

**PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL MELALUI
GELARAN BATU FLORA FESTIVAL****Risna Amalia Ulfa***

Politeknik Sahid Pariwisata, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: risna.transformercentre@gmail.com

Abstrak

Kearifan lokal yang mencakup nilai-nilai, tradisi, warisan budaya, serta ketrampilan tradisional dalam pertanian, kerajinan atau seni lokal, saat ini menjadi pesona wisata yang cukup diminati dan memiliki dinilai ekonomis. Berbagai budaya dan kearifan lokal yang ada di Kota Batu, yang di kemas dalam gelaran festival, telah menjadi alternatif Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Kota Bunga ini. Sejak diadakannya pertama kali di tahun 2007, Batu Flora Festival (BFF) menjadi even rutin tahunan sebagai rangkaian ulang tahun Kota Batu dan dapat menarik ribuan pengunjung. Hal inilah yang menjadikan alasan bahwa pariwisata berbasis kearifan lokal melalui ajang festival bunga dan tanaman hias ini dapat menjadi alternatif pengembangan pariwisata yang harus diperhitungkan, bahkan menjadi media promosi besar untuk mengenalkan Kota Batu tidak hanya di pasar wisata lokal, namun, juga menjadi daya pikat wisatawan internasional. Tujuan penelitian ini, diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi stakeholders terkait identifikasi dan menentukan apakah pelaksanaan BFF ini, menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mengembangkan dan mempromosikan Kota Batu dengan potensi unik kerifan lokalnya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif melalui kajian Pustaka, serta informasi dari berbagai media terkait Batu Flora Festival. Sedangkan metode analisa yang digunakan adalah analisa Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT). Analisa SWOT TERSTRUKTUR digunakan untuk menganalisis potensi dan permasalahan pada pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Batu melalui penyelenggaraan Batu Flora Festival, termasuk potensi dan permasalahan internal maupun eksternal.

Kata Kunci: *Batu Flora Festival, daerah tujuan wisata, kearifan lokal***Abstract**

Local wisdom, encompassing values, traditions, cultural heritage, and traditional skills in agriculture, crafts, or local arts, has become a highly sought-after tourist attraction with economic value. Various cultures and local wisdom in the city of Batu, packaged in festivals, have emerged as an alternative Destination Tourism Area (DTW) in this City of Flowers. Since its inception in 2007, the Batu Flora Festival (BFF) has become a regular annual event as part of the Batu City anniversary celebrations, attracting thousands of visitors. This fact underscores the importance of tourism based on local wisdom through flower and ornamental plant festivals as a viable alternative for tourism development, not only for the local market but also as a significant promotional tool to introduce Batu City internationally. The aim of this research is to provide recommendations for relevant

How to cite:Risna Amalia Ulfa (2024), Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Melalui Gelaran Batu Flora Festival, (6) 1, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i2.2964>**E-ISSN:**[2684-883X](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i2.2964)**Published by:**[Ridwan Institute](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i2.2964)

stakeholders by identifying and determining whether the implementation of BFF is an effective strategy in developing and promoting Batu City with its unique local wisdom potential. The research method employed is qualitative analysis through literature review and information gathered from various media related to the Batu Flora Festival. The analysis method used is the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis. A STRUCTURED SWOT analysis is employed to assess the potential and issues in local wisdom-based tourism in Batu City through the Batu Flora Festival, encompassing internal and external potentials and issues.

Keywords: *Batu Flora Festival, destination tourism area, local wisdom*

PENDAHULUAN

Sejak abad ke-10, wilayah Batu dan sekitarnya telah dikenal sebagai tempat peristirahatan bagi kalangan keluarga kerajaan, karena wilayah adalah daerah pegunungan dengan kesejukan udara yang nyaman, juga didukung oleh keindahan pemandangan alam sebagai ciri khas daerah pegunungan (Malang, 2010), (Sulistiyowati, 2018), (Boedihardja & Antariksa, n.d.), (Amajida, 2016), (Timur, n.d.). Kota Batu dahulu merupakan bagian dari Kabupaten Malang, yang kemudian ditetapkan menjadi kota administratif pada 6 Maret 1993. Pada tanggal 17 Oktober 2001, Batu ditetapkan sebagai kota otonom yang terpisah dari Kabupaten Malang.

Komponen 3A (Accessibility, Attraction, Amenities) di Kota Batu

Berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*). Dan ketiga poin itu dimiliki kuat oleh Kota Batu (Ratriningsih et al., 2021). Ditinjau dari yang disampaikan Holloway, 3A yang dimiliki oleh Kota Batu sebagai Kawasan yang dapat dikatakan sebagai destinasi wisata, antara lain:

Tabel 1. Komponen 3A Kota Batu

Komponen	Elemen	Keterangan
<i>Accessibility</i>	Infrastruktur / Moda transportasi	Ada
	Jalan	Ada
	Bandara	Tidak Ada
	Terminal	Ada
<i>Attraction</i>	Wisata Alam	Ada
	Agrowisata	Ada
	wisata perkemahan	Ada
	wisata keluarga	Ada
	Rafting	Ada
	wisata Pendidikan	Ada
	desa wisata	Ada
	Akomodasi	Ada
	Restoran local	Ada
Transportasi	Ada	

<i>Amenities</i>	Salon Kecantikan	Ada
	Retail Outlet	Ada
	Bank / ATM	Ada
	Apotik	Ada
	Puskesmas	Ada
	Hiburan	Ada

1. Aksesibilitas menuju destinasi wisata di Kota Batu cukup baik dan mudah dengan kondisi jalan yang baik. Kota Batu memiliki beberapa *entry point* yang titik perbatasannya, masuk melalui Kabupaten Malang dan juga Kabupaten Mojokerto yaitu :

Tabel 2. Aksesibilitas Kota Batu

Batu bagian Timur	melalui Kecamatan Dau Kabupaten Malang (Arah dari Malang Kota)
Batu bagian Barat	melalui Kecamatan Pujon Kabupaten Malang (Arah dari Pare, Kabupaten Kediri)
Batu bagian Selatan	melalui Kecamatan Dau Kabupaten Malang
Batu bagian Utara	melalui Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto

Untuk mencapai destinasi wisata dapat menggunakan kendaraan pribadi atau sewa mobil. Bagi wisatawan menggunakan moda transportasi komersial, wisatawan para pengunjung dapat menuju destinasi wisata di Kota Batu melalui alternatif, terminal kedatangan, sebagai berikut:

1. Terminal Batu berada di Pusat Kota
 2. Terminal Arjosari Malang dengan jarak 19 km
 3. Terminal Karangploso dengan jarak 9 km
 4. Stasiun Malang Kota Baru dengan jarak 19 km
 5. Bandara Abdul Rahman Saleh Kabupaten Malang dengan jarak 24 km
2. Atraksi wisata di Kota Batu dikategorikan ke dalam atraksi *wisata alam, agrowisata, wisata perkemahan, wisata keluarga, rafting, wisata pendidikan, desa wisata*. Sarana penunjang pariwisata di Kota Batu antara lain restaurant lokal, toko souvenir/oleh-oleh, pasar, bank, puskesmas, apotik, kantor polisi, kantor pos dan Akomodasi, Sedangkan berbagai atraksi musiman yang berhubungan dengan budaya dan kearifan lokal antara lain Festival Batu Flora Festival, Pawai 1000 banteng, Festival Jaranan, dan Pawai bersih di setiap desa.
 3. Amenitas merupakan fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Amenitas atau sarana wisata adalah elemen dalam suatu destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan (Habaora et al., 2021), (Hermawan, 2017), (Astuti & Noor, 2016), (Apriliyanti et al., 2020). Amenitas/sarana wisata merupakan semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan Untuk segala kebutuhan wisata Selama tinggal di daerah tujuan wisata. Seperti yang

disebutkan dalam table di atas.

Dari sektor perekonomian Kota Batu banyak ditunjang dari sektor pariwisata dan pertanian (Intyaswono et al., 2016), (Ayu, 2023). letak Kota Batu yang berada di wilayah pegunungan dan pembangunan pariwisata yang pesat membuat sebagian besar pertumbuhan PDB Kota Batu ditunjang dari sektor ini. Industri pertanian sayur, buah jeruk dan apel menjadi kontributor tertinggi, selain juga adanya industri pertanian bunga. Produksi Bunga hias dan bunga potong yang berlimpah dan lengkap, menjadikan Kota Kembang ini sebagai salah satu pemasok bunga hias dan bunga potong di berbagai daerah. Keberadaan Kota Batu yang erat dengan industri bunga itulah yang membuat pemerintah dan swasta berkolaborasi untuk mempromosikan wisata Kota Batu antara lain melalui gelaran Festival Bunga dan tanaman hias, yaitu Batu Flora Festival (BFF).

Batu Flora Festival pertama kali digelar pada tahun 2007 hasil kerja sama antara Dinas Pariwisata Kota Batu, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kota Batu dan Jawa Timur Park. Acara ini dilaksanakan juga dalam rangkaian Ulang tahun Kota Batu, tepatnya berlangsung pada 23-31 Desember 2007 bertempat di kompleks wisata Jawa Timur Park. Acara Batu Flora Festival (BFF) merupakan agenda even rutin tahunan yang diselenggarakan Pemerintah Kota Batu untuk melengkapi dan pengembangan potensi wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah Batu. Di samping itu, ajang tahunan yang digelar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu ini juga untuk memperkenalkan Kota Batu di tingkat nasional dan internasional. Kota Wisata Batu memiliki kekayaan serta keunggulan produk tanaman bunga hias yang melimpah. Maka diadakan event Batu Flora Festival sebagai ajang untuk mempromosikan salah satu obyek wisata, khususnya bidang agroindustri dan pertanian yang dimiliki oleh Kota Wisata Batu. Terutama komoditas utama warga Batu berupa aneka jenis sayur, buah dan tanaman hias. Dengan sentuhan kreativitas masyarakat Batu, beraneka bunga, sayur dan buah disulap menjadi ornamen busana karnaval yang menarik dan eksotis. Sejak saat itulah, gelaran BFF diselenggarakan setiap tahun dan menjadi ajang pameran budaya dan kearifan lokal bagi Kota Batu.

Kearifan lokal adalah perangkat pengetahuan dan praktek-praktek pada suatu komunitas baik yang berasal dari generasi-generasi sebelumnya maupun dari pengalamannya berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat lainnya untuk menyelesaikan secara baik dan benar persoalan dan/atau kesulitan yang dihadapi, yang memiliki kekuatan seperti hukum maupun tidak (Ahimsa-Putra, 2009), (MS, n.d.), (RAWA, n.d.). Kearifan lokal menjadi suatu ciri khas masing-masing daerah yang berpotensi untuk mendukung pengembangan suatu daerah. Potensi budaya dan kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata menjadi bagian dari produk kreativitas manusia yang memiliki nilai ekonomi. Salah satu upaya pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal adalah pengemasan budaya lokal dalam bentuk festival seperti BFF Batu Flora Festival. Tujuan penelitian adalah menganalisis pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal di Kota Batu yang dikemas dalam bentuk festival. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi stakeholders terkait

identifikasi dan menentukan apakah pelaksanaan BFF ini, menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mengembangkan dan mempromosikan Kota Batu dengan potensi unik kerifan lokalnya.

METODE PENELITIAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisa Strength, Weakness, Opportunity and Threats (SWOT). Analisa *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT)* digunakan untuk menganalisis potensi dan permasalahan pada pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal termasuk potensi dan permasalahan internal maupun eksternal. Analisis internal ditinjau dari kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada festival itu sendiri, sedangkan analisis eksternal ditinjau dari peluang dan ancaman. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diberikan pembobotan dengan tujuan untuk memperoleh prioritas dan keterkaitan antar strategi (Asmarini, 2010).

Demi mendukung agar perumusan strategi bisa lebih efektif, maka analisis yang akan digunakan adalah analisis **SWOT YANG LEBIH TERSTRUKTUR**, yaitu dengan penggunaan *EFAS (External Factor Analysis Summary)* dan *IFAS (Internal Factor Analysis Summary)*.

EFAS (External Factors Analysis Summary)

EFAS digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi. Faktor-faktor ini mencakup lingkungan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi yang dapat berdampak positif atau negatif pada kinerja organisasi. Dalam EFAS, faktor-faktor tersebut dinilai berdasarkan bobot kepentingan dan peringkat keberhasilannya.

IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

IFAS bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal suatu organisasi yang mempengaruhi kinerjanya. Faktor-faktor ini mencakup sumber daya manusia, keuangan, fasilitas, dan sistem yang ada di dalam organisasi. Dalam analisis IFAS, faktor-faktor tersebut dinilai berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi secara keseluruhan.

Penelitian ini menampilkan data-data yang bersifat kualitatif, maka penulis menggunakan analisis data induktif. Induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Sedangkan data pendukung diperoleh dari teknik dokumentasi, diperoleh melalui sumber informasi dari Badan Pusat Statistik Kota Batu, Dinas Pariwisata, Diskominfo Kota Batu, dan PHRI Kota Batu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisi SWOT Gelaran Batu Flora Festival sebagai strategi mengembangkan pariwisata di Kota Batu

I. Strengths

Kekuatan (*Strengths*) dari even BFF sebagai strategi pengembangan pariwisata, adalah:

1. Daya Tarik Wisatawan: BFF menarik perhatian wisatawan karena menawarkan pengalaman unik dan kekayaan budaya yang autentik.
2. Pemberdayaan Lokal: Festival BFF dapat memberdayakan komunitas lokal dengan melibatkan mereka dalam persiapan dan pelaksanaan, menciptakan dampak positif pada ekonomi lokal.
3. Promosi Identitas Lokal dan antar budaya: BFF mempromosikan identitas lokal dan warisan budaya, menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang tradisi dan sejarah Kota Batu.
4. Diversifikasi Pariwisata: Dengan menawarkan beragam acara dan aktivitas, BFF dapat mendiversifikasi penawaran pariwisata di Kota Batu, yang menarik berbagai jenis wisatawan.
5. Peningkatan Keterlibatan Komunitas: Melibatkan masyarakat lokal dalam festival memperkuat rasa memiliki dan keterlibatan, menjadikan mereka mitra aktif dalam pembangunan pariwisata.

Pemanfaatan kelebihan-kelebihan ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan sektor pariwisata dan pembangunan berkelanjutan wilayah Kota Batu.

II. Weaknesses

Beberapa kelemahan (*weaknesses*) dari even BFF sebagai strategi pengembangan pariwisata melibatkan:

1. Ketergantungan Musiman dan Ketidakpastian Cuaca: BFF cenderung bersifat musiman, yang dapat menciptakan tantangan dalam menjaga konsistensi kunjungan wisatawan sepanjang tahun.
2. Keterbatasan Anggaran: Penyelenggaraan festival memerlukan investasi yang signifikan, dan keterbatasan anggaran dapat membatasi skala dan kualitas festival.
3. Risiko Keselamatan dan Keamanan: Kerumunan besar dalam festival meningkatkan risiko keselamatan dan keamanan, yang perlu ditangani dengan baik untuk menjaga reputasi dan kepercayaan wisatawan.
4. Pengelolaan Lalu Lintas: Ketika festival diadakan di tengah Kota, pengelolaan lalu lintas dapat menjadi masalah yang serius dan dapat mengganggu pengalaman wisatawan.
5. Ketidaksesuaian dengan Pasar Target: Jika festival tidak sesuai dengan minat atau preferensi pasar target, hal ini dapat mengurangi daya tarik bagi wisatawan yang diharapkan.

Memahami dan mengelola kelemahan-kelemahan ini adalah kunci untuk meningkatkan keberhasilan BFF sebagai strategi pengembangan pariwisata.

III. Opportunities

Peluang (*opportunities*) dari even BFF sebagai strategi pengembangan pariwisata adalah :

1. Pemasaran Global: Memanfaatkan media sosial dan teknologi untuk mempromosikan festival secara nasional dan global, menjangkau audiens di luar daerah hingga internasional dan menarik wisatawan dari berbagai negara.

2. Kolaborasi Internasional: BFF dapat menjadi platform untuk kolaborasi internasional, memperkuat hubungan diplomatik dan pertukaran budaya antarnegara.
3. Pendidikan Budaya dan Pengembangan Produk Pariwisata: menyediakan program pendidikan budaya selama festival untuk meningkatkan pemahaman wisatawan tentang warisan budaya Kota Batu dan juga menyediakan peluang bagi pengusaha lokal untuk mengembangkan produk dan layanan pariwisata terkait festival, seperti souvenir khas atau tur budaya, juga
4. Inovasi Digital: Memanfaatkan inovasi digital seperti virtual reality atau platform online untuk memberikan pengalaman festival kepada wisatawan yang tidak dapat hadir secara fisik.
5. Event Kombinasi: Menggabungkan BFF dengan acara olahraga atau seni lainnya untuk menarik berbagai minat dan audiens.

Memanfaatkan peluang-peluang ini dapat meningkatkan dampak positif BFF sebagai strategi pengembangan pariwisata dan menciptakan pengalaman yang lebih kaya bagi wisatawan.

IV. Threats

Ancaman (*threats*) dari even Festival Budaya sebagai strategi pengembangan pariwisata melibatkan beberapa faktor risiko:

1. Persaingan dengan Acara Lain: Persaingan dengan acara atau festival lain di wilayah yang sama atau di destinasi wisata lain dapat mengurangi daya tarik dan partisipasi.
2. Kemungkinan Overcommercialization: Upaya untuk menghasilkan pendapatan dapat mengarah pada overcommercialization, merusak atmosfer autentik dan nilai budaya festival.
3. Krisis Kesehatan atau Bencana Alam: Krisis kesehatan global atau bencana alam dapat menyebabkan pembatalan atau penundaan festival, serta mengurangi keinginan wisatawan untuk bepergian.
4. Perubahan Kebijakan Pariwisata: Perubahan kebijakan pemerintah terkait pariwisata dapat mempengaruhi pendanaan dan dukungan untuk festival budaya.
5. Perubahan Minat Wisatawan: Perubahan tren atau minat wisatawan dapat menyebabkan penurunan minat terhadap festival tertentu.

Pemahaman terhadap potensi ancaman ini memungkinkan penyelenggara festival untuk mengembangkan strategi mitigasi risiko dan menjaga keberlanjutan sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata.

Tabel 3. Menyusun Alternatif Strategi Pengembangan Pariwisata Sebagai Upaya Mitigasi Kelemahan Dan Ancaman

SW OT	STRENGTHS	WEAKNESSES
	<u>STRATEGI SO</u>	<u>STRATEGI WO</u>
OPPORTUNITIES	1. Membuat perencanaan promosi yang menarik, unik dan autentik melalui platform online yang dapat	1. Mengadakan Pendidikan budaya berkelanjutan, yang dibalut dengan acara yang menarik dan dilaksanakan

- | | |
|---|--|
| <p>dijangkau wisatawan lokal dan internasional.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Memberdayakan komunitas lokal dengan sekaligus berkolaborasi dengan budaya internasional yang lain, melibatkan mereka dalam persiapan dan pelaksanaan, menciptakan dampak positif pada ekonomi lokal. 3. Mempromosikan identitas lokal dan warisan budaya dalam Pendidikan budaya selama festival berlangsung, termasuk praktik pariwisata berkelanjutan. 4. Menawarkan beragam acara, aktivitas serta produk lokal terkait festival, seperti souvenir produk lokal. 5. Melibatkan atau berkolaborasi dengan multi komunitas, seperti olah raga, maupun seni lainnya. 6. Memanfaatkan platform digital dalam TOUR secara ONLINE, bagi wisatawan yang tidak dapat hadir secara fisik. | <p>sepanjang tahun, untuk mitigasi ketergantungan festival yang diselenggarakan musiman</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Berkolaborasi dengan penyelenggaraan festival budaya daerah lain atau festival budaya internasional untuk mitigasi dalam keterbatasan Anggaran. 3. Bekerjasama dengan penyelenggara even promosi yang lain di bidang olah raga atau seni lainnya di Kota agar penyelenggaraan tidak terpusat di salah satu spot saja dan untuk memperluas target pasar. 4. Memanfaatkan media digital dalam memperkuat promosi. 5. Pengembangan Produk Pariwisata: Menyediakan peluang bagi pengusaha lokal untuk mengembangkan produk dan layanan pariwisata terkait festival, seperti souvenir khas atau tur budaya tidak hanya saat festival berlangsung. |
|---|--|

STRATEGI ST

STRATEGI WT

THREATS

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan teknologi digital dan media sosial dengan Bahasa promosi yang up to date dalam promosi, dapat menarik perhatian masyarakat untuk memilih festival yang dipromosikan. 2. Bekerja sama dengan penyelenggara festival yang lain seperti bidang seni atau olah raga, untuk mencegah kerumunan terlampau tinggi. 3. Penawaran produk local yang lain selama festival, turut meningkatkan pendapatan daerah yang akan membuat pemerintah mendukung penuh pelaksanaan festival. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan Anggaran: Penyelenggaraan festival dapat dilakukan dengan pengajuan dukungan pada pemerintah terkait atara lain dinas pariwisata 2. Bekerjasama dengan dinas terkait keamanan, dan kenyamanan wisatawan termasuk pada pengelolaan Lalu Lintas selama festival berlangsung: 3. Adanya kemungkinan Overcommercialization, dapat mungkin disiasati dengan penyediaan fasilitas atau bazar tertentu, untuk mengatur alur kunjungan dengan memecah kerumunan. |
|--|--|

4. *Memfaatkan platform digital dalam TOUR secara ONLINE, bagi wisatawan yang tidak dapat hadir secara fisik.*

Menyusun Pembobotan Efas Dan Ifas

Tabel 4. Pembobotan Efas

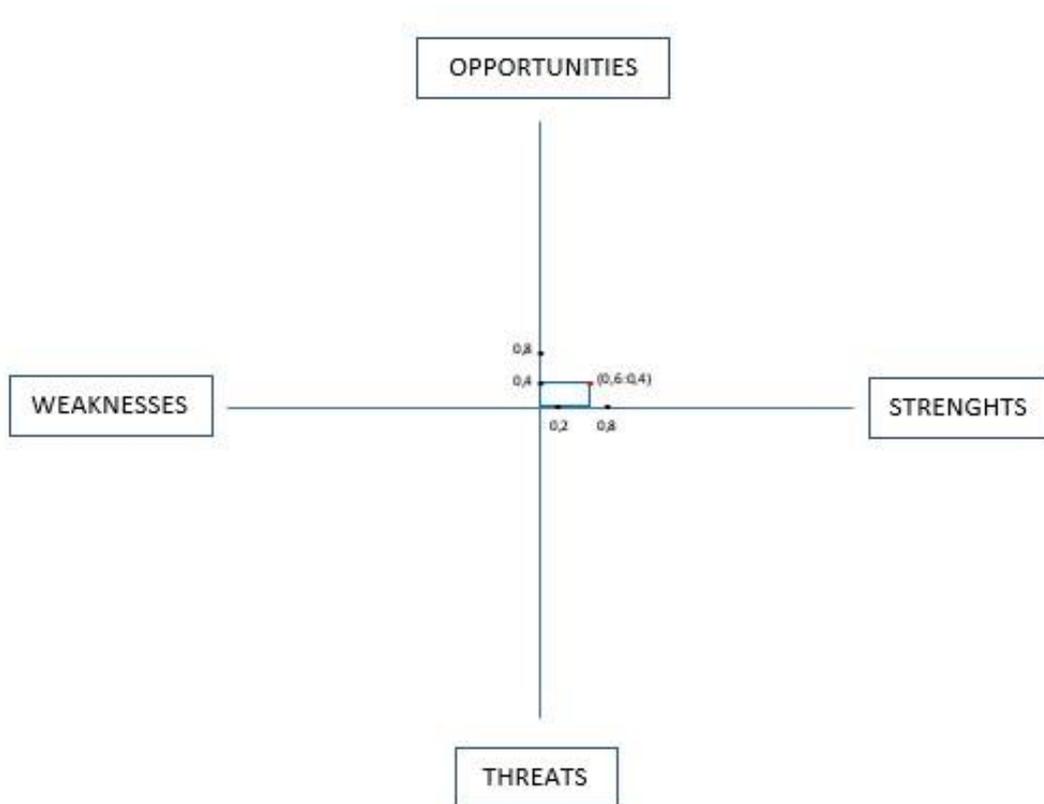
FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR	KETERANGAN
OPPORTUNITIES				
1. Pemasaran Global	0,2	4	0,8	
2. Kolaborasi Internasional	0,3	5	1,5	
3. Pendidikan Budaya dan Pengembangan Produk Pariwisata	0,1	4	0,4	0,8
4. Inovasi Digital	0,3	5	1,5	
5. Event Kombinasi	0,1	4	0,4	
	1			
THREATS				
Persaingan dengan Acara Lain	0,2	2	0,4	
Kemungkinan Overcommercialization	0,2	2	0,4	
Krisis Kesehatan atau Bencana Alam	0,3	2	0,6	
Perubahan Kebijakan Pariwisata	0,2	4	0,8	
Perubahan Minat Wisatawan	0,1	3	0,3	0,4
	1			
Selisis (y)				0,4

Tabel 5. Pembobotan Efas

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR	KETERANGAN
STRENGHT				
Daya Tarik Wisatawan	0,2	4	0,8	
Pemberdayaan Lokal	0,3	4	1,2	
Promosi Identitas Lokal dan antar budaya	0,1	4	0,4	0,8
Diversifikasi Pariwisata	0,3	4	1,2	
Peningkatan Keterlibatan Komunitas	0,1	3	0,3	
	1			
WEAKNESSES				
Ketergantungan Musiman dan Ketidakpastian Cuaca	0,2	1	0,2	
Keterbatasan Anggaran	0,3	3	0,9	0,2
Risiko Keselamatan dan Keamanan	0,1	2	0,2	
Pengelolaan Lalu Lintas	0,3	3	0,9	

Ketidaksesuaian dengan Pasar Target	0,1	4	0,4
	1		
Selisih (x)	0,6		

Diagram Analisis Swot



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

KESIMPULAN

Dari hasil analisis, terlihat bahwa hasil berada pada Kuadran I, Jika posisi strategi berada pada kuadran I maka menandakan bahwa situasi ini sangat menguntungkan, penyelenggara dan stake holder tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan bagi penyelenggara dan stake holder BFF yang berada pada posisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Festival budaya dan kearifan local berupa gelaran Batu Flora Festival dapat menjadi strategi pengembangan pariwisata. Pertama, festival budaya menciptakan daya tarik yang unik dan memikat wisatawan untuk mengalami dan mengeksplorasi kekayaan budaya suatu daerah. Kedua, acara tersebut dapat meningkatkan pemahaman lintas budaya dan mempromosikan toleransi, menciptakan lingkungan yang ramah bagi wisatawan dari berbagai latar belakang. Ketiga, festival dapat meningkatkan ekonomi lokal dengan mendatangkan pengunjung, menciptakan peluang bisnis dan lapangan

pekerjaan baru. Kesemuanya ini bersama-sama dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan sektor pariwisata Kota Batu.

BIBLIOGRAFI

- Ahimsa-Putra, H. S. (2009). Bahasa, sastra, dan kearifan lokal di Indonesia. *Mabasan*, 3(1), 30–57.
- Amajida, D. L. (2016). Strategi Perum Perhutani KPH Malang Dalam Mengembangkan Objekwisata Coban Talun Kota Batu. *Publika*, 4(7).
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., & ZA, S. Z. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153.
- Asmarini, A. D. (2010). *Strategi Kebijakan Pembangunan Daerah Kabupaten Klaten: Pendekatan Analisis SWOT dan AHP: Lontar Universitas Indonesia*. Dipetik Agustus 11, 2017.
- Astuti, M. T., & Noor, A. A. (2016). Daya tarik Morotai sebagai destinasi wisata sejarah dan bahari. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 25–46.
- Ayu, I. A. (2023). *Efektivitas plut (pusat layanan usaha terpadu) dalam pemberdayaan usaha mikro di kota batu (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang)*.
- Boedihardja, Y. K., & Antariksa, F. U. (n.d.). *Pelestarian Bangunan Kuno Dan Lingkungan Di Jalan Panglima Sudirman Kota Batu*.
- Habaora, F., Riwukore, J. R., & Yustini, T. (2021). Kondisi Eksisting Destinasi Pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kelembagaan, dan Ekosistem Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 103–115.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh daya tarik wisata, keselamatan, dan sarana wisata terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan: studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*, 15(1).

- Intyaswono, S., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Peran Strategi City Branding Kota Batu dalam Trend Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 30(1).
- Malang, B. (2010). Batu Malang: Dari Kota Perkebunan Ke Kota Agrowisata. *Kota Dan Pengembangan Wilayah*, 862.
- MS, W. (n.d.). Kearifan Lokal Petani Dayak Bakumpai Dalam Pengelolaan Padi Di Lahan Rawa Pasang Surut Kabupaten Barito Kuala. *Sosietas*, 1(1).
- Ratriningsih, D., Wirasmoyo, W., & Preambudi, A. (2021). Path, Portal, Place sebagai Strategi Penguat Karakter Aksesibilitas Wisata Candi Plaosan. *Inersia: Jurnal Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 17(2), 153–164.
- Rawa, D. P. P. D. I. L. (N.D.). *Kearifan Lokal Petani Dayak Bakumpai Dalam Pengelolaan Padi Di Lahan Rawa Pasang Surut Kabupaten Barito Kuala*.
- Sulistiyowati, Y. (2018). Analisis Kontirbusi Pajak Hotel Dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batu. *JAMSWAP: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen STIE Walisongo Pasuruan*, 3(3), 9–18.
- Timur, W. S. K. B. J. (n.d.). Religi Masyarakat Wisata: Eksplorasi Diskursif Mengenai Dakwah Agama Di Masyarakat Wisata Songgoriti Kota Batu Jawa Timur. *The 11 Th Annual Conference On Islamic Studies*, 194.

Copyright Holder:

Risna Amalia Ulfa (2024)

First publication right:

Syntax Idea

This article is licensed under:

