

Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen

Asmi Faozi ✉, Apik Budi Santoso

Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Desember 2019
Disetujui Desember 2019
Dipublikasikan
April 2020

Keywords:

Strategy, Development,
Petruk Cave

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui unsur pengadaan (*supply*) dan permintaan (*demand*) objek wisata Goa Petruk di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen, dan 2) Menganalisis strategi dalam pengembangan objek wisata Goa Petruk di Kabupaten Kebumen. Populasi dari penelitian adalah seluruh pengunjung atau wisatawan objek wisata goa petruk serta pengelola objek wisata. Teknik pengambilan sampel untuk pengelola menggunakan *purposive sampling* sedangkan untuk wisatawan menggunakan *Incidental sampling*. Proses pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara, angket, observasi dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif persentase dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi unsur supply dan demand pada objek wisata Goa Petruk masuk kategori baik dan ada pula yang masih dalam kategori kurang baik. Sedangkan dari hasil analisis SWOT maka dapat diketahui bahwa Objek wisata Goa Petruk terletak pada Kuadran I, dengan nilai sumbu X sebesar 0,29 dan sumbu Y sebesar 0,53. Sehingga strategi yang perlu dilakukan adalah Growth Oriented Strategy yang artinya keadaan wisata dalam kondisi baik, akan tetapi harus meningkatkan faktor kekuatan dan memperbaiki faktor kelemahan sehingga dapat menangkap peluang.

Abstract

This study aims to 1) Know the elements of supply and demand of Petruk Cave tourism objects in the District of Kebumen District, and 2) Analyze strategies in developing Petruk Cave attractions in Kebumen Regency. The population of this research is all visitors or tourists of Petruk cave tourism object and tourism object management. The sampling technique for managers uses purposive sampling while for tourists it uses Incidental sampling. The process of collecting data is done by interview, questionnaire, observation and documentation. The analytical method used is descriptive analysis of percentages and SWOT analysis. The results showed that the condition of the elements of supply and demand in the Goa Petruk tourism object was in the good category and some were in the poor category. While from the results of the SWOT analysis it can be seen that Petruk Cave is located in Quadrant I, with an X axis value of 0.29 and a Y axis of 0.53. So the strategy that needs to be done is Growth Oriented Strategy, which means the condition of tourism in good condition, but it must increase the strength factor and improve the weakness factor so that it can capture the opportunities.

PENDAHULUAN

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu wilayah yang memiliki bentang alam karst, terbentang dari utara ke selatan mencakup Kecamatan Rowokele, Kecamatan Buayan dan Kecamatan Ayah dengan luas lahan karst sekitar 40,89 km² (SK Menteri ESDM No 3873 K/40/MEM/2014). Bentang alam karst tersebut dikenal dengan istilah kawasan karst gombang selatan.

Terdapat sekitar 175 Goa alami di kawasan karst gombang selatan dan hanya beberapa yang sudah dimanfaatkan untuk kegiatan wisata salah satunya adalah Goa Petruk yang terletak di Desa Candirenggo, Kecamatan Ayah. Objek wisata Goa Petruk memiliki potensi sumber daya alam yang unik dan masih terjaga kelestariannya. Didalam Goa ini terdapat stalaktit dan stalagmit yang mempunyai bentuk yang beragam dan memiliki kenunikan tersendiri. Didalam Goa ini juga terdapat sungai bawah tanah yang mengalir di sepanjang area Goa. Selain potensi alam juga terdapat potensi sumber daya buatan manusia seperti sarana dan prasarana untuk mendukung kegiatan pariwisata.

Objek wisata Goa Petruk merupakan jenis wisata alam minat khusus dengan daya tarik utama berupa keindahan ornamen goa. Data pengunjung objek wisata Goa Petruk dari tahun 2014-2018 menunjukkan bahwa pengunjung dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Pada tahun 2014 pengunjung adalah 9.830 pengunjung, kemudian tahun 2015 turun menjadi 9.071 pengunjung, tahun 2016 sebanyak 7.968 pengunjung, pada tahun 2017 hanya 7.803 pengunjung dan 2018 menjadi 6.516 pengunjung. Wisatawan atau pengunjung objek wisata Goa Petruk adalah wisatawan yang berasal dari dalam Kota atau Kabupaten maupun dari luar Kabupaten Kebumen.

Perumusan strategi pengembangan objek wisata Goa Petruk dapat dilakukan menggunakan analisis SWOT melalui pendekatan faktor internal dan eksternal, untuk selanjutnya dilakukan perumusan strategi menggunakan matriks SWOT, sehingga dapat diketahui arahan pengembangan objek wisata Goa Petruk.

Pengembangan kepariwisataan dapat berarti sebagai upaya penyediaan atau peningkatan fasilitas dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Pearce, 1983 dalam Sitaresmi, Tjahyono, dan Hayati, 2011:22). Menurut Douglas G Pearce (1983 dalam Santoso 2011: 39) suatu objek wisata jika akan di kembangkan maka harus ada unsur-unsur pengadaan (supply) yang meliputi, atraksi, transportasi atau aksesibilitas, akomodasi, fasilitas pelayanan dan infrastruktur.

Pengelolaan pariwisata harus memperhatikan keseimbangan antara sisi penawaran (supply) dan permintaan (demand). Menurut (Liu dalam Pitana dan Diarta 200:82), permintaan mengacu kepada pasar pariwisata, yaitu wisatawan tipe apa yang di sasar, berapa jumlah yang akan berwisata, di mana mereka menginap, berapa uang yang akan mereka keluarkan, kegiatan menarik apa yang mereka lakukan, dan sebagainya. Kunci sukses pariwisata adalah dengan cara menyeimbangkan sisi penawaran dan sisi permintaan.

Menurut Supriadi dan Roedjinandari (2017:162) strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti 2009:18).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) Mengetahui unsur pengadanan (supply) dan permintaan (demand) objek wisata Goa Petruk di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen, (2) Menganalisis strategi dalam pengembangan objek wisata Goa Petruk di Kabupaten Kebumen.

Manfaat dari penelitian ini diantaranya yakni (1) Manfaat Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam pengembangan keilmuan melalui penerapan bidang ilmu geografi khususnya pada mata kuliah geografi pariwisata (2) Manfaat praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola maupun pemerintah setempat dalam

hal pengembangan pariwisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian penelitian ini berada di Kawasan Objek Wisata Goa Petruk/ Desa Candirenggo, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen.

Populasi pada penelitian ini terdiri dari dua, yakni populasi area dan populasi manusia. Populasi area pada penelitian ini adalah keseluruhan wilayah yang masuk kawasan wisata Goa Petruk. Sedangkan Populasi manusia terdiri dari pengunjung, pengelola setempat dan pengelola pemerintah.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang ditujukan untuk pengelola dan dinas pemerintah sedangkan penentuan sampel pengunjung menggunakan teknik

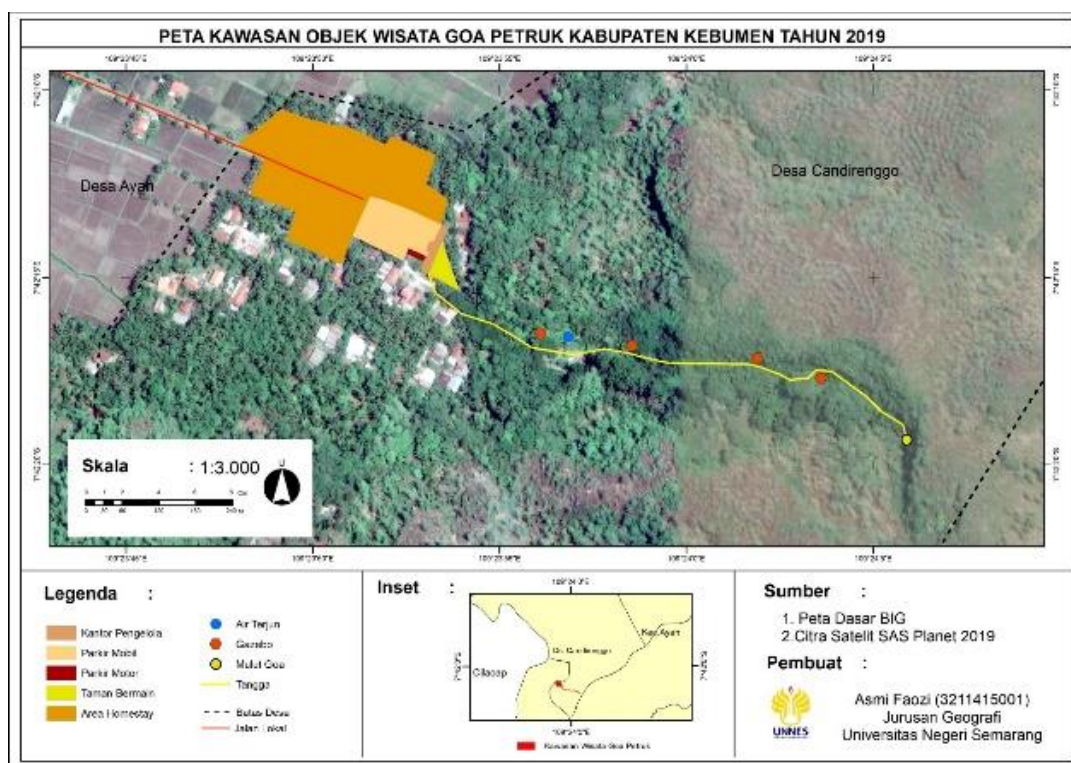
pengambilan sampel insidental sampling dengan pertimbangan usia pengunjung minimal 17 tahun.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Goa Petruk merupakan sebuah objek wisata yang terletak di Desa Candirenggo, Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen. Berdasarkan topografinya Desa Candirenggo terdiri dari daerah dataran dan juga pegunungan/ perbukitan karst. Pada daerah dataran memiliki sudut kemiringan antara 0-2% sedangkan pada bagian perbukitan karst kemiringan lereng dapat mencapai sudut >45%.

Lokasi mulut Goa Petruk terletak pada ketinggian sekitar 150 mdpl. Nama Goa Petruk diambil dari kata “Petruk” yakni tokoh dalam pewayangan jawa, dimana di dalam goa ini terdapat stalagmit yang menyerupai bentuk Petruk.



Gambar 1. Lokasi Penelitian Kawasan Wisata Geo Pertuk

Kondisi Unsur Supply Objek Wisata Goa Petruk

Suatu objek wisata jika akan di kembangkan maka harus ada unsur-unsur pengadaan (supply) yang meliputi:

a. Atraksi

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa unsur atraksi pada objek wisata Goa Petruk memiliki nilai sebesar 70,08% sehingga masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kawasan objek wisata Goa Petruk memiliki daya tarik yang baik. Daya tarik utama objek wisata ini adalah keindahan ornamen (*speleothem*), sungai bawah tanah dan juga sendang. Selain itu atraksi pendukung objek wisata tersebut adalah air terjun dan juga atraksi buatan berupa taman bermain anak.

b. Transportasi atau Aksesibilitas

Berdasarkan hasil perhitungan unsur transportasi atau aksesibilitas pada objek wisata ini memiliki nilai 57,91% sehingga dikategorikan kurang baik. Transportasi umum yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk menuju objek wisata ini adalah angkutan umum dengan rute Pasar Gombong- Pasar Ayah, akan tetapi sebagian besar pengunjung lebih sering menggunakan kendaraan pribadi dibanding kendaraan umum, mengingat pengunjung goa petruk didominasi oleh wisatawan asal daerah Kebumen dan sekitarnya. Sedangkan untuk kondisi jalan menuju objek wisata ini sudah baik dengan kelas jalan berupa jalan lokal. Kondisi jalan menuju objek wisata cukup sulit jika ditempuh melalui jalur Karangbolong dikarenakan kemiringan lereng di beberapa titik memiliki medan yang cukup curam dan berliku-liku, sehingga hal tersebut dimungkinkan akan menyulitkan pengunjung yang melewati jalan tersebut.

c. Akomodasi

Akomodasi di kawasan objek wisata ini yaitu berupa homestay milik penduduk setempat. Lokasi homestay tersebut juga tidak jauh pintu masuk objek wisata Goa Petruk, karena terletak di dalam kawasan objek wisata. Harga yang ditawarkan juga masih cukup terjangkau.

Berdasarkan hasil penelitian unsur akomodasi memiliki nilai 63,27% sehingga dikategorikan dalam kondisi baik. Lokasi homestay yang masih berada dalam kawasan goa petruk akan memudahkan pengunjung dalam melakukan kegiatan wisata.

d. Fasilitas Pelayanan

Fasilitas pelayanan yang terdapat dalam objek wisata ini diantaranya yakni warung makan, TPS, perlengkapan susur goa, pemandu wisata. Berdasarkan hasil penelitian unsur fasilitas pelayanan memiliki nilai sebesar 69,60% atau masuk dalam kategori baik. Fasilitas penting lain yang ada di objek wisata ini yaitu perlengkapan susur goa sudah lengkap serta pemandu yang dapat disewa dengan harga terjangkau sehingga akan memudahkan pengunjung yang akan melakukan kegiatan susur goa.

e. Infrastruktur

Berdasarkan hasil penelitian unsur infrastruktur memiliki nilai sebesar 64,64% dan masuk kategori baik. Infrastruktur di kawasan objek wisata goa petruk diantaranya yakni tangga menuju mulut goa, MCK, saluran air bersih, gazebo dan juga area parkir yang luas. Akan tetapi kondisi tempat dan warung makan dinilai masih kurang dikarenakan, tempat ibadah hanya berupa mushola kecil yang menyatu dengan kantor pengelola serta warung yang ada di kawasan objek wisata ini juga merupakan bangunan yang belum permanen. Kondisi jaringan komunikasi pada kawasan objek wisata dapat dikatakan sudah cukup baik dengan adanya 1 menara pemancar sinyal di Desa Candirenggo.

Kondisi Unsur Permintaan (*Demand*) Objek Wisata Goa Petruk

Kegiatan wisata tidak lepas dari pengaruh unsur penawaran atau *supply*. Unsur penawaran akan menciptakan permintaan, orang akan menggunakan kesempatan yang ada jika tersedianya jasa.

a. Daerah Asal Wisatawan

Daerah asal wisatawan objek wisata goa petruk disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Daerah Asal Wisatawan

Daerah Asal	Jumlah	Persentase (%)
Kab. Kebumen	29	34,52
Kab. Cilacap	16	19,05
Kab. Banyumas	6	7,14
Kab. Batang	1	1,19
Kab. Pekalongan	1	1,19
Kab/ Kota Bandung	4	4,76
Kota Bekasi	10	11,9
Kab. Indramayu	2	2,38
Kota Jakarta	13	15,48
Kota Yogyakarta	2	2,38
Jumlah Total	84	100

Sumber: Data Hasil Penelitian 2019

b. Motivasi Wisatawan

Motivasi berkunjung wisatawan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Motivasi Wisatawan

Motivasi	Jumlah	Persentase (%)
Rekreasi	45	53,58
Keingintahuan tempat	38	45,23
Wisata alam	1	1,19
Jumlah	84	100

Sumber: Data Hasil Penelitian 2019

c. Jenis Wisatawan

Jenis wisatawan atau pengunjung pada objek wisata goa petruk disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Jenis Wisatawan

Jenis Wisatawan	Jumlah	Persentase (%)
Rombongan	40	47,62
Keluarga	38	45,24
Perorangan	6	7,14
Jumlah	84	100

Sumber: Data Hasil Penelitian 2019

d. Frekuensi Kunjungan

Frekuensi kunjungan objek wisata goa petruk dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 1. Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Jumlah	Persentase (%)
Satu kali	60	71,43
Dua kali	14	16,67
Tiga sampai lima kali	7	8,33
Lebih dari lima kali	3	3,57
Jumlah	84	100

Sumber: Data Hasil Penelitian 2019

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa 34,52% pengunjung berasal dari kabupaten Kebumen, hal ini menunjukkan bahwa objek wisata goa petruk belum memiliki pasar wisata yang luas. Jenis wisatawan didominasi oleh pengunjung yang datang secara berombongan (47,62%). Motivasi wisatawan sebagian besar yakni rekreasi (53,58%), hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memiliki motif berwisata untuk lepas dari rutinitas harian yang membosankan, sedangkan wisata minat khusus menurut Weiler and Hall, 1992 dalam Purnomo Cahyo 2008, menyatakan bahwa wisatawan minat khusus merupakan wisatawan yang memiliki motivasi perjalanan yakni, pencarian, sesuatu yang unik atau novelty seeking, pencarian pengalaman berkualitas atau quality seeking, penghargaan atas sesuatu obyek atau rewarding, pengayaan pengetahuan terhadap sesuatu kegiatan atau enriching, pelibatan dalam petualangan atau adventuring, dan proses belajar terhadap kegiatan yang diikuti atau learning. Sebesar 71,43% pengunjung baru melakukan kunjungan yang pertama kali, hal tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar pengunjung sebagian besar kurang memiliki minat untuk melakukan kunjungan ulang.

Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk

Strategi pengembangan di objek wisata goa petruk dilakukan untuk mengetahui hal apa saja atau cara yang harus ditempuh dalam mengembangkan objek wisata agar objek wisata

tersebut dapat bersaing dengan objek wisata lain. Salah satu cara yang dapat ditempuh dalam rangka merumuskan strategi pengembangan adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS) untuk kemudian dilakukan pembobotan. Seperti pada tabel 5

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks IFAS, maka dapat diketahui bahwa total skor pada faktor kekuatan adalah 1,71. Sedangkan pada faktor kelemahan memiliki total skor 1,42. Sehingga selisih dari kekuatan dan kelemahan sebesar 0,29. Untuk perhitungan matriks EFAS dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 2. Matriks IFAS

No	Faktor Internal Kunci (<i>Critical Success Factor</i>)	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan (Strength)				
1	Memiliki daya tarik berupa ornamen goa (<i>speleothem</i>) yang unik	0,12	4	0,48
2	Tersedianya fasilitas penelusuran goa yang cukup lengkap	0,09	3	0,27
3	Sudah terdapat homestay disekitar objek wisata	0,09	3	0,27
4	Kebersihan lingkungan yang cukup baik	0,11	3	0,33
5	Kondisi lingkungan masih sangat alami	0,09	4	0,36
Total Kekuatan				1,71
Kelemahan (Weakness)				
1	Aksesibilitas / jalan menuju lokasi cukup sulit	0,11	3	0,33
2	Sarana penunjang wisata seperti kantin, tempat ibadah yang kurang baik	0,11	3	0,33
3	Kegiatan wisata kurang bervariasi	0,09	3	0,27
4	Kurangnya promosi wisata minat khusus serta belum ada paket wisata	0,11	3	0,33
5	Keterbatasan pengembangan fasilitas wisata terkait dengan kawasan konservasi	0,08	2	0,16
Total Kelemahan				1,42
Faktor Internal = S - W, sebagai sumbu "x"				0,29

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Tabel 3. Matriks EFAS

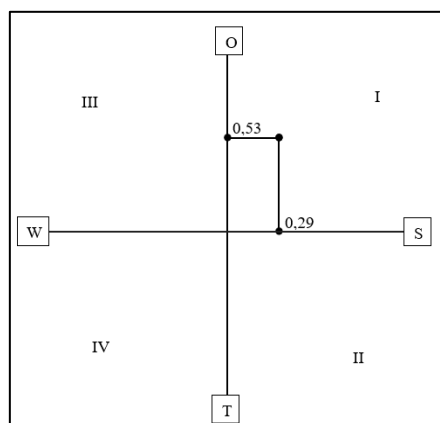
No	Faktor Eksternal Kunci (Critical Success Factor)	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
	Peluang (Opportunities)			
1	Adanya Tren wisata back to nature/ kembali ke alam	0,10	3	0,3
2	Menjadi objek kunjungan wisata bagi pelajar	0,13	3	0,39
3	Membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat	0,10	3	0,3
4	Masuk kawasan Geopark Nasional Karangsambung-Karangbolong dan berpeluang menjadi Unesco Global Geopark	0,11	4	0,44
5	Adanya peran dan dukungan dari pemerintah	0,11	3	0,33
Total Peluang				1,76
Ancaman (Threats)				
1	Ancaman sampah dan vandalism	0,08	2	0,16
2	Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan	0,13	4	0,52
3	Ancaman kriminalitas dan bencana alam	0,07	3	0,21
4	Sumber daya manusia/ pengelola belum maksimal	0,10	2	0,2
5	Kurangannya kesadaran wisatawan untuk menjaga Objek Wisata	0,07	2	0,14
Total Ancaman				1,23
Faktor Eksternal = O - T , sebagai sumbu “y”				0,53

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFAS pada tabel 6 maka dapat diketahui total nilai peluang sebesar 1,76. Sedangkan untuk nilai ancaman sebesar 1,23 sehingga selisih antara faktor peluang dan ancaman sebesar 0,53.

Setelah dilakukan pembobotan dan penskoran untuk mengetahui posisi Objek wisata Goa Petruk dalam kuadran SWOT, selanjutnya dilakukan yakni memasukan hasilnya kedalam kuadran SWOT pada gambar 2.

Perumusan strategi pengembangan dengan cara menganalisis secara deskriptif faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT digunakan untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan objek wisata Goa Petruk dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, seperti pada tabel 7.

**Gambar 2.** Kuadran SWOT

Tabel 7. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk

		STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
Internal	Eksternal	1. Memiliki daya tarik berupa ornamen goa (<i>speleothem</i>) yang unik	1. Aksesibilitas / jalan menuju lokasi cukup sulit
		2. Tersedianya fasilitas penelusuran goa yang cukup lengkap	2. Sarana penunjang seperti kantin, tempat ibadah yang kurang baik
		3. Sudah terdapat <i>homestay</i> di sekitar objek wisata	3. Kegiatan wisata kurang bervariasi serta belum ada paket wisata
		4. Kebersihan lingkungan yang cukup baik	4. Kurangnya promosi wisata minat khusus
		5. Kondisi lingkungan masih sangat alami	5. Keterbatasan program pengembangan terkait dengan kawasan konservasi
OPPORTUNITY (O)		STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1.	Adanya Tren wisata <i>back to nature/</i> kembali ke alam	1. Menggunakan daya tarik objek wisata goa petruk untuk memanfaatkan tren wisata <i>back to nature</i>	1. Meningkatkan aksesibilitas pada daerah kawasan wisata
2.	Menjadi objek kunjungan wisata bagi pelajar	2. Bekerja sama dengan sekolah-sekolah untuk meningkatkan kunjungan wisata	2. Membangun atau memperbaiki fasilitas penunjang wisata
3.	Membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat	3. Memanfaatkan status kawasan geopark untuk kegiatan promosi	3. Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan
4.	Masuk kawasan Geopark Nasional Karangsambung-Karangbolong dan berpeluang menjadi <i>Unesco Global Geopark</i>		
5.	Adanya peran dan dukungan dari pemerintah		
THREATS (T)		STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1.	Ancaman sampah dan vandalism	1. Mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan yang ada	1. Menambah kegiatan wisata dan meningkatkan kegiatan promosi untuk mengatasi persaingan wisata dengan objek lain
2.	Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan	2. Mempertahankan unsur penawaran yang sudah baik	2. Membangun atau mengembangkan objek wisata sesuai dengan fungsi kawasan
3.	Ancaman Kriminalitas dan bencana alam	3. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia	3. Melakukan kontrol tegas terhadap pelaku wisata yang memiliki perilaku tidak sesuai yang dapat mengancam kerusakan kawasan wisata
4.	Sumber daya manusia/ pengelola belum maksimal		
5.	Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga Objek Wisata		

Sumber: Hasil Analisis Penelitian 2019

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa posisi goa petruk berada pada Kuadran I, yakni Strategi pertumbuhan atau Growth oriented strategy. Strategi tersebut didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan,

aset, profit atau kombinasi ketiganya (Rangkuti, 2015). Berikut ini beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan objek wisata goa petruk yakni:

1) Strategi S-O

Strategi yang dapat digunakan dalam upaya pengembangan yakni menggunakan strategi diantaranya yaitu mengembangkan objek wisata sesuai yang potensi dimiliki, seperti yang diketahui bahwa objek wisata ini berada pada daerah karst dengan adanya fenomena geomorfologi tersebut maka dapat dimanfaatkan untuk pengembangan objek wisata bagi pelajar yang dapat digunakan untuk kepentingan pembelajaran luar ruangan maupun bagi peneliti. Selain itu adanya tren wisata back to nature dimana wisatawan akan mencari jenis wisata yang memiliki udara yang sejuk dan masih alami, maka objek wisata ini dapat mejadi alternatif pilihan terutama bagi pecinta alam atau wisatawan minat khusus yakni ingin mencari pengalaman bermutu dalam perjalanan. Pada tahun 2018 Objek wisata goa petruk ditetapkan sebagai kawasan yang masuk Geopark Karangsambung-Karangbolong hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pengelola setempat untuk melakukan kegiatan promosi maupun menarik investor.

2) Strategi W-O

Strategi W-O merupakan strategi dengan cara meminimalkan kelemahan dan menangkap peluang. Strategi yang dapat ditempuh diantaranya yaitu meningkatkan aksesibilitas pada daerah kawasan wisata, seperti memperlebar jalan, dan membangun jalan lingkar di kawasan wisata. Pembangunan dan perbaikan fasilitas penunjang wisata seperti memperbaiki kondisi tempat ibadah, pemberian deskripsi pada objek, dan juga pemberian papan penunjuk di dalam kawasan objek. Selain itu peningkatan keterlibatan masyarakat dapat dilakukan dengan meningkatkan kegiatan/ aktivitas pokdarwis yang sudah ada.

3) Strategi S-T

Strategi S-T dilakukan untuk memaksimalkan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman. Dalam beberapa tahun terakhir muncul objek wisata yang sejenis dan dapat meningkatkan persaingan. Mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan yang ada cara yang dapat ditempuh adalah dengan

meyakinkan pada wisatawan bahwa Goa Petruk berbeda dengan obyek wisata gua-gua yang lain. Pemandangan dalam gua, panjang gua, tipe lorong, air bawah tanah serta pemandangan di luarnya adalah keunggulan yang perlu dipertahankan. Pengembangan juga dapat dilakukan dengan mempertahankan unsur penawaran yang sudah baik, seperti mempertahankan kebersihan lingkungan. Selain itu peningkatan sumber daya manusia dapat dilakukan dengan melakukan pembinaan kepada pemandu atau pengelola agar pengetahuan pemandu mengenai nilai geologi dan konservasi semakin meningkat sehingga dapat memberikan citra yang baik di mata wisatawan.

4) Strategi W-T

Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan cara penambahan variasi kegiatan wisata, seperti membuat paket wisata dengan memanfaatkan kebudayaan lokal seperti makanan khas. Strategi promosi dapat dilakukan dengan cara pengelola objek wisata secara aktif melakukan promosi melalui media sosial secara lebih aktif seperti mengadakan event atau acara, semisal Video Blogger. Kemudian jangan melakukan pembangunan fasilitas wisata yang dapat merusak sumber daya alam yang ada. Selain itu perlu adanya kontrol tegas terhadap pelaku wisata yang memiliki perilaku tidak sesuai yang dapat mengancam kerusakan pada kawasan objek wisata dapat ditempuh dengan memberikan sanksi yang tegas sehingga akan memberikan efek jera.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa unsur penawaran berupa atraksi, transportasi, akomodasi, fasilitas pelayan dan infrastruktur pada objek wisata ini masuk kedalam kategori baik, sedangkan aksesibilitas atau transportasi masuk kedalam kategori kurang baik. Sedangkan untuk unsur permintaan pariwisata pada objek wisata ini dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung berasal dari Kabupaten Kebumen, motivasi sebagian besar pengunjung adalah untuk rekreasi, pengunjung melakukan wisata secara rombongan, dan didominasi oleh wisatawan yang baru pertama

kali melakukan kunjungan ke objek wisata tersebut.

Berdasarkan analisis SWOT untuk pengembangan wisata, maka objek wisata goa petruk berada pada kuadran I, posisi ini menandakan sebuah institusi (objek kajian) yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif (*Growth oriented strategy*), artinya institusi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan kemajuan secara maksimal. Dari hasil perumusan matriks SWOT maka objek wisata Goa Petruk memiliki 12 alternatif strategi pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Marpaung, Happy dan Bahar, Herman. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Muta'ali, Lutfi. 2015. *Teknik Analisis Regional*. Yogyakarta.: Badan Penerbit Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada
- Mulyati, Teti. 2007. *Kajian Kondisi Goa Untuk Pengembangan Wisata Minat Khusus Di Kawasan Karst Gudawang Kabupaten Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Pradipta, Achmad Rendi dan Santoso, Apik Budi. 2017. *Daya Dukung Lingkungan Terhadap Perkembangan Objek Wisata Air Terjun Curug Silawe di Desa Sutopati Kecamatan Kajoran Kabupaten Magelang*. Geo Image 6 (2) (2017)
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Apik Budi. 2011. *Geografi Pariwisata*. Jurusan Geografi FIS UNNES
- Sitairesmi, Galuh., Tjahyono, Heri, dan Hayati, Rahma. 2011. *Analisis Potensi Wilayah Pesisir untuk Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Rembang*. Skripsi UNNES
- Suprpto, Aris. 2005. *Analisis Penawaran Dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat*. Tesis. UNDIP
- Supriadi, Bambang dan Roedjinandari, Nanny. 2017. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Malang*. Universitas Negeri Malang
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi: Yogyakarta