan trend yang tengah berkembang di masyarakat.

4. Bekerja sama dengan sekolah Dewasa ini kegiatan belajar berorientasi lingkungan (outbound) menjadi tren sebagai bagian dari metode pembelajaran yang dikembangkan di sekolah, terutama sekolah tingkat dasar. Sekolah secara berkala mengadakan kegiatan belajar di daya tarik wisata yang menawarkan atraksi wisata edukasi. Hal ini menjadi peluang bagi pengelola daya tarik wisata Godong Ijo Asri untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Untuk itu manajemen dapat menjajaki peluang kerjasama dengan pihak sekolah.
5. Meningkatkan jumlah wisatawan dengan melakukan beragam kegiatan promosi. Perlu dijajaki peluang-peluang untuk mengembangkan dan melaksanakan beragam kegiatan promosi yang dimungkinkan dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung; antara lain penggunaan media social secara intensif dan masif, pemberian harga diskon bagi pengunjung grup, dan lain-lain.
6. Bekerja sama dengan akomodasi yang dekat dengan daya tarik wisata
Ketersediaan akomodasi di sekitar daya tarik wisata merupakan elemen penting, terutama bagi wisatawan yang berasal dari kota yang berbeda. Saat ini, Godong Ijo Asri belum memiliki fasilitas akomodasi. Untuk mengakomodir kebutuhan fasilitas akomodasi, manajemen dapat melakukan kerjasama dengan beberapa pengelola akomodasi yang berada di sekitar wilayah

Depok. Contohnya kerjasama dengan Ina Grow letaknya 2km atau 15-20 menit.

7. Ketersedianya angkutan umum. Beberapa jenis dan trayek angkutan umum melewati daya tarik wisata ini, sehingga memudahkan akses pengunjung menuju lokasi.

Ancaman atau Threat 1.

Keluhan dari pelanggan.

Keluhan dari pelanggan memberikan dampak yang besar bagi kredibilitas perusahaan di mata pelanggan lainnya. Tren meningkatnya penggunaan media social perlu menjadi perhatian khusus bagi pengelola daya tarik wisata. Pengunjung yang tidak merasa puas saat berada di suatu daya tarik wisata, banyak yang mengunggah keluhannya melalui media social yang dengan mudah diakses oleh banyak orang. Kondisi ini menjadi kontra produktif dengan kegiatan promosi yang dilakukan.

2. Banyaknya daya tarik wisata yang mengusup konsep sejenis di wilayah sekitar Godong Ijo Asri. Daya tarik wisata Godong Ijo Asri bersaing dengan banyak sarana rekreasi dengan konsep agrowisata, antara lain Telaga Arwana Cibubur, Kampung 99 Pepohonan, D'kandang dan Taman Wiladatika Cibubur.

Analisa Faktor Internal- Eksternal Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri Depok

Berdasarkan analisa potensi daya tarik wisata Godong Ijo Asri di atas, berikut penulis membuat tabel berdasarkan faktor internal dan eksternal dengan menggunakan bobot, rating, dan skor. Bobot dan rating dinilai langsung oleh pihak pengelola Godong Ijo Asri. Sedangkan skor diperoleh dari hasil perkaitan antara bobot dengan rating.

Godong Ijo Asri memiliki 7 kekuatan dan 3 kelemahan yang berasal dari faktor internal. Kekuatan pertama yaitu pemandangan alam yang indah dan masih asri. Hal tersebut menurut pengelola dikarenakan tempat Godong Ijo Asri yang dikelilingi banyak pohon.

Pengunjung dapat menikmati atraksi natural yaitu pemandangan alam yang masih sangat alami dan indah atau ruang terbuka hijau. Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri dirancang sedemikian untuk menciptakan suasana hijau dan nyaman, dimana pohon-pohon besar yang hijau dan rindang sehingga memberi pemandangan yang alami. Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri memiliki wisata edukasi yang menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke lokasi Godong Ijo Asri. Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri mempunyai berbagai flora dan fauna yang langka dan beranekaragam. Godong Ijo Asri juga dikenal dengan vertical garden.

Kekuatan kedua adalah ketersediaan fasilitas yang cukup lengkap. Keberadaan daya tarik ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas wisata yang mendukung atraksi dan aktifitas wisata yang ditawarkan. Selain itu berbagai fasilitas pendukung lain, seperti ketersediaan lapangan parkir yang memadai, sarana informasi, toilet, dan lain sebagainya menjadi kekuatan bagi keberadaan daya tarik wisata ini.

Kekuatan lainnya yang dimiliki oleh daya tarik wisata ini adalah kegiatan pendidikan. Mengusung konsep *edutainment dan ecotainment*, daya tarik wisata ini menawarkan berbagai macam aktifitas dan atraksi wisata yang berorientasi pada unsur edukatif. Kegiatan pengenalan lingkungan, flora dan fauna, membuat keramik, bermain angklung, bermain wayang, dan lainlain menjadi kekuatan. Pihak pengelola memberikan rating 4 karena poin pertama ini dianggap sebagai kekuatan terbesar yang dimiliki oleh daya tarik wisata ini.

Godong Ijo Asri memiliki aksesibilitas yang baik. Aksesibilitas menurut Black dalam Azis (2012) merupakan ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahnya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Daya tarik wisata ini terletak di wilayah Bojongsari Depok. Letaknya yang strategis di pinggir jalan raya serta dilewati dengan berbagai jenis angkutan umum dan trayek, memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasinya. Faktor ini menjadi

kekuatan bagi keberadaan daya tarik wisata ini. Penilaian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Indayati *et. al* (2016) yang menjelaskan bahwa faktor lokasi menjadi alasan kunjungan wisatawan.

Kelemahan pertama adalah kegiatan promosi yang dinilai kurang optimal dan dilakukan masih terbatas. Kegiatan promosi bagi pelaku usaha merupakan unsur yang penting dalam rangka memasarkan produknya. Dengan mengkomunikasikan produknya, maka diharapkan maka pelaku usaha memiliki kesempatan untuk meyakinkan konsumen untuk membeli produknya. Oleh karenanya, kegiatan promosi menjadi hal penting yang harus dilakukan oleh pelaku usaha agar dapat menjaga eksistensinya.

Kelemahan kedua adalah keterbatasan lahan. Dari total lahan tersedia seluas 3 hektar, untuk kebutuhan wisata baru memanfaatkan 1/3 lahan. Lahan tersebut masih dinilai kurang mengingat kebutuhan lahan yang cukup besar untuk kegiatan wisata yang ditawarkan.

Kelemahan yang terakhir adalah adalah kurangnya ketersediaan fasilitas permainan dengan bobot 0.10 rating 4 dan skor 0.40. Gambaran jelas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Matriks EFAS Godong Ijo Asri

No	Internal Faktor	Bobot nilai	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1.	Pemandangan alam yang indah dan masih asri	0.10	4	0.40
2.	Ketersediaan fasilitas yang cukup lengkap	0.08	3	0.24
3.	Kegiatan edutainment dan ecotainment	0.15	4	0.60
4.	Kebersihan yang terjaga di objek wisata ini	0.10	3	0.30
5.	Banyaknya	0.08	3	0.24

	aktivitas wisata yang dapat dilakukan			
6.	Tersedianya tempat pemancingan	0.10	3	0.30
7.	Lokasi strategis	0.10	3	0.30
	Jumlah	0.71	23	2.38
No	Kelemahan (weakness)	Bobot Nilai	Rating	Skor
1.	Kegiatan promosi kurang optimal	0.09	2	0.18
2.	Lahan yang sempit	0.10	4	0.40
3.	Kurangnya ketersediaan fasilitas permainan	0.10	4	0.40
	Jumlah	0.29	10	0.98
	Total	1	33	3.36

Selain analisa berdasarkan sisi internal, maka analisa juga dilakukan dengan melihat pada sisi eksternal yang mencakup pada adanya peluang dan ancaman. Maraknya peliputan mengenai objek wisata pada stasiun televisi dan media menjadi peluang yang dimiliki oleh daya tarik wisata ini. Selain itu, perkembangan teknologi informasi memberikan peluang untuk pemanfaatan internet untuk pemasaran dinilai menjadi peluang bagi pengembangan daya tarik wisata. Perkembangan teknologi informasi mendorong penggunaan media sosial yang semakin masif di masyarakat. Hidup di kota besar dengan segala aspek rutinitas seringkali membuat orang menjadi jenuh, sehingga memerlukan kegiatan yang mampu melepaskan kejenuhan dari rutinitas. Kondisi perkotaan yang penuh dengan polusi, menjadi alasan berkembangnya *trend back to nature* dimana orang menikmati rekreasi yang berorientasi pada lingkungan. Selain rekreasi, berkembang pula trend wisata pendidikan. Hal ini dinilai sebagai peluang bagi manajemen untuk terus mengembangkan atraksi dan aktifitas wisata dalam rangka menarik pengunjung.

Dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung, pihak manajemen menyadari peluang untuk bekerja sama dengan

sekolahsekolah sebagai bagian dari kegiatan promosi. Manajemen menyadari pentingnya kegiatan promosi dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan. Dewasa ini kegiatan berwisata sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat perkotaan. Hal ini yang mendorong berkembangnya usaha daya tarik wisata dengan berbagai macam penawaran atraksi dan aktifitas wisata yang bisa dinikmati. Pada satu sisi, kondisi ini menimbulkan kompetisi bagi pelaku usaha bidang pariwisata untuk terus meningkatkan penawaran dan pelayanan bagi wisatawan. Untuk mengkomunikasikan hal tersebut, maka kegiatan promosi mutlak dilakukan.

Menurut teori 5A, keberadaan akomodasi di lingkungan suatu daya tarik wisata menjadi elemen yang penting. Gedong Ijo Asri tidak memiliki sarana akomodasi yang dikelola secara mandiri. Untuk memenuhi kebutuhan itu, maka perlu dilakukan kerja sama dengan pengelola akomodasi berada di lokasi yang berdekatan dengannya. .

Aksesibilitas merupakan faktor penting dalam perkembangan suatu daya tarik wisata. Ketersediaan transportasi dan kelayakan jalan menuju ke lokasi menjadi faktor pendorong orang berkunjung ke suatu daya tarik wisata. Dengan lokasi yang strategis serta kemudahan akses kendaraan umum dari berbagai wilayah, baik Jakarta, Tangerang, dan Depok, menjadikan hal ini sebagai peluang bagi Gedong Ijo Asri untuk tetap dan terus berkembang.

Poin yang dinilai sebagai ancaman bagi manajemen daya tarik wisata adalah keluhan dari pengunjung. Pengunjung yang memiliki masalah/kesulitan selama berada di Godong Ijo Asri akan memberikan opini negative terhadap manajemen. Hal ini akan berdampak buruk bagi keberadaan daya tarik wisata. Untuk itu, manajemen dituntut untuk menjamin kepuasan pengunjung saat berada di Godong Asri Ijo. Selain memebrikan peran penting untuk pemasaran dan promosi, penggunaan media sosial dewasa ini menjadi alat komunikasi efektif di masyarakat. Pengunjung yang tidak puas saat berada di daya tarik wisata, umumnya

mereka secara responsive menginformasikannya melalui media sosial. Hal ini dapat memberikan opini negatif terhadap manajemen dan keberadaan Godong Asri Ijo dan berpotensi untuk kehilangan pengunjung potensial lainnya, dan beralih ke kompetitor. Ancaman terjadinya keluhan pengunjung diberikan bobot 0.05 rating 2 dan skor 0.1. Selain keluhan pengunjung, keberadaan daya tarik wisata yang mengusung konsep sejenis, khususnya yang berada di wilayah Depok menjadi ancaman bagi eksistensi Godong Asri Ijo. Data penilaian terkait dengan faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Matriks EFAS

No	Eksternal Faktor	Bobot Nilai	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1.	Maraknya peliputan mengenai objek wisata pada stasiun televisi dan media	0.10	3	0.30
2.	Pemanfaatan internet untuk pemasaran	0.15	3	0.45
3.	Adanya trend back to nature dan trend wisata pendidikan	0.10	2	0.20
4.	Bekerja sama dengan sekolahsekolah	0.15	4	0.60
5.	Meningkatkan jumlah wisatawan dengan melakukan beragam kegiatan promosi	0.10	3	0.30
6.	Bekerja sama dengan akomodasi yang dekat dengan objek wisata ini	0.10	2	0.20
7.	Ketersediaan angkutan umum	0.10	3	0.30
	Jumlah	0.80	20	2.35
Ancaman (<i>Threats</i>)				
No	Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot Nilai	Rating	Skor
1.	Keluhan dari pelanggan	0.05	2	0.10

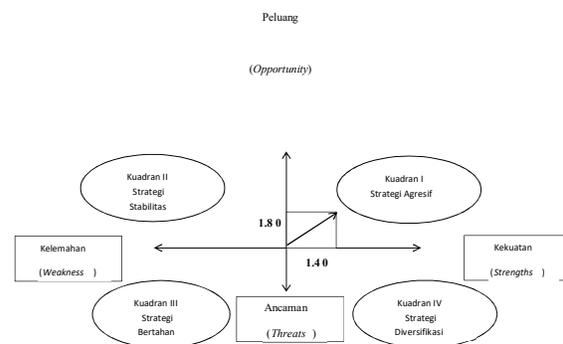
2.	Banyaknya objek rekreasi anak dengan konsep agrowisata	0.15	3	0.45
	Jumlah	0.20	5	0.55
	Total	1	25	2.90

Grafik SWOT Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri Depok

Berdasarkan pada matriks IFAS dan EFAS maka diperoleh nilai yang digunakan untuk menentukan posisi Godong Ijo Asri sebagai berikut:

$$\text{Kekuatan (strength) - Kelemahan (Weakness) = } 2.38 - 0.98 = 1.40$$

$$\text{Peluang (Opportunity) - Ancaman (Threat) = } 2.35 - 0.55 = 1.80$$



Gambar 1. Grafik SWOT

Grafik SWOT menunjukkan bahwa posisi Godong Ijo Asri berada pada kuadrat I sehingga strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan potensi wisata tersebut adalah strategi SO yaitu strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

Setelah mengetahui posisi strategi yang harus diterapkan di kuadran SWOT yang terletak di kuadran satu dimana strategi yang paling sesuai adalah strategi agresif.

Selanjutnya, dilakukan penyusunan beberapa alternatif strategi antara lain yaitu :

1. Menambah dan memperbarui aktivitas permainan di dalam objek wisata Godong Ijo Asri untuk menambah kepuasan bagi pengunjung yang datang.
2. Perbaikan pada fasilitas-fasilitas yang tidak memadai untuk digunakan agar layak digunakan dan pengunjung memiliki kesan yang baik setelah berkunjung dari Godong Ijo Asri.
3. Selalu mengembangkan semua prasarana dan sarana yang ada di Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri untuk menambah kepuasan bagi pengunjung yang datang.
4. Membangun akomodasi di dalam Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri seperti cottage.
5. Meningkatkan kerjasama dengan sekolah-sekolah, event organizer (EO), penginapan maupun pihak-pihak lainnya.
6. Membuat event-event atau acara di lokasi Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri sehingga secara tidak langsung sudah memperkenalkan Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri ini, dengan datangnya orang maupun hanya sekedar menyaksikan atau yang ikut serta dalam acara tersebut.

Upaya Apa Yang Perlu Dilakukan Untuk Meningkatkan Potensi Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri Depok

Setelah mengetahui posisi strategi yang harus diterapkan di kuadran SWOT yang terletak di kuadran I, dimana strategi yang paling sesuai adalah strategi agresif. Penulis menyusun beberapa faktor yang menjadi kelemahan daya tarik wisata ini dan upaya yang harus dilakukan pengelola guna meningkatkan potensi wisata di Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri. Berikut adalah uraiannya:

1. Perbaikan/peningkatan amenities Dalam menanggapi permasalahan ini, pengelola harus memperluas area mushola yang terdapat di daya tarik wisata Godong Ijo Asri ini. Hal ini dimaksud agar tidak terjadi antrian pada saat wisatawan muslim ingin melaksanakan ibadah

sholat terutama pada musim liburan dan akhir pekan yang mana tempat ini sangat ramai dikunjungi. Hal ini juga agar dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang menggunakannya.

2. Tidak tersedianya akomodasi di dalam Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri Upaya yang harus dilakukan pengelola adalah menghadirkan sebuah penginapan agar pengunjung yang datang dari jauh atau luar kota yang ingin lebih lama menikmati kota Depok tidak perlu jauh-jauh mencari penginapan di luar sana.
3. Menambah atraksi wisata Hal ini dilakukan agar dapat menarik minat pengunjung dan menyajikan atraksi yang berbeda dengan daya tarik wisata lain yang sejenis dengan Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri. Atraksi yang perlu ditambah terutama yang berkaitan dengan edukasi, sesuai dengan visi dan misi dari daya tarik wisata ini. agar pengunjung lain yang datang dapat ikut aktif melakukan dan merasakan kegiatan edukasi di Godong Ijo Asri, maka akan lebih baik jika pengelola juga menawarkan beberapa kegiatan edukasi yang lebih terbuka tanpa harus mendaftar dalam paket wisata, namun tetap berbayar dengan harga yang sebanding atau sesuai kegiatan yang ditawarkan, contohnya seperti kegiatan tanam menanam, dikarenakan Godong Ijo Asri dibangun untuk memperkenalkan jenis – jenis tanaman langka, praktek membuat boneka potty, membuat vertical garden, serta kegiatan edukasi lainnya untuk lebih menonjolkan sifat edukasi dari tempat wisata itu sendiri.
4. Toko Cenderamata Ini termasuk sarana penting yang berkaitan dengan perkembangan pariwisata sebuah objek wisata. Toko cenderamata yang menjual souvenir khas barang-barang yang berkaitan dengan suatu objek wisata atau suatu daerah berfungsi juga untuk memberikan kenangan atau kesan menarik untuk pengunjung yang datang

- Menambah dan memperbarui aktivitas permainan
Upaya yang harus dilakukan adalah memperbarui permainan yang tidak layak untuk digunakan dan menambah permainan baru didalam objek wisata Godong Ijo Asri untuk menambah kepuasan bagi pengunjung yang datang.

Simpulan

Setiap pelaku usaha perlu melakukan evaluasi diri dalam rangka menetapkan posisi bisnisnya. Hal ini dilakukan dengan cara menganalisa seluruh hal-hal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dimilikinya. Hasil analisa selanjutnya dapat digunakan sebagai feedback bagi manajemen dalam rangka menetapkan strategi perbaikan dan pengembangan produk.

Grafik SWOT menunjukkan bahwa posisi Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri berada pada kuadran I yang menunjukkan perlunya strategi agresif, dimana daya tarik wisata memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pengelola harus membenahi segala faktor yang menjadi kelemahan khususnya fasilitasfasilitas pendukung agar dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan pada saat berkunjung ke tempat ini. Selain itu, pengelola perlu menambahkan segala bidang seperti aspek atraksi wisata, sarana dan prasarana, akomodasi, aktivitas wisata. Hal tersebut akan berdampak pada tingginya minat wisatawan untuk berkunjung ke Daya Tarik Wisata Godong Ijo Asri, seperti mengadakan event festival budaya nusantara sebagai hiburan, menambah variasi atraksi wisata, akomodasi di dalam daya tarik wisata.

Daftar Pustaka

Azis, Rudi dan Asrul. 2014. *Pengantar Sistem dan Perencanaan Transportasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Bhuiyan MAH, Islam R, Siwar C, Ismail SM. 2010. *Educational Tourism and Forest Conservation: Diversification for Child Education*. Procedia Social and Behavioral Sci.

Direktorat Jendral PHKA. 2001. *Balai Taman Nasional Lore. Lindu Buku Panduan Direktorat Jendral Perlindungan Hutan Dan Konservasi Alam*. Jakarta: Direktorat Jendral PHKA.

Indayati, Endang Edi Rahaju, Mintarti Indartini. 2016. *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Kunjungan Wisata Madiun Ngumbul Square*. EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akutansi Volume 5 Nomor 1 Maret 2016; ISSN : 230-4747.

Inkeep, Eduard. 2006. *Tourism Planning: An Integrated And Sustainable Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold. Inc.

Marimin. 2000. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan: Kriteria Majemuk*. Jakarta: Grasindo.

Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Pariwisata Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Wisnawa, I Made Bayu. 2011 *Potensi Wisata Mendek Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kecamatan Selemadeg Tabanan, Bali*. Jurnal Perhotelan dan Pariwisata STIPAR – Triatma Jaya Vol. 1-5 Tahun 2011-2015. Di akses pada tanggal 20 Desember 2017.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan

www.godongijo.co.id (Diakses 20 Juli 2017)