

## STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BANTOROYO

ROZI YULIANI, MOCH. ABDI

Fakultas Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat  
rozi.rocky@gmail.com

**Abstract:** *The data collection method is carried out by means of documentation from various secondary sources, including; news in newspapers and mass media, journals and books to look for concepts and theories that are closely related to the problems studied. This research aims to determine opportunities for object development tourism as well as to find out strategies that can be used by managers in developing the Banto Royo tourist attraction which is located in Agam Regency, West Sumatra. The type of research used in this research is descriptive qualitative using the SWOT analysis method to analyze systematically and see the extent to which tourist attraction development strategies are implemented in increasing interest in visits based on strengths, weaknesses, opportunities and threats. The main strategy produced is to make the best use of natural beauty with exotic views to attract the attention of local people, domestic and foreign visitors as well as utilizing local workers to explore a combination of natural and artificial potential to increase the number of visits. Apart from that, it provides restaurants, accommodation and other adequate facilities for domestic and foreign visitors so that visitors feel at home for a long time staying in the Banto Royo tourist attraction area. Apart from that, providing adequate transportation to and during the Banto Royo tourist attraction so that it becomes an easy destination for visitors. So in the IE matrix it is illustrated that the Banto Royo tourist attraction is currently in a growth position (concentration through horizontal integration or stability), namely growth or development, which is an incentive strategy such as market penetration, market development and forward development and product development or an integrated strategy such as backward integration and Horizontal Integration*

**Keywords:** *Strategy, Development, Tourist Attractions, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

**Abstrak:** Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi dari berbagai sumber sekunder, antara lain; berita di koran dan media massa, jurnal dan buku untuk mencari konsepsi-konsepsi dan teori-teori yang berhubungan erat dengan permasalahan yang diteliti, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang pengembangan objek wisata serta untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan oleh pengelola dalam pengembangan objek wisata Banto Royo yang terletak di Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk menganalisa secara sistematis dan melihat sejauh mana penerapan strategi pengembangan objek wisata dalam meningkatkan minat kunjungan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Strategi utama yang dihasilkan adalah memanfaatkan keindahan alamiah dengan pemandangan yang eksotis sebaik-baiknya untuk menarik perhatian masyarakat setempat, pengunjung domestik dan mancanegara serta memanfaatkan tenaga kerja local untuk mengeksplor kombinasi potensi alam dan buatan untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Selain itu menyediakan rumah makan, akomodasi serta fasilitas lainnya yang memadai untuk pengunjung domestik maupun mancanegara agar pengunjung betah berlama-lama tinggal di kawasan objek wisata Banto Royo. Selain itu menyediakan transportasi yang memadai ke dan selama di objek wisata Banto Royo agar menjadi tujuan destinasi yang memudahkan bagi pengunjung. Sehingga dalam matrix IE tergambar bahwasany objek wisata Banto Royo saat ini ada di posisi growth (konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas) yaitu bertumbuh atau membangun yang mana adalah strategi insentif seperti market penetration, Market Developmen dan Forward Development dan Product Development atau strategi terintegrasi seperti backward integration dan Horizontal Integration

**Kata Kunci:** Strategi, pengembangan, objek wisata,, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman

## A. Pendahuluan

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan alam mulai dari alam bebas, satwa, pulau, pantai, gunung dan masih banyak lagi. Selain kekayaan alam, Sumatera Barat memiliki kekayaan sumber daya manusia yang memiliki keinginan yang cukup tinggi untuk membangun Sumatera Barat ini melalui sector pariwisata. Beberapa objek wisata baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta mulai bermunculan dengan berbagai ide, konsep maupun gagasan yang dituangkan ke dalam sebuah objek wisata. Salah satu objek wisata yang berbasis masyarakat yang berawal dari ide, gagasan dan konsep dari sekelompok masyarakat berhasil membius para wisatawan local, namanya adalah Taman Bermain Bantoroyo. Taman bermain ini berlokasi di Jl. Kaluang Tapi, Koto Tangah, Kec. Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat.

Objek wisata banto royo ini dibuka untuk umum pada tanggal 28 Oktober 2018, luas objek wisata ini adalah sekitar 6,2 ha dengan permukaan rawa. Namun dengan berbagai ide, gagasan dan konsep membuat permukaan rawa tersebut diolah sedemikian rupa sehingga objek wisata ini siap menerima pengunjung. Objek wisata banto royo ini memiliki konsep dikelola oleh, dari dan untuk masyarakat. Hal ini terwujud berkat inisiator seorang Putra Kapau Bapak Andi Sahrandi. Berkat inisiasi beliau berbagai wahana permainan mulai dari anak-anak hingga dewasa disediakan ditempat ini seperti Fying fox, outbond, trampoline, dll. Namun setelah 5 tahun berlalu objek wisata banto royo ini sudah kurang diminati oleh pengunjung, hal ini terlihat dari menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata ini. Oleh karena itu objek wisata Banto Royo membutuhkan kajian dari berbagai pihak seperti peluang dan strategi pengembangan objek wisata banto royo yang disusun secara matang disertai dengan penanganan yang baik oleh pengelola maupun masyarakat sekitar. Peran masyarakat sangat diperlukan agar pengembangan Objek wisata banto royo ini dapat di wujudkan dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas perlu disadari oleh pengelola dan masyarakat yang memiliki peran penting dalam mengembangkan objek wisata banto royo ini. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan objek wisata ini agar memiliki daya saing untuk menarik minat kunjungan. Strategi sangat penting bagi pengelola untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Analisis dalam pengembangan strategi berdasarkan dimensi-dimensi strategi yang digunakan yaitu Tujuan, Kebijakan dan Program (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghosal:2003)

## B. Metodologi Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi dari berbagai sumber sekunder, antara lain;berita di koran dan media massa, jurnal dan buku untuk mencari konsepsi-konsepsi dan teori-teori yang berhubungan erat dengan permasalahan yang diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah orang-orang mewakili terhadap focus penelitian ini. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT yaitu untuk melihat sejauh mana penerapan strategi pengembangan objek wisata banto royo untuk meningkatkan minat kunjungan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, menurut Rangkuti (1997) Analisa SWOT adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Maka aktivitas dalam analisis data adalah pengumpulan data, reduksi data dan kesimpulan.

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1.Kajian Teori

Strategi pengembangan adalah usaha yang menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang telah dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa teknik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu dan perilaku. Strategi pengembangan adalah usaha yang terencana dan berkelanjutan dan menerapkan ilmu perilaku untuk mengembangkan system dengan menggunakan metode-metode refleksi dan analisis diri. Strategi pengembangan merupakan

cara atau strategi yang digunakan oleh wadah atau tempat proses suatu perubahan berencana yang memerlukan dukungan semua pihak, antara lain pengelola dan karyawan dengan perubahan-perubahan itu diharapkan dapat berkembangnya dan meningkat kan suatu perusahaan, yang memerlukan usaha jangka pendek, menengah, dan panjang guna menghadapi perubahan yang akan terjadi di masa yang akan datang. Objek wisata merupakan keseluruhan aspek yang berada di kawasan tujuan wisata yang memiliki pesona yang menarik bagi orang-orang untuk datang mengunjungi tempat tersebut. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata, objek dan daya tarik wisata merupakan sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang berpotensi menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Karakteristik Objek Wisata Merujuk pada desa wisata, objek wisata yang bisa dikembangkan akan memberikan contoh yang baik bagi objek wisata lainnya, penetapan suatu wisata dijadikan sebagai objek wisata harus memenuhi beberapa persyaratan, antara lain:

- a) Akses baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi.
- b) Memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata.
- c) Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap objek wisata serta para wisatawan yang datang.
- d) Keamanan objek wisata tersebut terjamin.
- e) Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.
- f) Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

## 2. Permasalahan dan Hasil

Permasalahan yang dihadapi di objek wisata Banto Royo adalah belum tersedianya alat transportasi umum dari pusat kota menuju objek wisata Banto Royo, dengan kata lain pengunjung yang ingin datang ke objek wisata banto royo harus menggunakan kendaraan pribadi. Jika pengunjung tidak menggunakan kendaraan pribadi maka akan sedikit kesulitan untuk akses menuju ke Banto Royo sehingga minat berkunjung menurun. Restaurant/rumah makan/café belum tersedia di objek wisata Banto Royo sehingga menyulitkan pengunjung untuk mencari makanan ketika sudah lelah bermain di objek wisata Banyo Royo. Akomodasi penginapan juga belum tersedia di sekitar objek wisata banto royo ini sehingga apabila pengunjung ingin menginap maka harus mencari penginapan di kota Bukittinggi yang berjarak sekitar 10 km dari Objek Wisata Banto Royo. Tenaga kerja juga dinilai oleh sebagian pengunjung yang sudah pernah datang berkunjung ke Banto Royo adalah kurang mendalami jiwa hospitality atau keramahtamahan. Pengembangan objek wisata Banto Royo ini harusnya bisa direncanakan dan disusun secara berkelanjutan mulai dari potensi, strategi, fasilitas hingga sumber daya manusia. Hal ini karena konsep organisasi yang sudah dijalankan yaitu dari, untuk dan oleh masyarakat. Namun hal ini belum dapat diwujudkan karena belum menemukan strategi yang tepat dalam mengembangkan objek wisata Banto Royo ini

**Table 1 Matrix SWOT**

<b>IFAS</b>	<p><b>Strength (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akses jalan menuju ke objek wisata Banto Royo sangat baik</li> <li>• Keindahan alamiah dengan pemandangan yang eskotis</li> <li>• Dukungan dari aparat dan masyarakat sekitar</li> <li>• Terjaminnya keamanan di objek wisata Banto Royo</li> <li>• Seluruh Tenaga kerja berasal dari masyarakat sekitar</li> </ul>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum ada transportasi umum menuju ke Banto Royo</li> <li>• Belum ada restaurant/rumah makan/cafe yang memadai</li> <li>• Belum tersedianya akomodasi di sekitar objek wisata</li> <li>• Tidak berhubungan dengan objek wisata lain</li> <li>• Tidak menerima tenaga kerja yang kompeten yang berasal dari daerah lain</li> </ul>
<b>EFAS</b>		

<p><b>Opportunity (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Potensi kombinasi wisata alam dan buatan di Sumatera Barat</li> <li>•Alternatif tempat rekreasi bagi masyarakat setempat</li> <li>•Destinasi wisata domestik dan mancanegara</li> <li>•Satu-satunya objek wisata di daerah itu</li> </ul>	<p><b>Strategi (SO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Memanfaatkan keindahan alamiah dengan pemandangan yang eksotis sebaik-baiknya untuk menarik perhatian masyarakat setempat, pengunjung domestik dan mancanegara</li> <li>•Memanfaatkan tenaga kerja local untuk mengeksplor potensi alam dan buatan untuk meningkatkan jumlah kunjungan</li> </ul>	<p><b>Strategi (WO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Menyediakan rumah makan dan akomodasi yang memadai bagi pengunjung domestik maupun mancanegara agar pengunjung betah berlama-lama tinggal di kawasan objek wisata Banto Royo</li> <li>•Menyediakan transportasi yang memadai ke dan selama di objek wisata Banto Royo agar menjadi tujuan destinasi yang memudahkan bagi pengunjung</li> </ul>
<p><b>Threat (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Pengadaan alat transportasi umum</li> <li>•Penyediaan akomodasi dan rumah makan/restoran/café atau sejenisnya yang memadai</li> <li>•Kemudahan, kebersihan, ketertiban dan kenyamanan bagi pengunjung</li> <li>•Persentase tenaga kerja dari luar kawasan objek wisata</li> </ul>	<p><b>Strategi (ST)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Menjaga kebersihan, kemudahan, ketertiban dan kenyamanan bagi pengunjung</li> <li>•Mengkombinasikan tenaga kerja local maupun luar kawasan objek wisata Bnto Royo agar bisa berbagi informasi dan kompetensi untuk terus memberikan pelayanan hospitality</li> </ul>	<p><b>Strategi (WT)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Memanfaatkan hubungan kerjasama dengan pemerintah ataupun swasta dalam menyediakan fasilitas transportasi ke objek wisata</li> <li>•Menyediakan fasilitas makan minum, penginapan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung</li> </ul>

Sumber : Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan matrix SWOT tersebut dapat disusun empat strategi utama yaitu strategi S-O (Strength-Opportunity), W-O (Weakness-Opportunity), S-T (Strength-Threat) dan W-T (Weakness-Threat)

- 1.Strategi S-O (Strength-Opportunity) yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan kekuatan dan peluang tersebut maka terdapat alternative strategi bagi objek wisata Banto Royo yaitu memanfaatkan keindahan alamiah dengan pemandangan yang eksotis sebaik-baiknya untuk menarik perhatian masyarakat setempat, pengunjung domestik dan mancanegara untuk berkunjung dengan memanfaatkan peran serta masyarakat tenaga kerja lokal untuk mengeksplor potensi alam dan buatan untuk meningkatkan jumlah kunjungan
- 2.Strategi W-O (Weakness-Opportunity) yaitu diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Berdasarkan kelemahan dan peluang tersebut maka alternative strategi objek wisata Banto Royo adalah menyediakan rumah makan dan akomodasi yang memadai bagi pengunjung domestik maupun mancanegara agar pengunjung betah berlama-lama tinggal di kawasan objek wisata Banto Royo serta menyediakan transportasi yang memadai ke dan selama di objek wisata Banto Royo agar menjadi tujuan destinasi yang memudahkan bagi pengunjung
- 3.Strategi S-T (Strength-Threat) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Berdasarkan kekuatan dan ancaman tersebut makan alternative strategi bagi objek wisata Banto Royo adalah menjaga kebersihan,

kemudahan, ketertiban dan kenyamanan bagi pengunjung dan mengkombinasikan tenaga kerja local maupun luar kawasan objek wisata Banto Royo agar bisa berbagi informasi dan kompetensi untuk terus memberikan pelayanan hospitality

- 4.Strategi W-T (Weakness-Threat) ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Berdasarkan kelemahan dan ancaman tersebut maka terdapat beberapa alternative strategi yang digunakan oleh objek wisata Banto Royo yaitu memanfaatkan hubungan kerjasama dengan pemerintah ataupun swasta dalam menyediakan fasilitas transportasi ke objek wisata dan menyediakan fasilitas makan minum, penginapan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung

### 3.Pembahasan

Hasil penelitian tersebut merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti dengan pemenuhan persyaratan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif tentang bagaimana peluang dan strategi pengembangan objek wisata Banto Royo . Maka berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT yang menunjukkan tentang peluang dan strategi pengembangan objek wisata Banto Royo sebagai daerah tujuan wisata di Sumatera Barat, khususnya di Kabupaten Agam. Hal ini didukung oleh teori (Suryono) 2014 strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara- cara metode penggunaan sarana dan prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan prasarana nya dalam pengembangan objek wisata, pengelola harus melakukan berbagai upaya dalam pembangunan sarana dan prasarana pariwisata di objek wisata.

### D. Penutup

Terimakasih kepada objek wisata banto royo yang sudah berkenan menjadi objek dan lokasi penelitian. Berdasarkan pembahasan diatas maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Peluang objek wisata Banto Royo dapat menjadi satu-satunya potensi wisata kombinasi alam dan buatan di Kabupaten Agam jika di olah oleh tenaga kerja professional beserta dukungan dari tenaga kerja local beserta aparat desa dan masyarakat : 2) Strategi yang diterapkan oleh objek wisata Banto Royo sesuai analisis SWOT adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman

### Daftar Pustaka

- Bahar, H dan Marpaung, H. 2002 Pengantar Pariwisata. Bandung: Alfabeta  
Christian LSallo, RJ Poluan, Judy O Waani, 2016. Presepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Infrastruktur Di Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwai Provinsi Papua Barat. *Jurnal Teknik*.  
David, Fred R. 2009. Manajemen Strategis Konsep, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat  
Effendi. 1989. Metode Penelitian Survei. Jakarta. LP3ES  
Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta  
Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: Referensi (GP Press Group)  
Maleong, Lexy J, (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya  
Muhadjir Noeng. 1998. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Rake Sarasin.  
Neneng Komariah, Encang Saepudin, dan Pawit M. Yusup, "Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal," *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 2 (2018), 161  
Rangkuti, Freddy, 1997. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Rozalena, Agustin dan Sri Komala Dewi. 2016. Panduan Praktis Menyusun Pengembangan Karier dan Pelatihan Karyawan. Jakarta : Raih Asa Sukses.

- Sinaga, Supriono. 2010. Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatra Utara
- Spillane (1987:21): Pengertian Pariwisata. Bandung. Angkasa.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: CV. Alfabeta Yoeti, Oka, A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta, Pradaya Pratama
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta: Bandung
- Try Dian Novita, 2019. Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Fasilitas Obek Wisata Pencak Silat Bila Kabupaten Sidrap. *Jurnal Ilmu Ke Olah Ragaan*
- Yuliani, Rozi, and Moch Abdi. "STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOMESTAY RUMAH GADANG SUNGAI ANGEK, SIMARASOK, KABUPATEN AGAM, SUMATERA BARAT." *Ensiklopedia of Journal* 5.2 (2023): 339-345.
- Yuliani, Rozi, and Dewi Anggraeni. "STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA NGARAI KOTO BARANGAI SEBAGAI DAYA TARIK DI DESA WISATA BUKITAPIT KOTA BUKITINGGI." *Ensiklopedia of Journal* 2.4 (2020): 51-59.
- Yuliani, Rozi, et al. "STRATEGI PENGEMBANGAN PENGINAPAN LOKAL (HOMESTAY) UNTUK MENDUKUNG DESA WISATA KAMPUNG SARIBU GONJONG, KABUPATEN LIMA PULUH KOTA." *Menara Ilmu* 16.2 (2022).
- Wulandari, Dwi Pratiwi, Endah Trihayuningtyas, and Wisi Wulandari. "Pengembangan Waduk Jatiluhur Sebagai Kawasan Wisata Terpadu Kabupaten Purwakarta." *Rang Teknik Journal* 4.2 (2021): 383-397.
- Asty, Wina, Dwi Pratiwi Wulandari, and Dewi Anggraini. "Kemampuan daya dukung lingkungan fisik dan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan di Agrowisata Green House Lezatta Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat." *Ensiklopedia Social Review* 2.2 (2020): 227-232.
- Oknaryana, Oknaryana, et al. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode Triple Helix untuk Mendukung Program Revitalisasi Save Maninjau." *Jurnal Ecogen* 6.4 (2023): 566-575.
- Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata