

INTISARI

Obyek wisata Umbul Sigedang-Kapilaler memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan Pokdarwis dan masyarakat Dukuh Umbulsari, Desa Ponggok, Klaten. Sampai saat ini, pemeliharaan, pemasaran, dan pengembangan obyek wisata Umbul Sigedang-Kapilaler belum dilakukan secara optimal. Penelitian ini ingin membantu Pokdarwis Umbulsari untuk memformulasikan strategi bersaing agar obyek wisata Umbul Sigedang-Kapilaler dapat bertahan, menumbuhkan bisnis, dan meningkatkan performansi dengan melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal terlebih dahulu, kemudian menggunakan analisis matriks SWOT, SPACE, IE, dan Strategi Generik untuk menentukan formulasi strategi yang diusulkan.

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada profil bisnis, visi yang diusulkan Peneliti untuk Pokdarwis Umbulsari adalah “menjadi Kelompok Sadar Wisata yang dapat mewujudkan Dukuh Umbulsari sebagai kawasan obyek wisata mata air unggulan di Kabupaten Klaten dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar”, sedangkan misi yang diusulkan Peneliti adalah (1) Mengelola potensi kawasan pariwisata Dukuh Umbulsari dengan menerapkan prinsip Sapta Pesona, (2) Meningkatkan kualitas masyarakat Dukuh Umbulsari dalam bidang pariwisata serta melibatkan dalam pengembangan kawasan pariwisata Dukuh Umbulsari. Faktor politik, ekonomi, dan hukum merupakan faktor lingkungan eksternal yang lebih dominan berdampak strategis pada bisnis obyek wisata Umbul Sigedang-Kapilaler. Kemudian, peranan Ketua Pokdarwis dan pengelolaan fasilitas/wahana obyek wisata merupakan faktor lingkungan internal yang lebih dominan berdampak strategis mempengaruhi bisnis obyek wisata Umbul Sigedang-Kapilaler. Usulan formulasi strategi bagi Pokdarwis Umbulsari dalam mengembangkan potensi obyek wisata Umbul Sigedang-Kapilaler adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan diferensiasi dengan memperbaiki fasilitas obyek wisata yang ada saat ini, melakukan pengembangan dengan menambahkan wahana yang unik yang mengangkat suasana alam (*nature*) sebagai keunggulan obyek wisata, serta melakukan usaha pemasaran yang lebih agresif.

Kata kunci: *diferensiasi, usulan formulasi strategi, penetrasi pasar, pengembangan produk.*

ABSTRACT

Sigedang-Kapilaler Springs tourist attraction has the potential to be developed to increase the income of Pokdarwis and the people of Umbulsari Hamlet, Ponggok Village, Klaten. Until now, maintenance, marketing, and development of tourism object of Sigedang-Kapilaler Springs have not been done optimally. This research wants to help Pokdarwis Umbulsari to formulate competitive strategy so that Sigedang-Kapilaler Springs object can survive, grow business, and improve performance by doing first analysis of external and internal environment, then using SWOT, SPACE, IE matrix, and Generic Strategy analysis to determine alternative strategy formulations.

Based on the analysis and discussion on the business profile, the vision proposed by the Researcher for Pokdarwis Umbulsari is "to be a Tourism Awareness Group that can realize Umbulsari Hamlet as a leading tourist springs area in Klaten Regency and improve the welfare of the surrounding community", while the mission proposed by the Researcher is (1) To manage the tourism potential of Umbulsari Hamlet by applying the principle of Sapta Pesona, (2) Improving the quality of Umbulsari Hamlet community in the field of tourism and involving in the development of tourism area Umbulsari Hamlet. Political, economic, and legal factors are the more dominant external environmental factors affecting the business of the Sigedang-Kapilaler Springs object. Then, the role of Chairman of Pokdarwis and the management of facilities is an internal environment factor that is more dominant to influence the business of tourism object of Sigedang-Kapilaler Springs. Proposed strategy formulation for Pokdarwis Umbulsari in developing the potential of Sigedang-Kapilaler Springs attractions is market penetration, product development and differentiation by improving existing tourism facilities, developing by adding unique facilities that elevate the natural atmosphere as an advantage tourism objects, as well as doing more aggressive marketing efforts.

Keywords: *differentiation, market penetration, product development, proposed strategy formulation*