



**ANALISIS PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA ALAM PUNCAK
TARUKO KABUPATEN AGAM DALAM MENINGKATKAN MINAT
KUNJUNG WISATAWAN (MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT)**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

Oleh:

RESTA BELA APRIYANI
NIM. 2130406024

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025 M/1447 H**



**ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE PUNCAK TARUKO
NATURAL TOURISM DESTINATION IN AGAM REGENCY IN
INCREASING TOURIST VISIT INTEREST (USING SWOT ANALYSIS)**

THESIS

*Written as a Requirement to Obtain the Bachelor's Degree (S-1)
Tourism Sharia Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

By:

Resta Bela Apriyani
Student ID. 2130406024

**TOURISM SHARIA STUDY PROGRAM
FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025 M / 1447**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resta Bela Apriyani
Nim : 2130406024
Program Studi : Pariwisata Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Alam Puncak Taruko Kabupaten Agam Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan (Menggunakan Analisis SWOT)**" adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 14 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan



Resta Bela Apriyani
Nim: 2130406024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **Resta Bela Apriyani NIM. 2130406024** dengan Judul “ **Analisi Pengembangan Destinasi Wisata Alam Puncak Taruko Kabupaten Agam Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan (Menggunakan Analisis SWOT**” Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *Munaqasyah*.

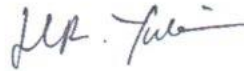
Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Program Studi
Pariwisata Syariah



Siska Febrianti, S.M.Pd.E
NIP. 198702002025212006

Batusangkar 23 Juli 2025
Pembimbing





Harry Yulianda, S.ST, Par.M.M.Par
NIP. 19880713201931005

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Resta Bela Apriyani, NIM: 2130406024, berjudul: “Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Alam Puncak Taruko Kabupaten Agam Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan (Menggunakan Analisis SWOT)” telah diuji dalam Ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2025 dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Strata Satu (S1) dalam Program Studi Pariwisata Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Persetujuan	
			Tanda Tangan	Tanggal
1.	Harry Yulianda, M.M.Par NIP. 198807132019031005	Ketua Sidang/ Pembimbing		23/8-25
2.	Dr. Novia Nengsih, M.A.Ek NIP. 199011042019032008	Penguji I/ Reviewer		22/8-25
3.	Febria Rahim, ME. NIP. 198902222023212045	Penguji II/ Reviewer		22/8-25

Batusangkar, Agustus 2025
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud
Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

ABSTRAK

Resta Bela Apriyani 2130406024 (2025) judul Skripsi “Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Alam Puncak Taruko Kabupaten Agam Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan (Menggunakan Analisis SWOT)”
Jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi alam Puncak Taruko yang memiliki daya tarik wisata cukup tinggi, namun pengelolaannya masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan fasilitas, infrastruktur, dan promosi yang kurang optimal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal destinasi wisata Puncak Taruko melalui pendekatan analisis SWOT, sehingga diperoleh strategi pengembangan yang tepat guna meningkatkan minat kunjung wisatawan.

Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam dengan pengelola, pelaku usaha, dan wisatawan, serta dokumentasi. Data dianalisis melalui identifikasi faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), yang kemudian dirumuskan menjadi strategi pengembangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Puncak Taruko memiliki kekuatan berupa keindahan panorama alam, aksesibilitas yang cukup baik, dan keunikan atraksi wisata alam. Namun, terdapat kelemahan seperti kurangnya fasilitas penunjang, pengelolaan yang belum profesional, serta promosi yang terbatas. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi meningkatnya tren wisata alam dan dukungan pemerintah daerah, sedangkan ancaman utamanya adalah persaingan dengan destinasi wisata sejenis serta faktor cuaca. Berdasarkan hasil analisis SWOT, disusun beberapa strategi pengembangan seperti peningkatan fasilitas wisata, penguatan tata kelola, diversifikasi atraksi, serta optimalisasi promosi digital untuk menarik lebih banyak wisatawan. Dengan penerapan strategi yang tepat, diharapkan destinasi wisata alam Puncak Taruko dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu meningkatkan minat kunjung wisatawan ke Kabupaten Agam.

Kata kunci: *Puncak Taruko, pengembangan destinasi wisata, analisis SWOT, minat kunjung wisatawan.*

ABSTRACT

Resta Bela Apriyani NIM. 2130406024 *Thesis title: "Analysis of the Development of the Puncak Taruko Tourist Destination in Agam Regency to Increase Tourist Interest (Using SWOT Analysis)" Department of Sharia Tourism, Faculty of Islamic Economics and Business, Mahmud Yunus State Islamic University (UIN) Batusangkar.*

This research is motivated by the natural potential of Puncak Taruko, which has quite a high tourist attraction. However, its management still faces various challenges such as limited facilities and infrastructure, and less than optimal promotion. The purpose of this study is to analyze the internal and external conditions of the Puncak Taruko tourist destination through a SWOT analysis approach, so that an appropriate development strategy can be obtained to increase tourist interest.

The method used was a qualitative descriptive approach, with data collection techniques including observation, in-depth interviews with managers, business owners, and tourists, and documentation. Data were analyzed by identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats, which were then formulated into a development strategy.

The research results show that Puncak Taruko has strengths in terms of beautiful natural scenery, good accessibility, and unique natural attractions. However, weaknesses include a lack of supporting facilities, unprofessional management, and limited promotion. Opportunities that can be exploited include the increasing trend of nature tourism and local government support, while the main threats are competition from similar tourist destinations and weather factors. Based on the results of the SWOT analysis, several development strategies were formulated, including improving tourism facilities, strengthening governance, diversifying attractions, and optimizing digital promotions to attract more tourists. With the implementation of appropriate strategies, it is hoped that the Puncak Taruko natural tourist destination can develop sustainably and increase tourist interest in visiting Agam Regency.

Keywords: *Taruko Peak, tourism destination development, SWOT analysis, tourist interest in visitinSg.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian.....	9
F. Definisi Istilah	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Pengertian Pariwisata.....	11
2. Jenis-Jenis Pariwisata	13
3. Strategi Pengembangan Pariwisata	17
4. Analisis SWOT	20
5. Minat Kunjung Wisatawan	23
B. Penelitian Relevan	27
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Latar dan Waktu Penelitian	33
C. Instrumen Penelitian	33
D. Sumber Data Penelitian	34

E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	36
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Sejarah Objek Wisata Puncak Taruko	39
2. Wisata Puncak Taruko	40
3. Letak Puncak Taruko	42
4. Visi dan Misi Puncak Taruko	42
B. Temuan Penelitian	43
1. Objek dan Daya Tarik Wisata.....	44
2. Infrastruktur Pariwisata.....	47
3. Fasilitas Perjalanan	50
4. Tata Kelola (Infrastruktur).....	53
5. Komunitas (Lingkungan).....	56
C. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Implikasi	78
C. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di objek wisata Puncak Taruko	5
Tabel 2. 1 Matriks SWOT	23
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	33
Tabel 3. 2 Daftar Narasumber	35
Tabel 4. 1 Objek dan Daya Tarik Wisata	59
Tabel 4. 2 Infrastruktur Pariwisata	60
Tabel 4. 3 Fasilitas Perjalanan	60
Tabel 4. 4 Tata Kelola (Infrastruktur)	61
Tabel 4. 5 Komunitas (Lingkungan)	61
Tabel 4. 6 Tabel Analisis SWOT (Bobot + Rating = Skor)	64
Tabel 4. 7 Analisis SWOT Objek Wisata Puncak Taruko	67
Tabel 4. 8 Matriks SWOT	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang luar biasa di seluruh wilayahnya. Hal ini dikarenakan negara ini kaya akan wisata alam, dengan sumber daya alam yang melimpah dari Sabang hingga Merauke. Sebagai industri terbesar di dunia, pariwisata memberikan kontribusi yang substansial terhadap pertumbuhan ekonomi dunia. Untuk mendongkrak jumlah wisatawan, pemerintah Indonesia tengah berupaya mengembangkan beragam peluang wisata domestik. Infrastruktur dan amenitas pendukung juga diperlukan bagi wisatawan. Infrastruktur dan amenitas yang memadai akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan dalam negeri. (Rusvitasari & Solikhin, 2014). Oleh karena itu, dalam membangun objek wisata memerlukan pengembangan terus menerus agar objek wisata tersebut memiliki inovasi-inovasi yang baru untuk meningkatkan kunjungannya. Tidak hanya memperhatikan pengembangannya saja tetapi objek wisata yang mempunyai daya tarik dan potensi yang luar biasa bagus, namun dalam mengembangkan objek tersebut perlu adanya fasilitas pendukung dan aktivitas yang menarik minat wisatawan yang dilakukan oleh pihak pengelola untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan di objek wisata yang dibuat. Istilah "pengembangan pariwisata" mengacu pada serangkaian tindakan yang, jika dipikirkan dengan baik, dapat meningkatkan kualitas hidup pengunjung secara signifikan.

Cara lain untuk mengkarakterisasikan pengembangan pariwisata adalah sebagai fase usaha untuk membangun kesatuan dinamis dalam pemanfaatan sumber daya pariwisata, dengan menggabungkan berbagai elemen non-pariwisata yang secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan. (Choirunnisa et al., 2021).

Menurut Salah Wahab 1997, Pertumbuhan ekonomi dapat ditingkatkan melalui pengembangan dan pemanfaatan pariwisata secara maksimal. Oleh karena itu, pengelolaan yang efektif sangat penting bagi pertumbuhan destinasi wisata Indonesia. Melalui riset dan observasi lokasi wisata di Indonesia, para pemangku kepentingan pariwisata mulai melakukan kegiatan pengembangan. Langkah tersebut dilakukan guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada di setiap objek wisata, kemudian mencari solusinya (Rusvitasari & Solikhin, 2014). Pemerintah daerah maupun masyarakat saat ini mulai sadar akan pentingnya mengelola potensi wisata yang ada di sekitar tempat tinggal mereka. Salah satunya mengelola dan memperhatikan pengembangannya serta membuat inovasi-inovasi baru agar wisatawan semakin tertarik untuk mengunjungi wisata tersebut.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyebutkan bahwa pariwisata adalah setiap kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan untuk bersantai, mengembangkan diri, atau mempelajari kekhasan daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam waktu singkat. Bakaruddin (2008:17) mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk jangka waktu tertentu dari satu lokasi ke lokasi lain dengan tujuan menikmati perjalanan tersebut untuk bersantai dan bertamasya atau untuk memenuhi berbagai kebutuhan, alih-alih berusaha mencari nafkah di destinasi tersebut. Kegiatan rekreasi dan pariwisata yang dikenal sebagai "wisata alam" memanfaatkan keindahan alam, baik yang telah diolah maupun yang masih alami, untuk menarik wisatawan ke daerah tersebut. Suasana keramaian kota dan pemanfaatan wisata alam sebagai cara untuk bersantai setelah beraktivitas yang sangat padat. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani.

Sumatera Barat adalah pilihan terbaik karena potensi pariwisatanya yang beragam, baik wisata buatan maupun wisata alam. Sumatera Barat berpotensi menjadi destinasi wisata populer. Wisatawan tertarik dengan budayanya yang khas dan beragam. Di Kabupaten Agam, Kota Bukittinggi merupakan salah satu lokasi yang paling banyak dikunjungi. Karna tidak hanya di Kota Bukittinggi yang memiliki potensi wisata yang menarik, Kabupaten Agam juga merupakan salah satu tempat tujuan destinasi wisata di Sumatera Barat. Wisatawan yang datang ke Sumatera Barat pasti singgah ke Kabupaten Agam karna ingin melihat destinasi unggulan yang menarik perhatian para pengunjung untuk datang, yaitu seperti wisata Puncak Lawang, Danau Maninjau, Kelok 44, Tebing Takuruang, Pantai Tiku, Janjang Sajuta, Janjang Koto Gadang, Puncak Kabun, Air Terjun Langkuik Tamiang, Lawang Adventure Park. Tidak hanya itu saja destinasi yang menarik minat kunjung wisatawan di Kabupaten Agam, salah satunya seperti destinasi Puncak Taruko.

Puncak Taruko terletak di Jorong Sutijo, Nagari Koto Gadang, Kecamatan Ampek Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Syayuti adalah pengelola wisata alam Puncak Taruko, beliau membangun tempat ini dengan penuh tekad dan keinginan yang kuat. Puncak Taruko sendiri bukanlah salah satu wisata alam yang ada di Kabupaten Agam. Tetapi Syayuti tidak putus asa beliau sangat yakin bahwa beliau juga bisa membangun wisata alam seperti yang beliau inginkan. Pada saat membangun wisata tersebut pasti di tertawakan karena yang posisinya Puncak Taruko adalah wisata yang dimana letaknya paling ujung dari kawasan Geopark Ngarai Sianok dan jalan menuju wisata tersebut sedikit susah apa lagi jika dilalui oleh kendaraan roda 4 karena lumayan sempit serta menanjak dan berliku, dan jalannya yang masih banyak lubang-lubang. Tetapi Syayuti tidak patah semangat menyalurkan niat dan keinginannya, untuk menuju Puncak Taruko yang berjarak 8 km dari Kota Bukittinggi hanya membutuhkan waktu tempuh 15 menit. Puncak Taruko dibuat dengan bentuk bangunan yang sederhana tapi tetap aesthetic. Semua sisi bangunan terdiri dari kayu-kayu dan

bambu yang membuat bangunan tersebut terlihat lebih sederhana tetapi memiliki daya tarik tersendiri yang dapat menarik untuk dikunjungi.

Pada bagian depan wisata Puncak Taruko terdapat halaman yang cukup luas, halaman itu di pergunakan sebagai tempat parkir kendaraan roda 2 maupun roda 4. Untuk masuk ke kawasan wisata Puncak Taruko kita di kenakan tiket masuk sebesar Rp.5000 per orang. Di Puncak Taruko terdapat beberapa gazebo yang terletak di beberapa titik untuk beristirahat bagi para wisatawan yang berkunjung. Wisata Puncak Taruko memiliki daya tariknya sendiri yaitu para pengunjung bisa melihat keindahan Ngarai Sianok dari ketinggian Puncak Taruko melalui spot foto yang telah di buat seunik mungkin yang berbentuk jembatan yang jika kita berfoto di jembatan tersebut langsung mengarah pada keindahan kawasan Ngarai Sianok. Kawasan ini juga kaya akan keanekaragaman hayati dan budaya masyarakat lokal yang menarik untuk dijadikan daya tarik wisata. Disana juga pengunjung tidak perlu khawatir kelaparan karna di Puncak Taruko menyediakan makanan dan minuman dengan harga yang sangat terjangkau bagi pengunjung. Namun di sayangkan objek wisata ini dari tahun ke tahun tidak ada pengembangan dan masih seperti itu-itu dari awal objek wisata ini dibuat.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, objek wisata Puncak Taruko ramai dikunjungi wisatawan dari berbagai kalangan, mulai dari wisatawan keluarga, wisatawan remaja hingga wisatawan mancanegara. Karena ingin menikmati keindahan Ngarai Sianok yang dapat di lihat dari ketinggian Puncak Taruko dengan tujuan untuk refreshing, bahkan menikmati liburan bersama keluarga. Di Puncak Taruko juga di sediakan gazebo-gazebo yang terbuat dari bambu dan kayu yang disusun rapi membuat bangunan tersebut lebih terlihat unik, tempat berfoto yang berbentuk jembatan dibuat untuk menarik perhatian wisatawan. Di Puncak Taruko juga di sediakan sebuah café yang menjual berbagai menu makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau, jadi para wisatawan yang berkunjung bisa menikmati makanan dan minuman sambil

bersantai di gazebo dan menikmati keindahan Ngarai Sianok. Namun semua fasilitas yang ada disana tidak di rawat dengan baik, seperti di sekeliling jalan menuju gazebo yang satu ke gazebo lainnya banyak rumput-rumput liar, bahkan tanaman bunga-bunga pun sudah menjadi satu dengan rumput liar tersebut. Tidak hanya itu ada beberapa gazebo yang sudah tidak bisa di pakai tetapi tidak di perbaiki, sehingga jika banyak wisatawan yang berkunjung banyak yang tidak kebagian tempat duduk.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan kepada Syayuti selaku pengelola, bahwa objek wisata Puncak Taruko masih banyak hal yang perlu dikembangkan untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan karena di objek wisata ini mempunyai potensi dan pemandangan yang indah sehingga para wisatawan bisa menyalurkan bakat dan hobi dalam bidang fotografi/videografi.

Akibat pengembangan yang tidak ada membuat kunjungan wisatawan ke Puncak Taruko tidak optimal. Data dari pengelola wisata Puncak Taruko menunjukkan bahwa jumlah pengunjung dalam beberapa tahun terakhir cenderung stagnan, bahkan mengalami penurunan pada tahun-tahun tertentu. Penurunan kunjungan wisatawan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya Objek dan daya tarik wisata, infrastruktur pariwisata, Fasilitas Perjalanan, Tata Kelola (infrastruktur), komunitas (lingkungan) yang belum optimal dikembangkan di wisata Puncak Taruko.

Tabel 1. 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di objek wisata Puncak Taruko

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2021	15.407
2022	15.540
2023	14.704
2024	13.823

Sumber: *Pengelola Puncak Taruko*

Berdasarkan Tabel 1.1, destinasi wisata Puncak Taruko mengalami fluktuasi jumlah pengunjung pada tahun-tahun tertentu. Hal ini menyulitkan manajemen untuk meningkatkan dan menggenjot pariwisata di tahun berikutnya. Menurunnya jumlah kunjungan wisatawan bisa disebabkan karena tampaknya pengelola tidak mengetahui atau memahami pengembangan apa yang harus dilakukan dan strategi seperti apa yang harus dilakukan untuk pengembangannya, padahal wisata Puncak Taruko banyak diminati banyak orang. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan pada objek wisata Puncak Taruko. Pengembangan pariwisata dilakukan dengan tujuan menjadikan pariwisata maju dan berkembang supaya bisa mengikuti trennya pada saat ini, dan sesuai permintaan dari wisatawan.

Melihat dari fenomena yang terjadi di Objek Wisata tersebut, analisis yang dilakukan untuk strategi pengembangan di Objek Wisata ini yaitu Analisis SWOT (*Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).

Berdasarkan observasi awal terhadap Yosi dan Ardi selaku wisatawan asal Padang Panjang yang berkunjung ke Puncak Taruko memiliki banyak kelemahan dibandingkan kekuatannya, kelemahan yang dimaksud adalah seperti jalan menuju objek wisata tersebut masih terlalu banyak lubang, batu krikil yang keluar-keluar, sehingga harus sangat hati-hati saat berkendara. Mushollah yang tidak ada dan toilet yang berada di luar kawasan wisata Puncak Taruko dan minim tempat sampah. Menurut mereka Puncak Taruko memiliki potensi yang sangat bagus dan menarik untuk dikunjungi kembali karena pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk. Namun, karena pengelolaan dan perhatian dari pemerintah setempat yang minim membuat wisata Puncak Taruko menjadi tidak terawat. Untuk itu perlu perhatian khusus agar wisata Puncak Taruko bisa berkembang dan ramai dikunjungi oleh wisatawan.

Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam terkait strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke Puncak Taruko. Penelitian ini penting untuk memaksimalkan potensi wisata alam yang dimiliki daerah tersebut, serta memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat sekitar dan pendapatan daerah Kabupaten Agam terutama terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat yang tinggal di sekitar wisata Puncak Taruko. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan kunjungan dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat, diharapkan Puncak Taruko dapat menjadi destinasi wisata alam unggulan di Sumatera Barat yang berkelanjutan dan mampu menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Hal ini akan berkontribusi pada upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Agam dan mendukung perekonomian daerah secara keseluruhan.

Didalam sebuah pengembangan pengelola membutuhkan faktor-faktor utama yang mempengaruhi pengembangan dalam membangun inovasi-inovasi baru agar menarik minat kunjung wisatawan. Pertama, atraksi wisata (tourist attraction) yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung. Atraksi ini dapat berupa keindahan alam, dan atraksi buatan yang dikemas menarik. Kedua, aksesibilitas (accessibility), yaitu kemudahan wisatawan untuk mencapai lokasi wisata, termasuk kondisi jalan, sarana transportasi, dan ketersediaan rute yang nyaman. Ketiga, fasilitas (amenities) yang meliputi sarana pendukung seperti penginapan, restoran, pusat informasi, serta fasilitas umum lainnya yang menunjang kenyamanan wisatawan. Keempat, promosi dan pemasaran (promotion and marketing) yang berperan dalam memperkenalkan destinasi wisata agar dikenal luas melalui media, event, atau strategi pemasaran digital. Kelima, institusi atau kelembagaan (institution) yang mengatur tata kelola dan pengelolaan destinasi wisata secara profesional, termasuk peran pemerintah, masyarakat, dan pihak swasta dalam menjaga kelestarian serta keberlanjutan pariwisata. Kelima faktor ini harus berjalan seimbang agar pengembangan

pariwisata dapat optimal, berdaya saing, dan memberikan manfaat ekonomi maupun sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengkaji dengan mengangkat judul penelitian yaitu **“Analisis Pengembangan Wisata Alam Puncak Taruko Kabupaten Agam Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan (Menggunakan Analisis SWOT)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penelitian ini memfokuskan pada pembahasan mengenai **“Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Alam Puncak Taruko Kabupaten Agam Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan (Menggunakan Analisis SWOT)”**.

C. Rumusan Masalah

Strategi apa saja yang perlu dilakukan dalam mengembangkan Destinasi wisata Puncak Taruko dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan menggunakan analisis SWOT?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka diperoleh tujuan penelitian yaitu:

Untuk mengetahui Pengembangan apa yang dilakukan dalam mengembangkan Destinasi Wisata Puncak Taruko dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan menggunakan analisis SWOT.

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

1. Bagi Pengelola Objek Wisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan saran lebih lanjut bagi perkembangan destinasi wisata Puncak Taruko di Kabupaten Agam.

2. Bagi Mahasiswa atau Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan literatur untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Menurut penulis, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan memenuhi salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Pariwisata dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar.

4. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipublikasikan di jurnal ilmiah yang saya teliti, sehingga memungkinkan penelitian lebih lanjut.

F. Definisi Istilah

Istilah "pengembangan pariwisata" mengacu pada serangkaian inisiatif yang bertujuan mencapai integrasi dalam pemanfaatan berbagai sumber daya pariwisata dan menggabungkan semua elemen non-pariwisata yang secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan keberlanjutan pembangunan pariwisata. (Suwardjoko, 2007).

Strategi Pengembangan Pariwisata menurut penelitian Kanom (2015) adalah suatu rencana yang menyeluruh dan terpadu dari sektor publik, swasta, masyarakat, dan akademisi untuk menganalisis keterbatasan serta kondisi lingkungan internal dan eksternal objek wisata agar dapat menjadi tujuan wisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Dalam penelitiannya (2004), Gamal Suwanto menegaskan bahwa ketika membangun destinasi wisata, manajemen harus mempertimbangkan elemen-elemen penting yang memengaruhi pertumbuhan dan menciptakan ide-ide baru untuk menarik pengunjung. Beberapa elemen krusial tersebut antara lain:

1. Objek dan Daya Tarik Wisata
2. Infrastruktur Pariwisata
3. Fasilitas Perjalanan
4. Tata Kelola (infrastruktur)
5. Komunitas (lingkungan)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Kata "pariwisata" berakar dari bahasa Sanskerta dan berasal dari kata "pari" dan "wisata". Pari berarti lengkap, utuh, dan menyeluruh. Perjalanan adalah apa yang dilambangkan oleh wisata. Oleh karena itu, perjalanan penuh yaitu, meninggalkan satu lokasi, bepergian ke dan berhenti di satu atau beberapa lokasi, lalu kembali ke titik awal dapat digolongkan sebagai pariwisata. Istilah "pariwisata" pertama kali dikenal setelah Konferensi Nasional Pariwisata Kedua pada tahun 1958 di Tretes, Jawa Timur. Presiden Soekarno menyetujuinya setelah Prof. Priyono pertama kali mengusulkannya. Nama Dewan Pariwisata diubah menjadi Dewan Pariwisata Indonesia (DEPARI) setelah disetujui oleh presiden pertama Republik Indonesia. Menteri Perhubungan Darat, Pos, Telekomunikasi, dan Pariwisata pada tahun 1960 Jendral G.P.H Djatikusumber berhasil mempopulerkan kata pariwisata. (Shofwan Hanief, 2018).

Pariwisata memberikan banyak manfaat bagi masyarakat lokal dan sekitarnya, sebuah aktivitas yang secara langsung memengaruhi dan melibatkan masyarakat. Bahkan, pariwisata dikatakan memiliki energi disruptif yang luar biasa yang dapat mengubah masyarakat lokal dalam berbagai cara. Baik negara maupun masyarakat sekitar dapat memperoleh banyak manfaat dari pariwisata. Nilai-nilai ekonomi, sosial budaya, lingkungan, sosial, dan pendidikan, serta prospek lapangan kerja, hanyalah beberapa cara di mana manfaat-manfaat ini terbukti.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pariwisata, perjalanan, dan tamasya semuanya berkaitan dengan perjalanan rekreasi. Selain itu, menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah "berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha."

Ada banyak cara untuk memahami kegiatan pariwisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Republik Indonesia tentang Kepariwisataan, yaitu :

- a. Pariwisata adalah jenis kegiatan perjalanan di mana seseorang atau sekelompok orang bepergian ke suatu tempat tertentu untuk berlibur, mengembangkan diri, atau menjelajahi keunikan destinasi wisata yang dikunjunginya untuk sementara waktu.
- b. Pelancong dianggap sebagai wisatawan.
- c. Istilah pariwisata mengacu pada serangkaian kegiatan terkait pariwisata yang didukung oleh sejumlah layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat.
- d. Semua kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata bersifat kompleks dan interdisipliner, yang bersumber dari tuntutan masing-masing negara dan individu serta interaksi antara pengunjung dengan pengunjung lainnya, pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pemerintah.
- e. Perusahaan yang melayani kebutuhan wisatawan dan merencanakan pariwisata dikenal sebagai perusahaan pariwisata.
- f. Orang atau kelompok orang yang bergerak di industri pariwisata dikenal sebagai wirausahawan pariwisata.
- g. Industri pariwisata terdiri dari sejumlah perusahaan yang saling terhubung yang menciptakan produk dan/atau layanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat merencanakan perjalanan.

Berdasarkan definisi tersebut, pariwisata diartikan sebagai kegiatan seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat (tempat tinggalnya) ke tempat lain (tujuan wisata) dengan tujuan untuk berlibur dan bersenang-senang tanpa menghabiskan banyak waktu di tempat tersebut (Rahayu dkk., 2023).

2. Jenis-Jenis Pariwisata

Jenis-jenis wisata secara umum yang sering dijumpai yaitu:

a. Wisata Alam

Wisata alam adalah kegiatan pariwisata yang berfokus pada eksplorasi atau pengalaman langsung dengan keindahan alam.

Lokasi wisata alam biasanya meliputi:

- 1) Gunung, seperti hiking di Gunung Rinjani (Lombok) atau Gunung Bromo (Jawa Timur)
- 2) Pantai, seperti Pantai Carolina, Pantai Mapaddegat di Kepulauan Mentawai, Pantai Gandoriah.
- 3) Taman nasional dan hutan, antara lain Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Taman Nasional Way Kambas, dan Taman Nasional Komodo. Taman Nasional Rimbo Panti, Taman Nasional Siberut, dan Taman Nasional Kerinci Seblat.
- 4) Danau dan Air Terjun

Air Terjun Nyarai, Air Terjun Hulu Banda, Air Terjun Kembar, Air Terjun Lubuk Hitam. Danau Maninjau, Danau Singkarak, Danau Tarusan Kamang, Danau Talang, Danau Dibawah, Danau Diatas.

Aktivitas yang dapat dilakukan meliputi fotografi alam, observasi flora dan fauna, ekowisata, hingga olahraga ekstrem seperti panjat tebing atau arum jeram. Melihat dari atraksi yang terdapat di Puncak Taruko maka destinasi wisata termasuk dalam kelompok wisata alam.

b. Wisata Budaya

Wisata budaya adalah jenis wisata yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami warisan budaya, tradisi, dan seni suatu daerah atau komunitas. Contohnya seperti:

1) Situs Sejarah

Jam Gadang, Istana Pagaruyung, Benteng Fort de Kock, Lobang Jepang, Museum Adityawarman, Kota Tua Padang.

2) Tradisi dan Festival

Festival Tabuik di Pariaman, Festival Pacu Jawi di Tanah Datar, Festival Rendang Dunia di Padang, Festival Minangkabau di Tanah Datar.

3) Kampung Adat

Kampung Sarugo, singkatan dari Saribu Gonjong merupakan kampung kuno dengan deretan Rumah Gadang yang berjumlah puluhan. Kampung ini terletak di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Gunung Omeh, Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

4) Kuliner Tradisional, yang melibatkan wisata gastronomi lokal.

Wisata ini biasanya melibatkan interaksi dengan masyarakat setempat untuk memahami nilai-nilai budaya, seni, arsitektur dan sejarah.

c. Wisata Minat Khusus

Wisata minat khusus adalah jenis wisata yang di rancang untuk memenuhi kebutuhan atau minat tertentu, biasanya bersifat personal dan mendalam. Contohnya meliputi:

1) Wisata Petualangan, seperti scuba diving di Raja Ampat, pendakian gunung, atau bersepeda di kawasan pegunungan.

2) Wisata Spiritual, seperti ziarah ke makam Wali Songo atau meditasi di tempat-tempat suci seperti Candi Borobudur.

- 3) Wisata Edukasi, seperti berkunjung ke museum, pusat penelitian, atau pusat pelestarian satwa.
- 4) Wisata Kesehatan, misalnya kunjungan ke tempat spa atau retreat kesehatan.

Jenis wisata ini cenderung memiliki pasar khusus dengan jumlah wisatawan yang lebih kecil namun tingkat kepuasan yang tinggi.

Jenis wisata berdasarkan objek pariwisata dibagi menjadi:

- a. Perjalanan yang didorong oleh daya tarik seni atau budaya daerah dikenal sebagai wisata budaya.
- b. Wisata penyembuhan, seperti mandi lumpur, adalah jenis wisata yang terinspirasi oleh keinginan untuk menyembuhkan penyakit.
- c. Wisata yang didorong oleh perjalanan untuk bisnis domestik atau luar negeri dikenal sebagai wisata komersial.
- d. Berpergian ke suatu tempat tertentu untuk menonton atau menghadiri acara olahraga dikenal sebagai wisata olahraga.
- e. Perjalanan yang didorong oleh keinginan untuk melihat atau mengamati suatu peristiwa atau kejadian yang berkaitan dengan kegiatan suatu negara, seperti menghadiri perayaan Hari Kemerdekaan, dikenal sebagai wisata politik.
- f. Wisata sosial, seperti perjalanan studi dan piknik, merupakan bentuk perjalanan yang penyelenggaranya tidak mengutamakan keuntungan.
- g. Perjalanan yang didorong oleh keinginan untuk melihat atau berpartisipasi dalam acara keagamaan, seperti ibadah haji dan umrah, upacara adat Bali, dll., dikenal sebagai wisata religi.

Jenis pariwisata lain hingga kini terus berkembang, sesuai dengan perspektif, misalnya dilihat dari tipologi wisatawan, karakter alam, maupun tingkatan tantangannya.

Menurut Ismayanti (2010), berdasarkan jenis-jenis objek wisatanya, pariwisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

a. Pariwisata Laut

Berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya merupakan bagian dari jenis pariwisata ini, yang juga mencakup penginapan, makan, dan minum.

b. Wisata Etnis

Jenis pariwisata ini adalah perjalanan untuk menyaksikan ekspresi budaya dan cara hidup masyarakat yang dianggap menarik.

c. Wisata Lingkungan

Jenis perjalanan ini sering dikaitkan dengan kecintaan terhadap keindahan alam, udara pegunungan yang segar, keajaiban satwa liar yang langka, dan tanaman yang sulit ditemukan di tempat lain.

d. Wisata buru

Adalah wisata yang dilakukan dinegeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

e. Perjalanan untuk olahraga

Olahraga dan pariwisata merupakan gabungan kegiatan dalam jenis perjalanan ini. Olahraga aktif yang mengharuskan wisatawan untuk mengerahkan diri secara fisik termasuk dalam kategori pariwisata ini. Olahraga pasif juga termasuk dalam jenis kegiatan lainnya.

f. Perjalanan untuk kuliner

Jenis perjalanan ini didorong oleh keinginan untuk menawarkan pengalaman yang menarik selain memuaskan dan menikmati beragam hidangan khas daerah. Perjalanan ini dapat menjadi lebih berkesan dengan beragamnya hidangan khas daerah.

g. Perjalanan untuk alasan keagamaan

Hakikat perjalanan ini adalah spiritual, religius, dan rohani.

h. Agrowisata

Mempromosikan pengetahuan, pengalaman, dan rekreasi dengan memanfaatkan agrowisata sebagai destinasi wisata. Agrowisata yang sering digunakan meliputi kehutanan, perikanan, perkebunan, peternakan, dan pertanian.

i. Wisata gua

Ini termasuk menjelajahi lingkungan sekitar dan mengunjungi gua-gua.

j. Wisata belanja

Ini memanfaatkan belanja sebagai daya tarik utama.

k. Wisata ekologis

Jenis wisata ini mendorong kepedulian terhadap lingkungan sosial dan alam.

3. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan adalah serangkaian tindakan terencana yang perlu diimplementasikan melalui keputusan pertumbuhan perusahaan yang dibuat oleh manajemen puncak. Selain itu, keberadaan jangka panjang organisasi setidaknya lima tahun dipengaruhi oleh strategi pengembangan. Oleh karena itu, strategi pengembangan berfokus pada masa depan. Strategi ini bekerja dengan mendefinisikan dan mempertimbangkan aspek eksternal dan internal perusahaan (David, 2004).

Perumusan strategi adalah tindakan menciptakan strategi jangka panjang untuk menangani peluang dan bahaya lingkungan secara efisien dengan mempertimbangkan keuntungan dan kerugian perusahaan. Strategi yang lebih spesifik dikembangkan berdasarkan aktivitas fungsional manajemen (Hunger dan Wheelen, 2003). Perumusan strategi meliputi penciptaan visi dan misi organisasi, penilaian kekuatan dan kelemahan internal dan eksternal, penemuan peluang dan ancaman, penetapan tujuan jangka panjang, penciptaan rencana alternatif bagi perusahaan, dan pemilihan rencana mana yang akan dilaksanakan.

Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu:

- a. Strategi manajemen
- b. Strategi investasi
- c. Strategi bisnis

Menurut Jayanti (2019), pembangunan pariwisata merupakan serangkaian inisiatif yang bertujuan untuk mencapai keterpaduan dalam pemanfaatan sumber daya pariwisata yang beraneka ragam dan memadukan segenap unsur yang tidak terkait dengan pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap keberlanjutan pembangunan pariwisata.

Menurut Gamal Suwanto dalam penelitiannya (2004) terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi perkembangan pariwisata. Faktor utama tersebut antara lain:

- a. Objek dan daya tarik wisata

Daya tarik wisata dapat meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan. Daya tarik wisata biasanya ditentukan oleh faktor-faktor berikut:

- 1) Memiliki sejumlah komponen yang dapat membuat Anda merasa puas, nyaman, dan bersih.
- 2) Sangat mudah diakses.
- 3) Memiliki karakteristik unik yang jarang ditemukan.

- b. Infrastruktur Pariwisata

Infrastruktur pariwisata mencakup sumber daya alam dan buatan. Sumber daya ini jalan, energi, air, telepon, gedung terminal, jembatan, dan lainnya sangat penting bagi wisatawan untuk mencapai tujuan wisata mereka. Membangun infrastruktur pariwisata yang sesuai dengan kondisi unik suatu tempat sangat penting untuk membantu wisatawan mempersiapkan perjalanan mereka.

c. Fasilitas Perjalanan

Fasilitas wisata adalah segala fasilitas yang disediakan suatu tempat wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan. Pembangunan fasilitas pariwisata di destinasi wisata dan objek wisata tertentu harus memenuhi kebutuhan pengunjung, baik dari segi kuantitas maupun kualitas.

d. Tata Kelola (infrastruktur)

Berkontribusi pada sistem irigasi, pemurnian air, dan pengolahan air limbah di destinasi wisata merupakan salah satu contoh infrastruktur yang mendukung fasilitas dan infrastruktur pariwisata, termasuk peraturan perundang-undangan serta struktur fisik, baik di atas maupun di bawah permukaan tanah.

- 1) Penyediaan fasilitas pariwisata yang memadai bergantung pada energi dan listrik, serta jaringan yang mendistribusikannya.
- 2) Akses ke destinasi wisata akan dipermudah dengan rute transit dan sistem terminal yang memadai dan efisien.

e. Komunitas (lingkungan)

1) Masyarakat

Penduduk lokal di sekitar destinasi wisata harus menyadari berbagai jenis dan mutu layanan yang dibutuhkan pengunjung.

2) Lingkungan

Untuk menjamin lingkungan alami destinasi wisata tidak rusak atau tercemar, lingkungan harus diperhatikan. Oleh karena itu, aturan dan spesifikasi untuk mengawasi destinasi wisata harus ditetapkan.

3) Budaya Lingkungan

Salah satu jenis lingkungan budaya dan pilar yang menopang keberlanjutan masyarakat adalah lingkungan alami destinasi wisata.

Pertumbuhan positif di sektor pariwisata. Menurut Kusdianto Hadinoto, sektor pariwisata harus mematuhi perencanaan dan pengelolaan lingkungan, sekaligus mempertimbangkan kesejahteraan penduduk setempat,

yang seringkali harus menjamu banyak pengunjung tanpa ikut serta dalam pertumbuhan industri. Hal ini tidak hanya akan membantu sektor ini tetap kuat di pasar pariwisata. Sektor ini masih dalam tahap perencanaan dan membutuhkan perencanaan yang matang di tingkat lokal, regional, dan nasional.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah teknik untuk menilai peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan perusahaan. Beberapa ahli menganggap analisis SWOT sebagai alat perencanaan strategis tradisional yang menawarkan metode langsung untuk menentukan pendekatan pengembangan strategi yang optimal. Dengan bantuan alat ini, para praktisi dapat lebih mudah mengidentifikasi apa yang perlu ditangani dan apa yang layak.

Ini adalah studi subjektif dan deskriptif. Hasil dari keempat bagian analisis SWOT dapat bervariasi tergantung pada individu dalam organisasi. Hal ini cukup umum karena tujuan analisis SWOT adalah untuk memberikan panduan, alih-alih solusi "ajaib" untuk suatu masalah. Saran-saran berikut terutama ditujukan untuk mempertahankan kekuatan dan memaksimalkan keuntungan dari peluang yang ada, sekaligus meminimalkan kelemahan dan menghindari bahaya, meskipun arahan ini dapat dilihat sebagai suatu solusi.

Analisis SWOT merupakan metode terorganisir untuk menentukan berbagai elemen yang berperan dalam penyusunan strategi perusahaan. Alasan di balik metode analisis ini mengoptimalkan peluang dan kekuatan sekaligus mengurangi risiko dan kelemahan. Singkatnya, analisis SWOT dapat digunakan dengan memeriksa dan mengklasifikasikan variabel-variabel yang memengaruhi keempat elemen tersebut. Oleh karena itu, dengan menganalisis elemen-elemen strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), temuan analisis dapat memengaruhi perencanaan strategis.

Faktor-faktor yang diterapkan dalam bentuk matriks SWOT, yang mana pengaplikasiannya adalah:

- a. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada.
- b. Bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada.
- c. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
- d. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Analisis SWOT kini menjadi alat praktis di sektor bisnis. Namun, analisis ini juga dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan ketika mengimplementasikan program baru di organisasi, perusahaan, lembaga pendidikan, dan lembaga lain yang memiliki visi dan misi yang jelas yaitu, organisasi dengan tujuan jangka panjang. Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan aspek internal dan eksternal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Proses penggunaan manajemen analisis SWOT menghendaki adanya survei internal tentang *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) program, serta survei eksternal atas *opportunities* (ancaman) dan *threats* (peluang/kesempatan). Tidak ada yang sebanding dengan analisis eksternal dan internal yang terstruktur dalam bidang perencanaan dan pengembangan. Sebuah bisnis atau organisasi sangat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal. Jika diterapkan dengan tepat, analisis SWOT dapat mengungkap elemen-elemen yang sebelumnya terlewatkan atau kurang dihargai.

Tujuan analisis SWOT adalah mengambil informasi dari analisis situasi dan menguraikannya menjadi isu internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT akan mengklarifikasi

apakah data mengarah pada sesuatu yang akan membantu bisnis dalam mengikuti pedoman metodis ketika membahas kondisi alternatif fundamental yang mungkin dipertimbangkan. Karena studi dan deskripsi yang diberikan berfungsi sebagai tolok ukur bagi perkembangan institusi di masa depan, analisis SWOT sangat penting untuk meningkatkan kualitas manajemen suatu bisnis atau organisasi lainnya. Setelah analisis, visi, misi, tujuan, dan rencana kerja yang lebih spesifik harus dikembangkan untuk meningkatkan program sebelumnya.

Menurut Budiman (2018) secara umum analisis SWOT dipakai untuk :

- a. memeriksa keadaan dan lingkungan sekitar
- b. memeriksa kondisi internal dan eksternal lembaga dan yang
- c. memeriksa kondisi internal dan eksternal bisnis.
- d. Mengetahui posisi kita dalam kaitannya dengan lingkungan sekitar
- e. Mengetahui posisi suatu lembaga dalam kaitannya dengan lembaga lain
- f. Mengetahui seberapa baik suatu perusahaan mengelola operasinya dibandingkan dengan para pesaingnya.

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal diatasi melalui kekuatan dan kelemahan. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat alternatif strategi. Strategi S-O mengharuskan perusahaan untuk memanfaatkan peluang melalui kekuatan internalnya. Strategi W-O mengharuskan perusahaan untuk meminimalkan kelemahan sekaligus memanfaatkan peluang. Strategi S-T mengoptimalkan kekuatan sekaligus menghindari ancaman, sementara strategi WT meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman (Rangkuti, 2006). Strategi SO, atau strategi kekuatan-peluang, memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO, atau strategi kelemahan-peluang, bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ST, atau strategi kekuatan-

ancaman, memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau memitigasi dampak ancaman eksternal. Strategi WT, atau strategi kelemahan-ancaman, adalah taktik defensif yang bertujuan mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (David, 2004).

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan.

Tabel 2. 1
Matriks SWOT

	Strenght (S) Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Menentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Menentukan 1-10 faktor-aktor peluang eskternal	Strategi S-O Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Menentukan 1-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

5. Minat Kunjung Wisatawan

Sebagai negara berkembang, Indonesia tengah berupaya mengembangkan industri pariwisatanya. Sebagai kegiatan ekonomi yang andal, pariwisata dapat meningkatkan devisa, membuka peluang usaha baru, dan menciptakan lapangan kerja, terutama bagi masyarakat pedesaan. Untuk memanfaatkan potensi suatu daerah secara maksimal, pembangunan pariwisata harus memiliki landasan yang kokoh dalam perencanaan, pengembangan, dan pengelolaannya. Salah satu strategi untuk mendorong

pertumbuhan pariwisata adalah kolaborasi antar berbagai pemangku kepentingan, seperti perwakilan pemerintah, pelaku usaha, dan tokoh adat.

Gagasan niat bepergian dalam hal ini berasal dari teori niat membeli suatu produk, yang berarti bahwa teori ini dapat diterapkan pada niat membeli dalam sejumlah kategori. Motivasi yang mendorong seseorang untuk bertindak disebut minat. Menurut Aviolitasona (2017), perspektif seseorang terhadap pengalaman masa lalunya memengaruhi keinginannya untuk bepergian lagi atau di masa mendatang. Temuan yang konsisten menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kendali berperan dalam perbedaan niat bepergian di masa mendatang, meskipun teori tindakan beralasan dan perilaku terencana telah menjadi model yang paling banyak digunakan untuk memprediksi perilaku sejak awal 1980-an.

Pengalaman perjalanan sebelumnya ke suatu destinasi meningkatkan kemungkinan kembali, menurut sebuah studi pariwisata. Penyebab mendasar dari hubungan ini adalah wisatawan cenderung memandang suatu tempat sebagai tempat yang berisiko rendah dan merasa lebih yakin untuk memilihnya di masa mendatang setelah pernah ke sana. Pengalaman liburan sebelumnya yang baik dan berisiko rendah merupakan prediktor paling umum mengapa wisatawan kembali.

Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan suatu tempat kepada orang lain dan kembali lagi di masa mendatang. Perilaku wisatawan di masa mendatang akan dipengaruhi oleh kepuasan mereka terhadap destinasi tersebut. Wisatawan yang puas cenderung ingin mengunjungi kembali lokasi tersebut. Selain itu, pengunjung yang puas cenderung menceritakan hal-hal menarik dan positif dari destinasi yang mereka kunjungi kepada orang lain.

Pengunjung yang tidak puas mungkin tidak akan kembali ke lokasi tersebut. Proses informasi dan komponen kepuasan yang digabungkan akan menjadi komponen penting dalam siklus kunjungan. Mereka juga dapat

mengambil tindakan publik, seperti mengunggah keluhan di media sosial atau memberi tahu organisasi lain.

Menurut Aviolitasona (2017), meskipun menilai perilaku sebelumnya dapat dilakukan dengan pencatatan langsung, mengukur sikap, norma, dan kendali dapat sangat menantang dan mahal dari sudut pandang manajerial. Perilaku sebelumnya juga dapat dinilai berdasarkan sikap, norma, dan kendali. Intinya, rasa ingin tahu dalam berwisata adalah keinginan untuk mengunjungi suatu lokasi atau daerah yang menarik. Produk wisata adalah sekumpulan elemen yang harus memenuhi permintaan konsumen, termasuk informasi, fasilitas, tarif, aksesibilitas, dan objek wisata. Produk yang awalnya menarik lambat laun kehilangan daya tariknya seiring dengan penurunan kualitasnya; oleh karena itu, kualitasnya harus terus dipertahankan.. Apabila suatu produk pariwisata makin sedikit menarik wisatawan berarti bahwa produk mulai berkurang daya tariknya dan harus di perbaiki.

a. Daya Tarik Wisata

Berdasarkan konsep ini, pesona alam, budaya, dan penduduk lokal dikemas secara apik dalam bentuk produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Selain itu, objek wisata yang andal adalah objek wisata yang dapat dikunjungi setiap hari tanpa perlu perencanaan sebelumnya. Misalnya, objek wisata alam, yang, kecuali tumbuhan dan satwa langka, dapat dikunjungi atau dinikmati setiap hari.

b. Aksebilitas

Saat bepergian, salah satu perhatian utama wisatawan adalah akses ke objek wisata. Salah satu komponen produk pariwisata adalah standar jalan dan transportasi, baik pribadi maupun umum. Perjalanan yang nyaman dan menyenangkan serta pengalaman baru merupakan ciri khas pariwisata berkualitas. Menurut Yoeti (2000), aksesibilitas mengacu pada unsur-unsur kemudahan yang diberikan kepada wisatawan yang berkunjung, yang untuknya mereka harus membayar harga yang wajar.

Aksesibilitas, atau seberapa mudah seseorang berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain, bisa pendek atau panjang. Ada sejumlah keinginan yang terlibat, dan transportasi tentu saja dibutuhkan untuk melakukan perjalanan tersebut. Sebagian orang menginginkan kecepatan yang lebih lambat, sementara yang lain menginginkan kecepatan. Banyak orang lebih menyukai harga rendah, sementara yang lain mampu membayar harga tinggi. Kemajuan teknologi telah menyediakan beragam pilihan transportasi udara dan darat untuk mendukung dan mendorong pertumbuhan pariwisata.

c. Tarif

Tarif adalah sejumlah uang atau barang yang ditukarkan oleh pembeli dengan barang atau jasa berbeda yang ditawarkan oleh penjual. Tarif adalah total biaya transportasi, fasilitas, dan objek wisata. Karena setiap produk wisata memiliki harga yang berbeda, terdapat perbedaan harga untuk perjalanan wisata ke destinasi yang sama dengan durasi perjalanan yang sama. Hal ini terjadi karena harga barang-barang wisata sangat elastis.

d. Fasilitas

Prasarana dan sarana yang memfasilitasi kelancaran operasional kegiatan wisata saat mengunjungi destinasi wisata dikenal sebagai fasilitas. Segala sesuatu yang membantu pengunjung yang tinggal sementara di destinasi wisata memenuhi kebutuhan mereka dianggap sebagai fasilitas. Mereka dapat berpartisipasi dan menikmati kegiatan yang ditawarkan di lokasi wisata. Segala sesuatu yang memberikan kenyamanan dan ketenangan pikiran bagi pengunjung destinasi wisata dianggap sebagai fasilitas. Kualitas suatu objek wisata berkaitan erat dengan kualitas fasilitas publiknya, karena fasilitas yang buruk dapat berdampak pada elemen lainnya.

e. Informasi

Informasi yang jelas dan komprehensif mengenai fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata suatu destinasi diperlukan untuk mempelajarinya. Bagi wisatawan, memiliki informasi yang akurat sangatlah penting karena tingkat kepuasan mereka bergantung pada informasi tersebut. Kekecewaan akan timbul akibat informasi yang tidak akurat (Rahayu dkk., 2023).

B. Penelitian Relevan

No	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Evi Rusvitasari, Agus Solikhin (2014)	Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang	Mengetahui strategi yang sudah dilakukan oleh pengelola di objek wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang, mengidentifikasi faktor apa saja yang menjadi penghambat pengembangan di objek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang.	Kedua Penelitian memiliki fokus yang sama, yaitu memahami faktor-faktor penghambat yang mempengaruhi pengembangan dalam suatu Objek Wisata	Penelitian Pertama terfokus meneliti tentang bagaimana strategi yang dilakukan pengelola di objek wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang serta faktor apa saja yang menjadi penghambat pengembangannya, Sementara penelitian kedua fokus meneliti pada analisis strategi pengembangannya

No	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					serta faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambatnya di objek wisata Puncak Taruko. Ini adalah perbedaan yang signifikan dalam konteks dan karakteristik objek penelitian.
2	Khusnul Khotimah, Wilopo, Luchman Hakim (2017)	Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus Pada Kawasan Situs Trowulan Sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto)	Terciptanya taktik yang dapat diterapkan pada pengembangan destinasi wisata budaya di kawasan Situs Trowulan, meliputi pengemasan objek wisata menjadi paket wisata, pengembangan citra destinasi, pembuatan	Kedua penelitian memiliki topik penelitian yang serupa, yaitu menyusun strategi-strategi apa saja yang akan di gunakan dalam pengembangan di suatu objek wisata. Ini merupakan kesamaan	Penelitian pertama lebih terfokus pada pengembangan destinasi pariwisata budaya di kawasan situs Trowulan dalam bentuk pengemasan daya tarik wisata melalui paket wisata, sedangkan penelitian kedua lebih terfokus pada analisis strategi pengembangannya seperti

No	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			promosi melalui media cetak dan elektronik, peningkatan aksesibilitas, pengembangan amenities, pembuatan prasarana pendukung, dan pengembangan sumber daya manusia bidang pariwisata.	dalam tujuan penelitian.	pengembangan melalui promosi, pengembanan sarana dan prasarana di objek wisata Puncak Taruko. Ini adalah perbedaan yang signifikan mengenai kedua penelitian.
3	Martilova, Novera & Reza Rezita (2023)	Analisis Pengaruh Aksesibilitas dan Informasi Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Puncak Taruko, Koto Gadang, Kecamatan IV Koto, Kabupaten	untuk mengetahui apakah pengetahuan dan aksesibilitas mempengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata Puncak Taruko Koto Gadang di Kecamatan IV Koto, Kabupaten	Kedua penelitian memiliki fokus yang sama yaitu, mendeskripsikan tentang minat wisatawan berkunjung ke objek wisata Puncak Taruko. Ini	Penelitian pertama terfokus pada pengaruh aksesibilitas dan informasi untuk mengetahui seberapa pengaruh aksesibilitas dan informasi terhadap minat wisatawan berkunjung ke wisata Puncak Taruko. ini adalah

No	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Agam, Sumatera Barat	Agam, Sumatera Barat.	mencerminkan kesamaan dalam tujuan penelitian.	perbedaan yang signifikan mengenai kedua penelitian.
4	Soeroji, Amad (2022)	Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.	Untuk merumuskan strategi pengembangan museum tosan aji purworejo dalam meningkatkan kunjungan wisatawan	Kedua Penelitian ini memiliki fokus yang sama yaitu, menganalisis strategi pengembangan untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan	Penelitian pertama lebih terfokus pada analisis strategi pengembangan di museum tosan aji purworejo. penelitian kedua lebih terfokus pada analisis strategi pengembangan terhadap objek wisata Pucak Taruko Kabupaten Agam dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan. Ini adalah perbedaan yang signifikan mengenai kedua penelitian.
5	Calvin Antonio E.	Strategi Pengembangan	Mendeskripsikan strategi	Kedua penelitian ini memiliki	Penelitian pertama lebih terfokus pada

No	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Carnelis (2019)	Objek Wisata Alam Gunung Fatuleu	pengembangan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan ojek wisata Alam Gunung Fatuleu.	fokus yang sama yaitu, mendeskripsikan strategi pengembangan dalam meningkatkan kunjungan di suatu objek wisata	deskripsi strategi pengembangan dalam meningkatkan kunjungan objek wisata Alam Gunung Fatuleu, sedangkan penelitian kedua lebih terfokus pada analisis strategi pengembangan dalam meningkatkan kunjungan wisata alam di objek Puncak Taruko Kabupaten Agam. Ini adalah perbedaan yang signifikan mengenai kedua penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode Kualitatif yang akan meneliti Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis SWOT di Objek Wisata Puncak Taruko Kabupaten Agam. Metode ini digunakan karena melalui metode ini peneliti berusaha memahami pentingnya akses di objek wisata secara mendalam dan berupaya menemukan pola untuk melahirkan teori.

Bersifat deskriptif, penelitian kualitatif seringkali menggunakan analisis. Sifat penelitian kualitatif bersifat eksploratif. Sukmadinata (2005) menegaskan bahwa konstruktivisme, yang berpandangan bahwa realitas bersifat multifaset dan dinamis dalam pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu, merupakan fondasi penelitian kualitatif.

Karena menginginkan temuan penelitian yang menyeluruh dan mendalam tentang fenomena yang diteliti, peneliti memilih pendekatan kualitatif. Selain itu, peneliti menggunakan pendekatan ini karena subjek penelitian adalah pengunjung dari segala usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa, yang berada di destinasi wisata Puncak Taruko di Kabupaten Agam. Oleh karena itu, peneliti memilih pendekatan kualitatif, dengan mengumpulkan informasi melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik kualitatif yang digunakan adalah mengumpulkan data sebanyak mungkin dari partisipan dan mengklasifikasikannya ke dalam beberapa tema atau kategori (Gumilang, 2016).

B. Latar dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di objek wisata Puncak Taruko yang berada di Jorong Sutijo, Nagari Koto Gadang Kecamatan Ampek Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Peneliti melakukan penelitian tentang pengembangan untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan di objek wisata Puncak Taruko terhitung dari:

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan (2024/2025)									
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	
Survei Awal	■									
Pengajuan Judul Proposal	■	■								
Bimbingan Proposal Skripsi		■	■	■	■					
Seminar Proposal					■					
Revisi Setelah Seminar					■	■				
Penelitian							■	■	■	
Mengelola Hasil Penelitian							■	■	■	■
Bimbingan							■	■	■	■

C. Instrumen Penelitian

Sugioyono (2018) mendefinisikan instrumen penelitian sebagai alat yang digunakan untuk mengkuantifikasi fenomena alam atau sosial yang telah diamati. Fenomena ini secara khusus disebut sebagai variabel penelitian. Menurut Arikunto (2016), instrumen penelitian adalah sarana atau alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan menghasilkan hasil yang lebih baik (lengkap, akurat, dan sistematis).

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data juga dikenal sebagai instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif. Peneliti sendiri berperan sebagai instrumen atau alat penelitian dalam penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan kamera, berbagai alat perekam seperti telepon seluler, kisi atau panduan wawancara, buku untuk mencatat hasil wawancara, dan rekaman audio wawancara untuk membantu penelitian..

D. Sumber Data Penelitian

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari sumber pertamanya (asli), baik dari individu ataupun perorangan seperti hasil dari wawancara yang dilakukan oleh penulis. Dalam data primer ini penulis menjadikan pemilik di Objek Wisata Puncak Taruko sebagai informan kunci, karena pemilik mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian ini. Sedangkan untuk informan utamanya penulis menjadikan wisatawan yang berkunjung, karena wisatawan terlibat langsung dalam interaksi yang diteliti.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku-buku, jurnal, laporan penelitian terdahulu, literatur, berita dan media sosial terkait objek wisata Puncak Taruko, Kabupaten Agam.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti meliputi:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan dimana pewawancara (peneliti) dalam mengumpulkan data peneliti mengajukan beberapa pernyataan kepada orang-orang yang akan penulis wawancarai. Guna memperoleh data yang ada kaitan dengan penelitian ini, maka peneliti mencari informasi yang diperlukan tentang Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Alam Puncak Taruko Kabupaten Agam Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan Menggunakan Analisis SWOT. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview atau wawancara yang tidak terstruktur yaitu interview (peneliti) mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan kerangka yang telah disiapkan dan diberikan kebebasan dalam menjawab. Berikut daftar narasumber nya yaitu:

Tabel 3. 2
Daftar Narasumber

No	Nama	Instansi	Jabatan
1	Syayuti	Pemilik Wisata Puncak Taruko	Pemilik
2	Rudi	Pelaku Usaha	Pelaku Usaha
3	Ariska	-	Wisatawan
4	Dila	-	Wisatawan
5	Sabri	-	Wisatawan
6	Hawa	-	Wisatawan
7	Egi	-	Wisatawan

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan fakta melalui pengamatan. Peneliti dapat mengamati objek penelitian lebih dekat dan lebih detail melalui observasi. Misalnya, ilmuwan dapat mengamati perilaku objek yang diteliti. Bahasa verbal kemudian dapat digunakan untuk menyampaikan observasi ini..

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini menggunakan dokumen yang dimiliki oleh pengelola seperti, laporan, gambar yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan untuk memahami data yang di dapat dan menemukan makna serta kesimpulan dari keseluruhan data dalam penelitian, teknik analisis data ini menggunakan Analisis SWOT/ Matriks SWOT.

1. Analisis SWOT/Matrik SWOT

Dengan menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, analisis SWOT dilakukan, yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan yang mampu mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja lembaga. Berikut langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai hal ini:

- a. Adakan Diskusi Kelompok Terfokus (FGD) untuk mendapatkan gambaran awal peta permasalahan lembaga. Semua pemangku kepentingan harus berpartisipasi dalam FGD agar peta akhir dapat mencerminkan kepentingan mereka secara akurat.
- b. Dengan menggunakan data yang diperoleh dari FGD, buatlah analisis SWOT. Kategori penilaian berikut umumnya disertakan dalam kuesioner ini:

- 1) Evaluasi unsur eksternal dan internal. Terkait isu-isu internal dan eksternal lembaga saat ini dan yang diantisipasi, responden menyampaikan pandangan yang mereka sukai.
- 2) Evaluasi urgensi. Urgensi penanganan isu-isu ini dinilai oleh responden. Sebagaimana ditunjukkan oleh kriteria yang dievaluasi (dari analisis internal) dan peluang atau ancaman (dari analisis eksternal), penilaian ini berkaitan dengan skala prioritas untuk menyelesaikan isu-isu pembangunan..
- 3) Setelah kuesioner diisi dan dikumpulkan, penilaian faktor dilakukan dengan memeringkat bobot penilaian pada "penilaian responden" yang memiliki nilai maksimum 6 dan minimum 1. "Peluang" dalam analisis eksternal dan "kekuatan" dalam analisis internal adalah faktor-faktor dengan nilai di atas median (atau rata-rata dilihat dari distribusi kemungkinannya). Di sisi lain, elemen dengan nilai penilaian di bawah median disebut sebagai "ancaman" dalam analisis eksternal dan "kelemahan" dalam strategi internal..
- 4) Dengan menggabungkan kekuatan-peluang (S-O), kekuatan-ancaman (S-T), kelemahan-peluang (W-O), dan kelemahan-ancaman (W-T), Anda dapat menciptakan kuadran faktor pengembangan, sebuah blok yang menggambarkan posisi relatif sejumlah faktor pengembangan internal dan eksternal. Uji konsistensi kuesioner SWOT perlu diperiksa sebelum mengidentifikasi kuadran pengembangan.
- 5) Dengan menggunakan Indeks Penilaian Kuadran sebagai panduan, bangunlah pola strategi pengembangan. Menerapkan kombinasi kebijakan dengan nilai indeks terendah secara berurutan akan menetapkan prioritas strategi pengembangan berdasarkan skenario ini. Hal ini berarti memulai dengan kombinasi strategis yang sudah memiliki indeks baik atau tinggi setelah berupaya mengatasi semua variabel terlemah. Rencana pengembangan institusi akan bergeser dari

WT_ST_WO_SO berdasarkan skenario yang disebutkan sebelumnya. (Wiswasta et al., 2018).

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik jaminan keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Triangulasi adalah proses pengumpulan data dengan menggabungkan beberapa sumber data dan metode yang sedang digunakan. (Sugiyopno, 2018).

Teknik menjamin keabsahan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber data yakni menggali keakuratan data dan informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber peroleh data. Mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber berguna untuk menguji kebenaran informasi dan data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Objek Wisata Puncak Taruko

Puncak Taruko adalah destinasi wisata alam yang terletak di Jorong Sutijo, Nagari Koto Gadang, Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Lokasinya berada dikawasan Geopark Ngarai Sianok dan berdekatan dengan Kota Bukittinggi, hanya sekitar 15-20 menit perjalanan dengan kendaraan bermotor. Puncak Taruko mulai dikenal sebagai objek wisata sekitar tahun 2018-2019. Awalnya, kawasan ini merupakan lahan milik keluarga yang kemudian dikembangkan menjadi tempat wisata oleh warga lokal. Pengelolaan dilakukan secara swadaya oleh keluarga pemilik lahan, dengan membangun fasilitas sederhana seperti gazebo, warung minuman, dan area parkir.

Nama “Taruko” sendiri berasal dari nama perkampungan di kawasan Ngarai Sianok. Puncak Taruko menawarkan panorama alam yang menakjubkan, termasuk pemandangan Ngarai Sianok, Tabiang Takuruang serta Gunung Marapi dan Singgalang. Keindahan alam ini menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana tenang dan udara sejuk khas pegunungan. Meskipun fasilitas di Puncak Taruko masih tergolong sederhana, pengunjung dapat menikmati berbagai spot foto menarik, termasuk pemandangan Ngarai Sianok dari ketinggian dan jembatan gantung yang menjadi latar foto favorit. Harga tiket masuk ke Puncak Taruko cukup terjangkau, yaitu Rp.5000 per orang. Akses menuju lokasi dapat dilalui dengan kendaraan roda dua maupun empat, meskipun jalan menuju puncak memiliki tanjakan dan kelokan yang cukup menantang.

Dalam konteks pengembangan wisata Puncak Taruko, belum terdapat informasi spesifik mengenai sejarah atau peran objek wisata di kawasan ini. Namun, mengingat medan jalan yang menanjak dan berliku, serta aksesibilitas yang terbatas bagi kendaraan besar, kemungkinan besar objek lokal berperan dalam membantu pengunjung mencapai lokasi wisata, terutama bagi mereka yang tidak menggunakan kendaraan pribadi. Peran objek wisata ini dapat menjadi bagian penting dalam mendukung pariwisata lokal dan perekonomian masyarakat setempat.

Puncak Taruko merupakan contoh sukses pengembangan wisata berbasis masyarakat di Sumatera Barat. Dengan memanfaatkan keindahan alam dan kearifan lokal, destinasi ini berhasil menarik minat wisatawan untuk menikmati panorama Ngarai Sianok dan sekitarnya. Meskipun fasilitas masih sederhana, semangat gotong royong dan inisiatif warga lokal dalam mengelola Puncak Taruko patut diapresiasi sebagai model pengembangan pariwisata berkelanjutan.

2. Wisata Puncak Taruko

Objek wisata Puncak Taruko termasuk dalam jenis wisata alam dan wisata buatan. Wisata buatan yaitu destinasi tempat wisata yang dibangun oleh manusia dengan memanfaatkan kondisi alam yang berpotensi dijadikan suatu tempat untuk berwisata. Sama halnya seperti wisata Puncak Taruko yang dibangun oleh Syayuti dengan memanfaatkan kawasan Geopark Ngarai Sianok. Destinasi ini menawarkan panorama alam yang memukau, seperti tebing ngarai yang curam, hamparan sawah hijau, dan pepohonan lebat. Syayuti juga membangun spot foto dan jembatan gantung dengan adanya jembatan ini wisatawan bisa melihat keindahan alam seperti Tabiang Takuruang, gazebo dan kafe untuk menunjang kenyamanan wisatawan, daya tarik utama wisata Puncak Taruko tetap pada keindahan alamnya. Hal ini menjadikannya sebagai destinasi wisata alam yang menonjol di Sumatera Barat.

Kepemilikan objek wisata Puncak Taruko ini merupakan atas nama individu bukan pemerintah daerah. Selaku pemilik wisata Puncak Taruko, Syayuti tidak ingin mendaftarkan wisata Puncak Taruko sebagai objek wisata resmi dibawah naungan pemerintah daerah. Karena ia ingin menjadikan wisata Puncak Taruko sebagai ikon dan ciri khas objek wisata Nagari. Syayuti juga khawatir terhadap regulasi yang ketat jika Puncak Taruko ada dibawah naungan dinas pariwisata, seperti harus wajib mematuhi berbagai regulasi dan standar operasional, karena Syayuti mungkin merasa bahwa regulasi tersebut dapat membatasi fleksibilitas mereka dalam mengelola dan mengembangkan destinasi wisata sesuai dengan visi dan misi mereka sendiri.

Untuk keberadaan objek wisata Puncak Taruko sudah diakui oleh Pemerintah bahkan sering di pantau oleh Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi. Karena Puncak Taruko ini bersifat independen milik pribadi, secara legal bukan objek wisata milik Kota Bukittinggi, maka pajak tidak ditanggung pemerintah serta tidak ada alokasi dana khusus untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko. Syayuti memakai dana pribadi untuk keperluan pengembangan fasilitas yang ada di objek wisata Puncak Taruko. Ia membangun fasilitas yang ada di objek wisata Puncak Taruko secara perlahan dan pertahap, dalam pengembangan dan pembangunan objek wisata Puncak Taruko tersebut di bantu oleh masyarakat sekitar yang di perkerjakan oleh Syayuti.

Dari awal terbentuknya Puncak Taruko ini, tidak ada peran campur tangan pokdarwis dan pemerintah, murni keinginan pribadi Syayuti untuk membangun Puncak Taruko karena ia memanfaatkan potensi alam yang ada dan dijadikan daya tarik wisata. Syayuti juga memperkerjakan dan mengikut sertakan masyarakat setempat dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata Puncak Taruko. Setelah Puncak Taruko ini siap, dan mulai banyak warga sekitar yang berkunjung dan membantu mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui mulut ke mulut dan mengupload foto ke media sosial.

Hal ini adalah salah satu cara untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata Puncak Taruko.

3. Letak Puncak Taruko

Puncak Taruko adalah destinasi wisata alam yang terletak di Jorong Sutijo, Nagari Koto Gadang, Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Lokasinya berada dikawasan Geopark Ngarai Sianok dan berdekatan dengan Kota Bukittinggi, hanya sekitar 15-20 menit perjalanan dengan kendaraan bermotor.

4. Visi dan Misi Puncak Taruko

a. Visi

Menjadi destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Agam yang menyajikan keindahan panorama Ngarai Sianok dan sekitarnya, serta dikelola secara berkelanjutan oleh masyarakat lokal untuk meningkatkan kesejahteraan dan pelestarian lingkungan.

b. Misi

1) Mengembangkan potensi wisata alam lokal

Puncak Taruko menawarkan pemandangan menakjubkan seperti Ngarai Sianok, Tabiang Takuruang, serta Gunung Marapi dan Singgalang. Keindahan ini menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana tenang dan udara sejuk khas pegunungan.

2) Mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata

Pengelolaan Puncak Taruko dilakukan secara swadaya oleh keluarga pemilik lahan dan masyarakat setempat, dengan membangun fasilitas sederhana seperti gazebo, warung minuman, dan area parkir.

3) Menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal

Pengunjung diimbau untuk menjaga kebersihan lingkungan dan selalu membuang sampah pada tempatnya, sebagai bagian dari upaya pelestarian lingkungan sekitar.

- 4) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar melalui pariwisata

Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat lokal melalui berbagai usaha seperti penyediaan makanan, minuman, dan jasa lainnya.

B. Temuan Penelitian

Modal pariwisata perlu dimanfaatkan dalam pengembangan dan meningkatkan mutu daerah tujuan wisata, untuk melaksanakan terciptanya kondisi yang diharapkan dalam mengembangkan pariwisata maka perlu adanya sapta pesona. Sapta pesona adalah kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata serta memperoleh kepuasan atau kunjungannya. Sapta pesona mencakup unsur keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah-tamah, dan kenangan. Sapta pesona adalah salah satu unsur pokok dalam pengembangan dan peningkatan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata. Strategi pengembangan pariwisata pada suatu daerah yang berpotensi untuk meningkatkan potensi pariwisata pada suatu daerah. (Suryani, 2017).

Hal-hal yang penting untuk diperhatikan dalam pengembangan objek wisata yaitu objek dan daya tarik wisata, infrastruktur pariwisata, fasilitas perjalanan, tata kelola (infrastruktur), komunitas (lingkungan). Lima indikator untuk menentukan strategi pengembangan objek wisata Puncak Taruko yang dianalisis menggunakan analisis SWOT, dapat dilihat dari penjelasan dari hasil wawancara penulis dengan informan penelitian yaitu pemilik sekaligus pengelola Puncak Taruko, pelaku usaha atau masyarakat setempat dan 5 orang pengunjung sebagai berikut:

1. Objek dan Daya Tarik Wisata

Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) adalah istilah penting dalam dunia pariwisata yang merujuk pada segala sesuatu yang memiliki nilai dan potensi untuk menarik kunjungan wisatawan ke suatu tempat.

Berdasarkan hasil wawancara penulis lakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 dengan Syayuti pemilik tentang Objek dan Daya Tarik Wisata menyatakan bahwa:

“Objek dan Daya tarik wisata yang ditawarkan di Puncak Taruko adalah pesona alamnya yang berada di kawasan Geopark Ngarai Sianok. Karena keindahan alamnya dan udara yang sejuk, Puncak Taruko juga dilengkapi dengan berbagai spot foto yang menarik serta spot foto yang menjadi ikon utama di objek wisata Puncak Taruko adalah jembatan gantung dengan adanya jembatan tersebut para wisatawan bisa melihat pemandangan tabiang takuruang yang hanya bisa di lihat dari Puncak Taruko karena wisata ini memiliki ketinggian sekitar 110 meter. Dalam menjaga dan meningkatkan kualitas daya tarik di objek wisata puncak taruko ini adalah mengutamakan kebersihan, kenyamanan serta pelayanan yang sangat mengutamakan serta memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pengunjung. Di objek wisata puncak taruko juga sudah tersedia fasilitas penyandang disabilitas atau keluarga dengan anak kecil. Pengunjung yang berkunjung di objek wisata puncak taruko tidak hanya bisa menikmati pemandangan saja tetapi juga bisa menikmati menu makanan serta minuman yang sudah di sediakan di kafe yang ada di dalam objek wisata puncak taruko tersebut.”

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 dengan Rudi selaku pelaku usaha sekaligus karyawan Puncak Taruko, menyatakan bahwa:

“Di objek wisata puncak taruko tidak ada UMKM dan tidak ada pedagang yang berjualan di area luar di karenakan jalan menuju wisata puncak taruko yang susah di lalui karena tanjakan yang tinggi dan berkelok, kemudian di dalam objek wisata puncak taruko juga sudah di sediakan makanan berat maupun makan ringan serta berbagai minuman yang bisa di nikmati oleh wisatawan yang berkunjung. Walaupun tidak ada UMKM yang berjualan di area wisata puncak taruko pemilik puncak taruko memperkerjakan

masyarakat lokal sebagai karyawan dan mengikut sertakan dalam proses pengembangan di objek wisata puncak taruko.”

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 dengan Ariska selaku wisatawan yang berkunjung di wisata Puncak Taruko, menyatakan bahwa:

“Alasan saya mengunjungi Puncak Taruko ialah untuk bersantai serta menikmati pemandangan yang indah dan berfoto di spot foto yang menjadi favorit banyak orang yang berkunjung di wisata Puncak Taruko yaitu jembatan gantung agar bisa melihat keindahan tabiang takuruan yang hanya bisa di lihat dari atas jembatan ini.”

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 dengan Dila selaku wisatawan yang berkunjung di wisata Puncak Taruko, menyatakan bahwa:

“Daya tarik yang menjadi andalan di objek wisata Puncak Taruko yaitu spot fotonya yaitu jembatan gantung agar bisa melihat ikon utamanya yaitu Tabiang Takuruang. Dengan adanya spot foto jembatan gantung itu tidak hanya bisa melihat keindahan tabiang takuruang tetapi juga bisa menunjang hasil foto yang sangat bagus.”

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 dengan Sabri selaku wisatawan yang berkunjung di wisata Puncak Taruko, menyatakan bahwa:

“Ini adalah kunjungan pertama saya ke objek wisata Puncak Taruko. Tujuan saya berkunjung ke sini untuk bersantai dan menikmati pemandangan yang sangat indah. Dan saya juga ingin berfoto di spot foto favorit yang di tawarkan di objek wisata Puncak Taruko yaitu jembatan gantung. Saya dan teman saya juga ingin deeptalk serta menghilangkan stress setelah penat berkerja karena di Puncak taruko kita bisa sekaligus merileks kan pikiran yang sempat jenuh dan bosan akibat penatnya berkegiatan.”

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 dengan Hawa selaku wisatawan yang berkunjung di wisata Puncak Taruko, menyatakan bahwa:

“Selama berada di Puncak Taruko ini saya merasa tenang dan nyaman. Dan untuk kunjungan berikutnya saya ingin mengajak keluarga saya dan teman-teman saya untuk berlibur di wisata Puncak Taruko ini”

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 dengan Egi selaku wisatawan yang berkunjung di wisata Puncak Taruko, menyatakan bahwa:

“Menurut saya fasilitas yang disediakan di sini sudah cukup memadai, hanya saja toilet dan mushola yang letaknya terpisah dan lumayan jauh. Kebersihan di objek wisata Puncak Taruko terjaga tetapi masih minim tempat sampah. Dan kurangnya fasilitas kursi atau gazebo untuk bersantai atau hanya sekedar duduk kalau pengunjung ramai, apalagi kalau weekend kadang banyak wisatawan yang tidak kebagian tempat untuk duduk.”

Berdasarkan dari pernyataan narasumber diatas, bahwa objek dan daya tarik yang dimiliki oleh wisata Puncak Taruko yaitu, keindahan alamnya dan udaranya yang sejuk, serta spot foto yang menjadi daya tarik utamanya juga selain daya tarik alamnya.

Dari data hasil wawancara tersebut, maka dapat dijabarkan temuan penelitian sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Objek dan daya tarik wisata yang ada di wisata Puncak Taruko adalah pesona alamnya. Karena keindahan alam yang dimilikinya membuat udara di wisata Puncak Taruko lebih terasa sejuk dan membuat pikiran tenang bagi siapa saja yang berkunjung ke objek wisata Puncak Taruko.
- 2) Puncak Taruko juga dilengkapi berbagai spot foto yang menarik, bahkan adapula spot foto utama yang menjadi daya tarik utama di Puncak Taruko selain keindahan alamnya yaitu Jembatan Gantung dengan adanya jembatan ini para wisatawan tidak hanya bisa melihat bukit-bukit saja tetapi juga bisa melihat yang hanya bisa di lihat di wisata Puncak Taruko dengan ketinggian 110 meter yaitu Tabiang Takuruang.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Tidak ada UMKM yang berjualan di sekitaran objek wisata Puncak Taruko, hanya ada tempat makan yang sudah di sediakan oleh pemilik wisata.
- 2) Kurangnya fasilitas tempat duduk, atau gazebo di Puncak Taruko, yang membuat wisatawan kebingungan mencari tempat duduk yang kosong.

c. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Objek wisata alam seperti ini semakin diminati kalangan muda terutama generasi Z

d. Ancaman (*Threats*)

- 1) Banyak pasangan muda mudi yang berkunjung dapat menjadi ancaman bagi ketertiban objek wisata Puncak Taruko, walaupun sudah ditekankan oleh pemilik untuk menjaga adab dan kesopanan.

2. Infrastruktur Pariwisata

Infrastruktur pariwisata adalah seluruh sarana dan prasarana fisik serta fasilitas penunjang yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan kepariwisataan. Infrastruktur ini memungkinkan wisatawan untuk mencapai, menikmati, dan tinggal di suatu destinasi wisata dengan aman, nyaman, dan efisien. Tanpa infrastruktur yang memadai, potensi pariwisata sulit dikembangkan dan tidak akan memberikan pengalaman yang optimal bagi wisatawan.

Dibawah ini merupakan kutipan wawancara penulis dengan pemilik Puncak Taruko Syayuti terkait infrastruktur pariwisata yang ada di objek wisata Puncak Taruko yang dilakukan pada hari Sabtu, 31 Mei 2025, menyatakan bahwa:

“Di wisata Puncak taruko sudah tersedia fasilitas infrastruktur yang cukup memadai seperti meja, kursi, toilet, mushola dan tempat makan. Kondisi jalan akses menuju wisata Puncak Taruko masih belum terbilang bagus karena jalan menuju ke wisata ini kita harus sangat berhati-hati apalagi saat sedang hujan dikarenakan kondisi jalan yang

banyak lubang dan menanjak bahkan menikung. Menurut Syayuti banyak rencana pengembangan atau bangunan-bangunan yang akan di buat pada waktu dekat ini seperti rumah adat, homestay, memindahkan mushola dekat dengan toilet, membangun mushola yang lebih memadai akan tetapi proses pembangunan hanya bisa di lakukan pada saat bulan puasa saja dikarena setiap hari banyaknya wisatawan yang berkunjung. Wisata Puncak Taruko buka dari jam 06.00-18.00 WIB setiap harinya, lewat dari itu tidak diizinkan memasuki area wisata.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Rudi selaku pelaku usaha sekaligus karyawan Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait infrastruktur pariwisata, menyatakan bahwa:

“Sayangnya di wisata Puncak Taruko tidak tersedia area khusus bagi pelaku usaha hanya ada kafe yang disediakan oleh pemilik tempat wisata di dalam area Puncak Taruko.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Ariska selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait infrastruktur pariwisata, menyatakan bahwa:

“Akses jalan menuju ke Puncak Taruko masih agak susah apalagi kalau musim hujan harus sangat hati-hati dikarenakan jalannya yang licin, menanjak, banyak lubang dan ada tikungan yang lumayan tajam. Untuk fasilitas yang ada sudah cukup memadai tetapi ada beberapa tempat yang masih banyak sampah di karenakan kurangnya tempat sampah.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Dila selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait infrastruktur pariwisata, menyatakan bahwa:

“Wisata Puncak Taruko adalah wisata yang sangat nyaman apalagi untuk bersantai bersama pasangan dan teman-teman untuk deceptalk dan curhat. Keamanan fasilitas disini sangat terjaga sekali menurut saya, akan tetapi untuk kebersihan kurang mungkin karna minim tempat sampah atau bahkan kekurangan karyawan. Jalan menuju ke Puncak Taruko lumayan menanjak dan menikung jadi sedikit susah jika kesini menggunakan mobil harus ekstra hati-hati. Pengaruh fasilitas yang tersedia terhadap kenyamanan itu menurut saya sangat

penting karena kami sebagai wisatawan yang berwisata ke suatu tempat mencari kenyamanan, ketenangan kalau tidak nyaman buat apa kami berkunjung.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Sabri selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait infrastruktur pariwisata, menyatakan bahwa:

“Akses jalan menuju ke Puncak Taruko lumayan susah dikarenakan nanjak dan berlubang, mungkin pengelola Puncak Taruko bisa memperbaiki jalan-jalan yang berlubang agar tidak terlalu susah karna itu sangat rawan kecelakaan. Fasilitas disini juga sangat memadai, menu makanan dan minuman disini juga enak dan cocok dengan cuaca di suasana seperti wisata Puncak Taruko. Keamanan wisata ini sangat terjaga, dan untuk wisata alam ini sudah termasuk wisata yang menjaga kebersihannya dengan fasilitas yang cukup memadai. Menurut saja infrastruktur yang perlu di tambah mungkin bisa kursi dan meja karna masih kurang apalagi kalau pengunjung sedang ramai banyak yang tidak kebagian tempat duduk.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Hawa selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait infrastruktur pariwisata, menyatakan bahwa:

“Fasilitas yang disediakan di Puncak Taruko berupa toilet, gazebo, tempat parkir, dan spot foto serta kafe. Meskipun demikian perlu adanya pembenahan mushalla dan toilet agar para pengunjung dapat melaksanakan shalat tanpa harus keluar dari area Puncak Taruko karena jaraknya juga lumayan jauh.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Egi selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait infrastruktur pariwisata, menyatakan bahwa:

“Fasilitas yang sudah disediakan di Puncak Taruko sudah cukup membantu dan nyaman bagi wisatawan yang berkunjung. Meskipun demikian perlu adanya penambahan fasilitas seperti gazebo, meja dan kursi bahkan pembenahan toilet yang letaknya di luar area Puncak Taruko.”

Berdasarkan dari pernyataan narasumber diatas bahwa infrastruktur pariwisata yang dimiliki oleh wisata Puncak Taruko yaitu, toilet, gazebo, tempat parkir, tempat sampah, mushalla, dan kafe.

Dari data hasil wawancara tersebut, maka dapat dijabarkan temuan penelitian sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Fasilitas yang disediakan di Objek Wisata Puncak Taruko sudah cukup memadai dan membantu wisatawan saat berada di Puncak Taruko.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Minimnya tempat sampah, seharusnya di beri tempat sampah di beberapa titik area Puncak Taruko agar sampah tidak berserakan, bahkan bisa diserakkan oleh hewan seperti kucing.
- 2) Fasilitas toilet dan mushalla yang berada di luar area Puncak Taruko.
- 3) Kurangnya gazebo, atau meja dan tempat duduk yang membuat wisatawan harus menunggu atau mencari yang kosong, bahkan gazebo yang memiliki atap hanya beberapa saja, susah jika saat musim hujan.

c. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Fasilitas yang disediakan di Puncak Taruko berupa toilet, gazebo, tempat parkir, spot foto dan kafe. Meskipun demikian perlu adanya pembenahan mushalla dan toilet di destinasi wisata sehingga pengunjung dapat melaksanakan sholat di kawasan wisata.

d. Ancaman (*Threats*)

- 1) Akses jalan yang susah dilalui oleh mobil bahkan bus yang bisa masuk hanya bus dengan ukuran $\frac{3}{4}$ saja.

3. Fasilitas Perjalanan

Fasilitas perjalanan adalah segala bentuk layanan, perlengkapan, atau dukungan yang disediakan untuk menunjang kenyamanan, keamanan, efisiensi, dan kelancaran seseorang atau sekelompok orang selama melakukan

perjalanan. Fasilitas ini bisa disediakan oleh perusahaan, instansi pemerintah, penyedia jasa perjalanan, atau transportasi umum.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Syayuti pemilik objek wisata Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait fasilitas perjalanan, menyatakan bahwa:

“Transportasi yang bisa di jangkau objek wisata Puncak Taruko hanya bus dengan ukuran $\frac{3}{4}$ lebih dari itu tidak bisa karena kondisi jalan yang menanjak dan menikung. Wisata Puncak Taruko tidak terdapat kerja sama dengan penyedia jasa transportasi dikarenakan jumlah pengunjung harian yang tidak stabil (tergantung musim/liburan), banyak wisatawan lebih memilih menggunakan kendaraan sendiri. Di Puncak Taruko sudah tersedia area parkir yang memadai dan cukup luas. Pengelola tidak menyediakan fasilitas shuttle atau antar-jemput karena kebanyakan wisatawan yang berkunjung menggunakan kendaraannya sendiri.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Rudi selaku pelaku usaha sekaligus karyawan Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait fasilitas perjalanan, menyatakan bahwa:

“Pengelola Puncak Taruko tidak menyediakan pemandu wisata atau tour guide karena wisata Puncak Taruko sendiri bukanlah wisata minat khusus seperti lobang jepang yang memerlukan seorang pemandu wisata. Wisata Puncak Taruko adalah wisata alam yang dimana wisatawan bebas mengespor dirinya untuk menikmati keindahan alam yang ada. Puncak Taruko belum menyediakan fasilitas tambahan seperti WI-FI dan dokumentasi perjalanan dikarenakan dana dari pemilik wisata yang belum cukup.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Ariska selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait fasilitas perjalanan, menyatakan bahwa:

“Ini bukanlah pengalaman pertama saya berkunjung ke wisata alam tetapi ini adalah kunjungan pertama saya ke Puncak Taruko, tetapi sayangnya jalan menuju ke sini sedikit susah karena tanjakan yang lumayan tinggi, dan harus sangat hati-hati karna rawan kecelakaan.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Dila selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait fasilitas perjalanan, menyatakan bahwa:

“Akses jalan menuju ke Puncak Taruko yang dibidang jalan yang rusak transportasi umum/ mobil pribadi mungkin sedikit susah harus sangat hati-hati karna jalan yang banyak lubang, dan bahkan bus isi 30 orang saja tidak bisa masuk ke area wisata Puncak Taruko karena aspal jalannya. Meskipun demikian perlu adanya perbaikan jalan agar mudah untuk di lalui oleh kendaraan roda 4.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Sabri selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait fasilitas perjalanan, menyatakan bahwa:

“Akses lokasi menuju Puncak Taruko cukup terjangkau dan bisa di akses melalui google maps.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Hawa selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait fasilitas perjalanan, menyatakan bahwa:

“Akses jalan ke lokasi Puncak Taruko cukup nyaman dan aman karna banyaknya rumah masyarakat sekitar, dan banyak juga wisata-wisata lainnya di kawasan tersebut. Untuk harga tiket masuk ke Puncak Taruko ini cukup terjangkau serta informasi seputar objek wisata Puncak Taruko bisa diakses melalui internet.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Egi selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait fasilitas perjalanan, menyatakan bahwa:

“Untuk lokasi Puncak Taruko tidak lah di jalan raya tetapi masuk ke kawasan Geopark Ngarai Sianok dan kita harus melewati beberapa destinasi lainnya yang ada di kawasan tersebut karena wisata Puncak Taruko adalah wisata terakhir yang ada di kawasan Geopark Ngarai Sianok.”

Berdasarkan dari pernyataan narasumber diatas bahwa fasilitas perjalanan yang dimiliki oleh Puncak Taruko yaitu kemudahan dalam mengakses lokasi, bisa diakses melalui google maps, tarif masuk objek wisata yang cukup terjangkau.

Dari data hasil wawancara tersebut, maka dapat dijabarkan temuan penelitian sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Untuk lokasi Puncak Taruko mudah di akses menggunakan google maps. Wisata Puncak Taruko juga memiliki area parkir yang cukup luas, dan harga tiket masuk yang cukup terjangkau.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Akses jalan menuju Puncak Taruko harus melewati jalan yang rusak, seperti tanjakan yang cukup tinggi, menikung dan banyak lubang bahkan batu kerikil yang keluar-keluar, sangat sulit dilalui oleh kendaraan roda 4 bahkan bus yang bisa masuk ke area Puncak Taruko dengan ukuran $\frac{3}{4}$ lebih dari itu tidak bisa itupun harus ekstra hati-hati apa lagi jika sedang musim hujan jalanan menjadi licin sangat rawan kecelakaan. Dan lokasi Puncak Taruko yang jauh dari kawasan jalan raya karna harus masuk ke kawasan Geopark Ngarai Sianok.

c. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Akses lokasi menuju Puncak Taruko cukup terjangkau dan bisa di akses melalui google maps.

d. Ancaman (*Threats*)

- 1) Akses jalanan yang susah di lalui oleh kendaraan roda 4 bahkan bus isi 30 tidak bisa masuk ke dalam area Puncak Taruko. Jika sedang musim hujan akan rawan kecelakaan karena jalanan yang licin.

4. Tata Kelola (Infrastruktur)

Tata kelola infrastruktur adalah serangkaian kebijakan, proses, lembaga, dan mekanisme pengawasan yang mengatur bagaimana infrastruktur

publik (seperti jalan, jembatan, listrik, air, transportasi, dan teknologi informasi) direncanakan, dibangun, dioperasikan, dan dipelihara secara efisien, transparan, dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Syayuti pemilik sekaligus pengelola objek wisata Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait tata kelola (infrastruktur), menyatakan bahwa:

“Sistem pengelolaan objek wisata Puncak Taruko ini dengan cara bertahap dan di kelola secara pribadi. Dalam pengelolaan wisata Puncak Taruko pemilik wisata tidak melibatkan masyarakat lokal, hanya saja pemuda sekitar ada yang berkerja di Puncak Taruko sebagai kasir di kafe yang telah di sediakan didalam area wisata. Dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan di area wisata ini pemilik dan para karyawan melakukan gotong-royong untuk membersihkan area wisata setiap pagi dan sore.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Rudi selaku pelaku usaha sekaligus karyawan Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait tata kelola (infrastruktur), menyatakan bahwa:

“Dalam wisata Puncak Taruko sistem pengelolaan dijalankan secara mandiri tidak ada kerja sama dengan pihak lain. Strategi pemasaran di wisata Puncak Taruko tidak menggunakan media sosial seperti wisata-wisata lainnya yang mempromosikan tempat wisatanya, akan tetapi Puncak Taruko mempromosikan tempat wisatanya melalui mulut ke mulut.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Ariska selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait tata kelola (infrastruktur), menyatakan bahwa:

“Fasilitas yang ada di Puncak Taruko cukup membantu para wisatawan yang berkunjung. Meskipun demikian ada beberapa fasilitas yang mungkin perlu adanya pembenahan seperti toilet dan mushalla. Untuk pelayanan yang ada di Puncak Taruko lumayan ramah kepada para wisatawan yang berkunjung.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Dila selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait tata kelola (infrastruktur), menyatakan bahwa:

“Puncak Taruko memiliki pengelola yang menjaga keamanan. Meski demikian untuk kebersihan mungkin masih kurang dikarenakannya minim tempat sampah di beberapa titik sekitar area yang tidak ada tempat sampah. Menurut saya di Puncak Taruko yang perlu ditingkatkan lagi yaitu di tambahkannya fasilitas kursi, meja atau area bermain lainnya untuk anak-anak.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Sabri selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait tata kelola (infrastruktur), menyatakan bahwa:

“Fasilitas di Puncak Taruko sudah terbilang membantu wisatawan yang berkunjung tetapi ada beberapa fasilitas yang perlu dilakukannya perbaikan atau pemindahan untuk kenyamanan para pengunjung, seperti mushalla yang berada dekat dengan toilet dan areanya tidak terlalu jauh dari kawasan destinasi agar memudahkan para wisatawan.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Hawa selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait tata kelola (infrastruktur), menyatakan bahwa:

“Pelayanan di Puncak Taruko masih kurang seperti pengantaran makanan dan minuman yang lama. Kebersihan wisata ini juga masih kurang, karena minimnya tempat sampah.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Egi selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait tata kelola (infrastruktur), menyatakan bahwa:

“Saya sering mengunjungi wisata alam yang ada di kota Bukittinggi ini, tetapi yang menjadi pertimbangan saya untuk wisata Puncak taruko dengan wisata alam lainnya mungkin dari segi fasilitasnya, spot foto dan wisata Puncak Taruko juga tidak memiliki atraksi-atraksi ekstrem yang bisa dilakukan oleh wisatawan, jadi wisatawan yang berkunjung memang hanya bisa menikmati keindahan alam yang ada di Puncak Taruko.”

Berdasarkan data hasil wawancara beberapa informan terkait tata kelola (infrastruktur) yang ada di objek wisata Puncak Taruko, maka dapat dijabarkan temuan penelitian sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Fasilitas tempat ibadah, toilet, kamar mandi, tempat istirahat, tempat makan sudah ada.
- 2) Keamanan di wisata Puncak Taruko sudah di jaga dengan baik, dalam pelestarian kebersihan di puncak taruko juga pemilik dengan para karyawan melakukan kegiatan gotong royong di setiap pagi dan sore.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Tidak ada *homestay* di sekitar objek wisata Puncak Taruko
- 2) Belum ada toko oleh-oleh dan cinderamata di sekitar objek wisata
- 3) Minimnya tempat sampah di beberapa titik yang mengakibatkan sampah berserakan

c. Peluang (*Opportunities*)

Menambah fasilitas akan menciptakan lapangan pekerjaan baru dengan memberdayakan pemuda setempat.

d. Ancaman (*Threats*)

Jumlah fasilitas kursi dan meja yang kurang di objek wisata Puncak Taruko

5. Komunitas (Lingkungan)

Komunitas atau lingkungan di sekitar objek wisata merujuk pada masyarakat lokal yang tinggal dan beraktivitas di kawasan tersebut serta interaksi mereka dengan aktivitas pariwisata. Dalam konteks objek wisata seperti Puncak Taruko, komunitas memegang peranan penting karena mereka adalah penjaga, pelaku, sekaligus pihak yang terdampak langsung oleh pengembangan pariwisata.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Syayuti pemilik objek wisata Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait komunitas (lingkungan), menyatakan bahwa:

“Dengan keberadaan objek wisata Puncak Taruko ini terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar sangat damai, tidak ada permasalahan atau masyarakat terganggu akan wisata ini bahkan masyarakat sangat mendukung. Dalam pengelolaan objek wisata Puncak Taruko tidak ada kerja sama dengan komunitas lokal, pengembangan dan pengelolaan dilakukan oleh syayuti dan keluarganya.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Rudi selaku pelaku usaha sekaligus karyawan Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait komunitas (lingkungan), menyatakan bahwa:

“Tidak ada kerjasama pelaku usaha dan komunitas lokal dalam mengembangkan objek wisata ini.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Ariska selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait komunitas (lingkungan), menyatakan bahwa:

“Menurut saya fasilitas yang disediakan mendukung wisata yang ramah lingkungan. Kondisi lingkungan di sekitar wisata Puncak Taruko sangat ramah lingkungan, masyarakat sekitar pun ramah dan mendukung adanya objek wisata ini.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Dila selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait komunitas (lingkungan), menyatakan bahwa:

“Kelestarian lingkungan yang ada di objek wisata Puncak Taruko cukup memadai, kebersihannya pun terjaga. Meskipun demikian ada beberapa sampah yang berserakan diakibatkan kurangnya tempat sampah di lingkungan sekitar.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Sabri selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait komunitas (lingkungan), menyatakan bahwa:

“Masih ada sampah yang berserakan di beberapa area objek wisata Puncak Taruko. Sebaiknya di tambahkan lagi tempat sampah di beberapa titik area.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Hawa selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait komunitas (lingkungan), menyatakan bahwa:

“Mungkin komunitas lokal tidak terlalu banyak terlibat dalam menjaga kebersihan di area wisata Puncak Taruko tetapi mereka sangat menjaga kenyamanan dan keamanan para wisatawan yang berkunjung.”

Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara penulis dengan Egi selaku wisatawan yang berkunjung di Puncak Taruko pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 terkait komunitas (lingkungan), menyatakan bahwa:

“Objek wisata Puncak Taruko belum tersedia tempat sampah yang memadai di lingkungan objek wisata yang berakibat lingkungan kurang bersih.”

C. Pembahasan

Berdasarkan data hasil wawancara beberapa informan terkait komunitas (lingkungan) yang ada di objek wisata Puncak Taruko, maka dapat dijabarkan temuan penelitian sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strength*)
 - a. Menjaga kelestarian lingkungan dengan baik, menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan.
2. Kelemahan (*Weaknesses*)
 - a. Kurangnya menjaga kebersihan lingkungan disekitar area objek wisata Puncak Taruko
 - b. Tidak melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan objek wisata Puncak Taruko.
3. Peluang (*Opportunities*)
 - a. Melibatkan komunitas lokal dan pelaku usaha dalam pengembangan pariwisata bisa membuat terbukanya lapangan pekerjaan bagi pemuda pemudi sekitar untuk menjadikan pariwisata yang berkelanjutan.

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Jumlah tempat sampah yang kurang memadai di objek wisata Puncak Taruko

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan di objek wisata Puncak Taruko mengenai objek dan daya tarik wisata, infrastruktur pariwisata, fasilitas perjalanan, tata kelola (infrastruktur) dan komunitas (lingkungan), maka dapat dimasukkan dalam tabel SWOT berikut:

1. Objek dan Daya Tarik Wisata

Tabel 4. 1
Objek dan Daya Tarik Wisata

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Objek dan Daya tarik wisata yang ada di wisata Puncak Taruko adalah pesona alamnya yang asri 2. Puncak Taruko juga memiliki berbagai spot foto yang menarik	1. Kurangnya fasilitas tempat duduk, atau gazebo di Puncak Taruko
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Wisata ini adalah wisata Gen Z	1. Banyak pasangan muda mudi yang belum menikah berkunjung ke wisata Puncak Taruko

Sumber Data: Olahan Penulis

2. Infrastruktur Pariwisata

Tabel 4. 2
Infrastruktur Pariwisata

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Spot Foto di wisata Puncak Taruko yang menarik	1. Minimnya tempat sampah di beberapa area wisata Puncak Taruko 2. Fasilitas toilet dan mushalla yang berbeda di luar area Puncak Taruko 3. Kurangnya fasilitas penunjang seperti gazebo dan kursi
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Akses jalan mudah dijangkau menggunakan maps	1. Persaingan dengan destinasi lain yang lebih lengkap

Sumber Data: Olahan Penulis

3. Fasilitas Perjalanan

Tabel 4. 3
Fasilitas Perjalanan

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Petunjuk arah rambu yang jelas	1. Fasilitas penginapan yang terbatas
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Akses lokasi menuju Puncak Taruko cukup terjangkau dan di bisa di akses melalui google maps	1. Akses jalanan yang ketergantungan pada cuaca

Sumber Data: Olahan Penulis

4. Tata Kelola (Infrastruktur)

Tabel 4. 4
Tata Kelola (Infrastruktur)

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Pengawasan langsung oleh pemilik/pengelola 2. Keamanan di wisata Puncak Taruko di jaga dengan baik 3. Mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui media sosial	1. Tidak ada <i>homestay</i> di sekitar objek wisata Puncak Taruko 2. Tidak ada toko oleh-oleh dan cindremata di sekitar objek wisata 3. Minimnya tempat sampah
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal	1. Tidak ada SOP yang resmi untuk keselamatan bagi pengunjung

Sumber Data: Olahan Penulis

5. Komunitas (Lingkungan)

Tabel 4. 5
Komunitas (Lingkungan)

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Menjaga kelestarian lingkungan dan menjaga keamanan serta kenyamanan dengan baik	1. Tidak melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Dukungan masyarakat lokal	1. Minimnya tempat sampah

Sumber Data: Olahan Penulis

Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Proses penggunaan manajemen analisis SWOT menghendaki adanya survei internal tentang *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) program, serta survei eksternal atas *opportunities* (ancaman) dan *threats* (peluang/kesempatan). Pengujian eksternal dan internal yang terstruktur adalah sesuatu yang unik dalam dunia perencanaan dan pengembangan. Lingkungan eksternal mempunyai dampak yang sangat berarti pada sebuah perusahaan atau yang lainnya. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.

1. Analisis Lingkungan Internal

a. Kekuatan (*Strenght*)

- 1) Objek dan Daya tarik wisata yang ada di wisata Puncak Taruko adalah pesona alamnya yang asri
- 2) Puncak Taruko juga memiliki berbagai spot foto yang menarik
- 3) Petunjuk arah rambu yang jelas
- 4) Pengawasan langsung oleh pemilik/pengelola
- 5) Menjaga kelestarian lingkungan dan menjaga keamanan serta kenyamanan dengan baik
- 6) Mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui media sosial

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Kurangnya fasilitas tempat duduk, atau gazebo di Puncak Taruko
- 2) Minimnya tempat sampah di beberapa area wisata Puncak Taruko
- 3) Fasilitas toilet dan mushalla yang berbeda di luar area Puncak Taruko
- 4) Kurangnya fasilitas penunjang seperti gazebo dan kursi
- 5) Fasilitas penginapan yang terbatas
- 6) Tidak ada *homestay* di sekitar objek wisata Puncak Taruko
- 7) Tidak ada toko oleh-oleh dan cindremata di sekitar objek wisata

- 8) Minimnya tempat sampah
- 9) Tidak melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan

2. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Wisata ini adalah wisata Gen Z
- 2) Akses jalan mudah dijangkau menggunakan maps
- 3) Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal
- 4) Dukungan masyarakat lokal

b. Ancaman (*Threats*)

- 1) Banyak pasangan muda mudi yang belum menikah berkunjung ke wisata Puncak Taruko
- 2) Persaingan dengan destinasi lain yang lebih lengkap
- 3) Akses jalanan yang ketergantungan pada cuaca
- 4) Tidak ada SOP yang resmi untuk keselamatan bagi pengunjung
- 5) Minimnya tempat sampah

Setelah dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan destinasi wisata Puncak Taruko, tahap selanjutnya adalah memberikan bobot dan rating pada setiap faktor yang telah diidentifikasi. Pemberian bobot ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan relatif dari masing-masing faktor dalam mempengaruhi pengembangan destinasi wisata. Bobot diberikan dengan skala 0,0 hingga 1,0, di mana semakin besar bobot yang diberikan menunjukkan semakin penting faktor tersebut. Total bobot keseluruhan harus berjumlah 1,0. Sedangkan rating diberikan dengan skala 1 sampai 4 untuk menilai sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mempengaruhi objek wisata. Berikut termuat dalam tabel Analisis SWOT (Bobot + Rating = Skor) di bawah ini:

Tabel 4. 6
Tabel Analisis SWOT (Bobot + Rating = Skor)

No	Faktor SWOT	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Strengths (kekuatan)				
S1	Keindahan alam yang masih asri dan alami	0.15	4	0.60
S2	Pemandangan lembah dan tebing yang menarik	0.12	4	0.48
S3	Suasana tenang dan cocok untuk wisata keluarga	0.10	3	0.30
S4	Spot foto menarik untuk media sosial	0.08	3	0.24
S5	Terdapat warung makan lokal	0.05	3	0.15
Subtotal Strengths	0.50		1.77	
Weaknesses (Kelemahan)				
W1	Akses jalan yang sempit dan kurang memadai	0.10	2	0.20
W2	Minim tempat sampah	0.08	2	0.16
W3	Kurangnya fasilitas penunjang	0.10	2	0.20
W4	Promosi wisata yang masih rendah	0.12	2	0.24
W5	Pengelolaan wisata belum profesional	0.10	2	0.20
Subtotal	0.50		1.00	

No	Faktor SWOT	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Weaknesses				
Opportunities (Peluang)				
O1	Potensi keindahan alam yang intragramable	0.15	4	0.60
O2	Tren wisata alam yang ekowisata meningkat	0.12	3	0.36
O3	Lokasi strategis dekat destinasi wisata lain	0.10	3	0.30
O4	Dukungan pemerintah untuk pengembangan wisata	0.08	3	0.24
O5	Peningkatan minat wisatawan domestik & mancanegara	0.10	4	0.40
Subtotal	0.55		1.90	
Opportunities				
Threats (Ancaman)				
T1	Persaingan dengan destinasi wisata sejenis	0.10	2	0.20
T2	Ketergantungan pada cuaca (rawan hujan& longsor)	0.08	2	0.16
T3	Kurangnya kesadaran wisatawan terhadap kebersihan	0.07	3	0.21
T4	Keterbatasan infrastruktur	0.12	2	0.24

No	Faktor SWOT	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
	pendukung			
T5	Ancaman kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata	0.08	3	0.24
Subtotal Threats	0.45		1.05	

Hasil Akhir

a. Total Internal (Strength + Weakness) = 2.77

b. Total Ekternal (Opportunity + Threat) = 2.95

Artinya:

a. Internal : 2.77 = Kekuatan cukup dominan

b. Ekternal : 2.95 = Peluang besar, meskipun ada ancaman.

Pembahasan mengenai bobot dan rating dalam analisis SWOT untuk objek wisata Puncak Taruko dilakukan untuk mengetahui prioritas strategi pengembangan yang harus diterapkan. Bobot diberikan pada setiap faktor kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) berdasarkan tingkat kepentingannya terhadap pengembangan destinasi wisata. Bobot ini biasanya berkisar antara 0,0 hingga 1,0, dengan total keseluruhan bobot pada setiap tabel (IFAS dan EFAS) harus berjumlah 1,0. Rating diberikan untuk menilai sejauh mana respons Puncak Taruko terhadap faktor tersebut, dengan skala penilaian 1–4, di mana 4 menunjukkan respons yang sangat baik dan 1 menunjukkan respons yang sangat lemah. Nilai skor akhir diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating pada setiap faktor. Dalam kasus Puncak Taruko, faktor kekuatan seperti keindahan panorama alam dan keunikan bentang alam di sekitar Ngarai Sianok mendapatkan bobot tinggi karena menjadi daya tarik utama bagi wisatawan,

dengan rating yang juga tinggi karena pengelola mampu menjaga keasrian dan kebersihan lingkungan. Sebaliknya, kelemahan seperti keterbatasan fasilitas umum, akses transportasi yang kurang memadai, dan minimnya promosi wisata memiliki bobot yang cukup signifikan, karena faktor ini berdampak langsung terhadap kenyamanan pengunjung, namun ratingnya rendah karena penanganan terhadap masalah ini masih belum optimal. Dari sisi peluang, adanya tren wisata alam dan dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan pariwisata mendapatkan bobot besar dengan rating tinggi, mengingat hal ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Sedangkan pada ancaman, persaingan dengan destinasi wisata sejenis dan potensi bencana alam memiliki bobot cukup besar karena dapat memengaruhi stabilitas kunjungan, meskipun ratingnya berada pada tingkat sedang. Secara keseluruhan, hasil perhitungan bobot dan rating ini memberikan gambaran tentang faktor yang paling dominan memengaruhi pengembangan Puncak Taruko, sehingga strategi pengembangan dapat difokuskan pada pemaksimalan kekuatan dan peluang, sekaligus meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman.

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal maka diperoleh hasil kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berikut termuat dalam tabel analisis SWOT di bawah ini:

Tabel 4. 7
Analisis SWOT Objek Wisata Puncak Taruko

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1) Objek dan daya tarik wisata yang ada di wisata Puncak Taruko adalah pesona alamnya yang asri.	1) Kurangnya fasilitas tempat duduk, atau gazebo di Puncak Taruko
2) Puncak Taruko juga memiliki berbagai spot foto yang menarik	2) Minimnya tempat sampah di beberapa area wisata Puncak Taruko
3) Keamanan di wisata Puncak	

<p>Taruko di jaga dengan baik</p> <p>4) Mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui media sosial</p> <p>5) Petunjuk arah rambu yang jelas</p>	<p>3) Fasilitas toilet dan mushalla yang berbeda di luar area Puncak Taruko</p> <p>4) Kurangnya fasilitas penunjang seperti gazebo dan kursi</p> <p>5) Fasilitas penginapan yang terbatas</p> <p>6) Tidak ada <i>homestay</i> di sekitar objek wisata Puncak Taruko</p> <p>7) Tidak ada toko oleh-oleh dan cindremata di sekitar objek wisata</p> <p>8) Minimnya tempat sampah</p> <p>9) Tidak melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan</p>
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
<p>1) Wisata ini adalah wisata Gen Z</p> <p>2) Akses jalan mudah dijangkau menggunakan maps</p> <p>3) Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal</p> <p>4) Dukungan masyarakat lokal</p>	<p>1) Banyak pasangan muda mudi yang belum menikah berkunjung ke wisata Puncak Taruko</p> <p>2) Persaingan dengan destinasi lain yang lebih lengkap</p> <p>3) Akses jalanan yang ketergantungan pada cuaca</p> <p>4) Tidak ada SOP yang resmi untuk keselamatan bagi pengunjung</p> <p>5) Minimnya tempat sampah</p>

Sumber Data: Olahan Penulis

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah suatu alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dimiliki oleh suatu organisasi, proyek, atau objek kajian tertentu, baik dari faktor internal maupun eksternal. Tujuan utama dari matriks SWOT adalah untuk mengidentifikasi posisi strategis dari suatu entitas dan menyusun strategi yang tepat berdasarkan kondisi yang sedang dihadapi. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis seperti yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 8
Matriks SWOT

	<i>Strength</i>	<i>Weaknesses</i>
Faktor Internal	1) Objek dan daya tarik wisata yang ada di wisata Puncak Taruko adalah pesona alamnya yang asri.	1) Kurangnya fasilitas tempat duduk, atau gazebo di Puncak Taruko
Faktor Eksternal	2) Puncak Taruko juga memiliki berbagai spot foto yang menarik	2) Minimnya tempat sampah di beberapa area wisata Puncak Taruko
	3) Keamanan di wisata Puncak Taruko di jaga dengan baik	3) Fasilitas toilet dan mushalla yang berbeda di luar area Puncak Taruko
	4) Mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui media sosial	4) Kurangnya fasilitas penunjang seperti gazebo dan kursi
	5) Petunjuk arah rambu yang jelas	5) Fasilitas penginapan

		<p>yang terbatas</p> <p>6) Tidak ada <i>homestay</i> di sekitar objek wisata Puncak Taruko</p> <p>7) Tidak ada toko oleh-oleh dan cindremata di sekitar objek wisata</p> <p>8) Minimnya tempat sampah</p> <p>9) Tidak melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan</p>
<p><i>Opportunities</i></p> <p>1) Wisata ini adalah wisata Gen Z</p> <p>2) Akses jalan mudah dijangkau menggunakan maps</p> <p>3) Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal</p> <p>4) Dukungan masyarakat lokal</p>	<p>SO</p> <p>1) Mempelajari kebutuhan pasar pariwisata agar bisa melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko secara berkesinambungan dengan tetap menjaga kelestarian alam agar wisatawan dari luar daerah semakin banyak yang datang dan semakin diminati kalangan muda terutama generasi Z</p> <p>2) Menentukan target wisatawan yang akan disasar dan memperkuat branding objek wisata yang membedakan dengan destinasi lain agar semakin dikenal luas</p>	<p>WO</p> <p>1) Melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko agar bisa meningkatkan kunjungan wisatawan dengan membuat inovasi-inovasi baru</p> <p>2) Memperbaiki akses jalan agar mudah dijangkau sehingga kuantitas pengunjung semakin meningkat</p> <p>3) Menambah fasilitas penginapan di sekitar objek wisata Puncak</p>

	<p>3) Memperbaiki akses jalan agar tidak ada yang mengalami kecelakaan</p> <p>4) Merawat fasilitas yang ada dan menambah fasilitas lain yang diperlukan untuk pengembangan objek wisata puncak taruko</p>	<p>Taruko</p> <p>4) Membangun relasi dengan pemerintah dan swasta untuk memberikan pelatihan terkait pengembangan objek wisata kepada pemuda setempat</p>
<p>Threats</p> <p>1) Banyak pasangan muda mudi yang belum menikah berkunjung ke wisata Puncak Taruko.</p> <p>2) Persaingan dengan destinasi lain yang lebih lengkap</p> <p>3) Akses jalanan yang ketergantungan pada cuaca</p> <p>4) Tidak adanya SOP yang resmi untuk keselamatan pengunjung</p> <p>5) Minimnya tempat sampah</p>	<p>ST</p> <p>1) Melakukan patroli berjadwal untuk menjaga keamanan, ketertiban dan memantau wisatawan yang datang berpasangan tapi belum menikah</p> <p>2) Mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui media sosial</p> <p>3) Menambah jumlah tempat sampah dan membersihkannya secara berkala agar kebersihan objek wisata Puncak Taruko tetap terjaga</p> <p>4) Membuat peraturan mengenai SOP keselamatan untuk pengunjung</p> <p>5) Membuat inovasi baru yang lebih menarik untuk menarik minat wisata berkunjung ke wisata Puncak Taruko</p>	<p>WT</p> <p>1) Akses jalan diperbaiki terutama yang berlubang di tutup agar tidak rawan kecelakaan dan jika musim hujan pun tidak menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Puncak Taruko</p> <p>2) Membentuk pengurus objek wisata Puncak Taruko yang terstruktur sehingga dapat meningkatkan pelayanan bagi wisatawan</p>

Sumber Data: Olahan Penulis

Berdasarkan analisis di atas dapat diketahui bahwa strategi pengembangan objek wisata Puncak Taruko dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam analisis SWOT sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO (Strengths-Opportunities) dalam matriks SWOT adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal (*Strengths*) organisasi atau perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal (*Opportunities*) sebaik-baiknya. Ini adalah jenis strategi yang paling ideal dan proaktif karena berupaya mengoptimalkan keunggulan internal demi pertumbuhan dan perkembangan yang maksimal. Strategi SO untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- 1) Mempelajari kebutuhan pasar pariwisata agar bisa melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko secara berkesinambungan dengan tetap menjaga kelestarian alam agar wisatawan dari luar daerah semakin banyak yang datang dan semakin diminati kalangan muda terutama generasi Z
- 2) Menentukan target wisatawan yang akan disasar dan memperkuat branding objek wisata yang membedakan dengan destinasi lain agar semakin dikenal luas
- 3) Memperbaiki akses jalan agar tidak ada yang mengalami kecelakaan
- 4) Merawat fasilitas yang ada dan menambah fasilitas lain yang diperlukan untuk pengembangan objek wisata puncak taruko

b. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST (*Strength-Threats*) adalah salah satu dari empat strategi dalam matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang fokus pada menggunakan kekuatan internal (*Strengths*) untuk mengatasi atau mengurangi ancaman eksternal (*Threats*). Strategi ST untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- 1) Melakukan patroli berjadwal untuk menjaga keamanan, ketertiban dan memantau wisatawan yang datang berpasangan tapi belum menikah
- 2) Mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui media sosial
- 3) Menambah jumlah tempat sampah dan membersihkannya secara berkala agar kebersihan objek wisata Puncak Taruko tetap terjaga
- 4) Membuat peraturan mengenai SOP keselamatan untuk pengunjung
- 5) Membuat inovasi baru yang lebih menarik untuk menarik minat wisata berkunjung ke wisata Puncak Taruko

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunity*)

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) adalah salah satu dari empat strategi utama dalam matriks SWOT, yang menggabungkan kelemahan (*Weaknesses*) internal dengan peluang (*Opportunities*) eksternal. Tujuan utama dari strategi ini adalah memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi atau memperbaiki kelemahan organisasi atau perusahaan. Strategi WO untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- 1) Melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko agar bisa meningkatkan kunjungan wisatawan dengan membuat inovasi-inovasi baru
- 2) Memperbaiki akses jalan agar mudah dijangkau sehingga kuantitas pengunjung semakin meningkat
- 3) Menambah fasilitas penginapan di sekitar objek wisata Puncak Taruko
- 4) Membangun relasi dengan pemerintah dan swasta untuk memberikan pelatihan terkait pengembangan objek wisata kepada pemuda setempat Melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko agar bisa meningkatkan kunjungan wisatawan dengan membuat inovasi-inovasi baru

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) dalam analisis SWOT adalah jenis strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan menghindari ancaman (*Threats*). Ini adalah strategi defensif yang digunakan ketika suatu organisasi berada dalam posisi yang relatif tidak menguntungkan yakni memiliki banyak kelemahan internal dan menghadapi ancaman eksternal yang signifikan. Strategi WT untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- 1) Akses jalan diperbaiki terutama yang berlubang di tutup agar tidak rawan kecelakaan dan jika musim hujan pun tidak menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Puncak Taruko
- 2) Membentuk pengurus objek wisata Puncak Taruko yang terstruktur sehingga dapat meningkatkan pelayanan bagi wisatawan.

Menggunakan analisis SWOT yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diketahui pengembangan yang tepat untuk mengembangkan objek wisata Puncak Taruko. Dapat diketahui juga bahwa objek wisata Puncak Taruko banyak kekuatan dan potensi yang bisa menjadi peluang agar pengembangan objek wisata ini berjalan maksimal dan berkelanjutan. Kekuatan yang dimiliki mulai dari keunikan alam Puncak Taruko termasuk pemandangan Ngarai Sianok, Tabiang Takuruang serta Gunung Marapi dan Singgalang. Dengan kekuatan ini bisa menjadi peluang bagi menarik wisatawan sebanyak-banyaknya dan menarik tarif ekonomi dengan memberdayakan masyarakat.

Namun, pengelola juga menghadapi sejumlah kelemahan yang cukup signifikan. Salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur pendukung, seperti akses jalan yang masih sempit serta banyak lubang, serta fasilitas umum seperti toilet dan tempat sampah yang belum memadai. Kurangnya tenaga profesional dalam bidang pariwisata, termasuk dalam aspek promosi dan pelayanan terhadap wisatawan.

Dari sisi peluang, pengelola melihat bahwa tren wisata alam dan minat wisatawan terhadap destinasi yang menawarkan keaslian serta pengalaman lokal semakin meningkat. Hal ini menjadi peluang besar bagi kami untuk mengembangkan wisata berbasis komunitas, seperti menyediakan penginapan homestay, kuliner lokal, dan atraksi budaya khas minangkabau. Dukungan dari masyarakat sekitar dan komunitas sadar wisata (pokdarwis) juga merupakan modal sosial yang kuat dalam pengembangan jangka panjang.

Namun demikian, pengelola tidak bisa menutup mata terhadap berbagai ancaman yang mungkin terjadi. Persaingan antar objek wisata yang terus berkembang di kawasan Agam dan sekitarnya membuat pengelola harus berinovasi agar tidak tertinggal. Selain itu, adanya potensi kerusakan lingkungan akibat peningkatan jumlah pengunjung tanpa diimbangi dengan pengelolaan yang berkelanjutan juga menjadi perhatian serius.

Oleh karena itu, apabila pengelola puncak taruko bersama pemerintah Kota Bukittinggi, masyarakat setempat berkerja secara efektif untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko, maka kelemahan dan ancaman yang terdapat pada objek wisata Puncak Taruko bisa diminimalisir dan teratasi dengan baik. Wisata Puncak Taruko dapat menjadi ikon Kabupaten Agam, Kota Bukittinggi serta menjadi objek wisata unggulan yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Semakin banyak orang yang mengetahui dan membicarakan Puncak Taruko akan semakin populer juga objek wisata ini di semua kalangan, maka wisatawan semakin penasaran ingin mengunjunginya, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat setempat seiring meningkatkan ekonomi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan dengan judul analisis pengembangan destinasi wisata alam Puncak Taruko Kabupaten Agam dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan menggunakan analisis SWOT maka dapat diketahui pengembangan objek wisata Puncak Taruko yang dapat diterapkan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO (Strengths-Opportunities) dalam matriks SWOT adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal (*Strengths*) organisasi atau perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal (*Opportunities*) sebaik-baiknya. Ini adalah jenis strategi yang paling ideal dan proaktif karena berupaya mengoptimalkan keunggulan internal demi pertumbuhan dan perkembangan yang maksimal. Strategi SO untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- a. Mempelajari kebutuhan pasar pariwisata agar bisa melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko secara berkesinambungan dengan tetap menjaga kelestarian alam agar wisatawan dari luar daerah semakin banyak yang datang dan semakin diminati kalangan muda terutama generasi Z
- b. Menentukan target wisatawan yang akan disasar dan memperkuat branding objek wisata yang membedakan dengan destinasi lain agar semakin dikenal luas
- c. Memperbaiki akses jalan agar tidak ada yang mengalami kecelakaan
- d. Merawat fasilitas yang ada dan menambah fasilitas lain yang diperlukan

2. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST (*Strength-Threats*) adalah salah satu dari empat strategi dalam matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang fokus pada menggunakan kekuatan internal (*Strengths*) untuk mengatasi atau mengurangi ancaman eksternal (*Threats*). Strategi ST untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- a. Melakukan patroli berjadwal untuk menjaga keamanan, ketertiban dan memantau wisatawan yang datang berpasangan tapi belum menikah
- b. Melakukan patroli berjadwal untuk menjaga keamanan, ketertiban dan memantau wisatawan yang datang berpasangan tapi belum menikah
- c. Mempromosikan objek wisata Puncak Taruko melalui media sosial
- d. Menambah jumlah tempat sampah dan membersihkannya secara berkala agar kebersihan objek wisata Puncak Taruko tetap terjaga
- e. Membuat peraturan mengenai SOP keselamatan untuk pengunjung
- f. Membuat inovasi baru yang lebih menarik untuk menarik minat wisata berkunjung ke wisata Puncak Taruko

3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunity*)

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) adalah salah satu dari empat strategi utama dalam matriks SWOT, yang menggabungkan kelemahan (*Weaknesses*) internal dengan peluang (*Opportunities*) eksternal. Tujuan utama dari strategi ini adalah memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi atau memperbaiki kelemahan organisasi atau perusahaan. Strategi WO untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- a. Melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko agar bisa meningkatkan kunjungan wisatawan dengan membuat inovasi-inovasi baru
- b. Memperbaiki akses jalan agar mudah dijangkau sehingga kuantitas pengunjung semakin meningkat
- c. Menambah fasilitas penginapan di sekitar objek wisata Puncak Taruko

- d. Membangun relasi dengan pemerintah dan swasta untuk memberikan pelatihan terkait pengembangan objek wisata kepada pemuda setempat Melakukan pengembangan objek wisata Puncak Taruko agar bisa meningkatkan kunjungan wisatawan dengan membuat inovasi-inovasi baru

4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) dalam analisis SWOT adalah jenis strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan menghindari ancaman (*Threats*). Ini adalah strategi defensif yang digunakan ketika suatu organisasi berada dalam posisi yang relatif tidak menguntungkan yakni memiliki banyak kelemahan internal dan menghadapi ancaman eksternal yang signifikan. Strategi WT untuk pengembangan objek wisata Puncak Taruko yaitu:

- a. Akses jalan diperbaiki terutama yang berlubang di tutup agar tidak rawan kecelakaan dan jika musim hujan pun tidak menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Puncak Taruko
- b. Membentuk pengurus objek wisata Puncak Taruko yang terstruktur sehingga dapat meningkatkan pelayanan bagi wisatawan.

B. Implikasi

Dari penelitian yang sudah dilakukan maka dapat ditemukan implikasi sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian yang penulis lakukan, bahwa pengembangan Puncak Taruko untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan, terbentuk 4 alternatif strategi pengembangan untuk dilakukan yaitu, strategi SO yaitu menjaga kelestarian lingkungan dan merawat fasilitas yang ada. Strategi ST yaitu menambah jumlah tempat sampah. Strategi WO yaitu menambah spot foto dan memperbaiki akses jalan. Strategi WT yaitu membentuk struktur kepengurusan.

2. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan saran dan masukan bagi pihak pengelola objek wisata Puncak Taruko Kabupaten Agam dalam mengembangkan potensi alam yang ada dan meningkatkan jumlah kunjungan.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap objek wisata Puncak Taruko mengenai 5 indikator maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Objek dan Daya Tarik Wisata

Diperlukan upaya pelestarian dan pengembangan daya tarik alam yang ada dengan memperhatikan kelestarian lingkungan. Penambahan aktivitas berbasis alam, seperti trekking ringan, spot foto alam, atau wisata edukasi lingkungan, dapat meningkatkan minat wisatawan sekaligus memperpanjang lama tinggal.

2. Infrastruktur Pariwisata

Pemerintah daerah bersama pengelola perlu memperbaiki dan memperluas akses jalan menuju lokasi, memperkuat jaringan komunikasi dan listrik, serta memperjelas petunjuk arah dan papan informasi untuk memudahkan wisatawan dalam menjangkau lokasi wisata dengan nyaman dan aman.

3. Fasilitas Perjalanan

Pengembangan fasilitas penunjang seperti area parkir yang memadai, toilet umum yang bersih, tempat ibadah, serta penyediaan tempat sampah di titik-titik strategis sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berkunjung.

4. Tata Kelola (Infrastruktur)

Diperlukan penguatan tata kelola melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pengelola wisata, pelatihan dalam manajemen pelayanan wisata, serta penguatan kerja sama antara pengelola, komunitas lokal, dan pemerintah daerah untuk menyusun rencana pengembangan jangka panjang berbasis keberlanjutan.

5. Komunitas (Lingkungan)

Masyarakat lokal perlu terus dilibatkan secara aktif melalui program pemberdayaan, pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta peluang usaha berbasis lokal seperti kuliner, penginapan, dan kerajinan tangan. Hal ini akan mendorong rasa memiliki masyarakat terhadap objek wisata dan memperkuat ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, Muhammad. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen*. Jurnal S. Pertanian. Vol. 1. No. 3. Fakultas Pertanian Universitas Almuslim.
- Choirunnisa, Iin & Mila Karmila. 2021. *Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung*. Jurnal Kajian Ruang. Vol. 1, No. 2. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Cornelis, Calvin Antonio E & Apriana H.J. Fanggidae. 2019. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Fatuleu*. Jurnal Manajemen. Vol. 8, No. 1. Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. 2020. *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Gumilang, Galang Surya. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling*. Jurnal Fokus Konseling. Vol. 2. No. 2. Universitas PGRI Kediri.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. *Strategi Promosi Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 4. Manado: Universitas Sam Ratulagi Manado.
- Khotimah, Khusnul dkk. 2017. *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus Pada Kawasan Situs Trowulan Sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 1, No. 41. Malang: Universitas Brawijaya.
- Mahadewi, Ni Putu Eka & I Putu Sudana. 2017. *Model Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Kenderan, Gianyar, Bali*. Jurnal Analisis Pariwisata. Vol. 17, No. 1. Bali: Universitas Undaya.
- Manafe D. Janri, dkk. 2016. *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol. 4, No. 1. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang.

- Martilova, Novera & Reza Rezita. 2023. *Analisis Pengaruh Aksesibilitas dan Informasi Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Puncak Taruko, Koto Gadang, Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 1, No. 4. Universitas Islam Negeri Sjech M. Djambek Bukittinggi.
- Pendit, N. S. 1999. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Putra, Rino Dwi & Doni Marlius. 2018. *Strategi Pengembangan Sulam Bayang*. Jurnal Benefita. Vol . 3. No. 2. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP.
- Ramadhani, Arif Maulana & Ana Noor Adriana. 2023. *Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis SWOT*. Management Studies and Enterpreneurship Journal. Vol. 4, No. 5. Universitas Mulawarman.
- Riyanto, dkk. 2013. *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah: Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk*. Jurnal Administrasi Publik. Vol. 1. No. 4. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Rusvitasari, E., & Solikhin, A. (2014). Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang. *Pariwisata Indonesia*, 10(1), 1–24.
- Saeroji, Amad. 2022. *Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. Jurnal Inovasi Penelitian. Vol. 2, No. 9. Universitas Sebelas Maret.
- Sappaile, Baso Intang. 2007. *Konsep Instrumen Penelitian Pendidikan*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. No. 066. Universitas Negeri Makassar.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Pariwisata: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, A. I. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal. *Jurnal Spasial*, 3(1).
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tamba, I Made, dkk. 2018. *Analisis SWOT:Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha*. Denpasar:Universitas Mahasaraswati Press.

Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*.