

Potensi Pengembangan Destinasi Wisata Umbul Pluneng Di Kabupaten Klaten Jawa Tengah

Atun Yulianto¹⁾, Anis Kumalaningrum²⁾
Program Studi Perhotelan Kampus Kota Yogyakarta
Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Ringroad Barat Ambarketawang Gamping Sleman Yogyakarta
E-mail : atun.aty@bsi.ac.id¹⁾, aniskumalaningrum@gmail.com²⁾

Abstrak - Umbul Pluneng di kota Klaten Jawa Tengah merupakan salah satu objek wisata air yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata alternatif di kota Klaten. Namun demikian pemanfaatan Umbul Pluneng sebagai destinasi wisata secara ekonomi belum terlihat optimal, karena masih dibutuhkan pengembangan baik dari sisi fasilitas, pelayanan, pemasaran dan sarana prasarana kepariwisataan yang lebih memadai. Metode penelitian bentuk deskriptif kualitatif dipilih peneliti untuk menjadi alat dalam membuat analisis dan mereduksi pembahasan penelitian menjadi kesimpulan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Umbul Pluneng sangat berpotensi untuk dikembangkan lagi dengan beberapa strategi, antara lain disimpulkan melalui strategi pengembangan dengan memanfaatkan kreatifitas budaya masyarakat dalam sebuah agenda wisata (festival) yang didukung kesenian modern untuk mendorong motivasi berkunjung masyarakat melalui promosi digital, meningkatkan peran masyarakat dalam BUMDES Tirta Sejahtera untuk kegiatan pelayanan, kebersihan dan pengelolaan wahana Umbul Pluneng yang didukung pemerintah setempat, meningkatkan jumlah kerjasama dengan tour operator, memanfaatkan peran serta masyarakat dalam pengadaan lahan parkir yang lebih luas, kebersihan dan peningkatan keamanan lingkungan, memanfaatkan internet atau sosial media untuk memposting pentingnya membersihkan diri seperti mandi dan cuci tangan menggunakan air yang jernih dari sumber mata air Umbul Pluneng untuk mengurangi resiko terpapar virus corona, dan membuat karakteristik pembeda bagi objek wisata Umbul Pluneng melalui peningkatan kebersihan, perbaikan fasilitas, aksesibilitas, layanan serta membangun pusat informasi berbahasa Indonesia maupun asing.

Kata Kunci: Pengembangan, Umbul Pluneng, Wisata Alternatif

Potential Development of Umbul Pluneng Tourism Destinations In Klaten Regency Jawa Tengah

Abstract - Umbul Pluneng in the city of Klaten Jawa Tengah is one of the water attractions that have the potential to be developed as an alternative tourist destination in the city of Klaten. However, the use of Umbul Pluneng as a tourist destination economically is not yet seen to be optimal, because development is still needed both in terms of facilities, services, marketing and tourism infrastructure facilities that are more adequate. The descriptive qualitative form of research methods chosen by researchers to be a tool in making analysis and reducing the discussion of research into conclusions. Data collection techniques carried out by observation, interviews, and documentation. The results of the study showed that Umbul Pluneng has the potential to be developed further with several strategies, among others, it was concluded through a development strategy by utilizing the cultural creativity of the community in a tourism agenda (festival) supported by modern art to encourage the motivation to visit the community through digital promotion, increasing the role of the community in BUMDES Tirta Sejahtera for service activities, cleanliness and management of the Umbul Pluneng vehicle supported by the local government, increase the amount of collaboration with tour operators, take advantage of community participation in the provision of wider parking lots, cleanliness and increased environmental safety, utilizing the internet or social media to post the importance of cleaning up like bathing and washing hands using clear water from the Umbul Pluneng spring to reduce the risk of corona virus exposure, and create distinguishing characteristics for Umbul Pluneng attractions through improved cleanliness, improved facilities, accessibility, services and building information centers in Indonesian and foreign languages.

Keyword : Development, Umbul Pluneng, Alternative tourism

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menggerakkan perekonomian daerah baik sebagai destinasi maupun penyumbang pendapatan daerah dan devisa. Indonesia memiliki potensi alam dan budaya yang cukup banyak untuk dijadikan tujuan wisata, baik nasional maupun internasional. Namun dengan keindahan alam dan keanekaragaman budaya belum tentu menjamin potensi ini dapat menggerakkan sektor ekonomi disuatu daerah. Dibutuhkan peran sarta pemerintah dan elemen terkait dalam memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang pentingnya kelesatarian alam maupun budaya sebagai objek potensial pengembangan pariwisata yang mendukung perekonomian dan pembangunan nasional.

Klaten merupakan sebuah salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang berada di antara dua kota budaya. Dimana sektor pariwisata berkembang sangat pesat dan telah menjadi tujuan utama destinasi wisatawan, yaitu Yogyakarta dan Surakarta. Klaten juga masih menjadi satu Kasunanan Surakarta sehingga banyak kebudayaan yang diturunkan dan berkembang di wilayah Klaten. Klaten sebagai salah satu daerah yang sedang mengembangkan destiasi wisata, disamping budayanya juga menawarkan keindahan alam dalam bentuk panorama yang berada didaerah pegunungan. Destinasi wisata alam di kota Klaten banyak terdapat didaerah sekitar Gunung Merapi dan pegunungan seribu. Selain pegunungan, kabupaten Klaten memiliki destinasi wisata mata air yang biasa disebut dengan nama umbul yang pada umumnya dimanfaatkan masyarakat sebagai tempat pemandian. Umbul yang sudah banyak dikenal dan banyak dikunjungi masyarakat untuk berwisata adalah Umbul Ponggok, yang berada di Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Klaten. Selain umbul Ponggok, terdapat tempat lain yang sedang viral di media sosial dan banyak dikunjungi wisatawan diakhir tahun 2019 ini yaitu Umbul Pluneng, yang berada di Dukuh Miren, Desa Pluneng, Kecamatan Kebonarum, Klaten.

Objek wisata air Umbul Pluneng memiliki potensi yang masih dapat dikembangkan lebih maksimal, karena selain sumber mata air yang jernih, budaya masyarakat sekitar sangat mendukung pengembangan objek wisata ini. Sejak dahulu, Umbul Pluneng sudah menjadi bagian dari

aktifitas kehidupan warga sekitar sebagai penyedia air untuk kebutuhan mandi dan mencuci. Namun, baru pada tahun 2015 mulai banyak dikunjungi wisatawan untuk menikmati segarnya air Umbul Pluneng dan menyaksikan budaya masyarakat sekitar seperti syukuran banyu, ciblon dan padusan. Aspek-aspek yang mendukung kepariwisataan masih membutuhkan perhatian pengelola objek wisata Umbul Pluneng, karena menjadi salah satu aspek yang harus terpenuhi dalam pembangunan sebuah destinasi wisata. Usaha pengembangan objek wisata Umbul Pluneng dari pembangunan fisik dilakukan baik oleh bantuan pemerintah maupun pemberdayaan masyarakat. Upaya ini masih dapat dioptimalkan lagi dengan perencanaan pengembangan objek wisata yang baik berdasarkan kajian tentang aspek-aspek apa saja yang menjadi keunggulan, kelemahan dan mendukung maupun menghambat pengembangan objek tersebut, sehingga menghasilkan strategi pengembangan yang dibutuhkan pengunjung.

Berdasarkan uraian pendahuluan diatas, maka penelitian ini ditujukan untuk menemukan alternatif strategi pengembangan potensi objek wisata Umbul Pluneng dengan pokok masalah belum optimalnya empat aspek kepariwisataan yang ada yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas dan kelembagaan. Dengan pokok masalah tersebut perlu dirumuskan strategi pengembangan Umbul Pluneng agar aspek-aspek kapariwisataan yang sudah ada dapat ditingkatkan lebih optimal,, sehingga menjadi destinasi wisata yang dapat bersaing dengan wisata sejenis dalam mendatangkan wisatawan.

KAJIAN PUSTAKA

Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 14 Tahun 2016 Tentang pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, disebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan Pariwisata merupakan kegiatan wisata yang mendapat dukungan fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, ataupun Pemerintah Daerah.

Menurut Yoeti dalam Amalyah, dkk (2016) pariwisata adalah perjalanan yang bersifat sementara waktu dengan tujuan bukan untuk bekerja tetapi hanya untuk memenuhi keinginan. Sedangkan menurut Spillane dalam Kalebos (2016) pariwisata adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari kepuasan, mendapatkan kenikmatan, berziarah, menikmati olahraga atau istirahat. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah perjalanan sementara waktu untuk kegiatan wisata dengan mendapat fasilitas-fasilitas yang disediakan pihak terkait dengan harapan mendapatkan kepuasan, kenikmatan berekreasi, olahraga ataupun istirahat.

Pengembangan destinasi pariwisata membutuhkan unsur-unsur objek yang menarik untuk diangkat dan disajikan kemasyarakat. Oleh karena itu harus ada potensi-potensi yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan suatu destinasi. Potensi dalam kamus besar Bahasa Indonesia merupakan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. Potensi adalah suatu kekuatan, energi, atau kemampuan terpendam yang dimiliki dan belum dimanfaatkan secara optimal. Potensi mempunyai arti yang sama dengan berpotensi, yaitu energi, daya, kapasitas, kesanggupan, kekuatan (Sugiyono, 2017). Sedangkan potensi wisata menurut Yoeti dalam Rahmawati (2018) adalah kekuatan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata yang masih berpeluang untuk dikembangkan dan dimanfaatkan sebagai kepentingan ekonomi. Jelas sudah berdasarkan definisi diatas bahwa potensi wisata adalah suatu kemampuan daerah tujuan wisata yang dapat dikembangkan untuk menghasilkan nilai tambah dan dimanfaatkan sebagai penggerak sektor ekonomi.

Pengembangan destinasi pariwisata merupakan program utama dari Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan enam kegiatan pokok, yaitu meningkatkan perancangan destinasi dan investasi pariwisata, pengembangan daya tarik wisata, pengembangan industri pariwisata, pemberdayaan masyarakat di destinasi wisata, pengembangan wisata minat khusus, konvensi, insentif, dan even, serta dukungan manajemen dan tugas teknis dalam pengembangan destinasi pariwisata yang lain (Priyadi, 2016). Menurut Carter dan Febrius dalam Bawanti (2016) aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam perencanaan

pengembangan destinasi pariwisata adalah sebagai berikut: (1) Pengembangan atraksi dan daya tarik wisata, dimana unsur ini akan memberikan triger bagi keinginan wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang akan melahirkan motivasi untuk berkunjung, (2) pengembangan Amenitas dan Akomodasi Wisata, yaitu fasilitas yang disediakan untuk wisatawan agar merasa nyaman saat mengunjungi tempat wisata, (3) pengembangan Aksesibilitas, meliputi sarana yang disediakan untuk memudahkan wisatawan untuk mencapai tujuan wisata.

Menurut Medlik (1980), ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek tersebut dalam penelitian ini dijadikan sebagai indikator faktor internal yang terdiri dari: (1) *Attractiveness*, daerah tujuan wisata (selanjutnya disebut DTW) untuk menarik wisatawan pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya, (2) *Accessibility*, dimaksudkan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata, (3) *Amenities*, amenities memang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan tinggal lebih lama di DTW, (4) *Ancillary*, adanya lembaga pariwisata. Wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (*protection of tourism*) dan terlindungi.

Terkait dengan aspek pengembangan destinasi wisata yang dikategorikan sebagai indikator eksternal dalam penelitian ini antara lain kemajuan tehnologi, keamanan destinasi, lingkungan sekitar, dukungan pemerintah, aspek sosial budaya masyarakat yang terlibat, ekonomi nasional/global, dan aspek pengunjung (Utama & Mahadewi, 2012).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan destinasi pariwisata bertujuan untuk meningkatkan perancangan destinasi dan investasi pariwisata, pengembangan daya tarik wisata, pengembangan industri pariwisata, pemberdayaan masyarakat di destinasi wisata dan pengembangan wisata minat khusus melalui daya tarik (atraksi) wisata, aksesibilitas, amenitas dan kelembagaan sebuah objek wisata dapat terpenuhi.

Objek wisata merupakan bagian utama dari destinasi wisata yang paling dituju oleh wisatawan. Menurut Yoeti dalam Manafe, dkk

(2016), objek wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan secara menarik dan bersumber pada alam. Sedangkan menurut Huda (2015), objek wisata adalah tempat yang dijadikan tujuan wisatawan untuk berkunjung menikmati keindahan alam, bangunan kuno bersejarah, atraksi, dan monumen-monumen. Sedangkan menurut Bonita (2016) dalam penjelasan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 objek wisata sebagai salah satu sasaran wisata. Objek wisata yang dimaksudkan adalah: (1) Segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata, (2) Daerah tujuan wisata yang disebut destinasi pariwisata adalah wilayah administratif yang berada pada kawasan geografis yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata dan masyarakat yang saling terkait.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas objek wisata merupakan sesuatu tempat atau kegiatan yang dapat dilihat dan dirasakan yang disediakan dan disajikan secara menarik agar menjadi daya tarik bagi wisatawan yang dapat berasal dari alam, hasil budaya, dan kegiatan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah suatu strategi yang digunakan sebagai pedoman oleh peneliti untuk mencapai proses tujuan penelitian yang sudah ditetapkan sebelumnya (Alsa dalam Siyoto dan M. Ali, (2015)). Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Teknik penelitian deskriptif kualitatif ini didukung dengan survey untuk mengumpulkan data melalui wawancara terstruktur kepada responden (Sugiono dalam Darna dan Elin (2018)). Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dan wawancara untuk mendapatkan data yang benar tentang potensi, kelemahan, peluang serta hal-hal yang menjadi ancaman dalam pengembangan objek wisata Umbul Pluneng di Kabupaten Klaten. SWOT analisis digunakan peneliti sebagai dasar dalam menentukan alternatif strategi pengembangan Umbul Pluneng dan menyusun kesimpulan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Umbul Pluneng memiliki potensi mata air yang sangat jernih. Keberadaan Umbul Pluneng sebagai mata air alami sudah ada sejak puluhan tahun lalu dan sampai saat ini masih terpelihara dengan baik. Namun bila dibandingkan dengan zaman dulu, kondisi sekarang sudah sangat jauh berbeda. Hal ini terlihat dari bangunan yang mengelilingi kawasan Umbul Pluneng yang digunakan sebagai pemisah antara umbul dengan kompleks persawahan dan perkampungan penduduk. Pada tahun 1970-an mulai dibangun dinding pembatas antara umbul dengan sawah disekitarnya. Asal usul nama Pluneng berasal dari singkatan Plung (nyemplung) yaitu masuk ke dalam air dan Neng (seneng) yang berarti senang, bahagia. Apabila dipadankan menjadi nyemplung seneng yang bermakna siapa saja yang mandi di umbul ini akan merasa senang dan bahagia.

Umbul Pluneng adalah sepasang pemandian alam yang terdiri dari Umbul Tirta Mulyono (Umbul Lanang/Lelaki) dan Umbul Tirta Mulyani (Umbul Wedok/Perempuan). Kedua umbul ini berjarak sekitar 100 meter dan hanya dipisahkan oleh jalan desa. Di dalam Umbul Tirta Mulyono terdapat tiga kolam utama yaitu: 1) kolam renang besar dengan ukuran 50m x 12 m, kedalaman 2,2 meter, 2) kolam remaja dengan ukuran 25 x 7 m, kedalaman 1,5 meter, dan 3) kolam anak ukuran 4 x 7m, kedalaman 70 cm. Sedangkan Umbul Tirta Mulyani didalamnya terdiri dari 1) kolam utama ukuran 20 x 15 m, kedalaman 120 cm, dan 2) kolam anak ukuran 10 x 5 meter, kedalaman 70 cm (<https://umbulpluneng.com/tentangkami/>). Saat ini Umbul Pluneng dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Tirta Sejahtera yang ada di jalan Nila No.2 Samberan Pluneng Kebonarum 57486 Klaten.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui aspek apa saja yang menjadi potensi sebagai pendorong dan penghambat upaya pengembangan objek wisata Umbul Pluneng. Melalui metode penelitian yang digunakan hasil pengumpulan dan analisis SWOT dari objek wisata Umbul Pluneng dapat disajikan dalam rangkaian tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Variable Internal

Variabel dan indikator Lingkungan Internal	
Variabel Internal	Indikator

1. Daya tarik/atraksi	<ul style="list-style-type: none"> a. Sumber mata air yang jernih b. Taman disekitar kolam (belum ada) c. Kolam renang Utama, anak-anak dan dewasa d. Kolam pemandian untuk putra (Umbul Tirta Mulyono) dan putri (Umbul Tirta Mulyani) e. Atraksi budaya syukuran banyu, padusan dan kesenian tradisional ciblon (membuat nada dengan air) pada bulan-bulan tertentu saja. f. Arena perosotan/seluncur air belum terbangun. g. permainan perahu bebek dan sejenisnya (belum ada). h. Penyambutan tamu/pengunjung
2. Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Jarak dengan jalan raya cukup dekat b. Kualitas jalan beraspal tidak terlalu lebar c. Terletak ditengah pedesaan dan daerah persawahan dan yang asri d. Memiliki website : https://umbulpluneng.com/ sebagai pusat informasi bagi masyarakat e. Tidak dilalui sarana transportasi umum f. Rambu-rambu penunjuk jalan kurang.
3. Amenitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat penitipan barang bagi pengunjung b. Kamar mandi/ganti terbatas c. Kolam khusus sebagai tempat terapi beberapa macam penyakit d. Tempat ibadah Mushola perlu ditingkatkan kebersihannya e. Toilet pria & wanita f. Warung makan g. Warung souvenir khas Umbul Pluneng belum dikembangkan (produk lurik)

	<ul style="list-style-type: none"> h. Tempat parkir memerlukan perluasan saat musim libur i. Persewaan pelampung j. Tempat membuang ludah k. Gasebo besar untuk tempat istirahat dipakai bersama l. Homestay/penginapan belum disediakan m. Fasilitas listrik untuk charger selular
4. Kelembagaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Dikelola oleh kelompok masyarakat yang tergabung dalam BUMDES Tirta Sejahtera sehingga semua kegiatan wisata di Umbul Pluneng dapat direkam dan dilaporkan dengan baik. b. Tim SAR c. Klub renang dan kursus renang. d. Layanan P3K e. Pemandu terapi f. Kerjasama dengan tour operator belum ada g. Media pemasaran online dan offline h. Tourist information untuk pengunjung asing

Sumber : Hasil Penelitian 2019

Tabel 2. Variable Eksternal

Variabel dan Indikator Lingkungan Eksternal	
Variabel Eksternal	Indikator
1. Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> a. Teknologi informasi internet untuk menyusun form reservasi tiket secara online belum diterapkan b. Pemanfaatan website dan media sosial sebagai alat pemasaran c. Kerjasama dengan offline dan online travel agen (OTA) seperti traveloka, agoda, dan sejenisnya belum ada
2. Keamanan	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengelola keamanan parkir
3. Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi objek wisata

	<p>diarea perkampungan penduduk</p> <p>b. Bersebelahan dengan area persawahan yang tertutup dinding</p> <p>c. Sambah disekitar objek wisata</p> <p>d. Taman bermain disekitar lokasi</p> <p>e. Objek wisata sejenis disekitarnya</p>
4. Pemerintah	<p>a. Kebijakan pemerintah di bidang kepariwisataan sangat mendukung pembangunan kepariwisataan</p> <p>b. Bantuan atau dukungan pemerintah Kabupaten Klaten dalam pembangunan waterpak</p> <p>c. Dukungan pemerintah desa setempat dalam pembebasan lahan untuk pengembangan waterpark</p>
5. Sosial Budaya	<p>a. Peran serta masyarakat dalam menampilkan budaya ciblon, padusan dan sedekah banyu</p> <p>b. Peran serta masyarakat dalam BUMDES yang menunjang pengelolaan destinasi</p>
6. Ekonomi	<p>a. Kondisi ekonomi regional dan nasional yang belum stabil</p> <p>b. Kondisi ekonomi global sedang dipengaruhi wabah virus corona</p> <p>c. Jumlah keluarga sejahtera di Indonesia terus meningkat</p>
7. Pengunjung	<p>a. Kebutuhan rekreasi masyarakat tinggi</p> <p>b. Motivasi berkunjung masyarakat ke tempat wisata yang sedang viral tinggi</p>

Sumber : Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan hasil identifikasi variabel dari faktor internal dan eksternal diatas, peneliti menyusun point-point daftar temuan kedalam matrix IFAS untuk menentukan besarnya bobot dan score tiap faktor.

Tabel 3. Internal Strategic Factor Analysis Summary Matrix (IFAS Matrix)

Faktor Strategis Internal	Bobot (%)	Rating	Skor (Bobot x Skor)	
Kekuatan (strenghts)				
:				
1	Sumber mata air yang jernih	6,54	3,89	0,25
2	Jarak dengan jalan raya cukup dekat	5,95	3,10	0,18
3	Dikelola oleh kelompok masyarakat yang tergabung dalam BUMDES Tirta Sejahtera sehingga semua kegiatan wisata di Umbul Pluneng dapat direkam dan dilaporkan dengan baik	4,57	3,65	0,17
4	Warung makan	5,56	2,67	0,15
5	Tim SAR	4,80	2,83	0,14
6	Memiliki website : https://umbulpluneng.com/ sebagai pusat informasi bagi masyarakat	4,85	2,78	0,13
7	Atraksi budaya syukuran banyu, padusan dan kesenian tradisional ciblon (membuat nada dengan air) pada bulan-bulan tertentu saja	3,74	2,78	0,10
8	Tempat membuang ludah Kolam pemandian untuk putra (Umbul Tirta Mulyono) dan putri (Umbul Tirta Mulyani)	3,24	2,75	0,09
9	Kolam renang Utama, anak-anak dan dewasa	3,50	2,43	0,09
10	Tempat penitipan barang bagi pengunjung	2,75	1,42	0,04
11	Toilet pria & wanita	2,55	1,53	0,04
12	Media pemasaran online dan offline	1,53	2,10	0,03
13	Kolam khusus sebagai tempat terapi beberapa macam penyakit	1,50	2,10	0,03
14		1,41	0,85	0,01

15	Layanan P3K	1,00	1,00	0,01
16	Klub renang dan kursus renang	1,00	0,67	0,01
17	Pemandu terapi	1,00	0,42	0,004
18	Persewaan pelampung	0,42	0,54	0,002
19	Terletak ditengah pedesaan dan daerah persawahan dan yang asri	0,22	0,54	0,001
Kelemahan (weakness) :				
1	Kerjasama dengan tour operator, dinas, sekolah	4,57	3,21	0,15
2	Tourist information untuk pengunjung asing	4,96	2,84	0,14
3	Tempat parkir memerlukan perluasan	3,65	3,72	0,14
4	Fasilitas listrik untuk charger selular	3,55	2,69	0,10
5	Kualitas jalan beraspal tidak terlalu lebar	3,73	2,15	0,08
6	Tempat ibadah Mushola kurang kebersihannya	2,75	2,49	0,07
7	Tidak dilalui sarana transportasi umum	2,35	2,69	0,06
8	Rambu-rambu penunjuk jalan kurang	2,89	2,00	0,06
9	Taman disekitar kolam (belum ada)	3,45	1,55	0,05
10	Homestay/penginapan (belum ada)	2,58	1,75	0,05
11	Penyambutan tamu/pengunjung	1,75	2,45	0,04
12	Warung souvenir khas Umbul Pluneng belum dikembangkan	3,75	1,00	0,04
13	Gasebo untuk tempat istirahat dipakai bersama	1,76	2,00	0,04
14	Kamar mandi/ganti terbatas	1,20	1,50	0,02
15	Arena perosotan/ seluncur air belum terbangun	0,55	1,00	0,01
16	Permainan perahu dan sejenisnya (belum ada)	0,38	0,85	0,003
Total		100,00		2,51

Sumber : Data Penelitian 2019

Tabel 4. External Strategis Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot (%)	Rating	Skor (Bobot x Rating)	
Peluang (opportunities) :				
1	Motivasi berkunjung masyarakat ke tempat wisata yang sedang viral tinggi	8,43	3,21	0,27
2	Pemanfaatan website dan media sosial sebagai alat pemasaran	8,65	3,04	0,26
3	Bantuan atau dukungan pemerintah Kabupaten Klaten dalam pembangunan waterpak	6,76	3,82	0,26
4	Dukungan pemerintah desa setempat dalam pembebasan lahan untuk pengembangan waterpark	7,43	2,89	0,21
5	Peran serta masyarakat dalam menampilkan budaya ciblon, padusan dan sedekah banyu	6,54	3,12	0,20
6	Pengelola keamanan parkir	6,82	2,68	0,18
7	Peran serta masyarakat dalam BUMDES yang menunjang pengelolaan destinasi	5,76	2,48	0,14
8	Kebijakan pemerintah di bidang kepariwisataan sangat mendukung pembangunan kepariwisataan	5,37	2,53	0,14
9	Kerjasama dengan offline dan online travel agen (OTA) seperti traveloka, agoda, dan sejenisnya	4,45	2,54	0,11
10	Kebutuhan rekreasi masyarakat tinggi	4,76	2,34	0,11

11	Teknologi informasi internet untuk menyusun form reservasi tiket online	3,12	3,02	0,09
12	Jumlah keluarga sejahtera di Indonesia terus meningkat	3,52	2,21	0,08
Ancaman (threats) :				
1	Objek wisata sejenis disekitarnya	8,58	3,87	0,33
2	Kondisi ekonomi global sedang dipengaruhi wabah virus corona diakhir Desember 2019	7,48	3,75	0,28
3	Sampah pengunjung Bersebelahan dengan area persawahan yang tertutup dinding	3,45	3,96	0,14
4	Kondisi ekonomi regional dan nasional yang labil	3,59	2,15	0,08
5	Lokasi objek wisata diarea perkampungan penduduk	2,56	1,63	0,04
6	Taman bermain disekitar lokasi	1,50	2,11	0,03
7		1,23	2,18	0,03
Total		100,00	3,00	

Sumber : Data Penelitian 2019

Dari perhitungan nilai bobot pada tabel IFAS dan EFAS diatas diperoleh hasil nilai bobot IFAS = 2,51 dan nilai bobot EFAS = 3,0. Berdasarkan informasi tabel 4 pada penelitian ini, maka dapat digunakan untuk mengetahui posisi strategi dengan mempertemukan nilai

Tabel 6. Matrik SWOT

EFAS	IFAS	<p>STRENGTHS (S) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber mata air yang jernih 2. Jarak dengan jalan raya cukup dekat 3. Dikelola oleh kelompok masyarakat yang tergabung dalam BUMDES Tirta Sejahtera 4. Warung makan 5. Tim SAR 6. Memiliki website : https://umbulpluneng.com/ sebagai pusat informasi bagi masyarakat 7. Atraksi budaya syukuran 	<p>WEAKNESESS (W) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerjasama dengan tour operator 2. Tourist information untuk pengunjung asing 3. Tempat parkir memerlukan perluasan 4. Fasilitas listrik untuk charger selular 5. Kualitas jalan beraspal tidak terlalu lebar 6. Tempat ibadah Mushola kurang kebersihannya 7. Tidak dilalui sarana transportasi umum
-------------	-------------	--	--

keduanya dengan menggunakan tabel posisi organisasi berdasarkan nilai pembobotan berikut ini.

Tabel 5. Posisi Organisasi Berdasar Nilai Pembobotan

		Total Nilai IFAS			
		4	3	2	1
TOTAL	3	I Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi vertikal)	II Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi horizontal)	III Pertahankan dan peliharaan (pertumbuhan berputar)	
	2	IV Tumbuh dan bina	V Pertahankan dan peliharaan (strategi tidak berubah)	VI Panen atau divestasi (kawasan terikat atau jual habis kewaspadaan)	
	1	VII Pertahankan dan peliharaan (diversifikasi konsentrasi)	VIII Panen atau divestasi (diversifikasi konglomerasi)	IX Panen atau divestasi (likuidasi)	
NILAI EFAS					

Sumber : Data diolah (Utama & Mahadewi, 2012)

Pertemuan nilai bobot IFAS dan EFAS pada tabel 5 menunjukkan, bahwa strategi pengembangan potensi wisata Umbul Pluneng Klaten Jawa Tengah dapat tumbuh dan terus dibina dengan konsentrasi melalui pendekatan integrasi horisontal. Artinya pengelola dapat mengembangkan strategi dengan merangkul masyarakat sekitar dan pemerintah setempat sebagai mitra sekaligus pelaku wisata untuk memajukan destinasi Wisata umbul Pluneng.

	banyu, padusan dan kesenian tradisional ciblon (membuat nada dengan air) pada bulan-bulan tertentu saja	
<p>OPPORTUNITIES (O) :</p> <ol style="list-style-type: none"> Motivasi berkunjung masyarakat ke tempat wisata yang sedang viral tinggi Pemanfaatan website dan media sosial sebagai alat pemasaran Bantuan atau dukungan pemerintah Kabupaten Klaten dalam pembangunan waterpak Dukungan pemerintah desa setempat dalam pembebasan lahan untuk pengembangan waterpark Peran serta masyarakat dalam menampilkan budaya ciblon, padusan dan sedekah banyu Pengelola keamanan parkir Peran serta masyarakat dalam BUMDES yang menunjang pengelolaan destinasi 	<p>STRATEGI S-O :</p> <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan kreatifitas budaya masyarakat dalam tradisi ciblon, syukuran banyu atau sedekah banyu dalam sebuah agenda wisata (festival) Umbul Pluneng didukung kesenian modern untuk mendorong motivasi berkunjung masyarakat melalui promosi digital dengan internet dan sosial media. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam BUMDES Tirta Sejahtera untuk kegiatan pelayanan, kebersihan dan pengelolaan wahana Umbul Pluneng dengan dukungan pemerintah desa sebagai pengontrol keterlaksanaan kegiatan. 	<p>STRATEGI W-O :</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan jumlah kerjasama dengan tour operator untuk menangkap peluang tingginya motivasi masyarakat berkunjung ke objek wisata yang banyak diviralkan melalui sosial media atau internet Memanfaatkan peran serta masyarakat dengan dukungan pemerintah desa setempat dalam pengadaan lahan parkir yang lebih luas, kebersihan dan peningkatan keamanan lingkungan.
<p>THREATS (T) :</p> <ol style="list-style-type: none"> Objek wisata sejenis disekitarnya Kondisi ekonomi global sedang dipengaruhi wabah virus corona diawal Januari 2020 Spot foto pengunjung Bersebelahan dengan area persawahan yang tertutup dinding Kondisi ekonomi regional dan nasional yang labil Lokasi objek wisata diarea perkampungan penduduk Taman bermain disekitar lokasi 	<p>STRATEGI S-T :</p> <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan internet atau sosial media untuk memposting pentingnya membersihkan diri seperti mandi dan cuci tangan menggunakan air yang jernih dari sumber mata air Umbul Pluneng untuk mengurangi resiko terpapar virus corona. 	<p>STRATEGI W-T :</p> <ol style="list-style-type: none"> Membuat perbedaan karakteristik objek wisata Umbul Pluneng dengan objek wisata sejenis melalui peningkatan kebersihan, perbaikan fasilitas, aksesibilitas, dan membangun pusat informasi berbahasa Indonesia dan asing.

Strategi SO (Strengths Opportunities Kekuatan Kelemahan)

Strategi So yang dihasilkan dari analisis Matrik SWOT dengan mempertemukan semua kekuatan dengan kelemahan objek wisata Umbul Pluneng, menghasilkan alternatif strategi pengembangan dengan jalan (1)

Memanfaatkan kreatifitas budaya masyarakat dalam tradisi ciblon, syukuran banyu atau sedekah banyu dalam sebuah agenda wisata (festival) Umbul Pluneng didukung kesenian modern untuk mendorong motivasi berkunjung masyarakat melalui promosi digital dengan internet dan sosial media. Dan (2)

Meningkatkan peran serta masyarakat dalam BUMDES Tirta Sejahtera untuk kegiatan pelayanan, kebersihan dan pengelolaan wahana Umbul Pluneng dengan dukungan pemerintah desa sebagai pengontrol keterlaksanaan kegiatan.

Strategi WO (*Weakness Opportunities/ Kelemahan Peluang*)

Strategi WO yang dirumuskan atas dasar analisis Matrik SWOT diatas dengan mempertemukan semua kelemahan dengan peluang yang dimiliki objek wisata Umbul Pluneng, menghasilkan alternatif strategi pengembangan yaitu : (1) Meningkatkan jumlah kerjasama dengan tour operator untuk menangkap peluang tingginya motivasi masyarakat berkunjung ke objek wisata yang banyak diviralkan melalui sosial media atau internet, dan (2) Memanfaatkan peran serta masyarakat dengan dukungan pemerintah desa setempat dalam pengadaan lahan parkir yang lebih luas, kebersihan dan peningkatan keamanan lingkungan

Strategi ST (*Strengths Threats/ Kekuatan Ancaman*)

Strategi ST yang diwujudkan dari analisis Matrik SWOT dengan mempertemukan semua kekuatan dengan ancaman yang teridentifikasi pada objek wisata Umbul Pluneng, menghasilkan alternatif strategi pengembangan antara lain : memanfaatkan internet atau sosial media untuk memposting pentingnya membersihkan diri seperti mandi dan cuci tangan menggunakan air yang jernih dari sumber mata air Umbul Pluneng untuk mengurangi resiko terpapar virus corona.

Strategi WT (*Weakness Threat/ Kelemahan Ancaman*)

Strategi WT yang dirumuskan berdasar analisis SWOT dengan menghubungkan antara elemen faktor kelemahan dan ancaman yang dihadapi objek wisata Umbul Pluneng adalah dengan membuat perbedaan karakteristik objek wisata Umbul Pluneng dengan objek wisata sejenis melalui peningkatan kebersihan, perbaikan fasilitas, aksesibilitas, layanan dan membangun pusat informasi berbahasa Indonesia maupun asing.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis pembahasan

tentang potensi pengembangan objek wisata air Umbul Pluneng di Kabupaten Klaten, maka dapat disimpulkan beberapa potensi strategi pengembangan antara lain: (1) Memanfaatkan kreatifitas budaya masyarakat dalam tradisi ciblon, syukuran banyu atau sedekah banyu dalam sebuah agenda wisata (festival) Umbul Pluneng didukung kesenian modern untuk mendorong motivasi berkunjung masyarakat melalui promosi digital dengan internet dan sosial media. (2) Meningkatkan peran serta masyarakat dalam BUMDES Tirta Sejahtera untuk kegiatan pelayanan, kebersihan dan pengelolaan wahana Umbul Pluneng dengan dukungan pemerintah desa sebagai pengontrol keterlaksanaan kegiatan. (3) Meningkatkan jumlah kerjasama dengan tour operator untuk menangkap peluang tingginya motivasi masyarakat berkunjung ke objek wisata yang banyak diviralkan melalui sosial media atau internet, (4) meningkatkan peran serta masyarakat dengan dukungan pemerintah desa setempat dalam pengadaan lahan parkir yang lebih luas, kebersihan dan peningkatan keamanan lingkungan, (5) memanfaatkan internet atau sosial media untuk memposting pentingnya membersihkan diri seperti mandi dan cuci tangan menggunakan air yang jernih dari sumber mata air Umbul Pluneng untuk mengurangi resiko terpapar virus corona, (6) membuat perbedaan karakteristik objek wisata Umbul Pluneng dengan objek wisata sejenis melalui peningkatan kebersihan, perbaikan fasilitas, aksesibilitas, layanan dan membangun pusat informasi berbahasa Indonesia maupun asing.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalyah, Reski, Djamhur Hamid dan Luchman Hakim. (2016). Peran Stakeholder Pariwisata Dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, XXXVII (1), 159. Diambil dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1439/1822> (23 Juli 2019)
- Bawanti, Ari. (2016). Analisis *City Branding* Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jayapura. *Jurnal Media Wisata*, XVI (1), 369. Diambil dari <http://www.amptajurnal.ac.id/index.php/MWS/article/view/154> (9 Juli 2019)
- Bonita, Nita. (2016). Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Labuan Cermin di

- Kabupaten Berau. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, IV (4), 1449-1510. Diambil dari [https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/10/Nita%20Bonita%20\(10-21-16-10-23-20\).pdf](https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/10/Nita%20Bonita%20(10-21-16-10-23-20).pdf) (30 Agustus 2019)
- Darna, Nana dan Elin Herlina. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, V(1), 288. Diambil dari <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/1359/1118> (29 Juli 2019)
- Huda, Ahmad. (2015). Pengelolaan Fasilitas Objek Wisata Cagar Budaya Makam Raja Kecil di Desa Buantan Besar Kabupaten Siak. *Jom FISIP*, II, 6-7. Diambil dari <https://www.neliti.com/publications/32377/pengelolaan-fasilitas-objek-wisata-cagar-budaya-makam-raja-kecik-di-desa-buantan> (24 Juli 2019)
- <https://umbulpluneng.com>
- Kalebos, Fatmawati. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, IV (3), 489-502. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/12748/12341> (5 Agustus 2019)
- Manafe, Janri D, Tuty Setyorini dan Yermias A Alang. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, IV(1), 106. Diambil dari <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1687> (9 Juli 2019)
- Medlik, S., 1980, *Managing Tourism*, London: Butterworth-Heinemann Ltd.
- Menteri Pariwisata RI. (2016). Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Jakarta : KEMENPAR RI
- Priyadi, Unggul. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Rahmawati, Dini. (2018). Potensi *Dark Tourism* di Bandung. *Jurnal Media Wisata*, XVII(1), 677. Diambil dari <http://www.amptajurnal.ac.id/index.php/MWS/article/view/247> (24 Juli 2019)
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Litrase Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Utama, I. G. B. R., & Mahadewi, N. M. E. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata Dan Perhotelan*. Yogyakarta : CV Andi Offset.