



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 8523-8531

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Pengembangan Komponen Pariwisata Guna Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Taman Panorama Ngarai Sianok Dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi

Ardevi Sukandar¹, Gina Havieza Elmizan², Cahya Agung Mulyana³, Santi Deswita⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

ardeviskndr03@gmail.com, ginahaviezaelmizan@uinbukittinggi.ac.id, cahvaagungmulyana@uinbukittinggi.ac.id, santideswita@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak

Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi besar dari aspek keindahan alam dan nilai sejarah. Namun, berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan tahun 2020–2024, terjadi fluktuasi dan penurunan kunjungan, khususnya pada tahun 2023 dan 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata belum optimal, terutama dalam penerapan komponen pariwisata 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata guna meningkatkan minat berkunjung wisatawan dengan menggunakan pendekatan 4A dan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan metode campuran (mixed methods), yaitu menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan kondisi aktual komponen pariwisata yang meliputi daya tarik (attraction), aksesibilitas (accessibility), amenitas (amenities), dan pelayanan tambahan (ancillary services). Sementara itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendukung analisis dalam oerumusan strategi pengembangan melalui pembobotan dan penilaian faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT. Dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dianalisis untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal destinasi sebagai dasar perumusan strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang memiliki kekuatan dan peluang yang lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi Strengths–Opportunities (SO) merupakan strategi yang paling dominan dan direkomendasikan, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan daya tarik alam dan sejarah untuk menangkap peluang peningkatan minat wisata alam dan wisata sejarah. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa penerapan strategi pengembangan berbasis komponen 4A secara terintegrasi, inovatif, dan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kualitas.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, 4a Pariwisata, Analisis Swot, Minat Berkunjung

1. Pendahuluan

Menurut Meyers mendefinisikan bahwa Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah, melainkan hanya untuk bersenang-senang memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta berbagai tujuan lainnya.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki beragam destinasi wisata yang unik dan menarik, salah satunya adalah Kota Bukittinggi yang terletak di Provinsi Sumatera Barat.

Kota Bukittinggi adalah kota terbesar kedua di Provinsi Sumatera Barat. Secara historis, Bukittinggi sejak masa Kolonial Belanda menjadi pusat pemerintahan untuk wilayah dataran tinggi Sumatera Barat. Bahkan pada masa pendudukan Jepang, Bukittinggi menjadi ibu kota pemerintahan militernya untuk

tingkat Sumatera. Bukittinggi atau yang disebut juga dengan Fort de Kock dan dahulunya dijuluki sebagai Parijs van Sumatra. Luas Bukittinggi secara de jure adalah 145,29 km².

Taman Panorama Ngarai Sianok terbentuk karena adanya pergerakan patahan bumi. Patahannya berbentuk panjang dan berkelok-kelok dari selatan Ngarai Koto Gadang sampai ke Nagari Sianok Anam suku dan berakhir di Palupuh. Patahan memanjang atau biasa disebut patahan semangko ini membentuk dinding curam, tegak lurus dengan lembah dan aliran sungai.

Adapun data kunjungan wisatawan ke Panorama Ngarai Sianok Bukittinggi dari tahun ke tahun berfluktuasi.

Tabel 1.1
Daftar Pengunjung di Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi 2020-2024

| Tahun | Jepang Kota Bukittinggi 2020- 2024 | |
|-------|------------------------------------|------------------------------------|
| | Jumlah Pengunjung | Persentase (Peningkatan/Penurunan) |
| 2020 | 143.541 | |
| 2021 | 131.873 | (8,12) |
| 2022 | 244.363 | 85,3 |
| 2023 | 220.525 | (9,7) |
| 2024 | 160.099 | (27,40) |

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi

Pada tahun 2020 pengunjung di Taman Panorama Ngarai Sianok Kota Bukittinggi mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu hanya sebanyak 143.541 pengunjung, ini semua disebabkan oleh pembatasan sosial yang diterapkan pemerintah untuk menanggulangi COVID-19, kekhawatiran kesehatan yang membuat orang menghindari keramaian, penutupan sementara atau pengurangan jam operasional tempat wisata, dampak ekonomi pandemi yang mengurangi daya beli masyarakat, serta penerapan protokol kesehatan yang ketat yang membuat pengunjung merasa tidak nyaman atau ragu untuk berkunjung. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung Taman Panorama Ngarai Sianok Kota Bukittinggi masih mengalami penurunan pada akibat pandemi COVID-19.

Pada tahun 2022, Taman Panorama Ngarai Sianok Kota Bukittinggi mulai menunjukkan kenaikan jumlah pengunjung yang signifikan. Kenaikan ini dipengaruhi oleh meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata setelah pelonggaran pembatasan akibat pandemi COVID-19. Pada tahun 2023 dan 2024, Taman Panorama Ngarai Sianok Kota Bukittinggi kembali mengalami penurunan pada jumlah pengunjung dikarenakan tidak memiliki pembaharuan pada destinasi wisatanya, seperti kurangnya atraksi wisata dan keamanan yang kurang terjaga yang terlihat dari kurangnya penjagaan terhadap wisatawan dari banyaknya hewan endemik dibagian yang terpantau kurang aman bagi para pengunjung yang juga bisa menyebabkan kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung. Peneliti juga melakukan observasi awal dengan mewawancarai 10 orang pengunjung, 7 dari 10 orang pengunjung menilai bahwa destinasi wisata Taman Panorama Ngarai Sianok tidak memberikan pengalaman baru maupun atraksi (*attraction*) baru atau inovasi signifikan yang dapat meningkatkan daya tarik wisatawan, sehingga terasa kurang menarik bagi yang sudah pernah berkunjung sebelumnya.

Peneliti juga melakukan wawancara terkait fasilitas penunjang (*amenity*), 7 dari 10 pengunjung mengatakan bahwa masih terbatasnya area parkir serta pagar pembatas yang kurang aman dikarenakan banyaknya hewan endemik yang berkeliaran sehingga mengganggu kenyamanan para pengunjung. Peneliti juga melakukan observasi lapangan terkait fasilitas layanan pendukung (*ancillary*), Pengelola Taman Panorama Ngarai Sianok mengatakan bahwa masih kurangnya fasilitas pendukung penting seperti pemandu wisata berbahasa asing, di sekitar lokasi. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan layanan *ancillary* untuk mendukung kenyamanan dan keamanan pengunjung secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Komponen Pariwisata Guna Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi”

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi terkait strategi pengembangan komponen pariwisata dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi. Penelitian dilaksanakan di lokasi destinasi tersebut pada bulan Desember 2025 hingga selesai. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kualitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengelola dan pengunjung destinasi wisata, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, dokumen, artikel, dan penelitian terdahulu yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memperoleh informasi yang akurat dan mendalam terkait kondisi objek penelitian

3. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Setelah melakukan wawancara dengan pengegelola dan pengunjung, peneliti mendapatkan data faktor internal dan faktor eksternal yang ada di Taman Panorama Ngarai Sianok dan mengelompokkannya ke dalam sebuah tabel, sebagai berikut :

Tabel 1.2 Matriks Faktor Internal Dan Faktor Eksternal

| Faktor Internal | Faktor Eksternal |
|---|--|
| Kekuatan (Strenghts) | Peluang (Opportunity) |
| 1. Keindahan alam Ngarai Sianok dengan tebing curam dan lembah hijau. | 1. Menyelenggarakan Event sederhana |
| 2. Kombinasi wisata alam dan sejarah dalam satu kawasan. | 2. Pemanfaatan media digital untuk menyampaikan Informasi Kondisi Kawasan Secara Digital |
| 3. Lokasi dekat dengan pusat Kota Bukittinggi. | 3. peningkatan penerangan dan petunjuk arah di dalam area lobang Jepang |
| 4. Tersedia fasilitas memadai seperti toilet, musholla, area istirahat. | 4. Mengadakan pelatihan singkat SDM |
| 5. Ketersediaan kuliner, souvenir local | 5. Kerja sama dengan UMKM lokal |
| Kelemahan (Weaknesses) | Ancaman (Threats) |
| 1. Penyajian papan informasi sejarah lobang Jepang masih terbatas | 1. Ancaman bencana alam seperti longsor dan gempa bumi |
| 2. Keterbatasan rambu penunjuk arah di dalam area lobang Jepang | 2. Risiko kerusakan situs sejarah akibat kunjungan massal |
| 3. Penerangan di dalam area lobang Jepang masih kurang optimal | 3. ketergantungan kunjungan pada musim liburan |
| 4. Kurangnya pemandu wisata berbahasa asing | 4. Jarak antara bandara internasional terdekat |
| 5. Promosi wisata belum optimal | 5. Pesaing baru yang serupa |

Strategi Pengembangan Komponen Pariwisata Guna Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi.

2. Analisis *Matrix Internal Faktor Evaluation (IFE)* dan *Eksternal Faktor Evaluation (EFE)*

Dalam analisis IFE dan EFE kita akan menilai dua buah matriks, pertama Internal Faktor Efaluation (IFE) matriks yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari dalam perusahaan, yaitu pada kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Kedua, Eksternal faktor Evaluation (EFE) matriks yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dari luar perusahaan, yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Treaths*). Pemberian bobot di urutkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), 0,15 (tinggi), jumlah seluruh bobot baik bagian masing-masing internal dan eksternal harus berjumlah 1,00 atau 100%. sedangkan rating peringatan digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk di kembangkan. Pemberian nilai rating di urutkan yaitu 1 (tidak penting) 2 (cukup penting), 3 (penting) 4 (sangat penting). Secara keseluruhan nilai skor yaitu merupakan hasil kali bobot dengan rating.

a. Analisis Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks IFE menggambarkan kondisi internal yang ada di Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi, terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang di hitung berdasarkan bobot yang diambil melalui observasi dan wawancara.

Tabel 1.3 Hasil Analisis Matriks IFE

| No. | Faktor Internal | Bobot | Rating | Nilai |
|-------------------------------|---|----------|--------|----------|
| Kekuatan (Strength) | | | | |
| 1 | Keindahan alam Ngarai Sianok menjadi daya tarik utama Lobang Jepang | 0,114887 | 3,55 | 0,407848 |
| 2 | Lobang Jepang menawarkan kombinasi wisata alam dan sejarah | 0,106796 | 3,3 | 0,352443 |
| 3 | Lokasi Lobang Jepang mudah dijangkau dari pusat Kota Bukittinggi | 0,10356 | 3,2 | 0,331392 |
| 4 | Fasilitas umum (toilet, musholla, area istirahat) sudah memadai | 0,095469 | 2,95 | 0,281634 |
| 5 | Kuliner dan souvenir lokal tersedia di sekitar kawasan wisata | 0,087379 | 2,7 | 0,235922 |
| Subtotal | | 0,5 | | 1,609223 |
| Kelemahan (Weaknesses) | | | | |
| 1 | Informasi sejarah Lobang Jepang masih kurang lengkap | 0,098706 | 3,05 | 0,301052 |
| 2 | Rambu penunjuk arah di dalam kawasan masih terbatas | 0,114887 | 3,55 | 0,407848 |
| 3 | Penerangan di dalam Lobang Jepang belum optimal | 0,101942 | 3,15 | 0,321117 |
| 4 | Jumlah pemandu wisata berbahasa asing masih kurang | 0,090615 | 2,8 | 0,253722 |
| 5 | Promosi wisata Lobang Jepang belum maksimal | 0,085761 | 2,65 | 0,227265 |
| Subtotal | | 0,5 | | 1,511003 |
| Total (S+W) | | 1 | | 3,12 |

Berdasarkan hasil analisis Internal Factor Evaluation (IFE) yang dapat dilihat dari tabel di atas, diperoleh total skor IFE sebesar 3,12, yang menunjukkan bahwa kondisi internal kawasan wisata berada pada posisi kuat, karena berada di atas nilai rata-rata 2,5. Berdasarkan perhitungan dari hasil analisis IFE terdapat selisih nilai antara kekuatan dan kelemahan sebesar 0,098220065, di mana nilai kekuatan (1,609223) lebih besar dibandingkan nilai kelemahan (1,511003).

Selisih positif ini menunjukkan bahwa secara internal kekuatan masih lebih dominan dibandingkan kelemahan, meskipun perbedaannya relatif kecil. Artinya, kawasan wisata memiliki modal internal yang cukup baik, namun masih berada pada kondisi cukup sensitif terhadap kelemahan internal apabila tidak segera dilakukan perbaikan. Berdasarkan analisis IFE, Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi memiliki kondisi internal yang kuat, dengan total skor 3,12 dan selisih positif antara kekuatan dan kelemahan sebesar 0,098220065. Kondisi ini menunjukkan bahwa destinasi wisata memiliki potensi besar untuk dikembangkan, asalkan strategi pengembangan pariwisata difokuskan pada optimalisasi kekuatan dan perbaikan kelemahan internal guna meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

b. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks EFE menggambarkan kondisi eksternal destinasi wisata Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi yang terdiri dari peluang dan ancaman yang di hitung berdasarkan bobot yang di ambil melalui observasi dan wawancara.

Tabel 1.4 Hasil Analisis Matriks EFE

| No. | Faktor Eksternal | Bobot | Rating | Nilai |
|------------------------------|---|----------|--------|----------|
| Peluang (Opportunity) | | | | |
| 1 | Lobang Jepang berpotensi dikembangkan sebagai wisata edukasi | 0,101449 | 3,15 | 0,319565 |
| 2 | Wisata berbasis pengalaman sejarah dapat dikembangkan | 0,109501 | 3,4 | 0,372303 |
| 3 | Peningkatan penerangan dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan | 0,101449 | 3,15 | 0,319565 |
| 4 | Perbaikan petunjuk arah dapat meningkatkan kualitas kunjungan | 0,10467 | 3,25 | 0,340177 |
| 5 | Kerja sama dengan agen perjalanan dan media digital berpotensi meningkatkan kunjungan | 0,101449 | 3,15 | 0,319565 |
| Subtotal | | 0,518519 | | 1,671176 |
| Ancaman (Threats) | | | | |
| 1 | Bencana alam berpotensi mengganggu aktivitas wisata | 0,10467 | 3,25 | 0,340177 |
| 2 | Kunjungan massal berisiko merusak situs Sejarah | 0,101449 | 3,15 | 0,319565 |
| 3 | Jumlah kunjungan wisatawan bergantung pada musim liburan | 0,095008 | 2,95 | 0,280274 |
| 4 | Jarak dari bandara internasional menjadi kendala akses | 0,093398 | 2,9 | 0,270853 |
| 5 | Munculnya destinasi wisata sejenis menjadi ancaman | 0,086957 | 2,7 | 0,234783 |
| Subtotal | | 0,481481 | | 1,445652 |
| Total (O+T) | | 1 | | 3,116828 |

Berdasarkan hasil analisis External Factor Evaluation (EFE) yang dapat dilihat dari tabel di atas, diperoleh total skor EFE sebesar 3,11, yang menunjukkan bahwa kawasan wisata memiliki kemampuan yang baik dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman eksternal, karena nilainya berada di atas rata-rata 2,5.

1. Analisis Peluang (Opportunities)

Total nilai tertimbang faktor peluang sebesar 1,671176 dengan total bobot 0,518519, yang menunjukkan bahwa lingkungan eksternal menyediakan peluang yang cukup besar bagi pengembangan destinasi wisata..

2. Analisis Ancaman (Threats)

Total nilai tertimbang faktor ancaman sebesar 1,445652 dengan total bobot 0,481481, yang menunjukkan bahwa ancaman eksternal masih perlu diantisipasi meskipun peluang lebih dominan.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh selisih nilai antara peluang dan ancaman sebesar 0,225523349, di mana nilai peluang (1,671176) lebih besar dibandingkan nilai ancaman (1,445652). Selisih positif ini menunjukkan bahwa peluang eksternal lebih dominan dibandingkan ancaman, sehingga lingkungan eksternal relatif mendukung pengembangan Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang. Namun, karena selisihnya tidak terlalu besar, diperlukan strategi yang tepat agar peluang dapat dimanfaatkan secara optimal tanpa mengabaikan potensi ancaman.

Berdasarkan hasil analisis EFE, Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi memiliki peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan ancaman, dengan total skor EFE 3,116828 dan selisih peluang–ancaman sebesar 0,225523349. Kondisi ini menunjukkan bahwa destinasi wisata memiliki prospek pengembangan yang baik, asalkan strategi pengembangan pariwisata difokuskan pada pemanfaatan peluang eksternal secara optimal serta pengendalian ancaman untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan secara berkelanjutan.

B. Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian

Setelah melakukan beberapa tahap yaitu identifikasi faktor Internal dan Eksternal, IFE dan EFE. Matriks SWOT akan membantu dalam menentukan strategi untuk masa yang akan datang, untuk memperkuat pilihan strategi maka perlu dilakukan analisis strategi dengan metode bobot skor sebagaimana terlihat pada tabel :

Tabel 1.5 Bobot Skor

| | Kekuatan (S) | Kelemahan (W) |
|--------------------|---|---|
| Peluang (O) | Strategi SO $1,609223 + 1,671176 =$ $3,280339$ | Strategi WO $1,511003 + 1,671176 =$ $3,182179$ |
| Ancaman (T) | Strategi ST $1,609223 + 1,445652 =$ $3,054875$ | Strategi WT $1,511003 + 1,445652 =$ $2,956655$ |

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan (data diolah) 2025

Berdasarkan hasil Tabel di atas, diperoleh nilai total kombinasi strategi sebagai berikut:

Strategi SO = 3,280339

Strategi WO = 3,182179

Strategi ST = 3,054875

Strategi WT = 2,956655

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO memperoleh nilai tertinggi, yaitu sebesar 3,280339, sehingga menjadi strategi utama dan paling prioritas dalam pengembangan Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang. Nilai ini menunjukkan bahwa destinasi memiliki kekuatan internal yang besar serta peluang eksternal yang sangat mendukung untuk dikembangkan secara optimal.

Kekuatan internal berupa keindahan alam Ngarai Sianok yang ikonik serta nilai sejarah Lobang Jepang menjadi modal utama dalam menarik minat wisatawan. Di sisi lain, peluang berupa meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata berbasis pengalaman, edukasi, dan sejarah (heritage tourism), serta perkembangan teknologi digital, memberikan ruang yang luas bagi pengelola untuk melakukan inovasi produk wisata.

Berdasarkan kondisi tersebut, strategi SO diarahkan pada pengembangan paket wisata edukasi dan sejarah yang terintegrasi dengan keindahan alam. Pengemasan wisata berbasis pengalaman (heritage tourism) dilakukan dengan memadukan narasi sejarah Lobang Jepang dan panorama alam Ngarai Sianok sebagai daya tarik utama. Selain itu, perluasan promosi digital melalui kerja sama dengan agen perjalanan dan media digital menjadi langkah strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Integrasi kuliner dan souvenir lokal dalam paket wisata juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan sekaligus mendorong perekonomian masyarakat sekitar.

Dengan demikian, strategi SO menitikberatkan pada upaya memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki destinasi untuk menangkap peluang pasar, sehingga pengembangan pariwisata dapat dilakukan secara berkelanjutan dan berdaya saing.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO berada pada urutan kedua dengan nilai 3,182179. Nilai ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa kelemahan internal, peluang eksternal yang tersedia cukup besar untuk dimanfaatkan guna menutupi dan memperbaiki kelemahan tersebut.

Kelemahan yang masih ditemukan antara lain keterbatasan papan informasi sejarah, media interpretasi, penerangan, serta rambu penunjuk arah. Namun, peluang berupa meningkatnya permintaan wisata edukasi dan dukungan promosi digital dapat dimanfaatkan untuk melakukan perbaikan tersebut.

Strategi WO difokuskan pada penyempurnaan papan informasi sejarah dan media interpretasi guna mendukung pengembangan wisata edukasi dan heritage tourism. Selain itu, peningkatan kualitas penerangan dan rambu penunjuk arah menjadi bagian penting dalam meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan. Pelatihan serta penambahan pemandu wisata berbahasa asing juga menjadi langkah strategis untuk memanfaatkan peluang pasar wisatawan mancanegara. Optimalisasi promosi melalui kerja sama dengan agen perjalanan dan platform digital dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran destinasi. Strategi WO bersifat sebagai strategi perbaikan (*turn-around strategy*) yang realistis dan berfungsi sebagai pendukung utama dalam keberhasilan penerapan strategi SO.

3. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST memperoleh nilai sebesar 3,054875, yang menunjukkan bahwa strategi ini berada pada kategori cukup kuat meskipun bukan prioritas utama. Strategi ini menggambarkan kemampuan destinasi dalam memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal, seperti persaingan dengan destinasi wisata lain dan perubahan tren wisata.

Pemanfaatan keindahan alam dan nilai sejarah sebagai keunggulan kompetitif menjadi langkah utama dalam menghadapi persaingan destinasi sejenis. Selain itu, pengaturan pola kunjungan wisatawan melalui sistem zonasi dan pembatasan jumlah pengunjung perlu diterapkan untuk mencegah kerusakan situs sejarah. Pemanfaatan lokasi strategis dan fasilitas yang tersedia juga menjadi upaya untuk menjaga minat kunjungan meskipun terdapat kendala aksesibilitas dari bandara internasional. Pengembangan wisata minat khusus dan wisata edukasi dilakukan untuk mengurangi ketergantungan terhadap musim liburan. Strategi ST bersifat defensif aktif dan berperan sebagai strategi pendukung guna menjaga keberlanjutan destinasi di tengah dinamika lingkungan eksternal.

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT memperoleh nilai terendah, yaitu sebesar 2,956655. Nilai ini menunjukkan bahwa kombinasi kelemahan internal dan ancaman eksternal bukan merupakan kondisi yang paling dominan dalam pengembangan destinasi wisata ini.

Strategi WT difokuskan pada langkah-langkah antisipatif, seperti penyusunan standar pengelolaan dan pemeliharaan kawasan wisata untuk meminimalkan risiko kerusakan situs sejarah akibat kunjungan massal. Peningkatan kualitas fasilitas dasar, seperti penerangan dan rambu penunjuk arah, dilakukan untuk meningkatkan keamanan wisatawan dan mengurangi dampak ancaman bencana. Selain itu, pengembangan strategi promosi berkelanjutan dan peningkatan kualitas pelayanan wisata menjadi upaya mempertahankan daya saing destinasi di tengah persaingan dan fluktuasi jumlah kunjungan.

Meskipun tidak direkomendasikan sebagai strategi utama, strategi WT tetap penting sebagai langkah mitigasi apabila kondisi eksternal mengalami penurunan. Berdasarkan hasil perhitungan analisis matriks IIFE dan EFE serta analisis matriks SWOT, dapat disimpulkan bahwa Strategi SO merupakan strategi yang paling tepat dan menjadi prioritas utama dalam pengembangan komponen pariwisata Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi. Strategi ini didukung oleh kekuatan internal yang besar serta peluang eksternal yang sangat mendukung, sehingga memungkinkan destinasi untuk berkembang secara optimal dan berkelanjutan.

Fokus utama strategi ini adalah pemanfaatan potensi alam dan sejarah sebagai daya tarik utama, didukung oleh peningkatan promosi digital melalui kerja sama dengan agen perjalanan dan media digital, serta integrasi kuliner dan souvenir lokal dalam paket wisata. Penerapan strategi SO diharapkan mampu meningkatkan minat berkunjung wisatawan secara berkelanjutan serta memberikan dampak positif bagi pengembangan pariwisata dan perekonomian daerah.

1. Strategi Pengembangan Komponen 4A

a) Atraksi (*Attraction*)

Strategi yang dapat digunakan pada atraksi wisata Taman Pnaorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi antara lain: Memanfaatkan keindahan alam dengan menyelenggarakan event sederhana seperti , event tahunan lomba fotografi panorama, pertunjukan musik akustik sore hari tiap akhir pekan, dan Festival kuliner UMKM lokal.

b) Amenitas

Strategi yang dapat digunakan pada amenitas wisata Taman Pnaorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi adalah Penambahan penerangan dan petunjuk arah untuk area Lobang Jepang dan pengoptimalan pemeliharaan dan pemanfaatan fasilitas yang sudah ada (toilet, musholla, area duduk) untuk mendukung kegiatan event tanpa perlu pembangunan fasilitas baru.

c) Aksesibilitas

Strategi yang dapat digunakan pada aksesibilitas wisata Taman Pnaorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi adalah penyediaan informasi kondisi kawasan secara online dengan memberikan update kondisi cuaca, kepadatan pengunjung, dan jam operasional melalui media digital.

d) Ancillary (Pendukung)

Strategi yang dapat digunakan pada *ancillary* (layanan tambahan) wisata Taman Pnaorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi adalah Mengadakan pelatihan singkat Berbahasa Inggris dan komunikasi bagi petugas agar mampu mendukung kegiatan *event* dan peningkatan pelayanan.

Berdasarkan hasil analisis strategi pengembangan komponen 4A (*Attraction, Amenity, Accessibility, dan Ancillary*) pada Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang, dapat disimpulkan bahwa seluruh komponen memiliki peran penting dan saling berkaitan dalam mendukung pengembangan destinasi. Namun dari keempat komponen tersebut, faktor Atraksi (*Attraction*) menjadi aspek yang paling penting dan paling mendesak untuk diprioritaskan dalam strategi pengembangan saat ini.

4. Kesimpulan

Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar, khususnya dari aspek keindahan alam dan nilai sejarah. Keunikan panorama Ngarai Sianok serta keberadaan Lobang Jepang sebagai situs sejarah menjadi kekuatan utama yang membentuk daya tarik destinasi dan berpotensi mendukung pengembangan pariwisata daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi dan penurunan jumlah kunjungan wisatawan dalam beberapa tahun terakhir bukan disebabkan oleh ketiadaan atau kelemahan mendasar pada komponen pariwisata 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary*), melainkan lebih disebabkan oleh belum optimalnya pemanfaatan dan pengelolaan komponen tersebut secara terintegrasi dan berkelanjutan. Temuan ini diperkuat melalui hasil observasi, wawancara, serta analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian. Ditinjau dari aspek *Attraction*, Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang Kota Bukittinggi telah memiliki daya tarik utama yang kuat berupa keindahan alam dan nilai historis yang khas. Kombinasi panorama Ngarai Sianok dan situs sejarah Lobang Jepang menjadi kekuatan utama destinasi ini. Namun, pengembangan atraksi masih belum inovatif dan cenderung terbatas pada aktivitas kunjungan biasa. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan strategi pengembangan melalui penyelenggaraan event kreatif dan tematik seperti pertunjukan musik, pertunjukan seni, pameran sejarah, lomba fotografi panorama, serta festival kuliner UMKM lokal guna meningkatkan daya tarik dan variasi pengalaman wisatawan. Dari aspek *Accessibility*, lokasi destinasi relatif mudah dijangkau, namun aksesibilitas kawasan wisata sudah cukup optimal pada akses menuju destinasi namun masih memerlukan peningkatan untuk mendukung kenyamanan wisatawan pada akses informasi kondisi destinasi seperti kondisi cuaca, kepadatan pengunjung dan jam operasional. Pada aspek *Amenity*, fasilitas pendukung telah tersedia, namun kualitas dan kelengkapannya belum sepenuhnya optimal dalam seperti penerangan dan petunjuk arah untuk area Lobang Jepang dan pengoptimalan pemeliharaan dan pemanfaatan fasilitas yang sudah ada (toilet, musholla, area duduk) untuk mendukung kegiatan *event event* khusus tanpa perlu pembangunan fasilitas baru. Pada aspek *Ancillary*, layanan pendukung pariwisata juga sudah cukup mampu memenuhi kebutuhan wisatawan secara menyeluruh, namun masih ada aspek yang perlu ditingkatkan seperti kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan singkat Berbahasa Inggris dan komunikasi bagi petugas agar mampu mendukung kegiatan *event* dan peningkatan pelayanan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, diketahui bahwa kondisi internal dan eksternal destinasi berada pada posisi yang relatif menguntungkan, di mana faktor kekuatan dan peluang lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Hasil perhitungan strategi menunjukkan bahwa strategi *SO (Strengths–Opportunities)* merupakan strategi yang paling tepat untuk diterapkan, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan internal destinasi guna menangkap peluang eksternal. Berdasarkan analisis 4A pada Taman Panorama Ngarai Sianok dan Lobang Jepang, aspek *Attraction* menjadi prioritas utama dalam pengembangan destinasi. Strategi yang dirumuskan berupa penyelenggaraan event kreatif untuk meningkatkan daya tarik serta memperkaya pengalaman wisatawan. Penerapan strategi *SO* diharapkan

mampu meningkatkan minat berkunjung wisatawan secara berkelanjutan serta memberikan dampak positif bagi pengembangan pariwisata dan perekonomian daerah.

Referensi

1. Arif, N. L. (2017). *“Pengaruh Motivasi Sikap Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Outlet Sumber Waras Di Gkb Gresik”* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
2. Azizah Husin dkk, *Pengembangan Wisata*, (Palembang:Bening Media:2022), hal.1-7
3. Cooper, et. al. 2005. *Tourism Principle and Practice*, 3nd ed. Prentice Hall, Newyork
4. Dilla Desvi Yolanda, *Pesona Kota Bukittinggi*, (Bogor:Kreatif Publishing Member of Pedia Group:2022), hal.39-40
5. David, Fred R. *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education, 2011.
6. Dr. Bambang Suharto, dkk, *“Manajemen Pariwisata”*, (Jambi : Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hal. 52
7. Emil Salim, Dkk, *“Optimalisasi Minat Mengunjungi Destinasi Wisata”*, (Sumatra Barat, Gita Lentera, 2023), Hal 39.
8. Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016, hlm. 18–21.
9. Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016, hlm. 31–35.
10. Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, New Jersey: Pearson Education, 2011, hlm. 80–83
11. Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, New Jersey: Pearson Education, 2011, hlm. 80–83.
12. Gusti Bagus Rai Utama., *“Pemasaran Pariwisata”*, (Yogyakarta, CV. ANDI OFFSET, 2017), hal 2
13. Hunger, J. David & Wheelen, Thomas L. *Strategic Management and Business Policy*. Pearson, 2012
14. Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.
15. Sunaini, T. (2023). *“Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dengan Menggunakan Analisis Swot Dalam Perspektif Bisnis Islam”*(Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).