

**ANALISIS KESESUAIAN *SUPPLY-DEMAND* DAN STRATEGI
PENGEMBANGAN DESA WISATA TIPANG, SUMATERA UTARA**

(Tesis)

Oleh

**ROPATINA MONIKA VALENTINA HUTASOIT
NPM 2120051010**



**PROGRAM STUDI MAGISTER PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

ANALISIS KESESUAIAN *SUPPLY-DEMAND* DAN STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TIPANG, SUMATERA UTARA

Oleh

ROPATINA MONIKA VALENTINA HUTASOIT

Perubahan kecenderungan perjalanan wisata yang awalnya terfokus pada daerah tujuan wisata konvensional kini mulai bergeser ke arah pencarian daerah tujuan wisata alternatif, menjadikan pengembangan desa wisata sebagai topik yang semakin sering dibahas dan diprioritaskan. Desa Wisata Tipang merupakan desa yang menjadi Juara IV ADWI 2021 dan memiliki atraksi dan sarana wisata yang cukup lengkap. Namun menurut Jejaring Desa Wisata (Jadesta), Desa Wisata Tipang masih dalam kategori perintis dengan potensi yang terbatas, minimnya sarana dan prasarana, rendahnya tingkat kunjungan wisatawan, serta pengelolaan yang masih bersifat lokal. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini dianggap sangat penting untuk dilakukan, karena penelitian ini akan menguraikan terkait *supply side* dan *demand side* serta strategi pengembangan Desa Wisata Tipang yang akan berpengaruh pada keberlanjutan pembangunan Desa Wisata Tipang. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah analisis supply-demand, BCG, SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen penawaran dan permintaan Desa Wisata Tipang memiliki skor rendah yang menunjukkan bahwa kedua komponen ini belum mendukung pengembangan desa wisata tersebut. Berdasarkan matriks BCG, desa ini berada pada posisi "*Dogs*" yang berarti desa ini memerlukan investasi yang tinggi dengan mengembangkan produk yang sudah ada serta membuat peramalan permintaan agar tidak membuang modal melalui adanya promosi wisata. Nilai potensi daya tarik wisata menjelaskan bahwa komponen penawaran Desa Wisata Tipang cukup potensial untuk mendukung pengembangan desa wisata tersebut. Strategi untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Tipang meliputi penyediaan paket wisata, pusat informasi, pengembangan objek wisata, sosialisasi melalui berbagai media, dan pengembangan produk unggulan desa.

Kata Kunci : Desa Wisata Tipang, Komponen Penawaran dan Permintaan, Matriks BCG, Potensi Daya Tarik, Strategi Pengembangan

ABSTRACT

ANALYSIS OF SUPPLY-DEMAND SUITABILITY AND DEVELOPMENT STRATEGY FOR TIPANG TOURIST VILLAGE, NORTH SUMATRA

By

ROPATINA MONIKA VALENTINA HUTASOIT

The shift in travel trends, which initially focused on conventional tourist destinations, is now moving towards the search for alternative tourist destinations, making the development of tourist villages a topic that is increasingly discussed and prioritized. Tipang Tourism Village is a village that won 4th place in the 2021 ADWI and has a variety of attractions and complete tourist facilities. However, according to the Village Tourism Network (Jadesta), Tipang Tourism Village is still categorized as a pioneer with limited potential, minimal facilities and infrastructure, low levels of tourist visits, and management that is still local in nature. Based on this, this research is considered very important to conduct, as it will elaborate on the supply side and demand side, as well as the development strategies for Tipang Tourism Village, which will impact the sustainability of the development of Tipang Tourism Village. The research analysis methods used are supply-demand analysis, BCG, SWOT, and QSPM. The results indicate that the supply and demand components of Tipang Tourism Village have low scores, suggesting that these two components do not yet support the development of the tourism village. Based on the BCG matrix, this village is in the "Dogs" position, which means it requires high investment by developing existing products and creating demand forecasting to avoid wasting capital through tourism promotions. The value of the potential tourist attraction explains that the supply components of Tipang Tourism Village are quite promising to support the development of the tourism village. The strategy to support the development of Tipang Tourism Village includes providing tour packages, an information center, developing tourist attractions, socialization through various media, and developing the village's flagship products.

Keywords: Tipang Tourism Village, Supply and Demand Components, BCG Matrix, Attraction Potential, Development Strategy

**ANALISIS KESESUAIAN *SUPPLY-DEMAND* DAN STRATEGI
PENGEMBANGAN DESA WISATA TIPANG, SUMATERA UTARA**

Oleh

ROPATINA MONIKA VALENTINA HUTASOIT

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**

Pada

**Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota
Pascasarjana Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI MAGISTER PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**Judul Tesis : ANALISIS KESESUAIAN SUPPLY-DEMAND
DAN STRATEGI PENGEMBANGAN DESA
WISATA TIPANG, SUMATERA UTARA**

Nama Mahasiswa : Ropatina Monika Valentina Hutasoit

Nomor Pokok Mahasiswa : 2120051010

Program Studi : Magister Perencanaan Wilayah dan Kota

Fakultas : Pascasarjana Multidisiplin



1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.
NIP. 196407241989021002

Dr. Maya Riantini, S.P., M.Si.
NIP. 197805042009122001

**2. Ketua Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota
Universitas Lampung**

Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.
NIP. 196407241989021002

MENGESAHKAN

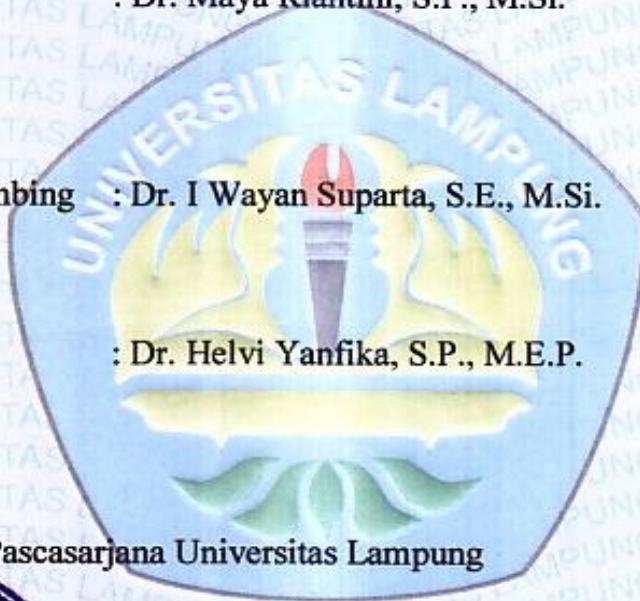
1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Muhammad. Irfan Affandi, M.Si.

Sekretaris : Dr. Maya Riantini, S.P., M.Si.

Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. I Wayan Suparta, S.E., M.Si.

Anggota : Dr. Helvi Yanfika, S.P., M.E.P.



2. Direktur Pascasarjana Universitas Lampung



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP. 196403261989021001

Tanggal Lulus Ujian Tesis: 11 September 2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Tesis dengan judul: “**ANALISIS KESESUAIAN SUPPLY-DEMAND DAN STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TIPANG, SUMATERA UTARA**” adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Hak intelektual atas karya ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 11 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Ropatina M.V. Hutasoit

NPM. 2120051010

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menyertai, memberi kasih, kekuatan, dan hikmat dalam setiap langkah hidupku. Segala hormat, pujian dan kemuliaan hanya bagi-Nya.

Kupersembahkan karya kecil ini kepada :

Orang tuaku tercinta

Bapak Mullop Hutasoit dan Ibu Mutiara Pasaribu

Terimakasih atas cinta, doa, dan dukungan tanpa henti yang selalu kalian berikan.

Pengorbanan kalian yang begitu besar tidak akan pernah bisa aku balas sepenuhnya. Semoga karya kecil ini bisa menjadi bukti dari segala perjuangan dan kasih sayang yang kalian berikan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan pada tanggal 21 Juni 1999, merupakan putri pertama dari 5 bersaudara pasangan Bapak Mullop Hutasoit, S.E. dan Ibu Mutiara Pasaribu. Penulis menempuh pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Bintang Kejora Lintong Nihuta pada tahun 2005, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP St. Yoseph Lintong Nihuta pada tahun 2011, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Cahaya Medan pada tahun 2014. Penulis diterima di Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknologi Infrastruktur dan Kewilayahan pada tahun 2017 dan lulus pada tahun 2021. Pada tahun 2021, penulis kembali melanjutkan pendidikan pada pada Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Analisis Kesesuaian *Supply-Demand* Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Tipang, Sumatera Utara” dengan baik.

Banyak pihak yang telah memberikan doa, bantuan, nasihat, motivasi dan saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., sebagai Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Perencanaan Wilayah dan Kota dan selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran, pengarahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Ibu Dr. Maya Riantini, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran, pengarahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak Dr. I Wayan Suparta, S.E., M.Si., sebagai Dosen Penguji Pertama atas saran, kritik, dan arahan yang diberikan untuk perbaikan tesis ini.
6. Ibu Dr. Helvi Yanfika, S.P., M.E.P., sebagai Dosen Penguji Kedua atas saran, kritik, dan arahan yang diberikan untuk perbaikan tesis ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Pascasarjana Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menjadi mahasiswa, serta staf/karyawan yang memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.

8. Kedua orangtuaku tercinta, Ayah (Mullop Hutasoit) dan Ibu (Mutiara Pasaribu) yang selalu memberikan motivasi, dukungan, doa restu, kasih sayang, perhatian yang tak pernah terputus, keempat adikku Tiur Hutasoit, Octavia Hutasoit, Ronatio Hutasoit, dan Tuaro Hutasoit, serta keluarga besar atas semua limpahan kasih sayang, doa, nasihat, semangat, kebahagiaan, dan perhatian yang tak pernah putus kepada penulis selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2021 di Magister Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Lampung atas semangat berjuang dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini.
10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis hingga terselesaikan tesis ini.

Bandar Lampung, Oktober 2024

Penulis,

Ropatina M.V. Hutasoit

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
I. PENDAHULUAN	18
A. Latar Belakang	18
B. Rumusan Masalah.....	21
C. Tujuan Penelitian	22
D. Manfaat Penelitian	23
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	24
A. Tinjauan Pustaka.....	24
1. Pengertian Wisata dan Pariwisata	24
2. Desa Wisata.....	25
3. Penawaran Desa Wisata	28
4. Permintaan Desa Wisata.....	35
5. Strategi Pengembangan Desa Wisata	36
6. Analisis <i>Supply-Demand</i>	40
7. Analisis Matriks BCG	41
8. Analisis SWOT	42
9. Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	44
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Pemikiran.....	53
III. METODE PENELITIAN	54

A. Metode Dasar Penelitian	54
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	55
C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian	58
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	61
E. Metode Analisis Data.....	62
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	73
A. Gambaran Umum Desa Tipang, Kecamatan Baktiraja.....	73
1. Kondisi Geografis	73
2. Kondisi Kependudukan dan Sosial Budaya	75
B. Gambaran Umum Desa Wisata Tipang	75
1. Gambaran Umum Desa Wisata Tipang.....	75
2. Struktur Organisasi Desa Wisata Tipang	77
3. Jenis Wisata dan Paket Wisata di Desa Wisata Tipang	79
C. Analisis Ketersediaan dan Kondisi Komponen Penawaran dan Permintaan di Desa Wisata Tipang.....	82
1. Analisis Penawaran Wisata	82
2. Kesimpulan Analisis Penawaran.....	99
3. Analisis Permintaan Wisata	101
4. Kesimpulan Analisis Permintaan	109
D. Analisis BCG Kegiatan Wisata di Desa Wisata Tipang	111
E. Persepsi Wisatawan Terhadap Aspek <i>Supply</i> Daya Tarik Desa Wisata Tipang	114
F. Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang.....	117
1. Analisis Lingkungan Internal Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang	117
2. Analisis Lingkungan Eksternal Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang	119
3. Matriks I-E Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang ..	122
4. Matriks SWOT Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang.....	124
5. Matriks QSPM Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang.....	127

6. Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang	128
V. KESIMPULAN DAN SARAN	137
A. Kesimpulan	137
B. Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN.....	145

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu 46
Tabel 3. 1	Kebutuhan Data Sekunder 61
Tabel 3. 2	Format Tabel Analisis Supply 63
Tabel 3. 3	Format Rekapitulasi Nilai Analisis 64
Tabel 3. 4	Format Hasil Kriteria Skoring Penilaian Potensi Elemen Sediaan Aspek Supply 65
Tabel 3. 5	Kriteria Penilaian Persepsi Wisatawan Terhadap Aspek Supply 66
Tabel 3. 6	Klasifikasi Penilaian Potensi Desa Wisata dalam Peningkatan Daya Tarik Desa Wisata Tipang 67
Tabel 3. 7	Format Matriks IFAS 68
Tabel 3. 8	Format Matriks EFAS 69
Tabel 3. 9	Format Matriks Faktor Internal dan Eksternal 70
Tabel 3. 10	Format Matriks SWOT 71
Tabel 3. 11	Bentuk Matriks QSP 72
Tabel 4. 1	Jumlah Masyarakat Terlibat Desa Wisata 78
Tabel 5. 1	Analisis Penawaran Atraksi Wisata 89
Tabel 5. 2	Analisis Penawaran Sarana Wisata 92
Tabel 5. 3	Analisis Penawaran Aksesibilitas 95
Tabel 5. 4	Analisis Penawaran Informasi dan Promosi Wisata 99
Tabel 5. 5	Klasifikasi Nilai Penawaran Wisata 100
Tabel 5. 6	Rekapitulasi Nilai Penawaran Wisata 100
Tabel 5. 7	Analisis Permintaan Atraksi Wisata 102
Tabel 5. 8	Analisis Aspek Permintaan Sarana Wisata 103
Tabel 5. 9	Analisis Aspek Permintaan Aksesibilitas Wisata 107
Tabel 5. 10	Analisis Permintaan Informasi dan Media Promosi Wisata 109
Tabel 5. 11	Klasifikasi Nilai Permintaan Wisata 110
Tabel 5. 12	Rekapitulasi Nilai Permintaan Wisata 110
Tabel 5. 13	Hasil Kriteria Skoring Penilaian Potensi Aspek Supply 115
Tabel 5. 14	Klasifikasi Penilaian Desa Dalam Peningkatan Daya Tarik Desa Wisata Tipang 116
Tabel 5. 15	Matriks IFAS Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang 118
Tabel 5. 16	Matriks EFAS Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang 121

Tabel 5. 17	Matriks SWOT Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang	125
Tabel 5. 18	Total Attractive Score (TAS) pada alternatif strategi pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang, Kecamatan Baktiraja	127
Tabel 5. 19	Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang	129
Tabel 7. 1	Data Responden Penelitian	148
Tabel 7. 2	Hasil Analisis Penawaran Komponen Wisata	155
Tabel 7. 3	Hasil Analisis Permintaan Komponen Wisata.....	159
Tabel 7. 4	Hasil Kriteria Skoring Penilaian Potensi Aspek Supply Atraksi Wisata	162
Tabel 7. 5	Hasil Kriteria Skoring Penilaian Potensi Aspek Supply Sarana Wisata	163
Tabel 7. 6	Hasil Kriteria Skoring Penilaian Potensi Aspek Supply Aksesibilitas Wisata	164
Tabel 7. 7	Hasil Kriteria Skoring Penilaian Potensi Aspek Supply Informasi dan Promosi Wisata	165
Tabel 7. 8	Responden Strategi Pengembangan Desa Wisata Tipang	166
Tabel 7. 9	Evaluasi Bobot Faktor Internal (kiri) dan Eksternal (kanan) Pengembangan Desa Wisata Tipang.....	167
Tabel 7. 10	Rekapitulasi Bobot Internal Pengembangan Desa Wisata Tipang	170
Tabel 7. 11	Rekapitulasi Bobot Eksternal Pengembangan Desa Wisata Tipang	171
Tabel 7. 12	Rekapitulasi Rating Internal Pengembangan Desa Wisata Tipang	172
Tabel 7. 13	Rekapitulasi Rating Eksternal Pengembangan Desa Wisata Tipang	173
Tabel 7. 14	Perhitungan Total Nilai Daya Tarik (Total Attractiveness Score)	174
Tabel 7. 15	Perhitungan Total Nilai Daya Tarik (Total Attractiveness Score) (2)	175
Tabel 7. 16	Hasil Analisis Alternatif Strategi	176

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Rumus Pengembangan Pariwisata.....	39
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 3. 1 Diagram SWOT	70
Gambar 4. 1 Peta Administrasi Desa Tipang	74
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Desa Wisata Tipang	78
Gambar 4. 3 Peta Persebaran Wisata Alam Desa Wisata Tipang	80
Gambar 4. 4 Peta Persebaran Wisata Budaya Desa Wisata Tipang.....	81
Gambar 5. 1 Penatapan Gonting.....	84
Gambar 5. 2 Campsite Batumaranak.....	85
Gambar 5. 3 Air Terjun Sigota-gota.....	86
Gambar 5. 4 Terasering Sibara-bara.....	87
Gambar 5. 5 Pulo Simamora	88
Gambar 5. 6 Sarkofagus	89
Gambar 5. 7 Penginapan dan Homestay di Desa Wisata Tipang	91
Gambar 5. 8 Tempat Makan/Restaurant di Desa Wisata Tipang	91
Gambar 5. 9 Posisi Matriks BCG Desa Wisata Tipang	112
Gambar 5. 10 Matriks I-E Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Tipang	123
Gambar 7. 1 Peta Administrasi Kecamatan Baktiraja.....	146
Gambar 7. 2 Peta Administrasi Kabupaten Humbang Hasundutan	147

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata dianggap sebagai suatu sektor industri yang dapat membangun kemandirian bangsa serta dapat mendorong tumbuhnya sektor-sektor lainnya (H. P. Nugraha et al., 2013). Saat ini, terdapat perubahan kecenderungan perjalanan wisata, dimana awalnya kunjungan wisatawan terkonsentrasi di daerah tujuan wisata konvensional seperti : pantai, taman hiburan atau tempat-tempat bersejarah, mulai beralih untuk mencari daerah tujuan wisata alternatif seperti : daerah pedesaan yang mampu menawarkan suasana yang sejuk, tenang, alami dan damai (Sugiarti et al., 2016). Hal ini juga dijelaskan oleh Yuliandari (2020), bahwa dalam perjalanan perkembangan wisata terdapat pergeseran pola perjalanan yang dulunya *mass tourism* menjadi *alternative tourism*. Oleh sebab itulah, desa wisata menjadi hal yang saat ini sering dibahas dan terus dikembangkan. Desa wisata merupakan salah satu alternatif yang dapat mengakomodasi kebutuhan wisatawan yang memiliki minat khusus. Wisatawan dari daerah perkotaan melakukan kegiatan wisata ke daerah pedesaan atau mengunjungi desa wisata untuk dapat menikmati suasana yang tenang dan damai.

Semakin bertambahnya jumlah wisatawan yang datang dan berkunjung ke daerah pedesaan mengakibatkan pengembangan desa wisata menjadi satu hal yang sangat penting. Dampak dari pengembangan ini nantinya akan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Menarik kunjungan wisatawan akan berkaitan dengan bagaimana proses rencana pengembangan kawasan wisata tersebut. Hal yang terpenting dalam proses perencanaan pariwisata termasuk proses perencanaan desa wisata adalah memilih strategi atau pendekatan yang diinginkan (Persada, 2018). Perencanaan dan pengembangan

kegiatan wisata perlu mengusahakan keterpaduan antara 2 komponen utama dalam pengembangan, yaitu sisi permintaan (*demand side*) dan sisi penawaran (*supply side*). Pendekatan ini menjadi pendekatan yang sangat mendasar karena pada dasarnya perencanaan dan pengembangan objek wisata adalah untuk menarik kunjungan wisatawan ke suatu objek. Hal yang menjadi temuan dalam pendekatan ini nantinya akan menunjukkan kesesuaian maupun ketidaksesuaian dan strategi akan menjadi sebuah rencana ataupun arahan tindakan yang dapat diterapkan dan dilaksanakan untuk dapat menyelesaikan temuan dalam pendekatan tersebut.

Di Indonesia sendiri, pengembangan desa wisata sangat didukung oleh pemerintah melalui berbagai hal, seperti contohnya pada tahun 2021 Kemenparekraf memberikan penghargaan kepada 50 desa wisata di Indonesia, 2 diantaranya berada di Sumatera Utara dan Desa Wisata Tipang adalah salah satunya. Desa Wisata Tipang juga menjadi salah satu daya tarik wisata primer dalam perencanaan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Danau Toba. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan menjelaskan bahwa Desa Tipang merupakan desa yang memiliki panorama alam yang indah, seperti adanya Air Terjun Sigota-gota, atau Sipultak Hoda yang berundak-undak terlihat dari kejauhan dan terdapat juga pulau-pulau kecil. Selain kekayaan alam, Desa Tipang juga memiliki daya tarik budaya dan sejarah peninggalan Suku Batak, seperti : Batu Marbonggar, Rumah Adat Batak, dan Sarkofagus. Desa Wisata Tipang merupakan salah satu desa yang menerima penghargaan 50 ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia) Tahun 2021 bahkan menjadi juara IV ADWI 2021 .

Data yang didapatkan melalui Jejaring Desa Wisata (Jadesta) oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa, Desa Wisata Tipang termasuk desa wisata kategori perintis yang mengartikan bahwa Desa Wisata Tipang masih berupa potensi sebagai suatu desa wisata, terbatas dalam hal sarana dan prasarana yang berakibat pada rendahnya tingkat kunjungan wisatawan atau pengunjung, kesadaran masyarakat yang masih rendah serta pengelolaan yang masih bersifat lokal. Sementara dalam RIPPARKAB dijelaskan bahwa terdapat beberapa rencana pengembangan yang dilakukan di Desa Wisata Tipang, seperti diantaranya: pengembangan terhadap daya tarik wisata, peningkatan kualitas jalan, peningkatan kualitas dan kuantitas moda transportasi darat, pengembangan sarana prasarana fisik dasar, pengembangan fasilitas umum dan pariwisata, sampai pada bimbingan dan pelatihan pengelola desa wisata. Selain itu, dalam Buku Profil Desa Wisata Tipang juga dijelaskan bahwa terdapat beberapa sarana dan prasarana yang telah tersedia di Desa Wisata Tipang, yaitu : homestay, penginapan, toilet umum dan restoran. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu untuk dilakukan sebuah analisis *supply-demand* terhadap Desa Wisata Tipang guna untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mengingat bahwa terdapat beberapa perencanaan penyediaan sarana dan prasarana yang telah ada.

Kemudian, seperti yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya bahwa strategi sangat diperlukan sebagai upaya untuk mengembangkan desa wisata serta sebagai upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada, sehingga nantinya desa tersebut dapat berkembang menjadi desa wisata unggul dan mampu membangun desa kearah yang lebih baik (Agustin, 2018). Melihat potensi Desa Wisata Tipang serta melihat status Desa Wisata Tipang sebagai desa wisata rintisan, maka dibutuhkan strategi dalam pengembangan desa wisata tersebut, karena desa wisata ini dapat menjadi salah satu cara untuk mendukung pembangunan desa. Pembangunan desa wisata akan ikut membuat desa mandiri dan akan mendorong perekonomian desa yang semakin baik dan meningkat.

B. Rumusan Masalah

Terjadi perubahan kecenderungan perjalanan wisata yang awalnya kunjungan wisatawan terkonsentrasi di daerah tujuan wisata konvensional mulai berubah dengan mencari daerah tujuan wisata alternatif seperti : daerah pedesaan yang mampu menawarkan suasana yang lebih sejuk, tenang, alami dan damai (Sugiarti et al., 2016). Hal ini mengakibatkan banyak pengembangan-pengembangan terhadap daerah-daerah tujuan alternatif dilakukan, termasuk pengembangan Desa Wisata Tipang, Baktiraja. Secara umum, pengembangan desa wisata dilakukan melalui pengembangan daya tarik wisata, pengembangan fasilitas-fasilitas di objek wisata, pengembangan aksesibilitas dan pengembangan SDM yang berkaitan. Suatu desa wisata harus secara kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas daerah (Wahidin, 2017). Desa wisata juga dipersyaratkan memiliki berbagai fasilitas yang dapat menunjang kawasan tujuan wisata. Fasilitas ini nantinya akan memudahkan para pengunjung desa wisata dalam melakukan kegiatan wisata. Pengembangan-pengembangan fasilitas ini menjadi strategi dalam pengembangan desa wisata. Namun, seringkali pengembangan yang dilakukan sebagai strategi pengembangan desa wisata tidak sesuai pada kebutuhan desa wisata tersebut.

Desa Wisata Tipang memiliki beberapa potensi yang dijelaskan melalui beberapa dokumen perencanaan pariwisata. RIPPARKAB Humbang Hasundutan menjelaskan bahwa terdapat beberapa rencana pengembangan yang dilakukan di Desa Wisata Tipang, seperti diantaranya: pengembangan terhadap daya tarik wisata, peningkatan kualitas jalan, peningkatan kualitas dan kuantitas moda transportasi darat, pengembangan sarana prasarana fisik dasar, pengembangan fasilitas umum dan pariwisata, sampai pada bimbingan dan pelatihan pengelola desa wisata. Dokumen terkait Profil Desa Wisata Tipang juga menjelaskan bahwa sudah terdapat beberapa sarana dan prasarana yang telah tersedia di Desa Wisata Tipang, yaitu : homestay, penginapan, toilet umum dan restoran. Namun, data Analisis Tipang yang dijelaskan di Jejaring Desa Wisata yang disediakan oleh KEMENPAREKRAF,

menjelaskan bahwa status Desa Wisata Tipang adalah sebagai desa wisata rintisan. Status rintisan ini menjelaskan bahwa ternyata pengembangan sarana dan prasarana wisata masih terbatas, masih sedikitnya jumlah wisatawan, kesadaran masyarakat yang belum tumbuh dan desa wisata tersebut dianggap masih berupa potensi. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini dianggap sangat penting untuk dilakukan, karena penelitian ini akan menguraikan terkait *supply side* dan *demand side* serta strategi pengembangan Desa Wisata Tipang yang akan berpengaruh pada keberlanjutan pembangunan Desa Wisata Tipang, Baktiraja, Sumatera Utara. Selain berpengaruh pada keberlanjutan pembangunannya, penelitian ini juga akan menguraikan penyediaan *supply* yang sesuai dengan *demand* sehingga strategi yang tersusun juga akan tepat sasaran. Untuk mengetahui hal tersebut, penelitian ini dilakukan berdasarkan pada beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana ketersediaan dan kondisi komponen *supply* dan komponen *demand* dalam mendukung pengembangan Desa Wisata Tipang secara eksisting ?
2. Bagaimana posisi kegiatan desa wisata jika komponen *supply* dan komponen *demand* di Desa Wisata Tipang ditinjau melalui Matriks *Boston Consulting Group* (BCG) ?
3. Bagaimana potensi daya tarik Desa Wisata Tipang dilihat dari rata-rata penilaian wisatawan terhadap komponen *supply* ?
4. Bagaimana strategi yang tepat untuk mengelola dan mengembangkan Desa Wisata Tipang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang terdapat di latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi dukungan komponen *supply* dan komponen *demand* di Desa Wisata Tipang terhadap pengembangan desa wisata tersebut

2. Mengetahui dan mendeskripsikan posisi kegiatan Desa Wisata Tipang jika komponen *supply* dan komponen *demand* desa wisata tersebut ditinjau melalui Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)
3. Mengidentifikasi nilai potensi daya tarik Desa Wisata Tipang dilihat dari rata-rata penilaian wisatawan terhadap komponen *supply*
4. Menyusun strategi yang dapat mendukung pengelolaan dan perkembangan Desa Wisata Tipang

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi beberapa pihak.

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu :

1. Bagi masyarakat Desa Wisata Tipang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa informasi dan solusi untuk dapat mendukung pengembangan Desa Wisata Tipang.
2. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk dapat menyusun kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan Desa Wisata Tipang.
3. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Wisata dan Pariwisata

Menurut Spillane (1989) dalam Fitriyani (2017), pariwisata sudah ada sejak adanya peradaban manusia, dan hal ini ditandai dengan adanya pergerakan penduduk yang melakukan ziarah serta perjalanan agama. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Pariwisata berasal dari 2 (dua) suku kata, yaitu : pari dan wisata. Dimana, pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar. Sementara wisata berarti sebuah perjalanan atau kegiatan bepergian. Berdasarkan pengertian kedua kosa kata tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat yang lainnya.

Pengertian pariwisata dapat dilihat dari beberapa definisi menurut beberapa ahli berikut, yaitu :

- A.J. Burkart dan S. Medlik (1974) dalam Suprpto (2005) menjelaskan bahwa, pariwisata merupakan perpindahan orang untuk sementara waktu serta dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat yang biasanya menjadi tempat mereka hidup dan bekerja.
- Prof. Hunziker dan Prof. K. Krapf (2000) dalam Suprpto (2005) menjelaskan bahwa, pariwisata merupakan keseluruhan jaringan serta gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat dengan syarat mereka tidak tinggal di tempat tersebut atau melakukan

suatu pekerjaan yang penting serta memberikan keuntungan yang bersifat permanen.

- Mc. Intosh dan Goelder (1986) dalam Fitriana (2017) menjelaskan bahwa, pariwisata merupakan ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik serta menghimpun pengunjung, termasuk didalamnya adalah berbagai akomoditas dan *cathering* yang dibutuhkan serta diminati oleh pengunjung.

Hakikatnya berpariwisata merupakan sebuah proses atau kegiatan bepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju suatu tempat lain diluar tempat tinggalnya (Agustin, 2018). Dalam penelitiannya, Agustin juga menjelaskan bahwa istilah pariwisata sangat berkaitan dengan perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan alasan tersebut bukanlah untuk melakukan suatu kegiatan yang menghasilkan upah. Kepariwisataan merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata, sementara orang yang melakukan wisata disebut dengan istilah wisatawan atau pengunjung (tergantung pada lamanya perjalanan wisata). Ada beberapa istilah yang sering dikaitkan atau dapat menggambarkan wisata, yaitu : *excursion*, *trip*, *journey*, dan piknik. Di Indonesia, istilah *excursion* jarang digunakan, yang biasa digunakan adalah piknik atau biasa juga disebut dengan istilah *tour*. Piknik dilakukan dengan waktu kurang dari 24 jam, sementara *tour* menggunakan waktu lebih dari 24 jam.

2. Desa Wisata

Dengan adanya pengertian wisata dan pariwisata, maka selanjutnya akan dibahas terkait desa wisata. Keberadaan desa wisata menjadikan suatu produk wisata yang lebih bernilai budaya pedesaan sehingga pengembangan desa wisata menjadikan produk wisata bernilai budaya tanpa harus merusaknya (Sidiq & Resnawaty, 2017). Menurut Pariwisata inti rakyat (PIR), desa wisata merupakan suatu kawasan perdesaan yang menawarkan suasana yang mencerminkan atau menggambarkan keaslian perdesaan baik dari segi

kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomiannya yang unik dan menarik serta mempunyai potensi pariwisata yang dapat dikembangkan. Nuryati (1993) dalam Sidiq & Resnawaty (2017) menjelaskan bahwa, desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi serta fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara serta tradisi yang berlaku di suatu desa. Desa wisata merupakan sebuah kawasan atau lingkungan pedesaan yang memiliki daya tarik wisata berbasis kearifan lokal, contohnya dari segi adat-istiadat, budaya, serta kekayaan alam yang memiliki keunikan dan merupakan ciri khas suatu desa (Hermawan, 2016).

Desa wisata menjadi salah satu alternatif untuk dapat mengakomodasi serta memenuhi kebutuhan wisatawan yang memiliki minat khusus terutama wisatawan yang tinggal di daerah perkotaan. Oleh sebab itu, pengembangan desa wisata merupakan suatu usaha untuk dapat melengkapi serta meningkatkan fasilitas wisata sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.. Panduan Desa Wisata oleh Kementerian Pariwisata dalam Persada (2018) menjelaskan bahwa, desa wisata merupakan suatu wilayah dengan luasan tertentu yang memiliki potensi keunikan yang khas dengan komunitas masyarakat yang mampu menciptakan perpaduan berbagai daya tarik wisata juga fasilitas-fasilitas yang ada didalamnya untuk dapat menarik kunjungan wisatawan. Desa wisata menjadi kawasan pedesaan yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadikan daerah tersebut sebagai daerah tujuan wisata. Priasukmana dan Mulyadin (2001) dalam Lestari (2022) menjelaskan bahwa, penetapan suatu desa dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi beberapa syarat, yaitu :

1. Memiliki aksesibilitas yang baik sehingga dapat mempermudah kunjungan wisatawan yang menggunakan berbagai jenis alat transportasi
2. Memiliki objek yang menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya

3. Keberterimaan masyarakat dan aparat setempat terhadap wisatawan yang datang ke desanya
4. Keamanan yang terjamin
5. Tersedia akomodasi, telekomunikasi dan SDM yang memadai
6. Beriklim sejuk dan dingin
7. Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Menurut Wirdayanti et al. (2021) dalam buku Pedoman Desa wisata juga menjelaskan terkait beberapa kriteria desa wisata, yaitu :

1. Memiliki potensi daya tarik wisata (daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif)
2. Memiliki komunitas masyarakat
3. Memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata
4. Memiliki kelembagaan pengelolaan
5. Memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata
6. Memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan

Berdasarkan persyaratan dan konsep desa wisata yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya, terdapat konsep penting dalam komponen desa wisata. Suryo Sakti Hadiwijoyo (2012) dalam Lestari (2022) menjelaskan bahwa, terdapat 2 konsep penting dalam komponen desa wisata, yaitu :

1. Akomodasi, merupakan sebagian dari tempat tinggal penduduk setempat atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk
2. Atraksi, merupakan seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan adanya integrasi wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti kursus tari, bahasa, membatik dan hal-hal lainnya yang lebih spesifik.

3. Penawaran Desa Wisata

Penawaran wisata merupakan sebuah produk yang diberikan kepada wisatawan untuk dapat dinikmati yang dalam hal ini dinikmati di sebuah desa wisata. Pearce (1989) dalam Suprpto (2005) menjelaskan bahwa, elemen penawaran wisata dapat dikelompokkan kedalam :

- a. Atraksi, yang terdiri dari : alam (pemandangan, flora dan fauna, cagar alam); buatan manusia (tempat ibadah, monument, bangunan peninggalan bersejarah, museum); budaya (music, bahasa, nyanyian rakyat, tarian, upacara adat dan perayaan tradisional)
- b. Akomodasi yang terdiri dari : hotel dan/atau motel
- c. Fasilitas pendukung, yang terdiri dari : pelayanan pendukung (pusat perbelanjaan, dan toko souvenir); fasilitas lainnya (apotik, restoran, bank, dan rumah sakit)
- d. Prasarana, yang terdiri dari : prasarana transportasi (jalan, pelabuhan, stasiun kereta api, pelabuhan udara); utilitas (listrik, saluran air limbah, saluran air bersih)
- e. Transportasi, terdiri dari : rute angkutan, dan moda angkutan

Sementara Gunn (1994) dalam Suprpto (2005) mengelompokkan aspek penawaran wisata kedalam beberapa aspek, yaitu : atraksi wisata, transportasi wisata, jasa wisata, dan informasi serta promosi wisata.

a) Atraksi Wisata

Hadinot (1996) dalam Suprpto (2005) menjelaskan bahwa atraksi wisata merupakan atraksi yang telah diidentifikasi ke dalam sebuah penelitian dan dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata yang berkualitas dan memiliki keterjangkauan yang baik. Selain itu, Cooper dalam Suwena & Widyatmaja (2010) menjelaskan bahwa terdapat 4 komponen yang harus memenuhi kebutuhan dan pelayanan Daerah Tujuan Wisata (DTW) dan salah satunya adalah Atraksi (*Attraction*). Atraksi merupakan sebuah objek serta daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan dan/atau pengunjung.

Modal atraksi sendiri dibagi menjadi 3, yaitu : Daya tarik wisata alam, Daya tarik wisata budaya dan Daya tarik wisata minat khusus.

Atraksi wisata yang ketersediaan dan kondisi yang baik akan dapat mendatangkan wisatawan dengan jumlah yang banyak, mampu menahan wisatawan di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan sehingga wisatawan berniat untuk kembali berkunjung atau berwisata di tempat tersebut. Untuk dapat mencapai hal tersebut, Soekadijo (1997) dalam Suprpto (2005) menjelaskan bahwa terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu :

- Kegiatan dan objek yang adalah atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik
- Atraksi wisata harus disajikan kepada wisatawan sehingga penyajiannya harus tepat
- Atraksi wisata menjadi terminal dari suatu sistem pariwisata, sehingga akan terintegrasi dengan akomodasi, transportasi, dan promosi serta pemasaran
- Keadaan ditempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama
- Kesan yang diperoleh wisatawan saat menyaksikan atraksi harus diusahakan untuk dapat dinikmati dengan waktu yang lama

Selain harus menarik dan baik, atraksi wisata juga harus memiliki ciri khas atau memiliki perbedaan dari tempat asal wisatawan. Hal ini dikarenakan wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat bertujuan untuk melihat sesuatu yang belum pernah dia ketahui atau tidak ada ditempat asalnya. Dengan kata lain, seorang wisatawan ingin mendapatkan sebuah pengalaman atau pengetahuan yang baru dari perjalanan wisata yang dilakukannya.

Atraksi wisata bersifat dinamis, artinya akan selalu ada perubahan dan perubahan ini dipengaruhi oleh : (1) Adanya perubahan dari kondisi kota, kualitas sumberdaya seperti air, flora maupun fauna, dan (2) Adanya kesan

dan minat wisatawan yang dapat naik dan turun seiring dengan perjalanan waktu (Yuliandari, 2020). Oleh sebab itu, dibutuhkan penanganan dan manajemen yang baik dan tepat. Bovy dan Fred (1977) dalam Yuliandari (2020) menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan analisis terhadap atraksi wisata, yaitu : (1) Riset pasar (*market research*), (2) Pengamatan lokasi (*site investigation*), (3) Program kepariwisataan, dan (4) Perencanaan fisik. Atraksi wisata akan membentuk pengalaman berwisata bagi seseorang, sehingga akan menjadikannya sebagai salah satu alasan untuk mengunjungi suatu tujuan wisata.

Dalam pengembangan sebuah atraksi wisata yang baik, maka menurut Soekadijo (1997) dalam Suprpto (2005) perlu diperhatikan beberapa hal berikut, yaitu :

- Kegiatan dan objek yang merupakan komponen atraksi itu sendiri, sehingga harus dalam keadaan yang baik
- Karena atraksi wisata itu harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajiannya harus tepat dengan juga memperhatikan perspektif ruang, waktu dan sosial budaya
- Keadaan di tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan dengan waktu yang cukup lama. Dengan asumsi bahwa semakin lama maka akan semakin besar keuntungan yang akan didapatkan.
- Kesan yang diperoleh wisatawan saat menyaksikan wisata harus diupayakan bertahan selama mungkin. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan kesan itu pada suatu objek yang tidak cepat rusak dan dapat dibawa pulang.

b) Sarana Wisata

Pada sebuah aktivitas wisata, wisatawan tidak hanya memerlukan atraksi saja, melainkan juga memerlukan berbagai jasa yang terkait dengan kebutuhan wisatawan selama di objek wisata. Sunaryo (2013) dalam Sasmita (2017) mengemukakan beberapa definisi sarana wisata, yaitu : Pertama, sarana pokok kepariwisataan (akomodasi) yang merupakan

sebuah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat bergantung dengan arus kedatangan wisatawan. Kedua, sarana pendukung kepariwisataan merupakan sarana yang lokasinya mudah dicapai dan diakses oleh wisatawan. Ketiga, sarana penunjang yang adalah sarana yang menunjang sarana pokok dan pendukung untuk dapat membuat wisatawan lebih dimudahkan berwisata dengan kelengkapan fasilitas yang ada di daerah tujuan wisata, seperti : tersedianya pusat informasi, papan petunjuk arah, dan pelayanan pengunjung lainnya. Sarana menjadi gabungan dari berbagai aktivitas yang berkaitan dengan upaya untuk dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Akomodasi yang diperlukan untuk kepariwisataan berupa penyediaan berbagai sarana akomodasi seperti hotel, motel, cottage, losmen, cottage, dan villa. Layanan akomodasi ini meliputi kamar tidur, kamar mandi/toilet, restoran (restoran, kafe, bar, dll). Sarana akomodasi ini juga mencakup meeting point, kolam renang, dll. Pelayanan wisatawan juga meliputi tersedianya berbagai rumah makan, rumah makan dan warung makan yang melayani kebutuhan diet wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata diharapkan dapat membelanjakan uangnya bukan hanya untuk oleh-oleh saja, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan selama berada ditempat wisata. Oleh sebab itu, dibutuhkan sarana-sarana wisata seperti : pusat perbelanjaan, toko souvenir, kios, pasar, bank, tempat penukaran uang, pemandu wisata, dan layanan-layanan lain yang berkaitan langsung dengan kegiatan pariwisata. Pelayanan lainnya adalah pelayanan yang berkaitan dengan sosial/publik, seperti : pos polisi, jaringan telepon, jaringan air bersih, pusat kesehatan, jaringan listrik, jaringan pembuangan air kotor, televisi, radio dan lain-lainnya (Suprpto, 2005).

c) Aksesibilitas

Aksesibilitas yang baik menjadi salah satu syarat-syarat umum sebuah desa wisata dan kampung wisata (Persada, 2018). Dengan aksesibilitas

yang baik, maka desa wisata atau sebuah daerah tujuan wisata akan mudah untuk dikunjungi oleh wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi. Aksesibilitas menjadi atribut akses bagi wisatawan domestik dan mancanegara agar agar dengan mudah dapat mencapai tujuan ke tempat wisata baik secara internasional maupun akses terhadap tempat-tempat wisata pada sebuah destinasi. Aksesibilitas dalam artian yang luas dapat terbangun jika semua unsur/pihak sudah bersinergi untuk dapat membangun kekuatan bersama dalam pengembangan sebuah pariwisata atau daerah tujuan wisata (Persada, 2018).

Aksesibilitas menjadi jalan masuk utama ke suatu daerah tujuan wisata/destinasi. Bandara, pelabuhan, terminal serta berbagai macam sarana transportasi lainnya menjadi akses penting dalam pariwisata. Akses juga akan berkaitan erat dengan transferabilitas atau kemudahan untuk bergerak dari daerah satu ke daerah lain (Susanto, 2016). Terdapat beberapa faktor yang memungkinkan transferabilitas, yaitu : konektivitas antar daerah, tidak adanya penghalang dan tersedianya sarana angkutan antar daerah.

Spillane (1989) dalam Suprpto (2005) menjelaskan terdapat beberapa fasilitas transportasi yang dapat digunakan dalam kegiatan wisata, yaitu :

- a. Angkutan udara, meliputi:
 - Fasilitas-fasilitas yang ada, yang mencakup bermacam-macam ciri khas pelabuhan udara.
 - Penggunaan pelabuhan udara.
 - Kualitas pelayanan di pelabuhan dan di dalam kapal terbang.
 - Masalah-masalah dan potensi khusus untuk perbaikan fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan angkutan udara.
- b. Angkutan jalan raya, meliputi :
 - Ciri khas jalan-jalan yang ada, termasuk lokasi yang berhubungan dengan akomodasi wisatawan, kapasitas lalu lintas kecepatan yang

dapat ditempuh dalam perjalanan, koordinasi jalan dan pemeliharannya.

- Volume lalu lintas dan peraturan-peraturan lalu lintas serta keamanan.
- Potensi pembangunan dimasa depan, termasuk rencana-rencana perbaikan, pembangunan jalan-jalan baru dan kapasitas jalan.
- Kualitas pelayanan perusahaan pengangkutan pemerintah, swasta, termasuk bus, taxi, persewaan kendaraan, truk barang muatan, dan lain-lain.
- Jalan kereta api.
- Angkutan dalam kota.

c. Angkutan di air/laut, meliputi:

- Letak dan ciri khas pelabuhan, fasilitas dok dan fasilitas lain yang berhubungan dengan pantai, termasuk jumlah ruang kapal, kedalaman jalur-jalur air dan pelayanan-pelayanan pelabuhan yang ada.
- Jalan masuk ke pelabuhan dan dok-dok.
- Dapat dilayarinya jalur-jalur pelabuhan jalur lalu lintas kapal.
- Jumlah dan jenis kapal-kapal yang ada dan kapasitas/daya muat penumpang dan barang-barang muatan dari kapal besar, kecil atau carteran.
- Jaringan jalur dan jadwal kapal yang ada.
- Rencana-rencana yang ada untuk perbaikan fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan angkutan di air/laut.

d) Informasi Promosi Wisata

Pemberian informasi kepada wisatawan sangat penting karena dapat memberikan gambaran yang utuh kepada wisatawan dan calon wisatawan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan kegiatan wisata di suatu tempat tertentu. Informasi ini dapat berupa peta, buku profil/petunjuk, video, artikel majalah, narasi pemandu wisata, brosur, dan lainnya. Mengingat kegiatan kepariwisataan berhubungan dengan kunjungan

wisatawan, maka promosi pariwisata melalui berbagai sarana dan peluang sangat diperlukan untuk menarik wisatawan. Faktor promosi menjadi sebuah kegiatan komunikasi dimana organisasi berusaha mempengaruhi khalayak yang dalam hal ini adalah calon pengunjung/wisatawan (Susanto, 2016). Tahapan promosi dimulai dari penetapan tujuan promosi, menetapkan beberapa statemen alternatif, membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan promosi yang terukur dan penilaian dari rencana promosi agar sesuai dengan anggaran yang tersedia, SDM, dan waktu yang diperlukan.

Hal lain yang berkaitan dengan promosi wisata juga dijelaskan oleh Mill dan Morrison (1985) dalam Persada (2018) yang menjelaskan bahwa marketing (pemasaran) menjadi salah satu dari 4 komponen pembentuk sistem kepariwisataan. Dimana marketing (pemasaran) akan memfokuskan pada strategi bagaimana pengelolaan pariwisata merencanakan, mempromosikan, dan mendistribusikan barang serta jasa kepada wisatawan dan pengunjung. Promosi dapat dilakukan tidak hanya dengan memberikan informasi, melainkan juga bagaimana untuk menarik masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata, seperti melakukan acara budaya. Sunaryo (2013) dalam Sasmita (2017) menjelaskan bahwa, untuk mempromosikan dan menjual produk wisata seperti penyelenggara acara budaya, dapat dikemas menjadi sebuah festival yang dapat menarik wisatawan dan penyelenggaraannya dilakukan secara periodik serta terjadwal dalam satuan *Calender of Events* hingga dapat dipromosikan secara meluas dan sistematis. Selain itu, cara yang dapat digunakan dalam periklanan biasanya dapat dilakukan melalui beberapa media, seperti : koran, bioskop, radio, televisi, pengiriman surat kepada calon turis atau wisatawan. Dimungkinkan juga untuk beriklan dengan mengadakan serta berpartisipasi dalam pameran pariwisata. Langkah-langkah promosi pariwisata pada prinsipnya harus mendorong wisatawan potensial untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Soekadijo (2000) dalam Suprpto (2005) menjelaskan bahwa untuk dapat menjadikan promosi pariwisata berhasil, maka kegiatan-kegiatannya harus didasarkan pada :

- Suatu kebijakan umum tentang pemasaran
- Strategi pemasaran yang mantap
- Pilihan taktik pemasaran yang tepat, dan
- Pilihan sarana komunikasi yang sesuai.

Sementara untuk melihat keberhasilan promosi ini akan terlihat dari : (1) Semakin besarnya arus kedatangan wisatawan, (2) Semakin lamanya wisatawan tinggal di daerah yang dipromosikan, (3) Semakin besarnya pengeluaran wisatawan dan (4) semakin besarnya kecenderungan wisatawan untuk berkunjung ke daerah pariwisata yang sama.

4. Permintaan Desa Wisata

Permintaan merupakan sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada suatu tingkat harga tertentu (Rosadi, 2018). Ilmu ekonomi juga menjelaskan hal yang sama, bahwa permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh seorang pelanggan dan pelanggan tersebut mampu untuk membeli dengan harga tertentu dan pada waktu tertentu. Oleh sebab itulah permintaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi harga. Namun berbeda dengan pariwisata, hubungan antara permintaan dan pariwisata tidaklah sesederhana itu (Suprpto, 2005). Banyak beberapa faktor yang turut mempengaruhi pelanggan yaitu wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata/desa wisata.

Menurut Mathieson dan Wall (1982) dalam Payyangan (2017) mendefinisikan permintaan pariwisata sebagai sejumlah orang yang bepergian atau menginginkan perjalanan, atau menggunakan fasilitas pariwisata, atau mendapatkan pelayanan pada tempat-tempat di tempat daerah tujuan wisata termasuk di desa wisata. Mathieson dan Wall juga membagi permintaan pariwisata menjadi 3 komponen, yaitu :

1. Permintaan yang efektif atau actual, merupakan jumlah sebenarnya peserta pariwisata, mereka yang sesungguhnya adalah orang-orang yang melakukan perjalanan. Hal ini menjadi bagian permintaan yang sangat umum dan mudah untuk diukur, dan kebanyakan statistic pariwisata merupakan permintaan yang efektif.
2. Permintaan tersamar, permintaan ini merupakan masyarakat yang tidak ikut bepergian untuk beberapa alasan. Permintaan tersamar ini sendiri terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu :
 - Permintaan potensial, adalah mereka yang akan bepergian pada beberapa hari mendatang tetapi tidak dilakukan karena belum mempunyai daya beli pada saat itu. Jika nantinya akan memperoleh kenaikan pendapatan, maka permintaan potensial ini akan berubah menjadi permintaan efektif.
 - Permintaan tertunda, adalah mereka yang mampu membayar tetapi karena alasan tertentu menunda pelaksanaan perjalanan. Jika alasan menunda tidak ada, maka permintaan tertunda ini akan menjadi permintaan efektif.
3. Tidak ada permintaan, adalah mereka yang tidak ada dan tidak mau mengadakan perjalanan (no demand).

Berdasarkan hal yang dijelaskan diatas, maka pengembangan pariwisata diharapkan menjadikan mereka orang-orang yang sebelumnya hanya ingin berwisata menjadi secara nyata melakukan perjalanan wisata, dan orang yang sedang atau telah melakukan perjalanan wisata juga akan tetap melakukan perjalanan lagi pada waktu dan kesempatan yang akan datang.

5. Strategi Pengembangan Desa Wisata

Dasar dalam perencanaan wisata adalah mengetahui komponen pengembangan pariwisata serta hubungan internal diantara komponen tersebut. Pengembangan merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah ada sebelumnya atau

menciptakan yang baru (Fitriana, 2017). Terkait pengembangan desa wisata, seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa pengembangan pariwisata pedesaan merupakan dampak dari adanya perubahan minat wisatawan terhadap daerah destinasi wisata. Tumbuhnya tren juga motivasi perjalanan wisata minat khusus yaitu wisata yang kembali ke alam, tertarik dengan budaya dan keunikan lokal mengakibatkan perlu adanya pengembangan wisata pedesaan atau desa wisata.

Gamal Suwanto (2004) dalam Kartini (2020) menjelaskan bahwa terdapat beberapa unsur pokok yang harus ada untuk menunjang pengembangan desa wisata, yaitu :

1. Objek dan daya tarik wisata

Daya tarik sebuah objek wisata didasarkan pada beberapa hal, seperti : Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah nyaman dan bersih; Adanya aksesibilitas yang baik; Adanya ciri khusus/khas yang bersifat langka; Adanya sarana-prasarana yang mampu mendukung kegiatan wisatawan; dan Objek memiliki daya tarik yang tinggi.

2. Prasarana wisata

Prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan buatan manusia yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk mendukung kegiatan wisata yang mereka lakukan, seperti : jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.

3. Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan wisata yang disiapkan untuk dapat melengkapi kebutuhan wisatawan, seperti : hotel atau penginapan, biro perjalanan, alat transportasi, toko cinderamata, rumah makan atau restoran, serta sarana pendukung lainnya.

4. Infrastruktur

Infrastruktur dalam hal ini merupakan suatu keadaan yang mendukung fungsi sarana serta prasarana wisata, baik dalam bentuk pengaturan maupun dalam bentuk bangunan fisik. Contohnya adalah : sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah, sumber

listrik dan energi, sistem jalur transportasi atau angkutan umum, bahkan sampai ke sistem keamanan dan pengawasan.

5. Masyarakat

Terdapat 3 faktor dalam masyarakat, yaitu : masyarakat sekitar objek wisata, lingkungan alam disekitar objek wisata dan budaya yang ada pada masyarakat. Masyarakat lokal memiliki peran yang penting dalam pengembangan desa wisata, karena sumber daya serta keunikan tradisi juga budaya yang melekat merupakan unsur penggerak utama dalam kegiatan desa wisata. Keberhasilan pengembangan suatu desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan juga dukungan dari masyarakat lokal. Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah serta juga menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dari tahapan perencanaan, pengelolaan, pengawasan dan evaluasi. Intinya adalah, masyarakat lokal memiliki kedudukan yang sama penting dengan pemerintah dan swasta, yaitu sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata dan desa wisata.

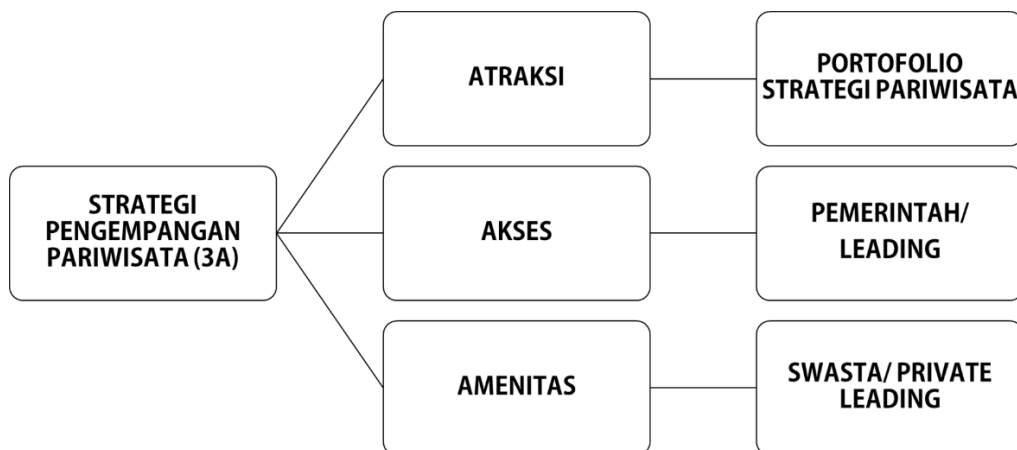
Mengidentifikasi kelemahan kekurangan serta menetapkan produk unggulan desa sebagai suatu desa wisata dengan potensi pilihan utama sebagai prioritas penting untuk dilakukan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menerapkan konsep eksplorasi diri dari desa sebagai sebuah ekosistem yang terdiri dari komponen : atraksi, amenities, aksesibilitas, aktivitas, dan SDM unggul (Wirdayanti et al., 2021).

Buku pedoman desa wisata membagi 2 hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi dalam pengembangan desa wisata, yaitu :

1. Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas (3A)
 - a. Atraksi umumnya berkaitan dengan daya tarik atau asset-aset yang dapat menarik kunjungan wisatawan, baik wisatawan domestik ataupun wisatawan internasional. Daya tarik dibagi menjadi 3 kategori, yaitu : Alam, Budaya, dan Kreatif.

- b. Aksesibilitas, dimana desa wisata harus dapat dijangkau, tersedia sarana dan prasarana yang mampu mendukung mobilisasi wisatawan maupun pengunjung menuju desa wisata.
- c. Amenitas yang membahas terkait kelengkapan sarana, prasarana, peralatan, serta amenities yang dapat mendukung kegiatan serta pelayanan wisatawan maupun pengunjung.

Aksesibilitas serta amenities nantinya akan berkaitan dengan stakeholder, yaitu : pemerintah, swasta dan masyarakat terutama dalam hal mendukung penyelenggaraan dan pengadaan.



Gambar 2. 1 Rumus Pengembangan Pariwisata

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2017

2. Branding, Advertising and Selling (BAS)

- a. Branding akan membahas terkait bagaimana untuk dapat membuat slogan atau tagline desa wisata yang sesuai dengan karakteristik juga sesuai dengan konsep desa wisata yang ingin dibentuk atau dikembangkan. Sehingga nantinya hal ini akan menjadi ciri khas desa wisata tersebut.
- b. Advertising, yaitu promosi desa wisata kepada wisatawan, baik melalui media cetak maupun online untuk dapat menarik minat wisatawan.

- c. Selling (Misi penjualan) yang biasanya dapat dilakukan dengan cara mengikuti event seperti travel fair, bazar, pameran dengan menawarkan atraksi serta produk wisata yang ada di desa wisata tersebut. Bagian ini sangat berkaitan dengan promosi dan penggunaan media cetak juga media online.

Dari seluruh komponen pengembangan desa wisata yang telah dijelaskan, hal yang perlu diingat dan diperhatikan adalah bahwa membangun desa wisata adalah memperhatikan nilai lokal sebagai identitas diri dan identitas desa. Desa wisata berbeda dengan daya tarik wisata karena mengembangkan satu desa wisata tidak hanya terfokus pada satu atraksi saja, tetapi seluruh kawasan serta komponen ekosistem di desa tersebut.

6. Analisis *Supply-Demand*

Pengembangan suatu atraksi wisata pada umumnya harus memperhatikan kondisi kepuasan atau pemuasan (*satisfying*), dimana kondisi ini berkaitan dengan penyediaan/penawaran (*supply*) dan kebutuhan/permintaan (*demand*). Sangat diperlukan keterpaduan antara kedua komponen tersebut. Pendekatan ini menjadi pendekatan yang sangat mendasar karena pengembangan suatu objek dan daya tarik wisata ditujukan untuk menarik kunjungan wisatawan ke suatu objek. Oleh sebab itu, pengembangan yang dilakukan harus memperhatikan kajian terhadap kesesuaian dan keterpaduan antara karakteristik sisi penawaran objek wisata dengan karakteristik sisi permintaan dari pengunjung maupun wisatawan. Cravens (1997) dalam W. Nugraha (2008) menjelaskan bahwa kesesuaian antara supply dan demand akan berdampak pada kepuasan wisatawan yang pada akhirnya mampu menciptakan nilai jual dan meningkatkan daya saing suatu obyek wisata.

Nugraha (2008) dalam Yulindari (2020) menjelaskan bahwa, analisis *supply-demand* merupakan pendekatan yang dilakukan dalam pengembangan atraksi serta sarana dan prasarana wisata. Pendekatan ini bertujuan untuk menyesuaikan penyediaan atraksi serta sarana dan prasarana wisata dengan

keinginan wisatawan, sehingga akan berakibat pada jumlah pengunjung yang akan mengalami peningkatan. Perencanaan serta pengembangan suatu kegiatan wisata termasuk pengembangan desa wisata perlu mengusahakan keterpaduan antara *supply side* dan *demand side*. Hal ini menjadi hal yang mendasar, karena perencanaan dan pengembangan suatu daya tarik wisata bertujuan untuk dapat menarik kunjungan wisatawan. Oleh sebab itu, pengembangan yang akan dilakukan harus memperhatikan kesesuaian antara *supply side* dan *demand side*. Kesesuaian diantara 2 komponen ini akan berdampak pada tingkat kepuasan wisatawan yang pada akhirnya dapat menciptakan nilai jual serta dapat meningkatkan daya saing. Wahab (1992) dalam Yuliandari (2020) mengklasifikasikan *supply side* sebagai berikut : kondisi atraksi alam eksisting, kondisi atraksi budaya eksisting, kondisi atraksi manusia eksisting, serta kondisi sarana dan prasarana wisata secara eksisting. Sementara *demand side* dari para *stakeholder* yang berkaitan dalam pengembangan suatu objek wisata (masyarakat, wisatawan, pemerintah, dan lainnya) meliputi : pendapat dan sikap, perilaku serta motivasi perjalanan, tingkat kepentingan atau manfaat dari suatu atraksi dan sarana prasarana wisata, serta kebutuhan terhadap atraksi dan sarana prasarana wisata.

Berdasarkan hal tersebut, pendekatan suatu pengembangan tidak hanya akan berangkat dari sisi produk atau sisi penawaran saja. Pengembangan suatu wisata menekankan pada analisis terhadap kondisi pemuasan antara penawaran yang ada dengan permintaan yang dibutuhkan. Sehingga, melalui pendekatan ini produk yang diberikan akan dapat diterima serta diapresiasi oleh pasar wisatawan (W. Nugraha, 2008).

7. Analisis Matriks BCG

Matriks BCG merupakan salah satu model perencanaan portofolio yang diperkenalkan pada tahun 1968 oleh Bruce Henderson dari The Boston Consulting Group (BCG) yang merupakan sebuah perusahaan konsultasi manajemen swasta yang berbasis di Boston. RD Jatmiko (2003) dalam Suprpto (2005) menjelaskan bahwa matriks BCG merupakan matriks yang

terdiri dari 4 bagian kuadran dengan garis horizontal untuk permintaan wisata dan garis vertikal untuk penawaran wisata. Setiap kuadran tersebut dipakai dengan istilah *Star*, *Cash Cows*, *Problem Children*, dan *Dogs*. Bila posisi pada kuadran :

- *Star* merupakan kondisi suatu unit bisnis yang berada pada posisi pangsa pasar tinggi di pasar berkembang. Dalam analisis kepariwisataan, kuadran ini menjelaskan bahwa komponen penawaran dan permintaan bernilai tinggi sehingga memiliki daya saing yang tinggi.
- *Cash cows* merupakan kondisi suatu bisnis atau organisasi yang berada pada posisi pangsa pasar yang tinggi di pasar yang dewasa. Dalam analisis kepariwisataan, kuadran ini menunjukkan bahwa posisi penawaran yang rendah namun posisi permintaan tinggi. Keadaan ini memerlukan usaha yang optimal untuk dapat membangun serta meningkatkan komponen produk wisata agar jumlah wisatawan dapat bertambah.
- *Problem children* merupakan kondisi suatu unit bisnis di pasar yang berkembang namun memiliki pangsa pasar yang rendah. Dalam kepariwisataan, keadaan ini menjelaskan bahwa posisi penawaran tinggi tetapi permintaan rendah. Hal ini membutuhkan pengembangan kunjungan wisata dengan meningkatkan promosi serta kualitas pelayanan.
- *Dogs* merupakan kondisi suatu bisnis berada pada posisi pangsa pasar yang rendah di pasar yang pertumbuhannya juga rendah. Hal ini menunjukkan bahwa penawaran dan permintaan rendah yang berarti dibutuhkan biaya investasi yang tinggi untuk dapat mengembangkan objek wisata tersebut.

8. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang mencakup upaya yang bertujuan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari suatu kegiatan organisasi atau perusahaan (Kurniasih et al., 2021). Rangkuti (2008) dalam Mashuri & Nurjannah (2020) menjelaskan bahwa SWOT merupakan singkatan dari lingkungan internal *Strength* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dalam dunia

bisnis. Analisis SWOT merupakan analisis yang berupaya untuk menentukan metoda yang dapat dimanfaatkan semua kekuatan yang ada secara maksimal, serta peluang-peluang yang terbuka, sekaligus meminimalkan semua kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki serta kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi (Jugiyanto dalam Mashuri & Nurjannah, 2020).

- *Strength* (kekuatan), sumber daya, keterampilan dan keunggulan-keunggulan lainnya yang berhubungan dengan para pesaing suatu perusahaan serta kebutuhan pasar yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan merupakan suatu kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
- *Weakness* (kelemahan), keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang dapat menghambat kinerja suatu perusahaan. Keterbatasan ini dapat berupa fasilitas, hal-hal yang berkaitan dengan keuangan, kemampuan manajemen, serta keterampilan dalam pemasaran.
- *Opportunities* (peluang), suatu situasi penting yang dapat menguntungkan suatu lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, contohnya : perubahan teknologi serta adanya peningkatan hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok.
- *Threats* (ancaman), situasi penting yang tidak menguntungkan suatu lingkungan perusahaan. Ancaman menjadi pengganggu utama bagi situasi saat ini atau situasi yang nantinya diinginkan. Contoh bentuk ancaman adalah adanya peraturan pemerintah yang baru atau direvisi.

Setelah analisis SWOT diuraikan menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan kendala), maka selanjutnya adalah analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*), sebagai suatu pengembangan dari analisis SWOT.

Analisis pengembangan ini dipergunakan untuk menetapkan strategi jangka pendek, sedang dan jangka panjang.

9. Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Setelah mengetahui kondisi internal dan eksternal melalui matriks SWOT, mendapatkan bobot dan rating untuk matriks IFAS dan EFAS, maka dilakukan penetapan strategi dengan menggunakan QSPM. Penilaian dalam analisis QSPM bertujuan untuk menentukan strategi terbaik yang akan dipilih dari berbagai alternatif strategi yang didapatkan dari tahap sebelumnya. Analisis QSPM akan menggunakan data yang sudah terbentuk dari hasil analisis IFAS dan EFAS dan dari pengelolaan matriks IE dan SWOT. Analisis QSPM ini akan berbentuk matriks yang secara objektif dapat menetapkan strategi alternatif yang diprioritaskan. Berikut merupakan langkah-langkah dalam analisis ini, yaitu :

1. Membuat daftar dari faktor eksternal dan internal disebelah kiri matriks QSP.
2. Memberikan nilai/bobot pada setiap faktor eksternal dan internal dan merupakan nilai yang identic dengan nilai pada matriks IFAS dan EFAS.
3. Menentukan nilai daya tarik/*Attractiveness Score* (AS) yang merupakan angka yang menunjukkan daya tarik relatif dari setiap strategi pada rangkaian alternatif tertentu. Penentuan AS dilakukan dengan memeriksa masing-masing faktor eksternal dan faktor internal satu per satu dengan mengajukan pertanyaan, “Apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang dibuat?”. Apabila jawabannya ya, maka strategi tersebut harus dibandingkan secara relatif dengan faktor kunci. Cakupan AS ; 1=tidak menarik, 2=agak menarik, 3=menarik, 4=sangat menarik. Jika jawaban antar pertanyaan adalah tidak, hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing faktor kunci tidak memiliki pengaruh atas pilihan khusus yang telah dibuat.
4. Menghitung TAS (Total AS) dengan mengalikan bobot dengan AS di masing-masing baris. Nilai dari TAS akan menunjukkan daya tarik dari masing-masing strategi alternatif dengan hanya mempertimbangkan

dampak dari faktor keberhasilan krisis internal juga eksternal yang berdekatan. Nilai TAS yang semakin tinggi menunjukkan semakin menarik strategi tersebut.

5. Menghitung jumlah TAS, dimana jumlah TAS ini akan menunjukkan strategi yang paling menarik dalam rangkaian alternatif. Total nilai yang semakin tinggi menunjukkan semakin menariknya strategi tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Sub bab ini menjelaskan penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya (penelitian terdahulu). Penelitian-penelitian tersebut memiliki karakteristik yang relatif sama, namun masih terdapat beberapa perbedaan pada konsep dan juga beberapa variabel yang ada didalamnya. Penelitian ini mengenai komponen *supply-demand* dan strategi dalam pengembangan Desa Wisata Tipang, Baktiraja, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara. Berikut merupakan perbedaan yang dapat dilihat antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN
1	Analisis <i>Supply-Demand</i> Atraksi Wisata Pantai Alam Indah (PAI) Tegal (W. Nugraha, 2008)	Mengetahui penanganan atraksi wisata di PAI Tegal yang sesuai dengan keinginan wisatawan	Metode Quantitative- Two Steps Question- naire	Terdapat ketidak-sesuaian antara <i>supply</i> dan <i>demand</i> pada beberapa atraksi wisata dan sarana/ prasarana pendukung di PAI Tegal. Oleh karena itu perlu ditingkatkan atraksi wisata di PAI Tegal yang sesuai dengan keinginan pengunjung agar jumlah pengunjung dapat terus meningkat
2	Analisis Penawaran dan Permintaan Wisata dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat (Suprpto, 2005)	Menganalisis komponen penawaran dan permintaan wisata dan menganalisis manajemen pengelolaannya dalam pengembangan potensi pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat	1. Analisis BCG 2. Analisis SWOT 3. Analisis Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan analisis BCG didapatkan hasil bahwa penawaran dan permintaan wisata berada pada posisi kuadran ketiga atau problem children yang berarti bahwa posisi penawaran tinggi tetapi permintaan rendah. Sementara dari segi pengelolaan, terdapat beberapa permasalahan, yaitu : lembaga yang ada belum bekerja secara optimal, sistem manajemen yang belum mapan, adanya keterbatasan dana, ditambah dengan adanya pertumbuhan yang tidak terkendali disekitar kawasan wisata.
3	Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus di Desa Pulesari) (Fitriana, 2017)	Merumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan Desa Wisata Pulesari di Kecamatan Turi, Sleman.	Analisis SWOT	Hasil dari penelitian ini adalah tersusunnya beberapa strategi, yaitu : Strategi SO meningkatkan dan mempertahankan daya tarik wisata, Strategi ST dengan menawarkan produk-produk wisata yang berkualitas, Strategi WO dengan meningkatkan kualitas SDm dan promosi terkait desa wisata, dan Strategi WT dengan menambahkan beberapa fasilitas wisata yang sesuai dengan aspek lingkungan.
4	Strategi Pengembangan Desa Wisata Gemawang di	Menganalisis strategi yang tepat untuk	Metode Analytical Network Process (ANP)	Analisis ANP menunjukkan bahwa dari 4 aspek pengembangan Desa Wisata Germawang, aspek

NO	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN
	Kabupaten Semarang (Wahidin, 2017)	mengembangkan Desa Wisata Gemawang. Penelitian ini menggunakan metode Analytical Network Process (ANP)		promosi menjadi prioritas utama dan strategi yang tepat untuk dilakukan adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi yang telah ada untuk dapat membantu melakukan promosi desa wisata.
5	Penawaran dan Permintaan Pariwisata Istana Siak : Pendekatan Boston Consulting Group Matrix (Mardiana, 2012)	Membandingkan aspek penawaran oleh pemerintah daerah dan permintaan oleh wisatawan	Analisis yang dilakukan dalam studi bersifat lebih kualitatif dengan menggunakan teknik analisis Boston Consultings Group (BCG)	Berdasarkan matriks tersebut posisi kegiatan pariwisata berada pada posisi kuadran <i>Problem Children</i> hal berarti penawaran yang dilakukan sudah cukup baik dalam mendukung kepariwisataan di Istana Kerajaan Siak, hanya perlu perhatian terhadap aspek-aspek yang kurang, yaitu pengadaan sarana wisata seperti hotel, toko souvenir dan pusat berbelanja yang representatif dalam kawasan wisata.
6	Strategi Pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat (Fauziah, 2022)	1. Mengetahui strategi Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam memberdayakan masyarakat sekitar 2. Mengetahui faktor pendukung serta faktor penghambat dalam memberdayakan masyarakat di sekitar desa wisata	Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif	Desa Wisata Tembi merancang sebuah strategi agar masyarakat mau diberdayakan dengan memberi contoh secara real. Sementara Desa Wisata Nglanggeran menggunakan strategi pemberdayaan dengan aksi langsung yang melibatkan tokoh kunci. Upaya yang telah dilakukan oleh kedua desa sesuai dengan karakteristik masing-masing wilayahnya.
7	Kajian Penawaran (<i>Supply</i>) dan Permintaan (<i>Demand</i>)	Mengidentifikasi tingkat kepuasan yang	Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis	Bahwa " <i>supply</i> " dalam penawaran pariwisata memiliki pengaruh positif, dan pemahaman terhadap perilaku

NO	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN
	dalam Pariwisata (Payyangan, 2017)	dirasakan wisatawan berdasarkan supply-demand dalam pariwisata serta mengklasifikasikan sisi permintaan dan penawaran yang ada.	dalam penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif	wisatawan hendaknya menjadi proses pembelajaran bagi para stakeholder DTW karena merupakan aspek kunci keberhasilan menarik kunjungan wisata.
8	Strategi Pengembangan Program Desa Wisata Dalam Mewujudkan Desa Mandiri Di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Selayar (Lestari, 2022)	Mengetahui strategi pengembangan program desa wisata dalam mewujudkan desa mandiri berdasarkan indikator SDM, dana, informasi dan teknologi, dan sarana prasarana di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Selayar	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan	Strategi yang dilakukan belum menunjukkan hasil yang maksimal, hal ini dilihat dari hasil temuan pada 4 indikator, yaitu : SDM yang masih memerlukan pelatihan, dana yang masih kurang dalam penyalurannya, informasi dan teknologi yang masih rendah serta sarana prasarana wisata yang belum memadai.
9	Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togean Provinsi Sulawesi Tengah (Badarab et al., 2017)	Mengidentifikasi, menganalisis serta menentukan strategi pengembangan destinasi wisata yang dibutuhkan untuk jangka waktu panjang di Kepulauan Togean	Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang mana penelitian ini didasarkan pada pengumpulan, analisis dan interpretasi daya yang berbentuk narasi visual (bukan angka) untuk memperoleh	Strategi pengembangan destinasi pariwisata di Kepulauan Togean diarahkan pada upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan menjadi destinasi yang berdaya saing internasional, sesuai dengan kondisi aktual perkembangan pariwisata di Kepulauan Togean yang masih berada pada tahap eksplorasi

NO	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN
			pemahaman mendalam dari fenomena tertentu.	
10	Analisis Penawaran dan Permintaan Destinasi Wisata Kraton Kasunanan Surakarta (Aulia et al., 2019)	Mengetahui bagaimana penawaran serta permintaan yang ada di Kraton Kasunanan, apakah sudah mencukupi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan	Metode penelitian yang digunakan adalah campuran	Perlu adanya perhatian yang khusus untuk dapat memperbaiki sarana wisata yang ada, seperti warung makan, WC umum serta tempat parkir. Selain dari segi sarana prasarana, diperlukan juga peningkatan dalam hal informasi dan promosi wisata.
11	Kesesuaian Penawaran dan Permintaan Pariwisata-Studi Kasus : Muncak Teropong Laut, Kabupaten Pesawaran (Silvya et al., 2021)	Mengidentifikasi kesesuaian antara penawaran pengelola dan permintaan wisatawan terhadap 4A (attraction, accessibility, amenity dan ancillary) di MTL	Proses analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Boston Consulting Group (BCG) Matrix dengan menentukan skor penawaran dan permintaan lalu memasukkan hasil penilaian ke dalam matriks	Penawaran pengelola dan permintaan wisatawan terhadap 4A sudah sesuai dan memiliki daya saing yang tinggi. Pengelola sudah menyediakan komponen pariwisata dengan baik dan wisatawan sudah merasa puas dengan ketersediaan yang ada. Meskipun
12	Analisis Permintaan dan Penawaran Wisata Pada Desa Wisata Sendang Kabupaten Wonogiri (Suranny, 2023)	Menganalisis karakteristik permintaan dan penawaran di Desa Wisata Sendang Kabupaten Wonogiri	Metode dalam penelitian menggunakan metode skoring dan metode BGC	Hasil dalam penelitian ini menjelaskan bahwa analisis penawaran menunjukkan kategori dengan nilai tinggi sementara permintaan masuk dalam kategori nilai rendah. Analisis BCG juga menunjukkan bahwa kegiatan wisata di Desa Wisata Sendang berada di posisi Kuadran I (Questions) yang menjelaskan bahwa

NO	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN
				karakteristik penawaran wisata tinggi namun karakteristik permintaan rendah
13	Analisis Kesesuaian Permintaan Wisata dan Penawaran Objek Wisata di Taman Nasional Kepulauan Seribu (Kasus di Pulau Pramuka), Jakarta (Risqiani et al., 2020)	Mengidentifikasi potensi lokal dan menganalisis kesesuaian antara permintaan (<i>demand</i>) wisata dengan penawaran (<i>supply</i>) potensi wisata lokal di Pulau Pramuka	Analisis <i>supply-demand</i>	Permintaan wisata dengan potensi wisata terjadi ketidaksesuaian disebabkan oleh kurangnya penambahan hewan di penangkaran, penambahan atraksi wisata air dan area bermain bagi wisatawan, tidak tersedianya wisata pada malam hari, peningkatan kenyamanan transportasi, <i>wifi corner</i> , spot foto, kebersihan dan jumlah fasilitas wisata serta kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan daerah wisata Pulau Pramuka.
14	Perencanaan dan Pengembangan Kampung Ibus Sebagai Desa Wisata Budaya Jawa di Kabupaten Serdang Bedagai (Marbun et al., 2023)	Penelitian ini bertujuan untuk membuat konsep perencanaan dan pengembangan Kampung Ibus, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai	Analisis potensi wisata, Analisis <i>supply and demand</i> , Analisis SWOT, Analisis 6A, Analisis BCG, dan Analisis Matriks Ansoff	Sesuai dengan metode analisis yang telah dilakukan, upaya pengembangan yang tepat di Desa Wisata Budaya Kampung Ibus adalah dengan mengembangkan atraksi wisata, pembangunan sarana dan prasarana wisata, pelatihan SDM, pembangunan akomodasi, pembentukan kelembagaan pariwisata, melibatkan masyarakat Kampung Ibus, dan melakukan promosi wisata secara terpadu melalui media digital
15	Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Sawah di Desa Gunung Mulia Kabupaten Penajam Paser Utara (Yusuf et al., 2024)	Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Gunung Mulia berbasis wisata sawah	Penelitian ini menggunakan Matrik IFE dan EFE, Matrik Internal-Eksternal, Matrik SWOT lalu kemudian penentuan strategi yang harus diimplementasikan dengan QSPM	Strategi yang perlu dilakukan untuk mendukung pengembangan kawasan wisata ini adalah diversifikasi produk pariwisata, paket wisata yang menggabungkan beberapa atraksi, peningkatan fasilitas dan layanan termasuk kemudahan akses, penguatan pemanfaatan teknologi dan meningkatkan kerjasama dengan Pentahelix pariwisata

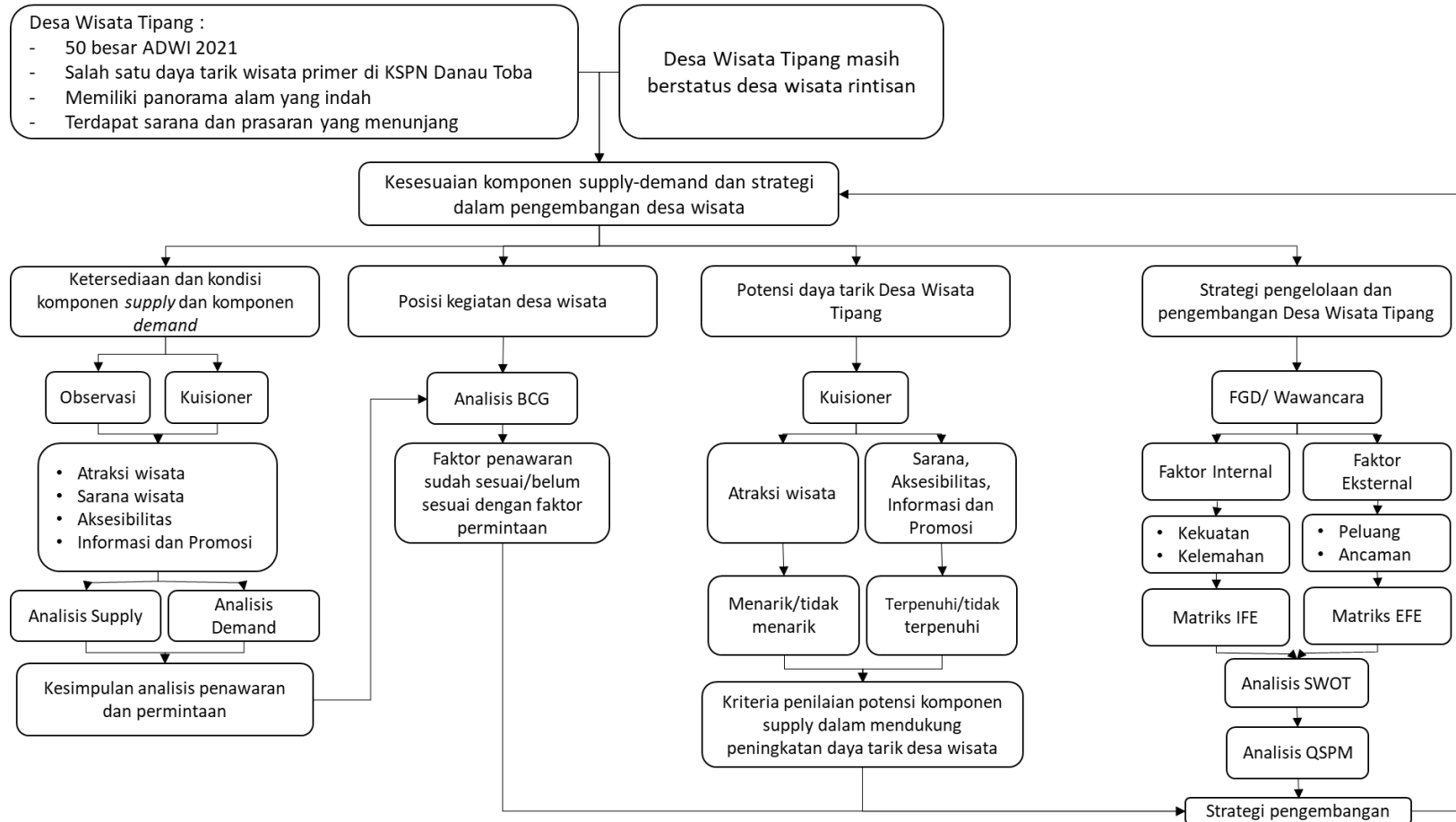
NO	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN
16	Strategi Pengembangan Desa Wisata Rintisan Oleh Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) di Desa Wisata Pandarejo (Mubarok & Hertati, 2023)	Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis tentang Strategi Pengembangan Desa Wisata Rintisan Oleh BUM Desa di Desa Wisata Pandanrejo.	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Terdapat delapan sasaran kajian BUM Desa “Lancar Jaya” bersama dengan Pengelola Desa Wisata Pandanrejo, dan tujuh diantaranya telah dilakukan secara optimal dan satu strategi yang belum dilakukan secara optimal dalam pengembangan desa wisata rintisan di Desa Wisata Pandanrejo.

Sumber : Hasil Olahan Data Pustaka, 2022

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijabarkan yaitu sama-sama membahas terkait ketersediaan komponen *supply-demand* dan akan membahas juga terkait strategi yang tepat dalam pengembangan Desa Wisata Tipang. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, kedua topik ini dibahas dalam penelitian yang berbeda. Namun, dalam penelitian ini kedua pembahasan tersebut akan dijadikan dalam satu penelitian yang saling berkaitan satu sama lain. Selain itu, sudah terlihat jelas bahwa penelitian ini juga berbeda dalam beberapa hal, seperti lokasi penelitian, serta tahun perencanaan atau tahun penelitian. Terkait analisis yang akan digunakan, dimana penelitian ini akan menggabungkan 4 analisis yaitu analisis *supply-demand*, analisis BCG, analisis SWOT dan analisis QSPM untuk mendapatkan strategi terbaik. Analisis- analisis tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian ini dan tidak terlepas dari keberkaitan dimana hasil dari analisis *supply-demand* akan sangat berguna untuk analisis- analisis setelahnya.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada paragraf diatas, dapat dilihat bahwa walaupun penelitian ini memiliki topik pembahasan yang sama seperti penelitian-penelitian terdahulu, namun terdapat juga perbedaannya. Oleh sebab itu, topik pembahasan dalam penelitian ini benar-benar asli

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar Penelitian

Metode dasar penelitian merupakan salah satu proses dalam penelitian yang akan membahas terkait teknik pengumpulan data, analisis terhadap data yang diperoleh kemudian menghasilkan sebuah jawaban penelitian. Penelitian ini akan membahas terkait komponen *supply* dan komponen *demand* serta keterkaitannya dalam membentuk sebuah strategi pengembangan di Desa Wisata Tipang. Oleh sebab itu, metode dasar penelitian ini adalah metode survei dan juga menggunakan data sekunder. Metode survei bertujuan untuk mendapatkan data primer dari lapangan. Tujuan dari pengambilan data primer ini adalah untuk menghimpun data yang tidak bisa didapatkan melalui teknik pengumpulan data sekunder. Dalam pengumpulan data primer diharapkan tingkat objektivitas terjaga, sehingga menghasilkan sebuah penelitian yang akurat dan sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan.

Metode ini akan dilakukan dengan menggunakan kuesioner serta observasi lapangan. Kuesioner akan berbentuk pilihan dan kuesioner ini juga akan memberikan kuesioner semi-terbuka dengan menyediakan tempat untuk menjawab secara bebas, jika jawaban responden merupakan jawaban diluar pilihan yang tersedia serta kuesioner tertutup yang hanya dapat memilih jawaban yang sudah disediakan. Data yang digunakan merupakan data sampel dari jumlah populasi yang ada. Untuk pelaksanaan observasi lapangan, dibutuhkan beberapa perlengkapan untuk dibawa saat melakukan kegiatan pengumpulan data, yaitu : kamera serta form observasi yang berisi tentang daftar keterangan gambar, kemudian catatan terkait kondisi dan jumlah fasilitas yang ada di objek wisata tersebut serta persebarannya.

Selain pengumpulan data primer, juga ada pengumpulan data sekunder. Data sekunder merupakan data ataupun informasi yang didapatkan secara tidak langsung melalui kajian literatur, hasil penelitian orang lain, peraturan perundang-undangan, ataupun dokumen-dokumen yang dimiliki oleh instansi-instansi terkait. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui survey instansi guna mendapatkan data-data yang dikeluarkan oleh instansi terkait, dan melalui kajian-kajian dokumen. Survey instansi merupakan suatu proses pencarian data ataupun informasi terkait data-data yang dibutuhkan dan diperlukan dalam penelitian ini. Pembahasan dalam penelitian ini membutuhkan pengumpulan data melalui survei instansi terkait seperti : Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan, Kantor Desa Tipang dan pihak pengelola Desa Wisata Tipang, Baktiraja. Sementara kajian dokumen merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui berbagai sumber untuk mendukung kebutuhan data penelitian. Dokumen-dokumen atau literatur yang digunakan dapat diperoleh dari internet, buku, jurnal ataupun media lainnya.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

- Sub bab ini mencakup pengertian istilah yang akan digunakan untuk mendukung penelitian serta analisis yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.
- Pariwisata merupakan industri jasa yang mempunyai karakteristik unik multidimensional dan menjadi salah satu sektor yang menjadi tumpuan pemerintah untuk dapat meningkatkan kondisi perekonomian negara.
- Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang suasananya dapat mencerminkan keaslian suasana desa, baik dari segi struktur ruang, arsitektur bangunan, maupun kehidupan sosial-budaya masyarakatnya, serta mampu menyediakan akomodasi, fasilitas serta atraksi-atraksi wisata bagi wisatawan.

- Desa Wisata Tipang adalah merupakan desa wisata yang ada di Kecamatan Baktiraja, Kabupaten Humbang Hasundutan. Desa ini berhasil masuk ke dalam 50 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021.
- Penawaran wisata biasa juga disebut dengan komponen *supply* dalam pariwisata, yang merupakan penyediaan komponen-komponen pariwisata, diantaranya : atraksi dan fisik kawasan, aksesibilitas, sarana wisata, informasi dan promosi.
- Atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang dapat menarik dan bernilai untuk dapat dikunjungi serta dilihat oleh wisatawan maupun pengunjung.
- Sarana wisata merupakan segala fasilitas yang menghasilkan produk-produk wisata serta dapat menunjang kelancaran arus wisatawan.
- Aksesibilitas merupakan akses yang dapat dilalui atau derajat kemudahan dicapai oleh seseorang terhadap suatu objek pelayanan maupun lingkungan.
- Permintaan wisata atau biasa juga disebut dengan komponen *demand* dalam pariwisata, merupakan definisi dari wisatawan, serta preferensi wisatawan terhadap produk wisata yang sedang ditawarkan.
- Wisatawan adalah mereka yang mengadakan perjalanan untuk tujuan bersenang-senang, mengunjungi keluarga, serta mengunjungi suatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam.
- Analisis supply-demand merupakan suatu analisis pengembangan suatu produk yang menekankan pada analisis terhadap kondisi pemuasan antara komponen penawaran dengan permintaan yang dibutuhkan.
- Analisis BCG atau analisis Boston Consulting Group merupakan metode yang dapat digunakan dalam menyusun suatu perencanaan sebuah strategi dengan melakukan pengklasifikasian terhadap potensi keuntungan sebuah perusahaan atau suatu kegiatan.
- Kuadran *Stars* merupakan kuadran dengan tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi, namun pangsa pasarnya rendah. Sehingga, akan terjadi banyak persaingan pada kuadran ini.

- Kuadran *Cash Cows* merupakan kuadran yang menunjukkan bahwa produk memiliki pangsa pasar tinggi di pasar yang tumbuh rendah. Oleh sebab itu, sapi perah dapat memperoleh keuntungan yang maksimum dengan menghasilkan pendapatan yang maksimum karena pangsa pasarnya yang tinggi.
- Kuadran *Problem Children* atau biasa juga disebut dengan *Question Marks* yang adalah suatu kuadran yang menunjukkan suatu produk yang mungkin memiliki pangsa pasar yang tinggi serta pertumbuhan pasar yang juga tinggi, tetapi pasar produk tersebut belum diketahui apakah akan tetap bertumbuh atau akan menurun.
- Kuadran *Dogs* merupakan suatu produk yang memiliki pangsa pasar yang rendah serta memiliki tingkat pertumbuhan yang rendah. Sehingga produk yang ada tidak menghasilkan uang dalam jumlah besar atau membutuhkan investasi yang lebih tinggi.
- Potensi merupakan suatu kemampuan dan kekuatan secara fisik atau mental yang dapat berkembang ketika adanya suatu latihan dan tunjangan sarana yang baik.
- Analisis SWOT merupakan akronim dari *Strength, Weakness Opportunities* dan *Threats* atau dapat diartikan sebagai suatu kerangka kerja untuk dapat mengidentifikasi serta menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dalam suatu organisasi atau kegiatan.
- Lingkungan eksternal merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya *opportunities* dan *threats* yang menyangkut kondisi yang terjadi diluar perusahaan ataupun organisasi yang dapat mempengaruhi pembuatan suatu keputusan perusahaan atau organisasi.
- Lingkungan internal merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya *strength* dan *weakness*, dimana faktor ini akan menyangkut kondisi yang terjadi dalam suatu perusahaan atau organisasi dan akan turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan.
- Kekuatan adalah suatu sumberdaya atau keunggulan serta merupakan suatu kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi suatu organisasi atau kegiatan.

- Kelemahan adalah keterbatasan dan kekurangan dalam sumberdaya, dan suatu keterampilan yang dapat secara serius menghambat kinerja efektif suatu perusahaan, organisasi atau kegiatan.
- Peluang merupakan suatu situasi penting yang dapat menguntungkan dalam suatu lingkungan perusahaan atau organisasi.
- Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam suatu lingkungan perusahaan ataupun organisasi serta menjadi pengganggu utama bagi posisi yang sedang diinginkan.
- Matriks IFAS merupakan alat analisis yang memberikan informasi internal suatu perusahaan untuk dapat menentukan faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
- Matriks EFAS merupakan analisis yang memberikan informasi terkait kondisi eksternal perusahaan serta nantinya akan menentukan faktor peluang dan ancaman yang ada dalam suatu perusahaan.
- *Quantitative Strategy Planing Matrix (QSPM)* merupakan alat analisis yang akan digunakan untuk memutuskan strategi terbaik yang akan digunakan berdasarkan pada alternatif strategi yang telah dilakukan dalam analisis sebelumnya. Perhitungan dalam QSPM berdasarkan nilai dari bobot matriks internal dan eksternal serta alternatif strategi pada tahap percobaan.
- Strategi pengembangan adalah suatu cara yang digunakan untuk tujuan mencapai suatu perubahan berencana sehingga nantinya dapat mengembangkan serta meningkatkan suatu perusahaan atau kegiatan.

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Wisata Tipang, Kecamatan Baktiraja, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive) dengan adanya pertimbangan bahwa Desa Wisata Tipang merupakan salah satu desa wisata yang masuk dalam 50 besar ADWI 2021 (Anugerah Desa Wisata). Namun, dalam

perkembangannya Desa Wisata Tipang masuk kedalam kategori rintisan, yang mengartikan bahwa desa wisata ini masih berupa potensi, pengembangan sarana dan prasarana yang terbatas, masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung, kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata yang belum bertumbuh, hingga pada pengelolaan desa wisata yang masih bersifat lokal desa. Sementara dalam RIPPARKAB Humbang Hasundutan dijelaskan bahwa terdapat beberapa rencana pengembangan yang dilakukan di Desa Wisata Tipang.

Responden dalam penelitian ini adalah responden yang dapat dipercaya sebagai seorang informan atau responden yang berkenaan dengan variabel-variabel yang diteliti. Responden akan dibagi menjadi dua, yaitu responden penilaian komponen *supply-demand* dan responden penentuan strategi. Responden merupakan stakeholder yang berkaitan dalam pengembangan Desa Wisata Tipang, Baktiraja. Penentuan responden penilaian komponen *supply-demand* pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik atau metode *purposive sampling*, dimana penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah :

1. Wisatawan yang datang dan berkunjung ke Desa Wisata Tipang.
2. Usia minimal 17 tahun karena usia 17 tahun merupakan usia yang dewasa dan telah dianggap matang secara hukum, dimana menurut UU Nomor 22 Tahun 2009 pasal 8 ayat 2 dikatakan bahwa usia 17 tahun masyarakat sudah memiliki identitas diri karena pada usia tersebut masyarakat dianggap telah bertanggung jawab oleh dirinya sendiri.

Pemilihan pengambilan responden dengan *non-probability sampling* karena sesuai dengan pernyataan Gulo (2002) dalam bukunya tentang metodologi penelitian yang menjelaskan bahwa penarikan atau pengambilan responden dengan *non-probability sampling* umumnya dilakukan untuk penelitian yang jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga tidak dapat ditarik kesimpulan yang umum terhadap sebuah populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini

tidak diketahui karena jumlah wisatawan yang datang dan berkunjung ke Desa Wisata Tipang tidak diketahui dengan jelas. Oleh sebab itu juga, jika populasi tidak diketahui maka jumlah sampel yang akan diambil menggunakan rumus Cochran sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$
$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

Keterangan :

n : sampel

z : harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p : peluang benar 50% = 0,5

q : peluang salah 50% = 0,5

e : *margin error* 10%

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang akan dijadikan sebagai jumlah responden penilaian komponen *supply-demand* dalam penelitian ini adalah 97 orang responden.

Responden kedua yaitu responden penentuan strategi pengembangan Desa Wisata Tipang merupakan responden dan informan yang akan menjawab pertanyaan yang telah disusun melalui sebuah wawancara langsung. Responden ini adalah orang-orang yang memiliki kapabilitas yang memadai dalam pemahaman terhadap masalah dan dalam melakukan analisis masalah, yang dalam penelitian ini akan berjumlah 5 orang yang mewakili stakeholder, yaitu : 1 orang dari Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan, 1 orang dari pemerintahan Kecamatan Baktiraja, 1 orang dari pemerintahan Desa Tipang, 1 orang dari penanggungjawab Desa Wisata Tipang atau Pokdarwis, 1 orang dosen dari Politeknik Pariwisata Negeri Medan sebagai pakar ahli atau pakar dalam penelitian. Waktu penelitian dilakukan pada bulan September 2023.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Seperti yang dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, bahwa penelitian ini akan menggunakan 2 jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan menggunakan kuesioner, wawancara serta observasi langsung dilapangan. Data primer merupakan data yang didapatkan sesuai fakta yang ada dilapangan.

Sementara data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung dilapangan. Data ini dapat diambil dari dokumen-dokumen perencanaan terkait hingga dari penelitian-penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya. Dalam penelitian ini, ada beberapa data sekunder yang perlu untuk didapatkan, dan data-data ini berkaitan dengan kepariwisataan. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini,

Tabel 3. 1 Kebutuhan Data Sekunder

No	Jenis Data	Tahun	Sumber
1.	Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan	Terbaru	Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan
2.	Profil Desa Wisata Tipang	Terbaru	<ul style="list-style-type: none">Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang HasundutanPokdarwis Desa Wisata Tipang
3.	Jumlah kunjungan wisatawan/pengunjung	2018-2023	<ul style="list-style-type: none">Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang HasundutanPokdarwis Desa Wisata Tipang

Sumber : Hasil Analisis Peneliti, 2023

Tahapan-tahapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tahap I Survei instansi dan observasi lapangan untuk mendapatkan data ketersediaan atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, dan kegiatan promosi Desa Wisata Tipang. Tahapan ini nantinya akan mengidentifikasi penawaran wisata yang ada dengan segala kondisinya.

- Tahap II Menganalisis pola permintaan wisatawan terhadap kebutuhan atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, dan informasi promosi wisata. Tahapan ini dilakukan melalui adanya kuesioner yang dibagikan kepada responden.
- Tahap III Kesimpulan dari analisis permintaan dan penawaran akan membentuk sebuah hasil dan nilai yang kemudian akan dimasukkan kedalam Matriks Boston Consulting Group (BCG), hasil dari analisis ini nantinya akan menjelaskan posisi kegiatan Desa Wisata Tipang dan akan menjadi salah satu pertimbangan dalam penyusunan strategi pengembangan.
- Tahap IV Ketersediaan dan kondisi komponen *supply* dan *demand* akan digunakan untuk menganalisis penilaian potensi daya tarik Desa Wisata Tipang yang mendukung dalam peningkatan daya tarik yang ada di Desa Wisata Tipang
- Tahap V Menganalisis faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan yang ada sesuai dengan kondisi Desa Wisata Tipang. Serta menganalisis faktor eksternal, yaitu peluang serta ancaman yang ada sesuai dengan kondisi Desa Wisata Tipang.
- Tahap VI Melakukan analisis SWOT dan analisis QSPM untuk dapat menemukan isu strategis dan membentuk strategi pengembangan terbaik yang sesuai dengan kondisi Desa Wisata Tipang.

E. Metode Analisis Data

Untuk mencapai tujuan penelitian, data yang telah dikumpulkan perlu dianalisis, sehingga memerlukan teknik analisis data. Teknik analisis data akan digunakan untuk mengolah data primer dan data sekunder yang telah didapatkan. Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah kejadian ataupun fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah

(Siyoto & Sodik, 2015). Data yang tidak dianalisis, akan menjadi barang atau informasi yang tidak bermakna, tidak berarti, menjadi data yang mati, dan akan menjadi data yang tidak berbunyi. Oleh sebab itulah, tahap analisis data merupakan tahapan yang cukup penting, sehingga data dapat menjadi informasi yang bermakna untuk mencapai tujuan penelitian serta dapat menjawab pertanyaan dari rumusan masalah.

1. Analisis Tujuan Pertama

Analisis *supply-demand* merupakan suatu pendekatan yang dilakukan dalam pengembangan atraksi dan sarana/prasarana wisata, tujuannya adalah agar pengembangan yang dilakukan tepat sasaran, sesuai dengan keinginan wisatawan sehingga nantinya akan mempengaruhi jumlah kunjungan yang semakin meningkat. Setelah melakukan survei instansi dan observasi lapangan untuk mendapatkan data atraksi, sarana, aksesibilitas dan informasi promosi di Desa Wisata Tipang, maka hal yang akan dilakukan selanjutnya adalah melakukan survei kepada wisatawan yang menjadi responden melalui adanya kuesioner. Hasil dari kuesioner ini akan menunjukkan atraksi mana saja yang pernah dikunjungi oleh wisatawan, sarana wisata mana saja yang pernah dikunjungi dan pernah digunakan oleh wisatawan, moda transportasi apa yang digunakan wisatawan untuk mengakses Desa Wisata Tipang dan dari media promosi mana wisatawan mengetahui dan tertarik berkunjung ke Desa Wisata Tipang. Nilai dari pertanyaan-pertanyaan tersebut akan ditunjukkan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini,

Tabel 3. 2 Format Tabel Analisis Supply

No	Atraksi/Sarana/Aksesibilitas/Informasi Promosi Desa Wisata Tipang	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1					
2					
Jumlah					

Suatu komponen wisata memperoleh skor 2 (dua) atau tinggi jika lebih dari 50% (50 dari 100) wisatawan menyatakan pernah mengunjungi dan menggunakan komponen wisata yang tersedia di Desa Wisata Tipang dan sebaliknya memperoleh nilai 1 atau rendah jika wisatawan yang pernah

mengunjungi dan menggunakan komponen wisata tersebut kurang dari 50% atau dibawah 50%.

Selanjutnya analisis permintaan wisata (*demand*), dimana analisis ini nantinya akan memberikan penilaian berdasarkan karakteristik serta pola permintaan. Survei wisatawan sebagai responden nantinya akan menjawab pertanyaan-pertanyaan, seperti : atraksi mana saja yang menarik dan berkesan, sarana dan aksesibilitas wisata mana saja yang memiliki kondisi baik dan memuaskan, dan melalui media promosi apa agar informasi dan promosi Desa Wisata Tipang menjadi lebih efisien dan dapat menarik perhatian wisatawan . Sama halnya dengan analisis *supply*, hasil kuesioner analisis *demand* juga akan ditunjukkan dalam bentuk tabel yang sama seperti tabel pada analisis *supply* (**Tabel 3.2**). Kemudian, masing-masing analisis *supply* dan analisis *demand* akan dijumlahkan atau direkapitulasi pada tabel berikut.

Tabel 3. 3 Format Rekapitulasi Nilai Analisis

No	Komponen	Variabel	Skor
1.	Atraksi wisata		
2.	Sarana wisata		
3.	Aksesibilitas		
4.	Informasi dan Promosi Wisata		
Total			

Hasil rekapitulasi ini akan menunjukkan apakah nilai suatu komponen rendah atau tinggi. Komponen yang memiliki nilai rendah harus mendapatkan perhatian untuk dapat dibenahi. Hasil rekapitulasi ini juga akan digunakan dalam analisis selanjutnya.

2. Analisis Tujuan Kedua

Analisis BCG atau analisis Boston Consulting Group merupakan metode yang dapat digunakan dalam menyusun suatu perencanaan sebuah strategi dengan melakukan pengklasifikasian terhadap potensi keuntungan sebuah perusahaan atau suatu kegiatan. Analisis ini terdiri 4 kuadran, yaitu kuadran cash cows, kuadran stars, kuadran problem children dan kuadran dogs. Hasil

dari analisis pertama (rekapitulasi nilai analisis *supply* dan *demand*) adalah data yang akan dianalisis. Rekapitulasi dari nilai analisis *supply* dan *demand* akan menunjukkan posisi kegiatan Desa Wisata Tipang.

3. Analisis Tujuan Ketiga

Untuk dapat mengetahui elemen sediaan dalam aspek *supply* yang potensial dalam mendukung peningkatan daya tarik Desa Wisata Tipang, maka dilakukan identifikasi pada hasil kriteria skoring yang diperoleh dari penilaian wisatawan sebagai responden terhadap elemen sediaan dalam aspek *supply* yang ada di Desa Wisata Tipang. Perhitungan yang akan dilakukan dalam analisis skoring ini menggunakan skala likert. Skala ini umumnya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena tertentu (Abdullah et al., 2022). Kemudian, hasil dari skoring akan menunjukkan kondisi pada setiap elemen sediaan aspek *supply* dalam mendukung peningkatan daya tarik Desa Wisata Tipang.

Penelitian ini akan menggunakan skala likert dengan modifikasi 4 (empat) skala untuk dapat menentukan pilihan wisatawan terhadap ketersediaan aspek *supply* yang potensial di Desa Wisata Tipang. Berikut adalah bentuk atau format tabel hasil skoring dan kriteria yang digunakan dalam pemberian skor pada masing-masing komponen untuk menilai persepsi wisatawan terhadap penilaian aspek *supply* yang tersedia di Desa Wisata Tipang,

Tabel 3. 4 Format Hasil Kriteria Skoring Penilaian Potensi Elemen Sediaan Aspek Supply

No	Komponen/Elemen	Variabel	Skor	Kriteria
1.	Atraksi Wisata			
	Rata-rata			
dst				
	Total			

Tabel 3. 5 Kriteria Penilaian Persepsi Wisatawan Terhadap Aspek Supply

No	Komponen/ Elemen	Variabel	Skor	Kriteria
1.	Atraksi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik wisata alam • Daya tarik wisata budaya • Daya tarik wisata buatan 	1	Tidak memiliki daya tarik yang menarik
			2	Daya tarik kurang menarik dan monoton
			3	Daya tarik menarik, namun pilihan aktivitas tidak beragam
			4	Daya tarik sangat menarik dan pilihan aktivitas didalamnya beragam
2	Sarana Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel • Toko Souvenir/ Cinderamata • Pusat Perbelanjaan • Warung Makan/ Restaurant • Pemandu Wisata 	1	Sangat tidak terpenuhi
			2	Kurang terpenuhi
			3	Cukup terpenuhi
			4	Sangat terpenuhi
3	Aksesibilitas Wisata	Kondisi jalan menuju Desa Wisata Tipang	1	Jalan sangat rusak dan sulit untuk dilewati
			2	Kondisi jalan kurang baik, berlubang, namun masih bisa dilewati
			3	Kondisi jalan sempit, namun cukup baik dan mudah untuk dilewati
			4	Kondisi jalan sangat baik, lebar dan mudah untuk dilewati
	Ketersediaan transportasi umum	1	Tidak tersedia angkutan umum menuju Desa Wisata Tipang	
		2	Angkutan umum terbatas dan jarang melintas dari lokasi Desa Wisata Tipang	
		3	Cukup tersedia angkutan umum dan serig melintas dari lokasi Desa Wisata Tipang	
		4	Tersedia dengan jumlah banyak dan selalu melintas dari lokasi Desa Wisata Tipang	
	Penunjuk arah lokasi daya tarik wisata	1	Tidak tersedia penunjuk arah lokasi	
		2	Tersedia 1 penunjuk arah lokasi	
		3	Tersedia beberapa penunjuk arah lokasi	

No	Komponen/ Elemen	Variabel	Skor	Kriteria
			4	Tersedia banyak penunjuk arah lokasi disetiap persimpangan jalan
4	Informasi dan Promosi	Ketersediaan pusat informasi	1	Tidak tahu
			2	Tidak tersedia
			3	Tersedia namun hanya aktif pada waktu tertentu
			4	Tersedia dan selalu aktif melayani wisatawan
	Ketersediaan media promosi	1	Tidak pernah menemui	
		2	Pernah menemui, hanya melalui media massa dan kurang menarik	
		3	Pernah menemui, melalui media massa dan media sosial namun kurang menarik	
		4	Pernah menemui, melalui media massa dan media sosial dan sangat menarik	

Analisis skoring dengan menggunakan skala likert ini diterapkan pada analisis penilaian wisatawan terhadap setiap variabel dalam setiap elemen *supply* yang ada di Desa Wisata Tipang. Analisis skoring dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan jenjang skor 4 dan dengan perhitungan interval kelas pada setiap rata-rata penilaian elemen *supply* sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Sehingga klasifikasi skor dan kelas pada setiap rata-rata penilaian elemen *supply* adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 6 Klasifikasi Penilaian Potensi Desa Wisata dalam Peningkatan Daya Tarik Desa Wisata Tipang

Komponen	Total Skor	Keterangan Penilaian
Atraksi/ Sarana/ Aksesibilitas/ Informasi dan promosi	1 - 1,75	Sangat tidak mendukung
	1,76 – 2,5	Kurang mendukung
	2,51 – 3,25	Cukup mendukung
	3,26 - 4	Sangat mendukung

Hasil dari analisis ketiga ini nantinya akan menunjukkan penilaian potensi pada daya tarik Desa Wisata Tipang berdasarkan pada penilaian wisatawan terhadap elemen *supply* yang ada pada daya tarik Desa Wisata Tipang.

4. Analisis Tujuan Keempat

Tujuan keempat dalam penelitian ini adalah menyusun strategi yang tepat untuk mengelola dan mengembangkan Desa Wisata Tipang. Untuk dapat menjawab tujuan ini, maka alat analisis yang akan digunakan dalam merumuskan strategi pengembangannya adalah analisis SWOT dan dilanjutkan dengan analisis QSPM. Analisis SWOT akan menjabarkan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi dalam pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata Tipang. Analisis ini nantinya akan membandingkan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman yang dihadapi di lingkungan eksternal. Berikut merupakan tahapan dalam analisis SWOT, yaitu :

- a. Mengevaluasi faktor internal
 - Kekuatan (*Strength*), adalah kekuatan apa yang dimiliki oleh Desa Wisata Tipang. Dengan mengetahui kekuatannya, desa wisata dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang lebih mandiri dan mampu menarik wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah.
 - Kelemahan (*Weakness*), adalah faktor-faktor yang akan mempengaruhi rendahnya minat terhadap Desa Wisata Tipang.

Tabel 3. 7 Format Matriks IFAS

Faktor-faktor strategi	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai (N=B*R)
A. Kategori Kekuatan			
B. Kategori Kelemahan			
Total			

- b. Evaluasi Faktor Eksternal
 - Peluang (*Opportunities*), merupakan semua peluang yang ada, contohnya : kebijakan atau peraturan yang berlaku yang dianggap

- memberi peluang bagi desa wisata untuk dapat tumbuh dan berkembang di masa yang akan datang.
- Ancaman (*Threats*), merupakan hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pengelolaan dan pengembangan desa wisata.

Tabel 3. 8 Format Matriks EFAS

Faktor-faktor strategi	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai (N=B*R)
A. Kategori Peluang			
B. Kategori Ancaman			
Total			

c. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner ini adalah daftar pertanyaan yang akan disusun dan digunakan sebagai sarana pengumpulan data melalui survei. Kuesioner yang akan disusun juga harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Oleh sebab itu, sebelum menyusun kuesioner, masalah harus dapat dirumuskan dengan jelas. Responden dari kuesioner ini harus melakukan penilaian faktor internal dan eksternal yang ada dalam kuesioner SWOT.

d. Penentuan Bobot

Setelah faktor eksternal dan faktor internal didapatkan, maka akan disusun kuesioner sebagai sarana untuk mendapatkan penilaian responden terhadap faktor-faktor yang telah dirumuskan. Peluang dan kekuatan akan diberi bilangan bulat positif, dimulai dari 1 (satu) sampai 4 (empat) yang mengartikan buruk hingga sangat baik. Kelemahan dan ancaman akan diberi bilangan bulat yang negatif, dimulai dari -1 sampai dengan -4 yang mengartikan agak buruk hingga sangat buruk/membahayakan.

e. Perumusan Strategi

Untuk mendapatkan prioritas serta keterkaitan yang ada antara strategi yang satu dengan yang lainnya, dari hasil pembobotan analisis IFAS-EFAS kuesioner SWOT pada setiap indikator, dilakukan interaksi kombinasi strategi yang akan mengkombinasikan eksternal dan internal, yaitu :

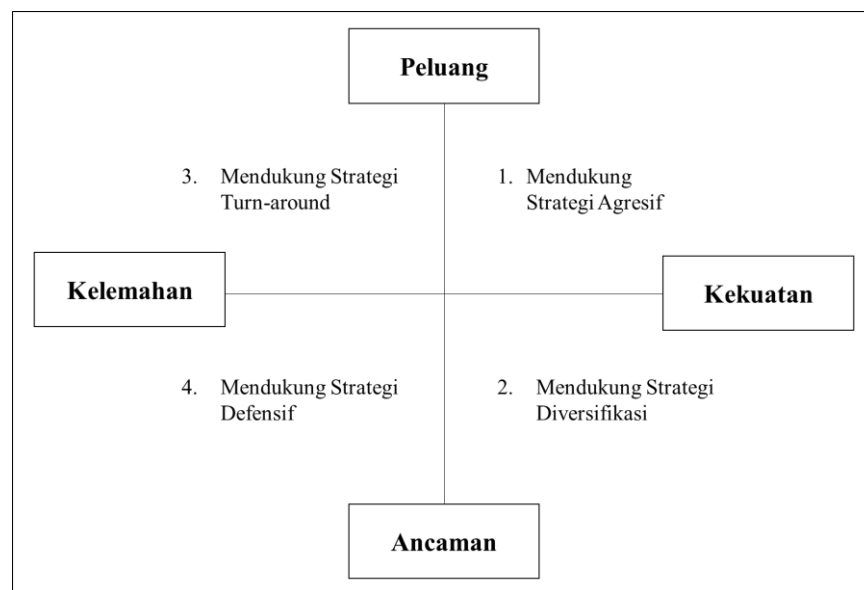
- Strategi *Strength-Opportunity* (SO) : strategi yang menggunakan kekuatan untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada di desa wisata.

- Strategi *Strength-Threats* (ST) : strategi yang menggunakan kekuatannya untuk dapat mengatasi ancaman dalam proses pengelolaan dan pengembangan desa wisata.
- Strategi *Weakness-Opportunity* (WO) : strategi yang meminimalkan kelemahan yang ada dengan memanfaatkan atau meningkatkan peluang.
- Strategi *Weakness-Threats* (WT) : strategi yang meminimalkan kelemahan untuk dapat mengatasi ancaman.

Tabel 3. 9 Format Matriks Faktor Internal dan Eksternal

		Faktor Eksternal	
		Opportunity (O)	Threat (T)
Faktor Internal	Strength (S)	Strategi SO	Strategi ST
	Weakness (W)	Strategi WO	Strategi WT

Hasil dari matriks diatas akan menunjukkan 4 pilihan strategi yang dapat diambil oleh pengambil keputusan sebagai pilihan yang harus ditentukan setelah mempertimbangkan potensi, kondisi serta kendala yang ada dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata. Kemudian, dari hasil interaksi strategi tersebut akan diperoleh matriks SWOT interaksi IFAS-EFAS, seperti pada diagram dibawah ini.



Gambar 3. 1 Diagram SWOT

Berikut adalah penjelasan setiap kuadran :

Kuadran 1 : Kuadran ini menjelaskan situasi yang sangat menguntungkan. Hal ini dikarenakan suatu organisasi, atau perusahaan memiliki peluang serta kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang tepat untuk dapat diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2 : Kuadran ini menjelaskan bahwa suatu organisasi atau perusahaan mengalami berbagai ancaman, namun perusahaan ini masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang tepat untuk diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan yang ada untuk dapat memanfaatkan peluang jangka panjang melalui adanya strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Kuadran ini menjelaskan suatu keadaan yang sedang menghadapi peluang pasar yang besar, namun di sisi lain keadaan ini juga mengalami beberapa kelemahan/kendali secara internal. Oleh sebab itu, pada keadaan ini suatu organisasi atau perusahaan harus fokus untuk meminimalisir masalah internal sehingga dapat menangkap peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Kuadran ini menjelaskan suatu keadaan yang sangat tidak menguntungkan, dimana suatu organisasi atau perusahaan menghadapi berbagai ancaman serta kelemahan internal.

Berdasarkan identifikasi, maka perumusan strategi dilakukan lebih lanjut dengan menggunakan Matriks SWOT yang memasukan indikator IFAS dan EFAS.

Tabel 3. 10 Format Matriks SWOT

SWOT	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	Tentukan faktor yang menjadi kekuatan	Tentukan faktor yang menjadi kelemahan
<i>Opportunities (O)</i> Tentukan faktor yang menjadi peluang	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk

SWOT	<i>Strengths (S)</i> Tentukan faktor yang menjadi kekuatan	<i>Weakness (W)</i> Tentukan faktor yang menjadi kelemahan
		memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> Tentukan faktor yang menjadi kekuatan	<i>Strategi (ST)</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<i>Strategi (WT)</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber : Kurniasih et al., 2021

Alternatif strategi yang telah didapatkan kemudian akan dianalisis pada tahap kedua menggunakan analisis QSPM. QSPM merupakan alat analisis yang memungkinkan penulis untuk mengevaluasi alternatif strategi yang ada secara objektif berdasarkan pada faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang telah diidentifikasi pada analisis sebelumnya. Berikut merupakan bentuk matriks QSP,

Tabel 3. 11 Bentuk Matriks QSP

NO	Faktor-Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi						
			Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	
1									
2									
	TOTAL								

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini :

1. Komponen penawaran dan permintaan di Desa Wisata Tipang masing-masing mendapat skor 32 dan 31, dimana skor ini berada di bawah nilai tengah 40,5. Skor tersebut menjelaskan bahwa kedua komponen belum dapat mendukung pengembangan Desa Wisata Tipang secara maksimal. Atraksi wisata Penetapan Gonting, tempat makan/restaurant, kendaraan pribadi sebagai moda transportasi, dan media sosial sebagai media informasi dan promosi merupakan komponen dengan nilai yang tinggi karena akses menuju atraksi wisata yang cukup baik dan kegiatan yang ditawarkan disetiap komponen wisata cukup beragam. Sementara komponen-komponen lainnya memiliki nilai yang rendah dikarenakan jarang dikunjungi oleh wisatawan, kurang menarik/berkesan bagi wisatawan, memiliki kondisi yang kurang baik/memuaskan serta beberapa media promosi wisata yang kurang efisien untuk dapat menarik wisatawan.
2. Posisi kegiatan Desa Wisata Tipang jika ditinjau melalui matriks BCG berada di posisi yang menjelaskan bahwa penawaran dan permintaan sama-sama memiliki nilai yang rendah. Posisi ini juga menjelaskan bahwa kegiatan wisata di Desa Wisata Tipang berada pada posisi pangsa pasar yang rendah dan berada di pasar yang pertumbuhannya juga rendah atau lambat. Oleh sebab itu, pada posisi ini dibutuhkan investasi yang tinggi dengan mengembangkan produk yang sudah ada atau meningkatkan komponen yang mendukung pengembangan Desa Wisata Tipang sesuai hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya.

3. Nilai potensi daya tarik wisata berdasarkan rata-rata penilaian wisatawan terhadap komponen penawaran (*supply*) atau dapat juga disebut dengan persepsi wisatawan terhadap komponen penawaran yang tersedia di Desa Wisata Tipang memiliki total skor 11,4 yang menjelaskan bahwa komponen penawaran Desa Wisata Tipang cukup potensial untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Tipang. Dimana urutan skor dari yang tertinggi adalah : atraksi wisata, aksesibilitas, informasi dan promosi, dan sarana wisata.
4. Strategi yang paling sesuai untuk pengembangan Desa Wisata Tipang adalah (1) menyediakan paket wisata dimana wisatawan akan mengunjungi beberapa destinasi wisata tanpa mengulangi dan kembali dengan rute yang sama; (2) menyediakan pusat informasi Desa Wisata Tipang melalui bantuan dan kerjasama dinas pariwisata, kementerian pariwisata dan pihak swasta lainnya; (3) meningkatkan pengembangan dan ketersediaan objek wisata alam, budaya dan buatan untuk mendukung Desa Wisata Tipang sebagai desa wisata percontohan bagi desa wisata lainnya; (4) lembaga desa wisata aktif memberikan sosialisasi kepada masyarakat melalui brosur, forum warga dan radio lokal sekaligus sebagai *tourism education*; dan (5) mengangkat dan mengembangkan produk unggulan di Desa Wisata Tipang menjadi sebuah icon atau ciri khas Desa Wisata Tipang.

B. Saran

Berdasarkan analisis pada hasil dan pembahasan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Masyarakat lokal Desa Wisata Tipang diharapkan lebih proaktif mengembangkan potensi wisata melalui adanya pelatihan, peningkatan keterampilan, dan memaksimalkan produk lokal. Masyarakat lokal juga perlu lebih terbuka dalam menjalin kemitraan dengan dunia usaha untuk memajukan ekonomi desa. Pelaku usaha di Desa Wisata Tipang diharapkan dapat mendukung pembangunan infrastruktur dan pemasaran,

serta menciptakan kerjasama yang berkelanjutan dengan masyarakat, sambil menjaga kelestarian budaya dan lingkungan. Pemuda setempat juga diharapkan gencar mempromosikan desa melalui media sosial dan inovasi unik seperti festival budaya dan kerajinan lokal, guna memperluas daya tarik wisata tanpa mengorbankan identitas desa dan lingkungan.

2. Instansi pemerintah selaku pemangku kepentingan, seperti : Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan, serta Pemerintahan dan Lembaga Desa Tipang turut mendukung, memperbaiki dan memfasilitasi pengembangan Desa Wisata Tipang
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan pada perkembangan Desa Wisata Tipang terutama setelah dilakukan beberapa pembaharuan, sehingga akan didapatkan hasil apakah pembaharuan tersebut tepat sasaran dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Ardiawan, M. K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Agustin, A. (2018). *Strategi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Desa Wisata*. Universitas Brawijaya.
- Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village area, Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398–413. <https://doi.org/10.30892/gtg.29202-477>
- Aulia, B., Aliyah, I., & Sugiarti, R. (2019). Analiisi Permintaan dan Penawaran Wisata Kraton Kasunan Surakarta. *Journal Cakra Wisata*, 20(2), 48–60. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/download/34108/22452>
- Badarab, F., Trihayuningtyas, E., & Suryadana, M. L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togean Provinsi Sulawesi Tengah. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(2), 97. <https://doi.org/10.17509/thej.v7i2.9016>
- Fauziah, S. (2022). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Tembi Dan Desa*. Universitas Islam Indonesia.
- Fitriana, A. I. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus di Desa Pulesari). In *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Heri, Larasati, & Lituhayu. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pati. *Administrasi Publik FISIP - Undip*, 6(1), 51–66. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1>
- Hermawan, H. (2016). *Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal*. III(2), 105–117. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xhkww>

- Kartini. (2020). Strategi Pengembangan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Wisata Putri Malu Kampung Juku Batu, Kecamatan Banjit, Kabupaten Way Kanan) [UIN Lampung]. In *UIN Lampung*.
<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Agus, S., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. In *Alfabeta Bandung*.
- Lestari, I. A. (2022). *Strategi Pengembangan Program Desa Wisata Dalam Mewujudkan Desa Mandiri di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Selayar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Manurung, S. S., Mita, M. M., Lase, A., Azmi, C., Aisyah, S., & Putriana, A. (2023). Sosialisasi Penerapan Paket Wisata Budaya Lokal Sebagai Atraksi Wisata Alternatif Di Desa Huta Tinggi Kabupaten Samosir. *Jurnal Pengabdian Dalam Negeri*, 1(6), 59–70.
- Marbun, A. S., Putro, N., Nugroho, S. A., Darmawan, R., Emrizal, & Syahputra, M. H. I. (2023). Perencanaan & Pengembangan Kampung Ibus Sebagai Desa Wisata Budaya Jawa di Kabupaten Serdang Bedagai. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 155–168.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30640/trending.v1i2.858>
- Mardiana. (2012). Penawaran dan Permintaan Pariwisata Istana Siak: Pendekatan Boston Consulting Group Matrix. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 3(7), 33–51.
<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=106268&val=2284&title=PENAWARAN DAN PERMINTAAN PARIWISATA ISTANA SIAK: PENDEKATAN BOSTON CONSULTING GROUP MATRIX>
- Marianti. (2019). *Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja Kabupaten Soppeng* [Universitas Negeri Semarang].
<http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/14886>
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97–112.
<https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps>
- Mubarok, M., & Hertati, D. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Rintisan Oleh Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Di Desa Wisata Pandanrejo. *JIAIP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 11(1), 69.
<https://doi.org/10.31764/jiap.v11i1.14024>
- Nugraha, H. P., Indarjo, A., & Helmi, M. (2013). Studi Kesesuaian Dan Daya Dukung Kawasan Untuk Rekreasi Pantai Di Pantai Panjang Kota Bengkulu. *Journal of Marine Research*, 2(2), 130–139.

<https://doi.org/10.14710/jmr.v2i2.2474>

- Nugraha, W. (2008). *Analisis Supply-Demand Atraksi Wisata Pantai Alam Indah (PAI) Tegal*. Universitas Diponegoro.
- Pakpahan, R., Sianipar, R., & Bernedeta, N. (2022). Patterns of Tour Trips in the Tipang Tourism Humbanghasundutan Regency, North Tapanuli. *Tourism, Hospitality and Culture Insights Journal*, 3415(2).
- Payyangan, O. R. (2017). Kajian Penawaran (Supply) dan Permintaan (Demand) Dalam Pariwisata. *Kepariwisata Makassar*, 11(01), 69–81.
- Persada, C. (2018). *Perencanaan Pariwisata Dalam Pembangunan Berkelanjutan*.
- Revida, E., Ismail, R., Lumbanraja, P., Trimurni, F., Sembiring, S. A. B., & Purba, S. (2023). Village Owned Enterprises Governance (BUMDes) Based on the Tourism Village Development. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(10), 3341–3346.
<https://doi.org/10.18280/ijstdp.181034>
- Risqiani, A., Suprpto, D., & Purwanti, F. (2020). Analisis Kesesuaian Permintaan Wisata dan Penawaran Objek Wisata di Taman Nasional Kepulauan Seribu (Kasus di Pulau Pramuka), Jakarta. *Saintek Perikanan: Indonesian Journal of Fisheries Science and Technology*, 16(1), 72–78.
- Rosadi, F. (2018). *Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat* (Vol. 10, Issue 2). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Saputra, P. P., Hayati, L., & Bahtera, N. I. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Kecamatan Manggar, Kabupaten Belitung Timur. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Sasmita, A. (2017). Kajian Aspek Fasilitas Wisata Berdasarkan Konsep Geotourism pada Kawasan Wisata Desa Silalahi, Kaldera Toba. *Repository Institusi USU*.
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–140. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>
- Silvya, M., Rahman, M. B., & Rahman, Y. (2021). Kesesuaian Penawaran dan Permintaan Pariwisata (Studi Kasus: Muncak Teropong Laut, Kabupaten Pesawaran). *Jurnal Institut Teknologi Sumatera*, 16.
https://repo.itera.ac.id/assets/file_upload/SB2106030005/22117112_20_022706.pdf
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiarti, R., Aliyah, I., & Yudana, G. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata

Di Kabupaten Ngawi. *Cakra Wisata*, 17(2), 14–26.
<https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34388>

- Sumbayak, S. O., Waani, J. O., & Tungka, A. (2021). Perencanaan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi Kasus: Desa Marbun Toruan, Desa Pearung dan Desa Tipang). *Jurnal Spasial*, 8(3), 351–366.
- Suprpto, A. (2005). Analisis Penawaran dan Permintaan Wisata dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat. *Tesis, Program Pasca Serjana Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro Semarang*, 1–220.
- Suranny, L. E. (2023). Analisis Permintaan dan Penawaran Wisata Pada Desa Wisata Sendang Kabupaten Wonogiri. *INISIASI*, 12(2), 153–165.
- Susanto, I. (2016). Perencanaan Pembangunan Pariwisata di Daerah (Studi Pelaksanaan Program pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pekalongan). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 2(3), 1–9.
<https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2016.002.03.1>
- Sutami. (2009). *Partisipasi Masyarakat Pada Pembangunan Prasarana Lingkungan Melalui Program Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (PPMK) Di Kelurahan Marunda Jakarta Utara*. 130.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Neo-Bis*, 11(2).
- W.M., F. (2021). Harga dan Elastisitas Permintaan dan Penawaran. In *Pengantar Ekonomi Mikro*. Universitas Terbuka.
- Wahidin, N. (2017). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Gemawang Di Kabupaten Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Wijayanti, A., Damanik, J., Fandeli, C., & Sudarmadji. (2017). Analysis of supply and demand to enhance educational tourism experience in the smart park of Yogyakarta, Indonesia. *Economies*, 5(4).
<https://doi.org/10.3390/economies5040042>
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S, H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (2021). *Pedoman Desa Wisata*.
<https://www.ciptadesa.com/2021/06/pedoman-des-wisata.html>
- Yuliandari, W. I. (2020). Analisis Supply-Demand Terhadap Kampung Wisata Jambangan Kota Surabaya. *Sekolah Tinggi Pariwisata Satya Widya Surabaya*, 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Yusuf, M., Wahyu, & Samad A, A. (2024). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Sawah di Desa Gunung Mulia Kabupaten Penajam Paser

Utara. *POMA JURNAL : PUBLISH OF MANAGEMENT*, 1(2).

Zulkarnaen, H. O. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan [Universitas Diponegoro]. In *Universitas Diponegoro*. <https://doi.org/http://eprints.undip.ac.id/40138/>