

# **STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA GENTONG MAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT**

**(Studi Objek Wisata di Desa Sukolilo Kecamatan Wajak Kabupaten Malang)**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh:

**FARAH FATHIA KHUMAIROTUZZAHRA**

**NPM 22001092115**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
MALANG**

**2025**

## RINGKASAN

Farah Fathia Khumairotuzzahra, **Strategi Pengembangan Objek Wisata Gentong Mas dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan menggunakan Analisis SWOT** (Studi Objek Wisata di Desa Sukolilo Kecamatan Wajak Kabupaten Malang), Dosen Pembimbing I Daris Zunaida, S. AB., M. AB, Dosen Pembimbing II Rio Era Deka, S. Pd, M. M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan objek wisata Gentong Mas dalam Upaya Meningkatkan kunjungan wisatawan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Fokus dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Wisata Gentong Mas dalam Upaya Meningkatkan kunjungan wisatawan menggunakan teknik analisis SWOT dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang berasal dari internal dan eksternal. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti dengan bantuan rekaman, foto dan lain-lain. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles & Huberman. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian tersebut adalah strategi pengembangan objek wisata Gentong Mas Desa Sukolilo Kecamatan wajak Kabupaten Malang menggunakan analisis SWOT yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunitis*, *Threats*. penelitian ini menemukan bahwa terdapat tren meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata alam dan ekowisata, serta dukungan dari pemerintah daerah dalam pengembangan sektor pariwisata. Namun, ancaman yang dihadapi termasuk persaingan dari objek

wisata lain di sekitar Kabupaten Malang dan potensi dampak negatif dari perubahan iklim. Berdasarkan hasil analisis SWOT, penelitian ini merumuskan beberapa strategi pengembangan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Gentong Mas, antara lain: peningkatan promosi dan pemasaran melalui media sosial dan platform digital, pengembangan infrastruktur yang lebih baik, pelatihan bagi masyarakat lokal dalam manajemen pariwisata, serta kerjasama dengan stakeholder terkait untuk menciptakan paket wisata yang menarik.

**Kata kunci:** Strategi Pengembangan, Wisata, SWOT



## SUMMARY

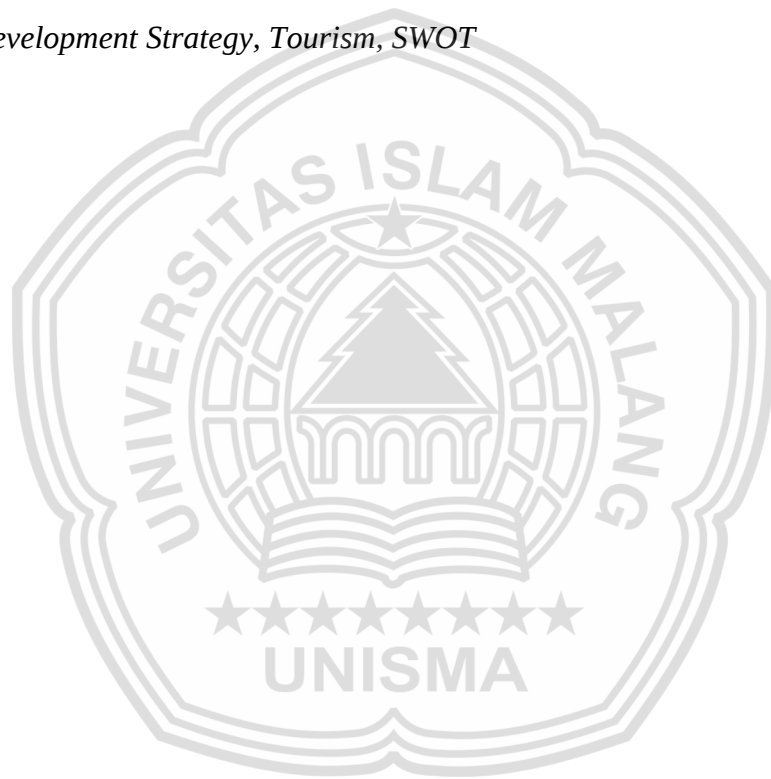
*Farah Fathia Khumairotuzzahra, **Gentong Mas Tourist Attraction Development Strategy in an Effort to Increase Tourist Visits Using SWOT Analysis** (Study of Tourist Attractions in Sukolilo Village, Wajak District, Malang Regency), Guidance Lecturer I Daris Zunaida, S. AB., M. AB, Guidance Lecturer II Rio Era Deka, S. Pd, M. M.*

*This research aims to find out the development strategy of Gentong Mas tourist attractions in an effort to increase tourist visits. This type of research is qualitative research. The focus in this research is a development strategy to increase tourist visits to Gentong Mas Tourism in an effort to increase tourist visits using SWOT analysis techniques by considering factors that come from internal and external. The data sources used are primary data and secondary data. The data collection techniques used are observation, interview, and documentation, the instruments used in this study are researchers with the help of recordings, photos, and others. The data analysis technique used in this study uses the Miles & Huberman interactive model. The validity of the data used in this study uses triangulation.*

*The result of the research is a strategy for the development of Gentong Mas tourist attractions in Sukolilo Village, Wajak District, Malang Regency, using SWOT analysis, namely Strength, Weakness, Opportunitis, Threats. This study found that there is a trend of increasing public interest in natural tourism and ecotourism, as well as support from local governments in the development of the tourism sector. However, the threats faced include competition from other tourist attractions around Malang Regency and the potential negative impact of climate*

*change. Based on the results of SWOT analysis, this research formulates several development strategies that can be applied to increase tourist visits to Gentong Mas, including: increased promotion and marketing through social media and digital platforms, better infrastructure development, training for local communities in tourism management, as well as collaboration with related stakeholders to create attractive tour packages.*

**Keywords:** *Development Strategy, Tourism, SWOT*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kekayaan alam dan pesona wisata yang dimiliki Indonesia sebagai negara kepulauan berpotensi besar dalam mendukung kemajuan bidang pariwisata. Letak geografisnya yang istimewa dengan keindahan serta sumber daya alam yang memukau membuka kesempatan bagi pemerintah untuk menjadikan pariwisata sebagai sektor andalan yang signifikan dalam menaikkan pendapatan negara. Selain itu, keberagaman budaya Indonesia menjadi magnet bagi wisatawan asing yang ingin menikmati wisata budaya. Diharapkan, potensi pariwisata ini bisa berperan penting dalam memperkuat perekonomian Indonesia. Saat ini, pariwisata sudah menjadi elemen krusial dalam perkembangan ekonomi suatu bangsa dan menjadi prioritas krusial dalam pembangunan daerah.

Berbagai perubahan sudah mewarnai perkembangan pariwisata, mencakup pola, bentuk, dan sifat kegiatan perjalanan serta destinasi wisata. Pembangunan suatu daerah mampu menciptakan daya tarik wisata baru bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Pengelolaan yang baik atas potensi pariwisata Indonesia yang melimpah akan memberikan dampak positif bagi perekonomian negara, yang melibatkan peran aktif pemerintah dan masyarakat setempat. Peningkatan kunjungan wisatawan sebagai hasil dari pengelolaan yang optimal pada akhirnya akan meningkatkan devisa negara (Adianto, 2018).

Pariwisata merupakan fenomena yang mencakup berbagai aktivitas individu yang dijalankan di luar rumah. Aktivitas ini ditandai dengan adanya

transisi dari sebuah titik awal ke titik akhir dengan maksud yang terdefinisi. Aktivitas perjalanan bisa dijalankan dengan berbagai alasan, seperti rekreasi, pendidikan, bisnis, interaksi budaya, atau eksplorasi alam. Pariwisata mencakup semua aspek mobilitas dan pengalaman wisatawan selama perjalanan. Dalam dunia pariwisata, perjalanan melibatkan pergerakan fisik yang mencakup perjalanan antar kota, negara, bahkan benua. Wisatawan melakukan perjalanan untuk mengunjungi tempat-tempat yang diminati, seperti wisata alam, situs sejarah, museum, taman, pusat perbelanjaan, atau area budaya.

Nilai ekonomi yang tinggi terkandung dalam pemanfaatan sumber daya alam melalui sektor pariwisata. Dengan mengelola sumber daya alamnya secara tepat, suatu daerah bisa menciptakan destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan dari berbagai negara. Selain keuntungan finansial, pariwisata juga berkontribusi pada penguatan identitas nasional dan kenaikan kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat. Elemen-elemen seperti kemampuan menghilangkan kebosanan, mendorong inovasi, dan kenaikan produktivitas menjadikan pariwisata sebagai pilihan menarik bagi banyak orang (Tahir, 2024:40).

Pemerintah Indonesia secara aktif menggarap sektor pariwisata sebagai salah satu strategi utama untuk mendorong perekonomian nasional. Potensi pariwisata Indonesia sangat besar, mengingat statusnya sebagai negara kepulauan yang luas, terbentang dari Sabang sampai Merauke. Arif & Syam (2017), pariwisata mencakup segala aspek yang berhubungan dengan kegiatan wisata, termasuk pengelolaan objek dan daya tarik wisata beserta usaha-usaha terkait. Fenomena

pariwisata ini memiliki dimensi sosial, ekonomi, politik, budaya, dan teknologi yang menjadikannya perhatian krusial bagi para ahli dan perencana pembangunan.

Kekayaan budaya dan seni Indonesia, bersama dengan keindahan alamnya, secara signifikan menarik perhatian wisatawan. Potensi ini memungkinkan pariwisata Indonesia untuk menjadi kekuatan krusial dalam skala yang lebih luas (Dayansyah, 2014). Perkembangan pariwisata di suatu daerah secara langsung memberikan keuntungan besar kepada masyarakat dalam dimensi ekonomi, sosial, dan budaya. Namun, kurangnya persiapan dan pengelolaan yang tepat dalam pengembangan pariwisata bisa memicu timbulnya berbagai masalah yang merugikan masyarakat.

Pengembangan industri pariwisata dan kenaikan pendapatan daerah sangat erat kaitannya dengan kunjungan wisatawan (Rantetadung, 2012). Sektor pariwisata merupakan sumber krusial penerimaan daerah. Maka, jumlah wisatawan yang berkunjung memiliki peran krusial. Semakin besar angka kunjungan wisatawan, semakin besar pula potensi pendapatan yang dihasilkan sektor pariwisata bagi daerah.

Jumlah kunjungan wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri, memainkan peran krusial dalam memajukan sektor pariwisata di suatu wilayah. Fenomena ini pun terlihat di Desa Sukolilo, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang, yang memiliki daya tarik wisata unggulan bernama Gentong Mas. Selain menyuguhkan panorama alam yang menawan, Gentong Mas juga dilengkapi dengan fasilitas edukatif berupa bumi perkemahan yang dinaungi oleh rimbunnya pohon pinus. Pengunjung juga dapat memanfaatkan gazebo yang tersedia untuk

bersantai sambil menikmati hidangan dan minuman dari pedagang setempat. Kelengkapan fasilitas dan suasana alami yang ditawarkan Gentong Mas memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak pelancong, yang pada gilirannya dapat mengakselerasi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan pariwisata di Desa Sukolilo.

Wisata Gentong Mas memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata, namun masih menghadapi tantangan dalam hal promosi dan pemasaran. Kurangnya strategi pemasaran yang efektif menyebabkan informasi mengenai tempat ini belum tersebar luas, sehingga masih banyak yang belum mengetahui keberadaannya. Minimnya penggunaan media sosial dan *platform* digital, serta kurangnya kolaborasi dengan agen perjalanan atau komunitas lokal, menjadi hambatan dalam menjangkau wisatawan yang lebih luas. Guna menaikkan daya tarik Gentong Mas di mata wisatawan sekaligus mendongkrak angka kunjungannya, diperlukan intensifikasi upaya promosi. Pemanfaatan media digital dan strategi pemasaran kreatif merupakan beberapa cara yang bisa ditempuh.



UNISMA  
DAFTAR JUMLAH PENGUNJUNG  
WISATA GENTONG MAS  
Periode Januari – Desember 2022

| No. | Bulan     | Jumlah Pengunjung | Ket |
|-----|-----------|-------------------|-----|
| 1.  | Januari   | 5.992 orang       |     |
| 2.  | Februari  | 4.360 orang       |     |
| 3.  | Maret     | 4.476 orang       |     |
| 4.  | April     | 56 orang          |     |
| 5.  | Mei       | 10.458 orang      |     |
| 6.  | Juni      | 9.986 orang       |     |
| 7.  | Juli      | 6.082 orang       |     |
| 8.  | Agustus   | 2.993 orang       |     |
| 9.  | September | 4.133 orang       |     |
| 10. | Oktober   | 4.013 orang       |     |
| 11. | Novmber   | 3.300 orang       |     |
| 12. | Desmber   | 7.046 orang       |     |

Gambar 1. Data pengunjung tahun 2022  
Sumber: PT. WGM, 2024



**DAFTAR JUMLAH PENGUNJUNG  
WISATA GENTONG MAS  
Periode Januari – Desember 2023**

| No. | Bulan     | Jumlah Pengunjung | Ket |
|-----|-----------|-------------------|-----|
| 1.  | Januari   | 7.485 orang       |     |
| 2.  | Februari  | 6.462 orang       |     |
| 3.  | Maret     | 5.278 orang       |     |
| 4.  | April     | 5.117 orang       |     |
| 5.  | Mei       | 8.547 orang       |     |
| 6.  | Juni      | 12.572 orang      |     |
| 7.  | Juli      | 10.331 orang      |     |
| 8.  | Agustus   | 2.656 orang       |     |
| 9.  | September | 4.365 orang       |     |
| 10. | Oktober   | 4.339 orang       |     |
| 11. | November  | 5.301 orang       |     |
| 12. | Desember  | 10.852 orang      |     |

Gambar 2. Data pengunjung tahun 2023  
Sumber: PT. WGM, 2024

Sesuai data yang diraih dari PT. Gentong Mas Guna mengenai laporan jumlah pengunjung Wisata Gentong Mas pada periode Januari - Desember 2022, tercatat sebanyak 62.859 pengunjung. Sementara itu, tercatat kenaikan jumlah pengunjung menjadi 83.035 pada periode yang sama di tahun 2023. Dari data ini bisa diringkaskan bahwa jumlah pengunjung Wisata Gentong Mas mengalami fluktuasi setiap bulannya, namun secara keseluruhan ada kenaikan signifikan pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya.

Sebagai sebuah destinasi pelancongan, Gentong Mas mengimplementasikan gagasan pariwisata yang berpusat pada komunitas. Ini terwujud melalui prakarsa penduduk lokal dalam memajukan desa mereka menjadi sebuah tempat rekreasi dengan memakai sumber daya alam di sekitarnya. Sejak pertama kali dibuka hingga akhir tahun 2023, jumlah pengunjung Wisata Gentong Mas mengalami pasang surut. Berikut ialah perbandingan jumlah wisatawan Wisata

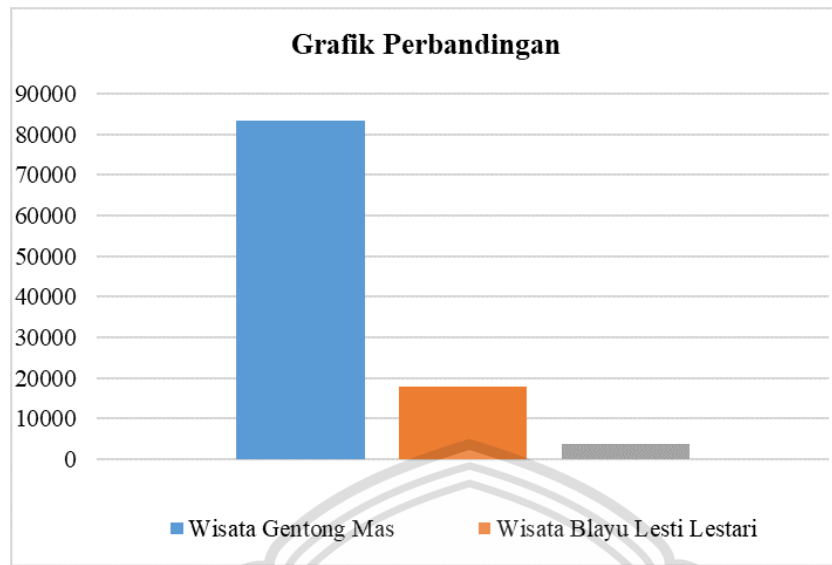
Gentong Mas dengan destinasi wisata lainnya di Kecamatan Wajak pada tahun 2023:

Tabel 1. Laporan data pengunjung

| No            | Bulan     | Jumlah Pengunjung |               |              |
|---------------|-----------|-------------------|---------------|--------------|
|               |           | Gentong Mas       | WBLL          | Taman Keceh  |
| 1             | Januari   | 7.485             | 1.800         | 500          |
| 2             | Februari  | 6.462             | 1.680         | 600          |
| 3             | Maret     | 5.278             | 1.200         | 500          |
| 4             | April     | 5.117             | 800           | 200          |
| 5             | Mei       | 8.547             | 1.620         | 250          |
| 6             | Juni      | 12.572            | 1.570         | 200          |
| 7             | Juli      | 10.331            | 1.489         | 250          |
| 8             | Agustus   | 2.656             | 1.377         | 300          |
| 9             | September | 4.365             | 1.468         | 170          |
| 10            | Oktober   | 4.339             | 1.567         | 190          |
| 11            | November  | 5.301             | 1.550         | 160          |
| 12            | Desember  | 10.852            | 1.867         | 500          |
| <b>Jumlah</b> |           | <b>83.305</b>     | <b>17.988</b> | <b>3.820</b> |

Sumber: Data diolah, 2024

Sesuai data perbandingan jumlah kunjungan wisatawan per bulan di Kecamatan Wajak pada tahun 2023, Wisata Gentong Mas memiliki jumlah pengunjung tertinggi dibandingkan WBLL dan Taman Keceh. Keunggulan ini disebabkan oleh fasilitas yang lebih lengkap dengan harga tiket yang tetap terjangkau, meskipun setiap wahana memiliki harga tersendiri. Sementara itu, Wisata Blayu Lesti Lestari memiliki jumlah pengunjung lebih rendah karena hanya menawarkan fasilitas kolam renang tanpa objek wisata tambahan. Sedangkan Wisata Taman Keceh memiliki jumlah pengunjung yang sangat minim akibat kurangnya promosi dan tidak mengikuti perkembangan tren wisata, sehingga kurang diminati dan hampir tidak aktif.



Gambar 3. Grafik perbandingan  
Sumber: Data diolah, 2024

Sektor pariwisata memainkan peran signifikan dalam perekonomian dan pembangunan suatu negara. Ini searah dengan pandangan Marrus dalam Syambudi (2002:31) yang menyatakan bahwa strategi pariwisata merupakan berbagai usaha yang dijalankan untuk memajukan, memperbaiki, dan menaikkan kondisi objek wisata agar menjadi lebih stabil dan menarik perhatian wisatawan. Peran krusial pariwisata meliputi kontribusinya sebagai sumber utama penerimaan devisa, stimulator pertumbuhan ekonomi nasional, serta dampaknya dalam mengurangi tahap pengangguran dan menaikkan produktivitas di berbagai wilayah. Di samping itu, pariwisata juga menaikkan pendapatan negara melalui pajak dan retribusi, serta memberikan dampak positif yang meluas ke beragam sektor lainnya.

Guna menaikkan potensi yang dimiliki Wisata Gentong Mas, diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif guna menaikkan daya tarik destinasi ini. Strategi pengembangan harus mencakup beragam aspek, mulai dari perbaikan infrastruktur dan fasilitas, promosi yang efektif, hingga pengelolaan yang

berkelanjutan. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Wisata Gentong Mas diharapkan bisa menjadi salah satu destinasi wisata unggulan yang mampu menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Mengingat uraian di atas, maka penulis berminat untuk menjalankan studi tentang strategi pengembangan yang selayaknya diterapkan di Wisata Gentong Mas dengan maksud menaikkan kunjungan wisatawan. Riset ini selanjutnya diberi judul: **“Strategi Pengembangan Objek Wisata Gentong Mas dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Objek Wisata di Desa Sukolilo, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apa strategi yang diterapkan untuk menaikkan kunjungan wisatawan ke Wisata Gentong Mas?
2. Apa saja rintangan yang secara nyata menghalangi efektivitas upaya kenaikan kunjungan wisatawan ke kawasan Wisata Gentong Mas?
3. Apa tindakan-tindakan korektif yang disahkan dalam rangka menanggulangi beragam hambatan yang muncul pada upaya kenaikan kunjungan wisatawan ke Wisata Gentong Mas?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui dan menganalisis strategi yang diterapkan dalam menaikkan kunjungan wisatawan ke Gentong Mas.

2. Mengetahui dan menganalisis rintangan yang secara nyata menghalangi efektivitas upaya kenaikan kunjungan wisatawan ke kawasan Wisata Gentong Mas.
3. Mengetahui dan menganalisis tindakan-tindakan korektif yang disahkan dalam rangka menanggulangi beragam hambatan yang muncul pada upaya kenaikan kunjungan wisatawan ke Wisata Gentong Mas.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Kontribusi pada Wisata Gentong Mas**

Riset ini diharapkan mampu mendukung optimalisasi pengelolaan objek wisata Gentong Mas dengan cara menganalisis taktik-taktik pengembangan yang sesuai. Hasil analisis ini bisa dipakai untuk menaikkan mutu fasilitas, layanan, serta pengalaman wisatawan secara komprehensif.

##### **2. Kontribusi pada Pengembangan Akademik Mahasiswa**

Riset ini diharapkan bisa menjadi referensi informatif dan memperluas wawasan mahasiswa terkait pengaruh keberadaan suatu kawasan pariwisata pada kehidupan sosial masyarakat di sekitarnya.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Guna memberikan kemudahan pemahaman bagi pembaca skripsi ini, diperlukan adanya susunan yang sistematis serta panduan kerangka penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisan yang diaplikasikan dalam penyampaian hasil riset skripsi ini ialah:

1. Struktur awal sebuah skripsi meliputi beragam bagian krusial, di antaranya ialah: sampul, halaman judul, halaman *motto*, lembar persetujuan skripsi, dan lembar pengesahan majelis penguji. Selain itu, ada pula halaman ungkapan orisinalitas, ringkasan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar/bagan, dan daftar lampiran sebagai bagian tak terpisahkan dari permulaan skripsi.

2. Bagian inti dari skripsi ini tersusun atas tujuh bab krusial, di antaranya:

### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab pertama ini menguraikan beragam aspek fundamental, meliputi latar belakang riset, identifikasi permasalahan, maksud dan arah riset, kegunaan hasil riset, serta kerangka penulisan skripsi.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

- a. Kajian atas riset-riset sebelumnya yang memaparkan rangkuman temuan-temuan riset yang memiliki keterkaitan dengan topik riset ini.
- b. Dasar-dasar teoritis yang menjabarkan beragam konsep yang relevan, seperti strategi pemasaran, *platform* media sosial, dan khususnya *Instagram*.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Metodologi riset yang dipakai dalam kajian ini ialah riset kualitatif, yang bermaksud untuk mengurai taktik pengembangan sektor wisata. Pembahasan dalam bab ini disusun secara sistematis dan mencakup beragam aspek, antara lain: tipe riset, pokok riset, penetapan lokasi dan situs

studi, sumber-sumber data, prosedur pengumpulan data, perangkat riset, metode analisis data, dan juga keabsahan data.

#### **BAB IV: GAMBARAN *SETTING* PENELITIAN**

Bab ini menyajikan deskripsi komprehensif terkait destinasi wisata Gentong Mas, mencakup aspek-aspek seperti keadaan geografi dan demografi, kekayaan alam dan budaya yang dimiliki, serta sarana prasarana yang bisa dimanfaatkan oleh para wisatawan. Maksud dari penyajian ini ialah untuk menyediakan latar belakang yang terang mengenai objek wisata yang menjadi fokus riset.

#### **BAB V: TEMUAN PENELITIAN**

Hasil kajian dan analisis yang bersifat kualitatif dijabarkan dalam bab V ini, diikuti dengan interpretasi mendalam pada data yang sudah diraih selama riset.

#### **BAB VI: PEMBAHASAN TEMUAN PENELITIAN**

Sebagai penutup dari analisis hasil riset, bab ini menyajikan konklusi yang diraih, dilengkapi dengan saran-saran praktis bagi pengelola Wisata Gentong Mas dengan harapan bisa menarik lebih banyak wisatawan. Bab ini juga mengemukakan beragam topik yang relevan untuk dieksplorasi dalam riset mendatang guna memperkaya literatur pengembangan pariwisata.

#### **BAB VII: PENUTUP**

Bab terakhir ini memuat ringkasan akhir serta rekomendasi yang didasarkan pada keseluruhan proses riset yang sudah dijalankan. Ringkasan berfungsi

sebagai jawaban pada pertanyaan-pertanyaan riset yang selaras dengan maksud yang sudah disahkan. Sementara itu, rekomendasi diberikan sebagai implikasi dari temuan-temuan riset dan juga sebagai masukan untuk studi selanjutnya.

3. Sebagai penutup, skripsi ini dilengkapi dengan daftar sumber-sumber yang dirujuk dan sejumlah dokumen tambahan yang mendukung analisis.



## BAB VII

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kekuatan yang dimiliki Wisata Gentong Mas, yaitu keindahan alam yang alami, fasilitas yang memadai, dan pelayanan yang ramah kepada pengunjung, membuka peluang lebar untuk menjadikannya destinasi wisata primadona. Namun, beragam hal masih menjadi area perbaikan, di antaranya ialah taktik promosi yang belum optimal, tahap kemudahan akses menuju lokasi yang masih perlu ditingkatkan, serta mutu SDM yang memerlukan pematangan pengalaman.

Namun, potensi signifikan terbuka lebar seiring dengan merebaknya tren pariwisata alam di beragam *platform* media sosial, pemanfaatan teknologi media sosial sebagai instrumen promosi, serta adanya sokongan dari pemerintah dan komunitas setempat. Walaupun demikian, Wisata Gentong Mas juga perlu mewaspadaikan risiko yang ditimbulkan oleh ketidakpastian perubahan iklim, rivalitas dengan destinasi wisata lainnya, dan fluktuasi jumlah pengunjung yang signifikan antara musim liburan dan hari biasa.

Wisata Gentong Mas memiliki potensi untuk berkembang jika mampu mengatasi kendala-kendala internal, menggunakan secara efektif peluang-peluang eksternal, dan memitigasi ancaman yang mungkin timbul. Taktik kunci harus mengarah pada kenaikan aktivitas pemasaran, perbaikan aksesibilitas infrastruktur, dan pengelolaan pengalaman wisatawan dari awal hingga akhir. Ini akan mendukung transformasi Wisata Gentong Mas menjadi maksud wisata yang

berkesinambungan, memiliki daya saing tinggi, dan terus mengalami pertumbuhan positif.

## **B. Saran**

### **1. Saran untuk Wisata Gentong Mas**

Sebagai langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi Wisata Gentong Mas, beragam hal perlu menjadi fokus. Ini termasuk kenaikan aktivitas promosi melalui *platform* media sosial, pembenahan infrastruktur yang berkaitan dengan aksesibilitas, dan kenaikan kapasitas SDM melalui program pelatihan yang sesuai. Selain itu, implementasi ide wisata berkelanjutan dan penekanan pada aspek distingtif destinasi akan memberikan dampak positif pada kenaikan minat wisatawan dan daya saing Wisata Gentong Mas dalam industri pariwisata.

### **2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya**

Keunggulan Wisata Gentong Mas bisa dievaluasi melalui studi perbandingan dengan destinasi pariwisata lainnya, yang menjadi rekomendasi untuk riset mendatang. Lebih lanjut, eksplorasi yang lebih mendalam mengenai pengaruh kegiatan pariwisata pada kondisi lingkungan dan sosial masyarakat sekitar akan menyajikan panduan yang lebih terperinci untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan hasil yang positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahiyah, C., & Hidayat, W. R. (2018). *Strategi pengembangan potensi pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 2, 95–103.
- Bagus, I. G. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1975). Dalam J. Moleong, Lexy.
- Dayansyah, R. (2014). *Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Kabupaten Tangerang*.
- Deradjat Mahadi Sasoko, I. M. (2023). *Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan*. Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif, 9.
- Feky Reken, S. M. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Fatimah, F. N. (2017). *Teknik Analisis SWOT*.
- I Ketut Suwena, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar, Bali: Pustaka Larasan.
- Indah Ayu Lestari, S. R. (2023). Strategi Pengembangan Program Desa Wisata dalam Mewujudkan Desa Mandiri di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten. Jurnal Unismuh, 276.
- Isdarmanto, S. E., M. M. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta-Indonesia: Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo.
- Jayadi, M. F. (2020). *Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Destinasi Pariwisata, 8(1).

- Kasino Martowinangun, D. J. (2019). Pengaruh *Strategi Promosi terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung*. *Co-Management*, 1(2), 141.
- Kerisman Eriyadi, H. B. (2023). *Strategi Pemerintah Desa dalam Pengembangan Objek Wisata di Desa Wisata Tarabunga, Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba*. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 111.
- Klau, W. W., Faggidae, A. H. J., Salean, D. Y., & Faggidae, R. P. C. (2023). *Strategi Pengembangan Objek Wisata dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan: Studi pada Objek Wisata Fulan Fehan*. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 1(2), 53–61.  
<https://doi.org/10.35912/jspp.v1i2.2214>
- Moh Agus Sutiarmo, K. T. (2022). *Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata: Pembelajaran dari Kabupaten Koloka*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Pamularsih, T. R. (2021). *Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Desa Abangsongan, Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali*. Politeknik Negeri Bali, 1–9.
- Purwanti, N. D., & Dewi, R. M. (2014). *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006–2013*. *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*, 2(3), 1–12.
- Radjab, H. A. (2017). *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan.
- Ramadhan, M. S. (2022). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Hiburan Pantai Kenjeran Surabaya dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. Surabaya.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rantetadung, M. (2012). *Analisis Pengaruh Dukungan Pemerintah dan Kunjungan Wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Nabire*.

- Setyaningrum, R. M., & Hamidy, M. F. (2008). *Analisis Biaya Produksi dengan Pendekatan Theory Of Constraint*. Jurnal, 8(1), 26–36.
- Shinta Nuria Salsabila, M. I. (2024). *Strategi Inovatif Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Industri Pariwisata di Bangkalan*. Jurnal Bintang Manajemen, 8–9.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). *Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 pada Sektor Ekonomi Kreatif*. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS, 3(1), 206–217.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarti, S., & Krisnawati, H. (2019). *Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Sebagai Daya Tarik Wisata Pantai Marina Semarang Guna Mendukung Kesejahteraan Masyarakat*. E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 12(2), 43–49. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v12i2.489>
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Indonesia.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep*. Gava Indonesia.
- S.Pd.M.Pd, D. D. (2022). Adetiya Prananda Putra<sup>1</sup>, Halil<sup>2</sup>, Nizha Pratiwi<sup>1</sup>. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Vitraia Aryani, D. R. (2019). *Buku Pedoman Desa Wisata*. Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata.
- Wulandari, D. (2020). *Analisis SWOT pada Produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPC Semarang Barat*. Semarang.

Zulki Zulkifli Noor, Dr. Ir. H. R. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Dr. Yoesoep Edhie Rachmad, S. M. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.

