

# Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang

Concept and Strategy Guidelines of Development Nongkosawit Village Tourism  
As Tourism Destination Semarang City

**Ernie Yulianti**<sup>1</sup>

Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

**Djoko Suwandono**<sup>2</sup>

Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

**Abstrak:** Sejak diresmikan oleh Walikota Semarang pada tahun 2012, Desa Wisata Nongkosawit belum mengalami perkembangan yang cukup signifikan yaitu masih banyak potensi-potensi alam yang belum tergali, belum terlihat adanya identitas dan kegiatan desa wisata yang menonjol. Selain itu, kurangnya promosi dan pemasaran yang dilakukan, serta minimnya informasi terkait Desa Wisata Nongkosawit berakibat pada tidak banyak orang atau masyarakat luas yang mengetahui bahwa di Kota Semarang ini memiliki beberapa desa wisata. Padahal Desa Wisata Nongkosawit dapat dikategorikan cukup prospektif untuk dikembangkan. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif dan analisis SWOT. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini konsep pengembangan dibagi menjadi dua, yaitu konsep secara spasial dan konsep secara non spasial. Dari hasil penilaian bobot dan scoring yang telah dilakukan pada tabel IFAS dan EFAS sebelumnya, dapat diperoleh hasil bahwa strategi SO (Strength-Opportunity) memiliki nilai skor tertinggi yaitu sebesar 3,686. Strategi ini kemudian dapat diartikan bahwa memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk meraih peluang atau kesempatan (O) yang ada.

*Kata kunci: Konsep; Strategi; Pengembangan; Desa Wisata.*

**Abstract:** Since inaugurated by the mayor of Semarang in 2012, the Tourism Village Nongkosawit not experienced significant growth is still a lot of natural potentials untapped, have not seen their identity and activities of the prominent tourist village. In addition, the lack of promotion and marketing are carried out, and the lack of information related to the Tourism Village Nongkosawit result in not many people or many people who know that in Semarang city has several tourist villages. Though categorized Nongkosawit Tourism Village is prospective for development. The analysis technique used is descriptive and SWOT analysis. The results obtained from this study the concept of development is divided into two, namely the concept of spatial and non-spatial concepts. From the results of the assessment and scoring weights that have been carried out on the tables IFAS and EFAS before, the result showed that the strategy of SO (Strength-Opportunity) has the highest score that is equal to the value of 3.686. This strategy can then be interpreted that harness the power of (S) maximally to seize opportunities or opportunities (O) exist.

*Keywords: Concept; Strategy; Development; Village Tourism.*

---

<sup>1</sup> Korespondensi Penulis: Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia  
Email: ernie.yulianti16@pwk.undip.ac.id

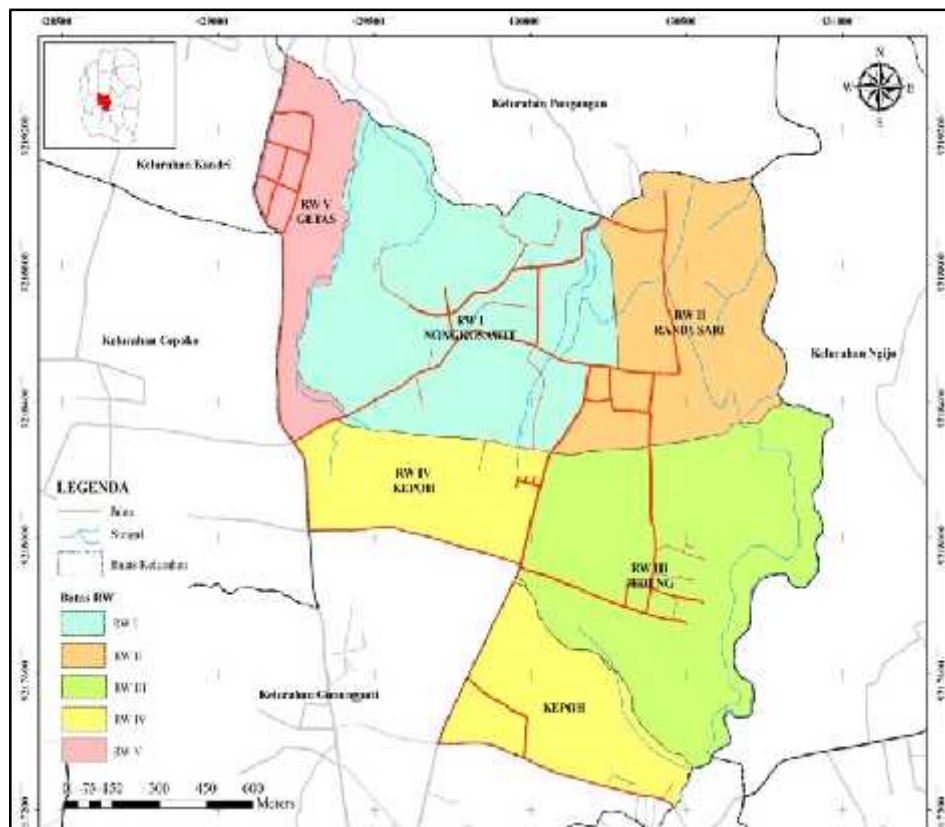
<sup>2</sup> Korespondensi Penulis: Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia  
Email: djokosuwandono@pwk.undip.ac.id

Pendahuluan

Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataa, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Untuk menjadi desa wisata ada beberapa kriteria yang harus dimiliki salah satunya memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh desa lain, seperti makanan khas, kesenian, obyek alam, dan lain sebagainya. Selain keunikan dari desa wisata itu sendiri, secara umum desa wisata juga harus memiliki fasilitas pendukung, seperti akomodasi atau penginapan, ruang interaksi masyarakat dengan wisatawan, dan fasilitas pendukung lainnya. Menurut (Hadiwijoyo, 2012), ditetapkan suatu desa yang dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu:

1. Aksesibilitasnya baik.
2. Tersedia atraksi wisata yaitu memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata.
3. Masyarakat dan perangkat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
4. Keamanan terjamin
5. Tersedia akomodasi, telekomunikasi dan tenaga kerja yang memadai.
6. Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Desa Wisata Nongkosawit sejak diresmikan oleh Walikota Semarang pada tahun 2012 hingga saat ini (tahun 2016) belum mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yaitu masih banyak potensi-potensi alam yang belum tergali, belum terlihat adanya identitas dan kegiatan desa wisata yang menonjol. Padahal potensi-potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Nongkosawit cukup beragam, antara lain wilayahnya yang luas, memiliki perkebunan dan peternakan yang dikelola oleh masyarakat setempat, dan kearifan lokal yang masih terjaga.



Sumber: Bappeda Kota Semarang, 2011

**Gambar 1. Peta Administrasi Kelurahan Nongkosawit**

## Metode Penelitian

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang digunakan bersifat konfirmasi dan deduktif. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif adalah teknik deskriptif kuantitatif dan SWOT. Teknik pengumpulan data berdasarkan sumbernya terbagi menjadi dua, yaitu pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Penggunaan teknik pengumpulan data primer dengan observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada masyarakat Kelurahan Nongkosawit sebanyak 97 responden. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini berupa telaah dokumen. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan teknik *scoring* pada faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Desa Wisata Nongkosawit.

## Gambaran Umum

Desa Wisata Nongkosawit merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Gunungpati. Kelurahan Nongkosawit merupakan sub pelayanan kota dalam Bagian Wilayah Kota (BWK) VIII dan termasuk dalam rencana pengembangan lingkungan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 14 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031. Kelurahan Nongkosawit yang menjadi objek penelitian ini memiliki luas wilayah sebesar 2,37 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 5 RW dan 22 RT. Atraksi wisata yang dimiliki Desa Wisata berbeda dengan objek wisata. Jika objek wisata telah memiliki 'sesuatu' yang dapat dilihat dan dinikmati, daya tarik Desa Wisata adalah merasakan bagaimana keseharian dari penduduk setempat mulai dari bercocok tanam di sawah hingga belajar tentang budayanya.



Sumber: Observasi Lapangan Oleh Penyusun, 2016

### Gambar 2. Atraksi dan Aktivitas Wisata di Desa Wisata Nongkosawit

Kualitas dan kuantitas elemen Desa Wisata dapat dinilai dari amenitas yang berarti pelayanan terhadap wisatawan. Amenitas juga diartikan sebagai kelengkapan sarana penunjang seperti adanya akomodasi dan fasilitas penunjang wisata lainnya di sekitar wisata tersebut. Fasilitas yang terdapat di Desa Wisata Nongkosawit dapat dikatakan masih kurang memadai untuk memenuhi kebutuhan berwisata pengunjung.



Sumber: Observasi Lapangan Oleh Penyusun, 2016

### Gambar 3. Fasilitas Wisata di Desa Wisata Nongkosawit

Desa Wisata Nongkosawit belum memiliki suatu wadah atau toko souvenir yang berfungsi untuk menjual hasil keterampilan masyarakat, misalnya seperti makanan khas, serta kerajinan kalung dan gelang dari buah genetri yang tumbuh subur di desa tersebut. Belum adanya toko souvenir untuk menampung hasil kerajinan masyarakat juga menjadi masalah. Padahal dengan adanya toko souvenir dapat menampung hasil kerajinan masyarakat dari masing-masing RW dan menjualnya pada pengunjung, sehingga dapat memberikan penghasilan bagi masyarakat setempat.

## Kajian Literatur

### Pariwisata

Pariwisata adalah suatu aktivitas dari yang dilakukan oleh wisatawan ke suatu tempat tujuan wisata di luar keseharian dan lingkungan tempat tinggal untuk melakukan persinggahan sementara waktu dari tempat tinggal, yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk mencari nafkah dan namun didasarkan atas kebutuhan untuk mendapatkan kesenangan, dan disertai untuk menikmati berbagai hiburan yang dapat melepaskan lelah dan menghasilkan suatu *travel experience* dan *hospitality service* [1]-[6] (Zakaria & Suprihardjo, 2014). *“Simply put, tourism is all about people who are travelling to and staying in places away from their home. Tourism can involve travel for business, for pleasure, to visit friends and relatives or for other reasons such as shopping or personal business”* (Resources, 2013). Upaya pengembangan desa wisata menjadi salah satu alternatif dalam upaya peningkatan keterlibatan masyarakat atau partisipasi masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata. (Ramadhan, 2014)

### Desa Wisata

*Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment.”*(Inskeep & others, 1991). Arti dari pernyataan tersebut adalah Desa Wisata merupakan suatu tempat atau wadah bagi wisatawan untuk dapat merasakan secara langsung bagaimana kehidupan tentang pedesaan. Menurut (Nuryanti, 1993) Desa Wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Salah satu pemberdayaan ekonomi kerakyatan dalam bidang pariwisata adalah melalui pengembangan Desa Wisata. (Wihasta, 2013) Terdapat dua konsep yang utama dalam komponen Desa Wisata, antara lain:

a. Akomodasi

Sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk.

b. Atraksi

Seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta *setting* fisik desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif, seperti kursus tari, bahasa, keterampilan, kesenian, dan lain-lain yang spesifik.

### **Manajemen Produk Desa Wisata**

Dalam mewujudkan manajemen Desa Wisata yang berdaya saing, perlu diterapkan manajemen Desa Wisata yang baik dan berkelanjutan. Aspek manajemen yang perlu diaplikasikan, tiga diantaranya yang terpenting adalah: (Nusastawan, 2010)

- **Manajemen Produk Wisata**

Komponen Produk Wisata

1) Atraksi dan Aktivitas Wisata

Atraksi wisata disebut juga sebagai objek wisata yang menjadipendorong kehadiran wisatawan ke daerah tujuan wisata. Karena kedudukannya yang sangat menentukan. Aktivitas keseharian masyarakat Desa Wisata, seperti bercocok tanam, beternak, berkebun, dan sebagainya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang memiliki nilai tambah karena tidak ditemukannya aktivitas serupa di daerah perkotaan. Aktivitas di Desa Wisata dapat dimodifikasi sedemikian rupa sehingga menjadi lebih menarik untuk menjadi pengalaman wisatawan.

2) Akomodasi dan Fasilitas Lainnya

Akomodasi ini dapat memanfaatkan sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang dibangun sesuai konsep tempat tinggal penduduk. Fasilitas-fasilitas yang dibuat ini dapat memanfaatkan sumber daya yang telah dimiliki desa, atau membuat sesuatu yang baru sesuai kebutuhan namun tidak meninggalkan karakteristik dan keunikan desa tersebut.

- 3) Aksesibilitas  
Aksesibilitas merupakan kemudahan bagi wisatawan untuk menuju Desa Wisata dan objek wisata yang ada di dalamnya.
- **Pengemasan dan Pemasaran**  
Menurut Buku Pedoman Umum Pengembangan Desa Wisata, pengemasan dan pemasaran dapat dibagi menjadi beberapa bahasan yaitu rute perjalanan, variasi objek, tata urutan kunjungan, dan pemasaran.
    - a. Rute Perjalanan dan Variasi Objek
    - b. Tata Urutan Kunjungan
    - c. Pemasaran
  - **Manajemen Pengelolaan**
    - a. Peran *Stakeholder*  
Peran dari *stakeholder* terkait sangat menentukan keberlanjutan dari pengembangan suatu Desa Wisata. Tidak hanya komunitas POKDARWIS saja yang menjadi ujung tombak dalam pengembangannya, namun peran dari Pemerintah, Swasta, dan khususnya masyarakat itu sendiri sangat berpengaruh.
    - b. Partisipasi Masyarakat  
Salah satu prinsip kepariwisataan yang terkandung dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah memberdayakan masyarakat setempat dimana masyarakat berhak berperan dalam proses pembangunan kepariwisataan dan berkewajiban menjaga dan melestarikan daya tarik wisata; serta membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata. Partisipasi masyarakat bisa diukur melalui masyarakat sadar wisata yang ditandai oleh Sapta Pesona (Putri, Hariani, & Sulandari, 2014). Masyarakat terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata dalam bentuk pemberian jasa dan pelayanan yang hasilnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat diluar aktifitas mereka sehari-hari (Dharmawan, Sarjana, & Yudhari, 2014).

## Konsep Pengembangan Desa Wisata Nongkosawit

Konsep pengembangan dibagi menjadi dua, yaitu konsep secara spasial dan konsep secara non spasial. Berikut konsep secara spasial:

**Tabel I. Konsep Pengembangan Desa Wisata Nongkosawit**

Konsep Spasial	Konsep Non Spasial
1. Menyediakan rute perjalanan yang mengelilingi kawasan desa wisata yang memperlihatkan kegiatan sehari-hari masyarakat Desa Wisata Nongkosawit.	1. Mengembangkan kawasan desa wisata yang berbasis agrowisata yang juga memiliki atraksi lain yaitu mempelajari cara memelihara sapi khusus karapan sapi dan mempelajari cara membuat menggunakan alat tradisional.
2. Penyediaan fasilitas pendukung dan penunjang wisata di setiap obyek wisata yang belum terdapat fasilitas yang mendukung dalam pengembangan obyek wisata yang belum berkembang.	2. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan cara memberikan pelatihan, menambah wawasan tentang pariwisata, cara memperlakukan wisatawan dan juga lancar berbahasa Inggris agar masyarakat dapat merasakan secara langsung dampak dari pengembangan kawasan desa wisata.
3. Penyediaan fasilitas penginapan ( <i>homestay</i> ).	3. Diperlukan media promosi dengan cara membuat <i>website</i> tentang kawasan desa wisata yang tersambung langsung dengan <i>website</i> Kota Semarang dan juga berkerja sama dengan media-media promosi yang ada.
4. Menyediakan toko souvenir yang menjual hasil pertanian, hasil membuat ataupun cinderamata yang berciri khas kawasan desa wisata sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luar.	
5. Penyediaan fasilitas rumah makan yang memberikan suasana pedesaan, terjaga kebersihannya dan menyajikan menu berciri khas Desa Nongkosawit.	

Sumber: Analisis Oleh Penulis, 2016

## Analisis Strategi Internal

Analisis strategi faktor internal ini berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Desa Wisata Nongkosawit. Penentuan peringkat dan bobot dilakukan dengan dasar hasil observasi langsung ke lapangan, wawancara dengan pengelola, dan penyebaran kuesioner yang melibatkan 97 responden masyarakat setempat. Nilai atau bobot pada analisis ini disusun berdasarkan studi kasus, pendapat responden,

pengelola dan hasil observasi lapangan, variabel mana saja yang dianggap penting hingga tidak penting untuk pengembangan Desa Wisata Nongkosawit. Nilai ini secara implisit menunjukkan angka persentase tingkat kepentingan faktor tersebut relatif terhadap faktor lainnya. Bobot yang lebih besar berarti relatif lebih penting dibanding dengan faktor yang lainnya. Berikut ini adalah matriks IFAS:

**Tabel II. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)**

No.	Faktor Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
<b>Kekuatan</b>				
1	Memiliki berbagai macam atraksi dan aktivitas wisata yang unik dan khas seperti wisata agrowisata, wisata alam, dan wisata edukasi.	0,15	3	0,45
2	Memiliki pelaku seni budaya yang sangat peduli dengan pengembangan desa wisata.	0,02	2	0,04
3	Terdapat fasilitas bumi perkemahan.	0,05	2	0,1
4	Aksesibilitas mudah dijangkau	0,12	3	0,36
5	Dilalui Jalan Raya Manyaran-Gunungpati.	0,07	3	0,21
6	Terdapat mobil untuk mengangkut wisatawan keliling desa.	0,051	2	0,102
7	80% kondisi jalan sudah beraspal dan paving.	0,05	3	0,15
8	Adanya pemandu wisata lokal ( <i>local tour guide</i> ).	0,051	2	0,102
9	Sikap masyarakat yang ramah.	0,04	3	0,12
10	Keamanan sudah cukup baik.	0,028	2	0,056
<b>Sub Total</b>		<b>0,63</b>		<b>1,69</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Memiliki potensi-potensi alam yang belum tergali.	0,052	2	0,104
2	Akomodasi belum terdistribusi dengan baik.	0,01	2	0,02
3	Minimnya fasilitas penunjang desa wisata	0,051	3	0,153
4	Akses menuju Grojogan Situkung dan Kali Gribik yang masih sulit.	0,055	3	0,165
5	Tidak adanya <i>website</i> atau <i>blog</i> yang memberikan informasi terkait Desa Wisata Nongkosawit.	0,07	3	0,21
6	Tidak tertib administrasi.	0,011	2	0,022
7	Kurangnya dana untuk mengeksplorasi potensi lokal.	0,025	2	0,05
8	Partisipasi masyarakat yang masih rendah.	0,042	3	0,126
9	Pengetahuan masyarakat tentang rencana pengembangan desa wisata masih rendah.	0,03	2	0,06
10	Kebersihan lingkungan yang masih kurang.	0,024	2	0,048
<b>Sub Total</b>		<b>0,37</b>		<b>0,958</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2,648</b>

Sumber: Analisis Oleh Penyusun, 2016

Berdasarkan hasil perhitungan analisis strategi faktor internal di atas, maka dapat diketahui bahwa total skor untuk *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) adalah 2,578. Dari matriks IFAS di atas dapat diketahui bahwa kekuatan terbesar dari pengembangan Desa Wisata Nongkosawit adalah memiliki berbagai macam atraksi dan aktivitas wisata dan aksesibilitas yang mudah dijangkau dengan bobot masing-masing sebesar 0,15 dan 0,12. Sedangkan, yang menjadi kelemahan pengembangan Desa Wisata ini adalah tidak adanya *website* atau *blog* yang memberikan informasi terkait Desa Wisata Nongkosawit dan akses menuju Grojogan Situkung yang masih sulit dengan bobot masing-masing sebesar 0,07 dan 0,55. Jika dilihat pada matriks IFAS di atas, dapat diketahui bahwa nilai total skor untuk faktor kekuatan (1,690) lebih besar dari faktor kelemahannya (0,958). Hal ini dapat diartikan bahwa faktor kekuatan yang ada dapat mengatasi kelemahan-kelemahan yang menghambat pengembangan kawasan Desa Wisata Nongkosawit.

## Analisis Strategi Eksternal

Analisis strategi faktor eksternal ini berupa kesempatan dan ancaman yang dimiliki Desa Wisata Nongkosawit. Penentuan peringkat dan bobot dilakukan dengan dasar hasil observasi langsung ke lapangan, wawancara dengan pengelola, dan penyebaran kuesioner yang melibatkan 97 responden masyarakat setempat. Nilai atau bobot pada analisis ini disusun berdasarkan studi kasus, pendapat responden, pengelola dan hasil observasi lapangan, variabel mana saja yang dianggap penting

hingga tidak penting untuk pengembangan Desa Wisata Nongkosawit. Nilai ini secara implisit menunjukkan angka persentase tingkat kepentingan faktor tersebut relatif terhadap faktor lainnya. Bobot yang lebih besar berarti relatif lebih penting dibanding dengan faktor yang lainnya. Berikut ini adalah matriks EFAS:

**Tabel III. Matriks EFAS ( *External Factors Analysis Summary* )**

No.	Faktor Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
<b>Kesempatan</b>				
1	Moda transportasi yang melalui desa wisata cukup beragam	0,04	2	0,08
2	Cukup dekat dengan pusat Kota Semarang.	0,05	2	0,1
3	Lokasinya dekat dengan objek dan desa wisata lainnya.	0,12	3	0,36
4	Terletak dalam jalur koridor paket wisata bersama.	0,13	3	0,39
5	Promosi dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan Disperindag Kota Semarang melalui pameran-pameran.	0,075	3	0,225
6	Kegiatan pariwisata diliput oleh stasiun TV, media cetak, dan media online.	0,068	3	0,204
7	Adanya kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara.	0,048	2	0,096
8	Adanya dukungan dana dari Pemerintah di awal pembentukan desa wisata.	0,045	2	0,09
9	Pemberian pelatihan dan keterampilan oleh SKPD Kota Semarang.	0,049	3	0,147
10	Adanya dukungan Pemerintah untuk desa wisata melalui pemberian SK Walikota Semarang Nomor 556/407 terhadap perencanaan pembangunan Desa Wisata Nongkosawit.	0,047	2	0,094
11	Adanya kerjasama antara pokdarwis dengan komunitas wisata lainnya.	0,07	3	0,21
<b>Sub Total</b>		0,742		1,996
<b>Kelemahan</b>				
1.	Persaingan dengan desa wisata lainnya dalam kesamaan atraksi dan aktivitas wisata.	0,16	3	0,48
2.	Tidak adanya bantuan dana dari Pemerintah Daerah.	0,05	2	0,1
3.	Tidak adanya investor.	0,048	2	0,096
<b>Sub Total</b>		0,258		0,676
<b>Total</b>		1		2,672

Sumber: Analisis Oleh Penyusun, 2016

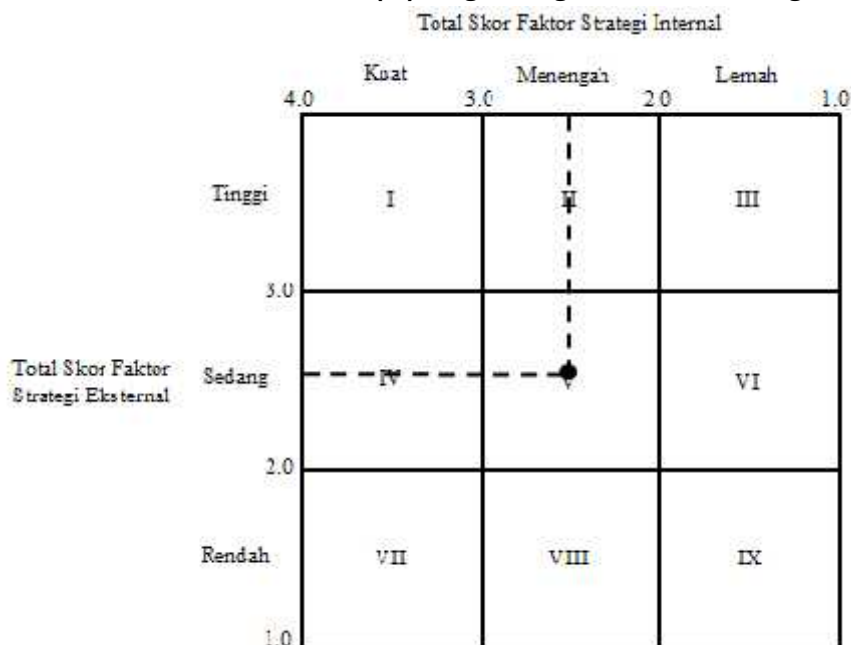
Berdasarkan hasil perhitungan analisis strategi faktor internal di atas, maka dapat diketahui bahwa total skor untuk *Opportunity* (kesempatan) dan *Threat* (kelemahan) adalah 2,672. Dari matriks EFAS di atas dapat diketahui bahwa kesempatan terbesar dari pengembangan Desa Wisata Nongkosawit adalah terletak dalam jalur koridor paket wisata bersama dan lokasinya dekat dengan objek dan desa wisata lainnya dengan bobot nilai masing-masing sebesar 0,13 dan 0,12. Sedangkan, yang menjadi ancaman pengembangan Desa Wisata ini adalah persaingan dengan desa wisata lainnya dan tidak adanya bantuan dana dari Pemerintah Daerah dengan bobot masing-masing sebesar 0,12 dan 0,08. Jika dilihat pada matriks EFAS di atas, dapat diketahui bahwa nilai total skor untuk faktor kesempatan (1,996) lebih besar dari faktor ancamannya (0,676). Hal ini dapat diartikan bahwa ancaman dalam pengembangan Desa Wisata Nongkosawit dapat dihindari dengan memanfaatkan kesempatan-kesempatan yang ada.

### Matriks Internal-Eksternal

Setelah membuat analisis matriks IFAS-EFAS, selanjutnya untuk menyusun strategi yang diterapkan dapat menggunakan matriks internal eksternal (IE). Matriks ini merupakan digunakan untuk mengidentifikasi sel strategi pada Desa Wisata Nongkosawit dan mengetahui posisinya dalam mengatasi permasalahan internal serta kemampuan dalam memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman. Parameter

yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Berdasarkan perhitungan sebelumnya, skor IFAS memiliki total skor 2,578 menggambarkan bahwa Desa Wisata Nongkosawit berada dalam kondisi internal menengah. Skor EFAS sebesar 2,672 menggambarkan bahwa Desa Wisata Nongkosawit memiliki kemampuan sedang dalam memanfaatkan peluang maupun menghindari ancaman lingkungan eksternal.

**Tabel IV. Matriks Internal Eksternal (IE) Pengembangan Desa Wisata Nongkosawit**



Sumber: Analisis Oleh Penyusun diolah dari Tabel IV.10 dan IV.13, 2016

Pemetaan terhadap masing-masing total skor dari faktor-faktor internal dan eksternal menggambarkan posisi desa wisata di Desa Wisata Nongkosawit yang saat ini berada pada sel V dalam matriks IE. Jika dilihat dari matriks IE di atas, dapat diketahui bahwa saat ini posisi Desa Wisata Nongkosawit berada pada sel V (*Growth Strategy*). Pengembangan desa wisata dapat dilakukan dengan meningkatkan fasilitas penunjang pariwisata yang masih kurang memadai sebagai desa wisata. Penyusunan strategi pengembangan Desa Wisata dilakukan sebagai upaya untuk menjaga eksistensi Desa Wisata Nongkosawit sebagai salah satu daerah tujuan wisata (DTW) alternatif di Kota Semarang dengan menyajikan atraksi alam, budaya, dan kegiatan keseharian masyarakat setempat.

**Analisis SWOT**

Berdasarkan hasil survei dengan melakukan observasi, wawancara, kuesioner, dan telaah dokumen, maka dapat disusun prioritas strategi berdasarkan kombinasi dari strategi-strategi yang memiliki total nilai skor dari yang paling tinggi hingga yang paling rendah. Berikut ini adalah tabel yang berisikan urutan strategi berdasarkan hasil perhitungan tabel 5 terkait pengembangan Desa Wisata Nongkosawit:

**Tabel V. Urutan Strategi SWOT**

Urutan	Strategi	Nilai Skor
I	SO ( <i>Strength-Opportunity</i> )	3,686
II	WO ( <i>Weakness-Opportunity</i> )	2,954
III	ST ( <i>Strength-Threats</i> )	2,366
IV	WT ( <i>Weakness-Threats</i> )	1,634

Sumber: Analisis Penyusun, 2016

Dari hasil penilaian bobot dan *scoring* yang telah dilakukan pada tabel IFAS dan EFAS sebelumnya, dapat diperoleh hasil bahwa strategi SO (*Strength-Opportunity*) memiliki nilai skor tertinggi yaitu sebesar 3,686. Strategi ini kemudian dapat diartikan bahwa memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk meraih



peluang atau kesempatan (O) yang ada. Strategi SO (*Strength-Opportunity*) berdasarkan matriks SWOT pada tabel 5 memiliki alternatif strategi sebagai berikut:

1. Meningkatkan ketersediaan informasi terkait atraksi-atraksi yang tersedia dengan menggunakan media *online* seperti *website*, *blog* maupun *social media*.
2. Meningkatkan promosi Desa Wisata Nongkosawit dan meningkatkan kualitas atraksi yang tersedia.
3. Meningkatkan daya tarik wisata dengan melakukan inovasi pada atraksi dan aktivitas wisata yang telah tersedia.
4. Melakukan penentuan rute perjalanan dan paket wisata.

Kemudian, dari pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa strategi yang memiliki tingkat pengaruh terhadap pengembangan Desa Wisata Nongkosawit adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*). Namun, perlu dipahami lebih lanjut bahwa strategi mana yang perlu diprioritaskan terlebih dahulu. Adapun strategi utama dalam upaya pengembangan Desa Wisata Nongkosawit adalah "Meningkatkan ketersediaan informasi terkait atraksi-atraksi yang tersedia dengan menggunakan media *online* seperti *website*, *blog* maupun *social media*." Dengan melakukan strategi ini dapat meningkatkan pengetahuan wisatawan terkait informasi apa saja dalam Desa Wisata Nongkosawit dan dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan yang tidak hanya dari Kota Semarang saja, tapi hingga ke luar Kota Semarang. Sehingga, Desa Wisata Nongkosawit dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan melalui desa wisata tersebut dan dapat mendukung program Pemerintah yaitu membentuk pemberdayaan masyarakat.

## Kesimpulan

Pada tahap perumusan konsep pengembangan kawasan desa wisata dilakukan dengan teknik triangulasi dengan sumber data yang berasal dari hasil observasi lapangan, wawancara, dan penyebaran kuesioner sebagai pendukung dalam perumusan konsep pengembangan kawasan desa wisata, sehingga dihasilkan untuk mengembangkan kawasan Desa Wisata Nongkosawit. Konsep tersebut dibagi menjadi dua, yaitu konsep secara spasial dan konsep secara non spasial.

Dari hasil penilaian bobot dan *scoring* yang telah dilakukan pada tabel IFAS dan EFAS sebelumnya, dapat diperoleh hasil bahwa strategi SO (*Strength-Opportunity*) memiliki nilai skor tertinggi yaitu sebesar 3,686. Strategi ini kemudian dapat diartikan bahwa memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk meraih peluang atau kesempatan (O) yang ada. Strategi SO (*Strength-Opportunity*) berdasarkan matriks SWOT pada tabel 5 memiliki alternatif strategi sebagai berikut:

- Meningkatkan ketersediaan informasi terkait atraksi-atraksi yang tersedia dengan menggunakan media *online* seperti *website*, *blog* maupun *social media*.
- Meningkatkan promosi Desa Wisata Nongkosawit dan meningkatkan kualitas atraksi yang tersedia.
- Meningkatkan daya tarik wisata dengan melakukan inovasi pada atraksi dan aktivitas wisata yang telah tersedia.
- Melakukan penentuan rute perjalanan dan paket wisata.

Adapun strategi utama dalam upaya pengembangan Desa Wisata Nongkosawit adalah "Meningkatkan ketersediaan informasi terkait atraksi-atraksi yang tersedia dengan menggunakan media *online* seperti *website*, *blog* maupun *social media*." Dengan melakukan strategi ini dapat meningkatkan pengetahuan wisatawan terkait informasi apa saja dalam Desa Wisata Nongkosawit dan dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan yang tidak hanya dari kota Semarang saja, tapi hingga ke luar kota Semarang. Sehingga, Desa Wisata Nongkosawit dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan melalui desa wisata tersebut dan dapat mendukung program Pemerintah yaitu membentuk pemberdayaan masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Dharmawan, I. M. A., Sarjana, I. M., & Yudhari, I. D. A. S. (2014). Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan. *Universitas Udayana*, 3(1), 1–11.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat: sebuah pendekatan konsep*. Graha Ilmu.

- nskeep, E., & others. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. *Gadjah Mada University, Yogyakarta*.
- Nusastiawan, C. D. (2010). Pedoman Umum Pengembangan Desa Wisata Cirangkong Tahap Awal | 1, (November 2012), 1–61. Retrieved from [http://www.academia.edu/6423956/Buku\\_Pedoman\\_Umum\\_Desa\\_Wisata](http://www.academia.edu/6423956/Buku_Pedoman_Umum_Desa_Wisata)
- Putri, R. A., Hariani, D., & Sulandari, S. (2014). Perencanaan Pembangunan Desa Wisata Nongkosawit Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Diponegoro*, (3), 1–10. Retrieved from <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Ramadhan, F. (2014). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENDUKUNG KEGIATAN PARIWISATA PENDAHULUAN Potensi pariwisata di indonesia sangat besar , keanekaragaman budaya dan keindahan alamnya sangat berpotensi untuk dikembangkan , dari beberapa wilayah di indonesia sudah terdapat bebe, 3(4).
- Resources, N. (2013). A Guide to Community Tourism Planning in Nova Scotia.
- Wihasta, C. R. (2013). PERKEMBANGAN DESA WISATA KEMBANG ARUM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT DONOKERTO KECAMATAN TURI. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Zakaria, F., & Suprihardjo, D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik POMITS*, 3(2).