

# STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA TAMAN BEJI GRIYA WATERFALL DI DESA PUNGGUL KEC. ABIANSEMAL BADUNG BALI

Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan<sup>1</sup> Anak Agung Bagus Wirateja<sup>2</sup>  
Serena Asta<sup>3</sup>, Nyoman Parta<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> STIMI Handayani Denpasar

[Agungsuindrawan@gmail.com](mailto:Agungsuindrawan@gmail.com); [Wiratejaagung@gmail.com](mailto:Wiratejaagung@gmail.com);  
[serena@gmail.com](mailto:serena@gmail.com); [parta.kmbp@gmail.com](mailto:parta.kmbp@gmail.com)

## Abstract

*This research aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats, as well as the development strategy of the Taman Beji Griya Waterfall tourism object in Punggul Village, Abiansemal Sub-district, Badung Regency, Bali. The analytical tools used are EFAS, IFAS, and SWOT analysis to formulate strategies for achieving goals based on logic to maximize strengths and opportunities while minimizing weaknesses and threats. The results of this research are as follows: Opportunities include government policies in tourism development, collaboration with local and adjacent tourist spots, government support in digitally promoting tourist destinations, the potential development of tourist spots with additional attractions, and the increasing popularity of natural and spiritual tourism. Threats include the impact of climate change and its effects on tourist attractions, public interest in other tourism object destinations, and a lack of awareness of the positive impact of natural and spiritual tourism among the community, as well as the emergence of spiritual tourism in various places in Bali. Strengths include a strategically located, easily accessible tourist spot, natural beauty and scenery, the availability of facilities such as restaurants and coffee shops, there are construction of roads or paths to the tourist park, the support and involvement of the local community, and Taman Beji Griya Waterfall as a natural and spiritual attraction. Weaknesses include ineffective promotion of tourist spots, a lack of security and comfort for tourists' belongings, ineffective management, and limitations in visitor facilities. The suitable strategy for the development of the Taman Beji Griya Waterfall tourism object in Punggul Village, Abiansemal Sub-district, Badung Regency, based on SWOT analysis, is the Strength-Opportunities strategy.*

*Keywords: opportunities, threats, strengths and weaknesses, SWOT, Taman Beji Griya Waterfall*

## Pendahuluan

Dalam era globalisasi sekarang ini, bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini dicanangkan selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup andal, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan sektor ini. Salah satu kebijakan tersebut adalah menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Di Indonesia, industry pariwisata memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional. Hal ini terlihat dari kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional dan daya serap lapangan kerja di sector industri pariwisata.

Bali sebagai tujuan wisata memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan daerah tujuan wisata lainnya, seperti keindahan alam yang tidak dimiliki oleh daerah lain, kekhasan budaya yang unik dilatarbelakangi oleh kebudayaan Agama Hindu, keramahan

penduduknya, kenyamanan dan yang cukup menjadi jaminan sebagai tujuan kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Kabupaten Badung merupakan salah satu kabupaten yang berada di Bali, daerah tersebut memiliki banyak kekayaan wisata baik itu wisata alam, budaya, dan wisata lainnya banyaknya pembangunan baik itu sarana dan prasarana maupun infrastruktur yang menunjang keberlangsungan perkembangan pariwisata. Kabupaten Bandung memiliki banyak tempat yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang salah satunya Taman Beji Griya Waterfall ini berlokasi tepatnya di Jl. Pekandelan, Br. Trinadi, Desa Punggul, Kec. Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali. Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain: Wayan Sutapa, Gusti Ayu Komang Sriyanti, Ida Nyoman Astawa, I Ketut Wiyasa, Nyoman Diah Utari Dewi (2023) dengan penelitian yang berjudul “Pengembangan Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul Menjadi Destinasi Wisata Religi Internasional”; Tri Putri Rahmatillah, Osy Insyan, Nurafifah Nurafifah, Fariz Primadi Hirsan (2019) yang berjudul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangian”; Fitra Delita, Elfa Yetti, Tumiar Sidauruk (2017) “Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun”; Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk”; Onik Pratiwi (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis SWOT untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar tahun 2017”.

Objek Wisata Taman Griya Waterfall mempunyai cukup potensi yang dapat dikembangkan karena selain lokasi yang strategis sehingga akses menuju tempat wisata ini sangat mudah dijangkau oleh wisatawan. Penampakan dari area Melukat dan Air Terjun Taman Beji Griya Waterfall.



Gambar 1 Air Terjun Taman Beji Griya Waterfall

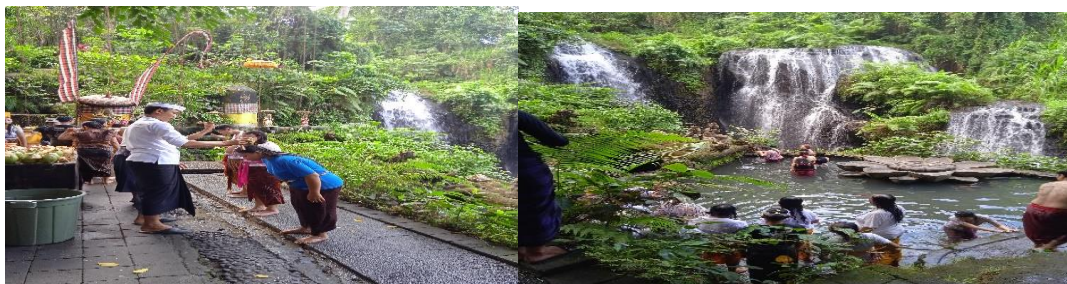
Sumber : Koleksi penulis

Keberadaan Taman Beji Griya Waterfall ini memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung memiliki ketinggian 12 meter, air yang segar, Hidden Canyon atau tebing, gang Goa, wisata budaya dan wisata alam menyatu. Keunggulan dari Taman Wisata ini adalah daya tarik wisata telah menjadi salah satu wisata alam yang disulap sedemikian rupa menjadi 2 jenis daya tarik yakni ; Wisata alam berupa air terjun dan Wisata Spiritual berupa Melukat atau bisa di sebut tempat pembersihan diri dari masyarakat Bali di sekitar daerah tersebut.

Daya tarik Air terjun ini terletak pada keunikan air terjun itu sendiri, bahkan banyak yang mengagumi betapa cantik dan luar biasanya masyarakat Bali menyulap air terjun tersebut membuat menjadi 2 bagian. Air terjun sebagai obyek tempat wisata biasanya hampir tak berbeda dan tanpa keunikan lainnya di sekitarnya. Air terjun dijadikan tempat melukat agar tubuh, pikiran, jiwa yang kotor dan tercemar dapat dibersihkan (upacara penyucian) di

air terjun. Wisata melukat merupakan wisata minat khusus yang telah berkembang di Bali. Kata melukat berasal dari kata “Lukat “dalam bahasa Kawi Bali artinya *mersihin* (membersihkan) dan menghilangkan (*ngicalang*). Dalam Kamus Bahasa Indonesia kata “lukat” berarti melepas (barang yang dilekatkan). Kemudian mendapat awalan “me “menjadi *melukat*. Artinya melakukan suatu pekerjaan dengan melepas sesuatu yang melekat yang dinilai kurang baik melalui upacara keagamaan baik secara lahir maupun bathin. Melaksanakan ritual penglukatan merupakan salah satu usaha membersihkan diri atau menyucikan diri, untuk bisa mendekati diri dengan Ida Sanghyang Widhi Wasa agar di berikan keselamatan, kesehatan, kerahayuan dan kerahajengan (Arka dkk, 2018)

Air Terjun Taman Beji Griya merupakan salah satu tempat suci yang digunakan masyarakat Bali untuk melakukan upacara penyucian yang dipercaya masyarakat juga dapat menyembuhkan penyakit dan memohon keturunan.



Gambar 2 : Melukat (kiri) Kolam Tempat Melukat (kanan)  
Sumber: Koleksi penulis

Menurut hasil wawancara diketahui bahwa sebelumnya tempat ini merupakan pertapaan salah satu leluhur keluarga Griya Gede Manuaba Punggul yang juga merupakan pemilik taman Air Terjun Griya Taman Beji ini. Taman Beji Griya Waterfall mulai diminati para wisatawan baik itu mancanegara maupun domestik yang berkunjung. Berikut data pengunjung Air Terjun Griya Taman Beji periode Februari – Mei 2023.

Tabel 1 Kunjungan wisatawan Domestik dan Internasional Februari – Mei 2023

Bulan	Domestik		Internasional			Total Pengunjung
	Melukat	Healing	Melukat	Healing	Visit	
Februari 2023	639	334	842	145	1180	3140
Maret 2023	855	589	1046	183	1367	4040
April 2023	1062	719	1029	197	1579	4586
Mei 2023	1014	524	1077	262	1817	4694
<b>Total</b>	<b>3570</b>	<b>2166</b>	<b>3994</b>	<b>787</b>	<b>5943</b>	<b>16460</b>

Sumber : Taman Beji Griya Waterfall

Berdasarkan tabel 1 di atas diketahui bahwa jumlah data kunjungan wisatawan Domestik dan Internasional di Taman Beji Griya Waterfall mengalami peningkatan dari bulan Februari sampai bulan Mei 2023. Jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun internasional tersebut juga memberikan dampak positif dan peluang bagi masyarakat yang berada di wilayah Kabupaten Badung terutama bagi masyarakat Desa Punggul, Abiansemal dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui sektor pariwisata.

Aksesibilitas yang mudah dijangkau, tempat parkir yang memadai bagi kendaraan bermotor dan mobil, adanya perbedaan perlakuan tiket masuk wisatawan asing dan local, masih minimnya kesadaran wisatawan sehingga kebersihan belum sepenuhnya terjaga terutama di bagian tempat parkir. Masih kurangnya perhatian pemerintah Daerah dalam mengembangkan suatu objek wisata khususnya Objek Wisata Taman Beji Griya Waterfall merupakan salah satu tempat wisata yang memiliki potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan perekonomian masyarakat. Perhatian dimaksud adalah dalam hal strategi pengembangan objek wisata Taman Beji Griya Waterfall agar dapat lebih berdaya saing mampu menarik wisatawan. Strategi merupakan salah satu bentuk upaya dalam menciptakan dan melestarikan kawasan wisata dengan menggunakan dimensi-dimensi strategi yang menciptakan strategi yang sesuai dengan pengembangan kawasan objek wisata Taman Beji Griya Waterfall ini. Fokus penelitian mengangkat permasalahan peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan pengelolaan objek wisata Taman Beji Griya Waterfall sehingga ditemukan strategi pengembangan yang lebih optimal.

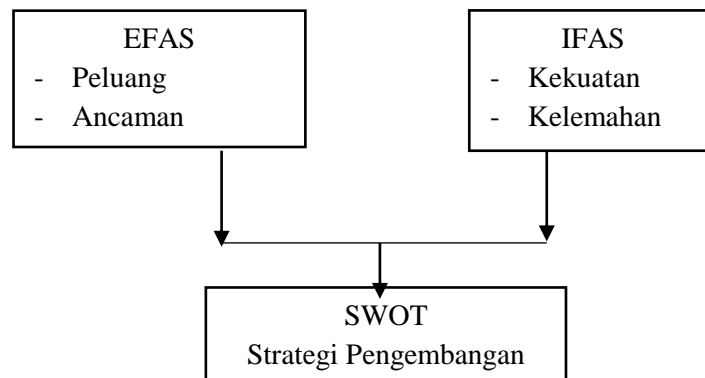
### **Landasan Teori**

Wahyudi (dalam Ahmad, 2020) menyatakan manajemen strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan *customer value* terbaik untuk mewujudkan visi organisasi. Sedangkan Simongkir (2006) dalam (Ahmad, AC, ST, 2020), manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*) keputusan-keputusan strategis antara fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang. Sementara Lukito (2013) dalam (Ahmad, AC, ST, 2020), menjelaskan bahwa manajemen strategi adalah manajemen yang mengutamakan strategi untuk membuat organisasi menjadi unggul sehingga menang dalam berkompetisi. Sedangkan Mintzberg (2008) dalam (Ahmad, AC, ST, 2020), berpendapat manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut. Namun Wheelen dan Hunger (2013) dalam (Ahmad, AC, ST, 2020), manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi serta evaluasi dan pengendalian. Jadi, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang berulang dan berkelanjutan yang meliputi kegiatan formulasi, implementasi dan evaluasi strategi yang menyeluruh baik jangka pendek maupun jangka panjang dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos* yang artinya “*a general set of maneuvers cried out over come a enemy during combat*” yaitu semacam ilmunya para jenderal untuk memenangkan pertempuran. Sedangkan dalam kamus Belanda-Indonesia, *strategis* berasal dari kata majemuk, yang artinya siasat perang, istilah strategi tersebut digunakan dalam kemiliteran sebagai usaha untuk mencapai kemenangan, sehingga dalam hal ini diperlukan taktik serta siasat yang baik dan benar (Koesoemah, 1993: 1388). Menurut Suryono (2004: 80) dalam Sefira (2013) strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan: Kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada.

Iskandar (1982: 93) Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai

dengan bakat, keinginan serta kemampuan kemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya atas prskarsa sendiri menambah, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesame, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan prbadi yang mandiri. Menurut Indra (1989: 244) Srategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa tehnik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. Sementara itu James (1990: 658) menyatakan Strategi pengembangan adalah suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintergrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu system total sepanjang periode tertentu, dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi. Jadi, strategi pengembangan adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dengan meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan serta kemampuan-kemampuan untuk tercapainya sasaran perusahaan dalam jangka panjang. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini ditampilkan pada bagan 3 berikut.



Gambar 3 Kerangka pemikiran penelitian

Dalam kerangka pemikiran teori di atas peneliti mencoba menjelaskan bahwa factor lingkungan external (EFAS) adalah annalisis dilakukan untuk mengembangkan factor peluang (*opportunities*) yang kiranya dapat dimanfaatkan dan factor ancaman (*threats*) yang perlu dihindari. Sedangkan factor lingkungan Internal (IFAS) adalah kekuatan(*strengths*) yang akan digunakan dan mengidentifikasi factor kelemahan (*weaknesses*) yang akan diantisipasi. Dengan EFAS dan IFAS selanjutnya disusun strategi pengembangan dengan analisis SWOT.

### Metode Penelitian

Penelitian bersifat penelitian deskriptif kualitatif yang menjaring data dari sumber primer yang diperoleh secara langsung yang didapat dari Taman Beji Griya Waterfall sendiri. Peneliti juga mengambil data primer dari dokumen yang telah tersedia pada pihak pengelola obyek Taman Beji Griya Waterfall. Pengumpulan data dilaksanakan dengan teknik Observasi, Wawancara dan studi Dokumentasi. Selanjutnya analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Faktor Eksternal (EFAS), Analisis Faktor Internal (IFAS) Diagram SWOT dan analisis SWOT yang merupakan suatu proses untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) maupun faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). (Rangkuti, 2003 : 23-31).



### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dianalisis Strategi Pengembangan obyek Wisata Taman Beji Griya Waterfall sebagai berikut.

**Tabel 2. EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary)**

Faktor Eksternal	Bobot	Nilai	Bobot X Nilai
<b>Peluang</b>			
Kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata	0.11	4	0.44
Dukungan pemerintah dalam promosi tempat wisata secara digital	0.11	4	0.44
Peningkatan popularitas wisata alam dan budaya	0.09	3	0.27
Kolaborasi dengan tempat wisata lokal/disekitar	0.10	4	0.40
Potensi pengembangan tempat wisata dengan atraksi tambahan	0.09	3	0.27
<b>Jumlah</b>			<b>1.82</b>
<b>Ancaman</b>			
Dampak perubahan iklim dan dampaknya terhadap atraksi wisata	0.08	3	0.24
Minat masyarakat pada wisata lainnya	0.08	3	0.24
kurangnya kesadaran terhadap dampak positif pariwisata alam dan spiritual di kalangan masyarakat	0.07	2	0.14
munculnya pariwisata spiritual baru diberbagai tempat di Bali	0.08	3	0.24
<b>Jumlah</b>			<b>0.86</b>
<b>Jumlah Total</b>	<b>0.81</b>		<b>2.68</b>

Berdasarkan hasil di atas, berikut adalah penjelasan mengenai faktor-faktor yang teridentifikasi dalam analisis EFAS.

Pada aspek Peluang (*Opportunities*) diperoleh bobot Kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata menunjukkan bahwa faktor ini memiliki bobot 0.11 dan nilai 4, yang menunjukkan potensi yang cukup tinggi untuk mengembangkan pariwisata. Dukungan pemerintah dalam promosi tempat wisata secara digital : Dukungan dari pemerintah dalam mempromosikan tempat wisata juga merupakan kekuatan yang signifikan. Dengan bobot 0.11 dan nilai 4, hal ini menunjukkan bahwa pemerintah memiliki peran yang kuat dalam mendukung pengembangan pariwisata melalui upaya promosi, ini bisa menjadi kekuatan utama dalam memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk meningkatkan pengalaman wisata dan daya tarik tempat wisata. Peningkatan popularitas wisata alam dan budaya: Faktor ini memiliki bobot 0.09 dan nilai 3, menunjukkan bahwa popularitas wisata alam dan budaya sedang meningkat. Hal ini dapat menjadi kekuatan dalam menarik wisatawan yang mencari pengalaman alam dan budaya yang unik. Kolaborasi dengan tempat wisata lokal/disekitar: Kolaborasi dengan tempat wisata lokal atau di sekitarnya juga dapat menjadi kekuatan dalam mengembangkan pariwisata. Dengan bobot 0.10 dan nilai 4, hal ini menunjukkan potensi kerjasama yang saling menguntungkan antara tempat wisata yang berbeda untuk meningkatkan daya tarik dan nilai tambah bagi pengunjung. Potensi pengembangan tempat wisata dengan atraksi tambahan: Faktor ini memiliki bobot 0.09 dan nilai 3, menunjukkan bahwa terdapat potensi pengembangan tempat wisata dengan menambahkan atraksi tambahan. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Pada aspek Ancaman (*Threats*) tampak dampak perubahan iklim dan dampaknya terhadap atraksi wisata diantaranya ancaman ini memiliki bobot 0.08 dan nilai 3, menunjukkan bahwa perubahan iklim dapat memiliki dampak negatif terhadap atraksi wisata. Hal ini perlu diperhatikan dan diantisipasi untuk menjaga keberlanjutan pariwisata. Minat masyarakat pada wisata lain. Dengan bobot 0.08 dan nilai 3, hal ini menunjukkan bahwa minat wisatawan ke tempat wisata spiritual sangat berkurang karena dominan atau lebih menyukai tempat wisata hiburan, pantai, dan alam lainnya yang tidak ada kaitnya dengan spiritual. Kurangnya kesadaran terhadap dampak positif pariwisata alam dan spiritual di kalangan masyarakat : Dengan bobot 0.07 dan nilai 2, hal ini menunjukkan bahwa entitas pariwisata harus memperhatikan dan meningkatkan lagi dampak positif tersebut. Munculnya pariwisata spiritual diberbagai tempat di Bali : Ancaman ini memiliki bobot 0.08 dan nilai 3, menunjukkan bahwa munculnya pariwisata spiritual di berbagai tempat di Bali bisa menjadi ancaman yang perlu diperhatikan dan ditangani dengan tepat untuk menjaga keberlanjutan dan keberhasilan industri pariwisata di wilayah tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa total nilai bobot untuk peluang dan ancaman mempunyai nilai dengan skor 0,81, sedangkan faktor-faktor peluang (*Opportunities*) mempunyai nilai skor 1,82 dan faktor-faktor ancaman (*Threats*) mempunyai nilai dengan skor 0,86 sementara total nilai semua elemen dengan skor 2,68 yang merupakan hasil penjumlahan dari peluang dan ancaman. Ini berarti dalam upaya menentukan strategi pengembangan Taman Beji Griya Waterfall mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang timbul.

Analisis Faktor lingkungan Internal (IFAS) disajikan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Nilai</b>	<b>Bobot X Nilai</b>
<b>Kekuatan</b>			
Lokasi yang strategis mudah dijangkau wisatawan	0.11	3	0.33
Keindahan alam dan pemandangan	0.10	4	0.40
Ketersediaan fasilitas rumah makan dan coffe shop	0.09	3	0.27
Adanya pembangunan jalan atau stapak menuju taman wisata	0.11	3	0.33
Dukungan dan keterlibatan masyarakat local	0.10	4	0.40
Air Terjun Taman Beji Griya merupakan wisata alam dan spiritual	0.10	4	0.40
<b>Jumlah</b>			<b>2.13</b>
<b>Kelemahan</b>			
Kurangnya promosi tempat wisata yang efektif	0.07	2	0.14
Kurangnya keamanan dan kenyamanan barang bawaan tamu	0.07	3	0.21
Kurangnya pengelolaan yang efektif	0.07	2	0.14
Keterbatasan fasilitas pengunjung	0.08	3	0.24
<b>Jumlah</b>			<b>0.73</b>
<b>Jumlah Total</b>		<b>1.00</b>	<b>2.86</b>

Tabel IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal yang mempengaruhi keunggulan dan kelemahan suatu organisasi atau entitas. Pada tabel di atas terdapat faktor-faktor internal yang diberi bobot

dan nilai untuk menunjukkan sejauh mana faktor tersebut mempengaruhi potensi suatu taman wisata. Dalam analisis IFAS, faktor-faktor internal dibagi menjadi dua kategori: kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Berikut adalah penjelasan dari hasil tabel IFAS di atas:

Pada aspek *strength* (kekuatan) terdapat bobot yang bervariasi. Lokasi yang strategis mudah dijangkau wisatawan (Bobot: 0.11 dan Nilai: 3 = Bobot x Nilai = 0.44): Faktor ini menunjukkan bahwa lokasi taman wisata mudah dijangkau oleh wisatawan, yang dapat menjadi keunggulan bagi taman wisata dalam menarik pengunjung. Keindahan alam dan pemandangan (Bobot: 0.10 dan Nilai: 4 = Bobot x Nilai = 0.40): Faktor ini menunjukkan bahwa taman wisata memiliki keindahan alam dan pemandangan yang menarik, yang dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung. Ketersediaan fasilitas (Bobot: 0.09 dengan Nilai: 3 = Bobot x Nilai :0.27): Faktor ini menunjukkan bahwa taman wisata memiliki fasilitas yang cukup tersedia bagi pengunjung, meskipun tidak seoptimal faktor-faktor lainnya. Adanya pembangunan jalan atau stapak menuju taman wisata (Bobot: 0.11, Nilai: 3 = Bobot x Nilai: 0.44): Faktor ini menunjukkan bahwa adanya pembangunan jalan atau akses menuju taman wisata, yang dapat memudahkan wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut. Dukungan dan keterlibatan masyarakat lokal (Bobot: 0.10 dengan Nilai: 4 = Bobot x Nilai: 0.30): Faktor ini menunjukkan bahwa adanya dukungan dan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan taman wisata, yang dapat menciptakan hubungan yang baik antara wisatawan dan masyarakat setempat. Air Terjun Taman Beji Griya merupakan wisata alam dan spiritual (Bobot: 0.10, Nilai: 4, Bobot x Nilai: 0.40): Faktor ini menunjukkan bahwa keberadaan Air Terjun Taman Beji Griya sebagai tempat wisata alam dan spiritual yang dapat menarik minat pengunjung yang tertarik dengan aspek spiritual menunjukkan bahwa Air Terjun Taman Beji Griya juga memiliki keindahan alam sebagai daya tarik tambahan. Total bobot untuk faktor kekuatan adalah 2.65.

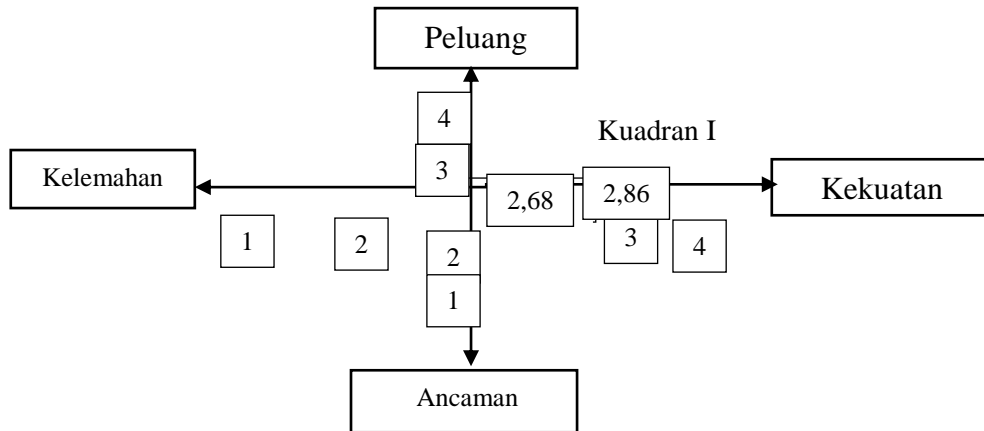
Analisis EFA menunjukkan kelemahan diantaranya kurangnya promosi tempat wisata yang efektif (Bobot: 0.07 dengan Nilai: 2 = Bobot x Nilai: 0.14): Faktor ini menunjukkan bahwa kurangnya promosi yang efektif dapat menjadi kelemahan dalam menarik pengunjung ke taman wisata. Kurangnya keamanan dan kenyamanan barang bawaan tamu (Bobot: 0.07 dengan Nilai: 3 = Bobot x Nilai: 0.21): Faktor ini menunjukkan bahwa kurangnya keamanan dan kenyamanan bagi barang bawaan tamu dapat menjadi kelemahan dalam memberikan pengalaman positif kepada pengunjung. Kurangnya pengelolaan yang efektif (Bobot: 0.07 dengan Nilai: 2 = Bobot x Nilai: 0.14): Faktor ini menunjukkan bahwa kurangnya pengelolaan yang efektif dapat menjadi kelemahan dalam menyediakan layanan yang berkualitas bagi pengunjung. Keterbatasan fasilitas pengunjung (Bobot: 0.08 dengan Nilai: 3= Bobot x Nilai: 0.24): Faktor ini menunjukkan bahwa keterbatasan fasilitas pengunjung dapat menjadi hambatan dalam memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pengunjung. Total bobot untuk faktor kelemahan adalah 0.73.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa total nilai Bobot untuk kekuatan dan kelemahan mempunyai nilai dengan skor 1,00 sedangkan faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor 2,13 dan faktor-faktor kelemahan (*Weaknesses*) mempunyai nilai dengan skor 0,73, Sedangkan total nilai semua elemen dengan skor 2,86 yang merupakan hasil penjumlahan dari kekuatan dan kelemahan. Semakin tinggi skor total bobot, semakin kuat posisi taman wisata dalam memanfaatkan faktor-faktor internal yang menguntungkan atau memperbaiki faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan.

Dari hasil susunan faktor-faktor internal dan ekseternal diatas, menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut: Peluang (Opportunities/O) = 1,82 dan Ancaman (Threats/T) = 0,86, sedangkan Kekuatan (Strengths/S) = 2,13, Kelemahan (Weaknesses/W) = 0,73.



Diagram SWOT



Gambar 5. Posisi Nilai Diagram SWOT Air Terjun Taman Beji Griya

Berdasarkan analisis EFAS dan IFAS strategi pengembangan Air Terjun Taman Beji Griya dengan nilai total skor EFAS 2,68 dan nilai total skor IFAS 2,86, dapat dilihat bahwa strategi yang sesuai untuk mengoptimalkan pengembangan Air Terjun Taman Beji Griya adalah mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki Air Terjun Taman Beji Griya dengan memanfaatkan peluang yang akan datang. Air Terjun Taman Beji Griya berada pada kuadran ke I seperti pada gambar 5 di atas yang artinya mereka memiliki kekuatan dan peluang yang kuat untuk melakukan strategi pengembangan pada tempat wisata tersebut.

**Model Analisis Matrik SWOT**

Setelah mengklasifikasi lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal serta Diagram SWOT. Maka langkah terakhir adalah merencanakan strategi pengembaganan Air Terjun Taman Beji Griya berdasarkan model tabel analisis Matik SWOT. Keunggulan SWOT adalah dapat dengan mudah diformulasikan strategi yang diperoleh berdasarkan gabungan factor Eksternal dan internal. Ada empat alternative strategi yang dapat disarankan, yaitu strategi *StrenghtsI – Opportunities*, strategi *Thearths – Weaknesses*, strategi *Weaknesses – Opportunities*, strategi *Weaknesses – Thearths*.

Analisis dengan menggunakan model matik SWOT ini menggunakan data yang diperoleh dari tabel EFAS dan IFAS, sebagaimana yang dijelaskan di table V.1 dan V.2 di atas, Strategi Pengembangan Kawasan Obyek Wisata Taman Beji Griya Waterfall Berbasis Wisata Alam Dan Spiritual Di Desa Punggul Abiansemal Kabupaten Badung dengan memadukan model Matrik SWOT dan model pada posisi nilai EFAS dan IFAS Taman Beji Griya. Berikut adalah tael model analisisi Matik SWOT.

**Tabel 4. Tabel Model Analisis Matrik SWOT**

EFAS	PELUANG (O) ( <i>OPPORTUNITIES</i> )	ANCAMAN (T) ( <i>TREATHS</i> )
IFAS	a. Kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata b. Dukungan pemerintah dalam promosi tempat wisata secara digital c. Peningkatan	a. Dampak perubahan iklim dan dampaknya terhadap atraksi wisata b. Minat masyarakat pada wisata lainnya c. Kurangnya kesadaran terhadap dampak

	<p>popularitas wisata alam dan spiritual</p> <p>d. Kolaborasi dengan tempat wisata local/sekitar</p> <p>e. Potensi pengembangan tempat wisata dengan atraksi tambahan</p>	<p>positif pariwisata dan spiritual di kalangan masyarakat</p> <p>d. Munculnya pariwisata spiritual dibrbagai tempat di Bali</p>
<b>KEKUATAN (S)</b> <b>(STRENGTHS)</b>	<b>S-O</b>	<b>S-T</b>
<p>a. lokasi yang strategis mudah dijangkau wisatawan</p> <p>b. keindahan alam dan pemandangan</p> <p>c. ketersediaan fasilitas rumah makan dan coffe shop</p> <p>d. adanya pembangunan jalan atau stapak menuju taman wisata</p> <p>e. dukungan dan keterlibatan masyarakat local</p> <p>f. Air Terjun Taman Beji Griya merupakan wisata alam dan spiritual</p>	<p>a. Meningkatkan promosi secara digital baik melalui social media maupun secara offline</p> <p>b. Memanfaatkan produk wisata sebagai atraksi tambahan</p> <p>c. meningkatkan keterlibatn masyarakat local dalam mengadakan kolaborasi dengan wisata local/sekitar tempat wisata</p>	<p>a. Produk wisata tambahan yang mempunyai ketertarikan tersendiri yang bisa meningkatkan minat kunjungan wisatawan</p> <p>b. Melakukan penataan Menjadikan tempat wisata yang lebih baik lagi dan menarik, walupun ada banyak tempat wisata alam dan spiritual di tempat lain</p>
<b>KELEMAHAN (W)</b> <b>(WEAKNESSES)</b>	<b>W-O</b>	<b>W-T</b>
<p>a. Kurangnya promosi tempat wisata yang efektif</p> <p>b. Kurangnya keamanan dan kenyamanan barang bawaan wisatawan</p> <p>c. Kurangnya pengelolaan yang efektif</p> <p>d. Keterbatasan fasilitas pengunjuk</p>	<p>a. meningkatkan promosi tempat wisata melalui iklan dan social media secara rutin</p> <p>b. pengelolaan tempat wisata secara tahap dan berkala dengan menggunakan kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata</p> <p>c. meningkatkan standard kemanana dan kenyamanan barang bawaan wisatawan</p>	<p>a. Menjaga kemanana dan kenyamanan barang bawaan tamu untuk meningkatkan <i>image</i> tempat wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan</p> <p>b. Menjaga kualitas porduk wisata dan fasilitas agar mampu menarik minat kunjungan wisatawan</p> <p>c. Mengelola fasilitas sarana dan prasarana lebih baik lagi agar meminimkan dampak perubahan iklim.</p>

### Hasil dan Pembahasan

Dari analisis di atas, masukan data berdasarkan klasifikasi pada analisis EFAS, IFAS, Diagram SWOT dan matrik SWOT di atas maka dapat digambarkan bahwa posisi Taman Beji Griya ada pada kuadran pertama, strategi yang akan digunakan dalam strategi pengembangan Air Terjun Taman Beji Griya.

Strategi *Strengths Opportunities* (S-O), strategi yang mengutamakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada : (a) Meningkatkan promosi secara digital baik melalui social media maupun secara offline. (b) Memanfaatkan produk wisata sebagai atraksi tambahan. (c) meningkatkan keterlibatan masyarakat local dalam mengadakan kolaborasi dengan wisata local/sekitar tempat wisata.

Strategi *Strengths Threats* (S-T), strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada: (a) Produk wisata tambahan yang mempunyai ketertarikan tersendiri yang bisa meningkatkan minat kunjungan wisatawan. (b) Menjadikan tempat wisata yang lebih baik lagi walaupun ada banyak tempat wisata spiritual dan alam yang muncul.

Strategi *Weaknesses Opportunities* (W-O), strategi yang meminimalkan kelemahan intern dan memanfaatkan peluang yang ada untuk memperbaiki kondisi internal: (a) Meningkatkan promosi tempat wisata melalui iklan dan social media secara rutin. (b) Pengelolaan tempat wisata secara tahap dan berkala dengan menggunakan kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata. (c) Meningkatkan standard kemandirian dan kenyamanan barang bawaan wisatawan.

Strategi *Weaknesses Threats* (W-T), strategi yang meminimalkan kelemahan intern untuk dapat bertahan dalam menghadapi ancaman: (a) Menjaga kemandirian dan kenyamanan barang bawaan tamu untuk meningkatkan image tempat wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. (b) Menjaga kualitas produk wisata dan fasilitas agar mampu menarik minat kunjungan wisatawan. (c) Mengelola fasilitas sarana dan prasarana lebih baik lagi agar meminimalkan dampak perubahan iklim.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wayan Sutapa, Gusti Ayu Komang Sriyanti, Ida Nyoman Astawa, I Ketut Wiyasa, Nyoman Diah Utari Dewi (2023) dalam penelitiannya yang berjudul: Pengembangan Pengelukan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul Menjadi Destinasi Wisata Religi Internasional. Dalam penelitiannya mengatakan bahwa berdasarkan pemaparan komponen 4A pengelukan Pancoran Solas Taman Mumbul Sangah harus lebih dikembangkan. Melihat upaya pemasaran/promosi yang belum maksimal, diharapkan adanya pengabdian masyarakat yang dilakukan dapat memasarkan/mempromosikan keberadaan Wisata Religi Pengelukan Pancoran Solas Taman Mumbul Sangah melalui social media, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian strategi pengembangan Kawasan Obyek Wisata Taman Beji Griya Waterfall Berbasis Wisata Alam Dan Spiritual Di Desa Punggul Abiansemal Kabupaten Badung khususnya mengoptimalkan promosi secara rutin dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Juga mendukung penelitian Tri Putri Rahmatillah, Osy Insyan, Nurafifah Nurafifah, Fariz Primadi Hirsan (2019) yang berjudul: Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangian. Hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa pelayanan sarana dan prasarana yang belum maksimal serta keberadaan pokdarwis yang harus ditingkatkan lagi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan peneliti dalam Taman Beji Griya Waterfall untuk meningkatkan kembali dukungan dan keterlibatan masyarakat. Juga sejalan dengan penelitian Fitra Delita, Elfa Yetti, Tumiar Sidauruk (2017) judul analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa strategi pengembangan obyek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain; membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Dari hasil penelitian ini sebanding dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti dalam strategi pengembangan Taman Beji Griya Waterfall, khususnya keterlibatan masyarakat lokal terhadap keberadaan tempat wisata dan pengelolaan atraksi tambahan sebagai produk wisata yang baru.

## **Simpulan dan Saran**

Pembahasan objek Taman Beji Griya Waterfall berbasis Wisata Alam dan Spiritual di Desa Punggul, Kabupaten Badung mengarahkan pada simpulan berikut. (a) Adanya peluang meliputi adanya kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata, adanya kolaborasi dengan tempat wisata local/sekitar, dukungan pemerintah dalam promosi tempat wisata secara digital, potensi pengembangan tempat wisata dengan atraksi tambahan dan peningkatan popularitas wisata alam dan spiritual; (b) Ancaman yang dihadapi meliputi dampak perubahan iklim dan dampaknya terhadap atraksi wisata, minat masyarakat pada wisatawan lainnya, serta kurangnya kesadaran terhadap dampak positif pariwisata alam dan spiritual di kalangan masyarakat, munculnya pariwisata spiritual diberbagai tempat di Bali; (c) Kekuatan meliputi lokasi yang strategis mudah dijangkau wisatawan, keindahan alam dan pemandangannya, ketersediaan fasilitas seperti rumah makan dan coffe shop, adanya pembangunan jalan atau stapak menuju taman wisata, dukungan dan keterlibatan masyarakat lokal dan Air Terjun Taman Beji Griya merupakan wisata alam dan Spiritual; sedangkan (d) Kelemahan yang harus dibenahi meliputi kurangnya promosi tempat wisata yang efektif, kurangnya keamanan dan kenyamanan barang bawaan wisatawan, kurangnya pengelolaan yang efektif dan keterbatasan fasilitas pengunjung. Oleh sebab itu, strategi yang cocok dalam pengembangan obyek wisata Taman Beji Griya Waterfall di Desa Punggul, Kec. Abiansemal, Kab. Badung adalah strategi yang berakar *Strenght – Opportunities* pada matriks SWOT.

Setelah mencermati matriks SWOT baik aspek peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan serta strategi pengembangan yang cocok untuk taman Beji Griya Waterfall, maka disarankan untuk meningkatkan promosi secara digital baik melalui social media mapupun secara offline serta memanfaatkan produk wisata sebagai atraksi tambahan; Meningkatkan keterlibatkn masyarakat local dalam mengadakan kolaborasi dengan wisata local/sekitar tempat wisata; Melakukan penataan Menjadikan tempat wisata yang lebih baik lagi dan menarik, walupun ada banyak tempat wisata alam dan spiritual di tempat lain; Pengelolaan tempat wisata secara tahap dan berkala dengan menggunakan kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata; Mengelola fasilitas sarana dan prasarana lebih baik lagi agar meminimkan dampak perubahan iklim; Menjaga kewanana dan kenyamanan barang bawaan tamu untuk menigkatkan image tempat wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan; Menyediakan locker tempat pakaian atau barang bawaan pengunjung demi keamanan barang bawaan wisatawan.

## **Daftar Pustaka**

- Ahmad, AC, ST, M., Ir., Dr (2020) Manajemen Strategis (CV mas media pustaka, Ed) Makasar, Juli 2020.
- Arka, W., Tinggi, S., Hindu, A., Mpu, N., & Singaraja, K. (2018). Genta Hredaya Potensi Sumber Mata Air Klebutan Sebagai Eelemen Daya Tarik Wisata Religi Yang Berbasis kerakyatan dan Berkelanjutan Pada Obyek Wisata Taman Mumbul di Desa Sangeh Kabupaten Badung, GENTA HREDAYA Volume 2, No. 2, September 2018 ISSN : 2598-6848
- Fitra Delita, Elfa Yetti, Tumiar Sidauruk (2017) “Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun”; Available at <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/geo> e-ISSN: 2549–7057 | p-ISSN: 2085–8167
- Indra Wijaya, Perilaku Organisasi, (Bandung: Sinar Baru, 1989)
- Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandilika, Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan (Jakarta: CV. Rajawali, 1982)
- James L. Gibson, Organisasi Dan Manajemen, Perilaku Struktur Dan Proses, Terj. Djoerban Wahid (Jakarta: Erlangga, 1990).

- Komang, N., dan Pratiwi, O. (2019). "Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu , Kecamatan Blahbatuh , Kabupaten Gianyar", 11(1), 95–105.
- Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto, Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Ngajuk) *Jurnal Aministrasi Publik (JAP)* Vol. 1, No. 4, Hal 135-143, 2013
- Sutapa I Wayan 1 , Gusti Ayu Komang Sriyanti<sup>2</sup> , Ida Nyoman Astawa<sup>3</sup> , I Ketut Wiyasa<sup>4</sup> , Nyoman Diah Utari Dewi<sup>5</sup>, Pengembangan Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul Menjadi Destinasi Wisata Religi Internasional (Development of Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul to Become an International Religious Tourism Destination) *Jurnal Abdimas Multidisplin (JAMU)* ISSN: 2964-495X , Vol 1, No 2, 2023, 123-130 <https://doi.org/10.35912/jamu.v1i2.1837>
- Rahmatillah, T. P., Insyah, O., dkk. (2019). "Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam & Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang", 4(2), 111–116.
- Rangkuti, Freddy. 2003. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia
- Team Taman Beji Griya (2022). Air Terjun Taman Beji Griya Punggul, Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali
- Tri Putri Rahmatillah, Osy Insyah, Nurafifah Nurafifah, Fariz Primadi Hirsan (2019) yang berjudul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangian *Jurnal Planoeath PWK FT UMMat* | ISSN 2502-5031 Vol. 4 No. 2 Agustus 2019, hal. 111-116