

## **PENGEMBANGAN LAVA BANTAL SEBAGAI OBJEK WISATA MINAT KHUSUS DALAM MENCIPTAKAN KEBERLANJUTAN**

**Ertanta Ari Sudanang<sup>1</sup>, Farah Diana Djamil<sup>2</sup>, Yuli Arisanti<sup>3</sup>, Agung Sulisty<sup>4\*</sup>**

<sup>1, 2</sup> Prodi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

<sup>3, 4</sup> Prodi Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

Email: [ertanta@stiram.ac.id](mailto:ertanta@stiram.ac.id), [farahdjamil@stipram.ac.id](mailto:farahdjamil@stipram.ac.id), [arisanti@stipram.ac.id](mailto:arisanti@stipram.ac.id), [agungsulisty@stipram.ac.id](mailto:agungsulisty@stipram.ac.id)\*

| <b>Article Info</b>                                                                                                                                                                                                                         | <b>Abstrak</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Kata Kunci:</b><br/>Kebertlanjutan<br/>Minat Khusus<br/>Pariwisata<br/>Pengembangan<br/>SWOT</p> <p><b>Diterima:</b><br/>4 Agustus 2025</p> <p><b>Disetujui:</b><br/>5 Agustus 2025</p> <p><b>Diterbitkan:</b><br/>5 Agustus 2025</p> | <p>Mengacu pada kajian Organization Economic Cooperation and Development (OECD), pariwisata berbasis alam memiliki daya tarik berbeda. Berbagai pengalaman serta petualangan mampu menarik wisatawan. Sebagai upaya pengembangan objek wisata Lava bantal, perlu menyusun rencana serta implementasi strategi menyeluruh. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengembangkan potensi Lava Bantal sebagai objek wisata minat khusus berbasis alam yang berkelanjutan dan memberikan manfaat. Desain penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam riset ini. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kegiatan observasi serta wawancara. Beberapa pengelola serta wisatawan dipilih untuk dijadikan informan. Sebagai upaya memperkuat hasil penelitian, analisa SWOT 4-K digunakan dalam studi ini. Hasil penelitian menegaskan, objek wisata Lava Bantal memiliki potensi dan peluang yang dapat dikembangkan. Posisi Objek wisata Lava bantal pada Kuadran 1 menegaskan jika pengelola perlu menerapkan strategi pertumbuhan sesuai dengan kekuatan yang dimiliki. Lebih lanjut, pengelola juga dapat memaksimalkan peluang yang tersedia. Beberapa jenis strategi meliputi perluasan jangkauan pemasaran, pengembangan produk, dan diversifikasi produk memiliki risiko dan manfaat yang berbeda. Implementasi strategi pertumbuhan harus dilakukan secara terencana, dengan tujuan berkelanjutan dan mencapai hasil optimal.</p> |

**Abstract**

*Referring to a study by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), nature-based tourism has a distinct appeal. Various experiences and adventures can attract tourists. To develop the Lava Bantal tourist attraction, it is necessary to create a comprehensive strategy plan and its implementation. This research is crucial to developing Lava Bantal's potential as a sustainable and beneficial nature-based special interest tourist attraction. A qualitative descriptive research design was used in this study. Data collection in this study used observation and interviews. Several managers and tourists were selected as informants. To strengthen the research results, a 4-K SWOT analysis was used in this study. The results confirm that the Lava Bantal tourist attraction has potential and opportunities that can be developed. The Lava Bantal tourist attraction's position in Quadrant 1 emphasizes that managers must implement growth strategies based on their strengths. Furthermore, managers also maximize available opportunities. Several strategies have different risks and benefits, including expanding marketing reach, product development, and product diversification. The implementation of growth strategies must be carried out in a planned manner, aiming for sustainability and achieving optimal results.*

**Keywords:** *Sustainable; Special Interest; Tourism; Development; SWOT*

## **PENDAHULUAN**

Upaya pengembangan pariwisata DIY yang mengacu Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah (RIPPARDA) perlu didukung (Buchori et al., 2025; Sulistyو et al., 2022). Program tersebut memiliki visi yang akan menjadikan Yogyakarta sebagai destinasi pariwisata berbasis budaya yang kompetitif, berkelanjutan, dan memberikan dampak bagi ekonomi masyarakat. Melalui program tersebut, arah kebijakan pariwisata berbasis wilayah yang telah ditetapkan meliputi beberapa fokus. Area perencanaan pembangunan kawasan strategis daerah, penegakan regulasi pembangunan kawasan, dan pengendalian implementasi pembangunan kawasan pariwisata. Melalui perencanaan yang matang, pengelola pariwisata di Yogyakarta berupaya mengembangkan kawasan-kawasan wisata yang dapat menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung perekonomian daerah.

Mengacu pada perkembangan pariwisata yang semakin signifikan, perhatian perlu diberikan secara menyeluruh. Berbagai dampak positif mampu dihadirkan melalui pengelolaan pariwisata yang maksimal (Sulistyو, Christyanta, et al., 2023; Sulistyو et al., 2024). Sektor pariwisata dapat mengangkat perekonomian wilayah dan masyarakat sekitar serta mampu merangsang munculnya sektor industri lain yang berkaitan, seperti: transportasi, akomodasi, jasa hingga bisnis lainnya. Besarnya dampak yang ditimbulkan pariwisata mendorong pengelolaan yang serius dari berbagai pihak. Lebih lanjut, pemerataan serta sebaran potensi pariwisata juga perlu diperhatikan. Pemerintah Daerah melalui dinas terkait perlu memperkuat promosi dan pemasaran potensi wisata yang ada di setiap wilayah. Setiap kebijakan yang dikeluarkan, tidak serta merta membuat pengelola pariwisata berpangku tangan. Pengelola perlu mendukung melalui implementasi strategi pengelolaan yang baik (Higgins-Desbiolles et al., 2019).

Maraknya bermunculan potensi wisata di Yogyakarta, disisi lain menghadirkan berbagai hal. Peluang, persaingan serta ancaman menjadi situasi yang perlu mendapat perhatian (Aly et al., 2021; Priatmoko & David, 2021). Namun demikian, meskipun banyaknya potensi wisata tidak semuanya mampu bertahan. Beberapa pengelola kurang jeli dalam penerapan strategi, serta pengorganisasian yang buruk. Terdapat beberapa kasus

pengelolaan, wisatawan merasa bosan dan jenuh dengan tampilan serta pelayanan yang mereka dapatkan (Darma et al., 2020; Neupane et al., 2021). Pengelola objek wisata perlu berinovasi serta menemukan strategi lain untuk merangsang kunjungan wisatawan. Pengelola perlu memberikan penawaran baru yang unik dan atraktif (Ganglmair-Wooliscroft & Wooliscroft, 2016; Tai & Yang, 2018). Wisatawan memang menjadi pribadi dengan ciri khas yang unik. Mereka akan mencari penawaran yang dirasa berbeda dan mampu memberikan daya tarik lain. Sisi pemasaran pada area ini perlu diperkuat melalui perhatian terhadap wisatawan atau pengguna layanan. Berkaitan dengan penawaran daya tarik, sisi inovatif, unik dan atraktif pada akhirnya akan menjadi pembeda.

Salah satu objek wisata menarik dan banyak dikunjungi adalah Lava Bantal (Mulyaningsih et al., 2024). Objek wisata ini terletak di bantaran Sungai opak dan masuk dalam wilayah Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Lava Bantal merupakan wilayah batuan lava basalt dan memiliki fenomena alam menarik serta menjadi salah satu kunjungan favorit wisatawan (Motik, 2024). Obyek wisata ini selalu dikunjungi wisatawan lokal maupun luar daerah mengingat lokasinya yang strategis serta didukung sarana-prasarana yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Ketertarikan wisatawan ketika berkunjung tentunya akan menciptakan persepsi yang positif. Objek Lava Bantal menawarkan pengalaman menyeluri Sungai opak dengan menggunakan ban atau pelampung. Selain bentangan batuan lava karst, objek wisata ini juga menawarkan arus sungai deras, serta rimbunnya pepohonan yang membuat suasana teduh.

Objek wisata berbasis alam ini menjadi pilihan alternatif wisatawan. Mengacu pada kajian Organization Economic Cooperation and Development (OECD), pariwisata berbasis alam memiliki daya tarik berbeda (OECD, 2018, 2024). Berbagai pengalaman serta sisi petualangan menjadi hal yang mampu menarik wisatawan. Sebagai upaya pengembangan objek wisata Lava bantal, perlu disusun rencana serta implementasi strategi yang menyeluruh. Beberapa instrument perlu diperkuat seperti: penyediaan sarana dan prasarana, kolaborasi pengelolaan, fokus pada keberlanjutan lingkungan serta pengembangan sumber daya manusia. Optimalisasi kekuatan serta peluang perlu dikembangkan dan diprioritaskan. Hadirnya objek wisata ini jelas

memberikan dampak bagi wilayah maupun ekonomi Masyarakat. Pengembangan objek wisata perlu diawali dengan perencanaan yang matang. Langkah tersebut dilakukan untuk mengetahui berbagai instrument yang dimiliki, baik internal maupun eksternal (Andri, 2019). Lebih lanjut, pemenuhan produk serta daya tarik penting untuk dilakukan. Wisatawan akan memilih hal tersebut sebagai daya utama melakukan kunjungan.

Penelitian ini berkontribusi untuk mengisi celah penelitian tentang pengelolaan berkelanjutan. Beberapa penelitian sebelumnya menekankan pentingnya penerapan strategi menyeluruh. Beberapa pilihan strategi yang dapat digunakan antara lain: penggunaan teknologi digital, peningkatan kualitas sumber daya manusia, fokus pada sarana prasarana, serta fokus pada daya tarik yang dimiliki (Abdullahi et al., 2020; Djuwendah et al., 2021; Escario-Sierra et al., 2022). Langkah pengembangan dapat dilakukan melalui kajian serta analisa lingkungan yang memberikan pengaruh serta dampak positif bagi objek wisata tersebut. Pemahaman pengelola terhadap pariwisata berkelanjutan akan memberikan dampak pada pengelolaan dimasa yang akan datang. Fokus terhadap lingkungan bisnis menjadi prioritas lain yang perlu dimaksimalkan untuk mencapai keberlanjutan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengembangkan potensi Lava Bantal sebagai objek wisata minat khusus berbasis alam yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi wilayah serta masyarakat.

## **METODE**

Desain penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam riset ini (Creswell & Creswell, 2018; Sulistyo, Fatmawati, et al., 2023). Penelitian ini mencoba mengkaji berbagai area yang berhubungan dengan strategi pengembangan objek wisata Lava Bantal. Penelitian ini juga mengeksplorasi berbagai hal sesuai tujuan penelitian yang ingin dicapai. Objek penelitian menggunakan Lava Bantal yang memiliki fenomena alam menarik serta menjadi salah satu tujuan wisata pilihan wisatawan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kegiatan observasi serta wawancara. Beberapa pengelola serta wisatawan dipilih untuk dijadikan informan (Almeida-Santana et al., 2018). Langkah ini digunakan sebagai upaya membuka selubung informasi yang ingin didapat. Sebagai upaya penguatan analisa data, metode SWOT 4-K digunakan untuk memetakan faktor internal (kekuatan dan

kelamahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) (Maharani et al., 2024; Sulistyo, Nurhaji, et al., 2023; Sulistyo & Salindri, 2018). Keberhasilan peneliti dalam menentukan instrumen yang akan digunakan, dapat memudahkan proses analisa serta temuan informasi data dalam menentukan strategi yang akan digunakan berikutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Objek wisata Lava Bantal memiliki potensi dan peluang yang dapat dikembangkan. Namun demikian terdapat berbagai hal yang harus mendapat perhatian khusus. Adapun analisa kekuatan dan kelemahan (lingkungan internal), peluang dan ancaman (lingkungan eksternal) pengembangan objek wisata Lava Bantal dapat dijabarkan sebagai berikut :

### Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal dan eksternal objek wisata Lava Bantal dilakukan sebagai langkah awal. Peneliti melakukan kunjungan dan menentukan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman objek wisata. Instrumen yang dihadirkan ditentukan melalui kegiatan wawancara dan diskusi (FGD) dengan pengelola. Kajian tersebut berkaitan dengan data yang diperlukan harus sesuai dengan tujuan penelitian. lebih lanjut, bobot dan skor diberikan pengelola setelah melakukan diskusi mendalam dengan peneliti. Tahap akhir dari analisa SWOT adalah menghitung nilai tertimbang setiap indikator seperti tersaji dalam tabel berikut:

**Tabel 1. Instrumen Internal Matriks SWOT 4-K (Kuadran)**

| No              | Kategori Variabel dan Indikator | Bobot       | Skor | Nilai Tertimbang |
|-----------------|---------------------------------|-------------|------|------------------|
| <b>Kekuatan</b> |                                 |             |      |                  |
| 1               | Keunikan Objek Wisata           | 0.20        | 5    | 1.00             |
| 2               | Keamanan Objek Wisata           | 0.10        | 4    | 0.40             |
| 3               | Kesejahteraan Pengelola         | 0.05        | 3    | 0.15             |
| 4               | Pemberdayaan masyarakat         | 0.10        | 4    | 0.40             |
| 5               | Keterampilan SDM                | 0.05        | 3    | 0.15             |
| 6               | Promosi Objek Wisata            | 0.10        | 4    | 0.40             |
| 7               | Kontribusi Lingkungan           | 0.10        | 4    | 0.40             |
| 8               | Layanan Pengunjung              | 0.10        | 3    | 0.30             |
| 9               | Lokasi Objek Wisata             | 0.10        | 4    | 0.40             |
| 10              | Sarana Prasarana                | 0.10        | 3    | 0.30             |
| <b>Total</b>    |                                 | <b>1.00</b> |      | <b>3.90</b>      |

| <b>Kelemahan</b> |                            |             |   |             |
|------------------|----------------------------|-------------|---|-------------|
| 1                | Variasi Produk             | 0.15        | 2 | 0.30        |
| 2                | Pengembangan SDM           | 0.15        | 2 | 0.30        |
| 3                | SOP Keselamatan Pengunjung | 0.15        | 3 | 0.45        |
| 4                | SOP Keamanan               | 0.15        | 3 | 0.45        |
| 5                | Aksesibilitas              | 0.20        | 3 | 0.60        |
| 6                | Kebersihan                 | 0.20        | 3 | 0.60        |
| <b>Total</b>     |                            | <b>1.00</b> |   | <b>2.70</b> |

Data Primer Diolah 2025

**Tabel 2. Instrumen Eksternal Matriks SWOT 4-K (Kuadran)**

| No             | Kategori Variabel dan Indikator | Bobot       | Skor | Nilai Tertimbang |
|----------------|---------------------------------|-------------|------|------------------|
| <b>Peluang</b> |                                 |             |      |                  |
| 1              | Perkembangan Pariwisata         | 0.30        | 5    | 1.50             |
| 2              | Dukungan Pemerintah             | 0.20        | 4    | 0.80             |
| 3              | Loyalitas Pengunjung            | 0.10        | 3    | 0.30             |
| 4              | Perkembangan Teknologi          | 0.20        | 4    | 0.80             |
| 5              | Presepsi Minat Khusus           | 0.20        | 4    | 0.60             |
| <b>Total</b>   |                                 | <b>1.00</b> |      | <b>4.00</b>      |
| <b>Ancaman</b> |                                 |             |      |                  |
| 1              | Persaingan Objek Wisata         | 0.35        | 2    | 0.70             |
| 2              | Situasi Ekonomi                 | 0.30        | 2    | 0.60             |
| 3              | Kondisi Alam                    | 0.35        | 2    | 0.70             |
| <b>Total</b>   |                                 | <b>1.00</b> |      | <b>2.00</b>      |

Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan analisa nilai skor yang diperoleh, berikutnya dilakukan penentuan instrumen variabel internal-eksternal yang dibagi menjadi empat kuadran yakni: strategi pertumbuhan agresif, strategi penyehatan, strategi bertahan dan strategi diversifikasi. Analisis Matriks SWOT 4-K selanjutnya menentukan posisi kuadran didasarkan pada selisih nilai tertimbang antara variabel internal dan eksternal. Seperti pada tabel berikut:

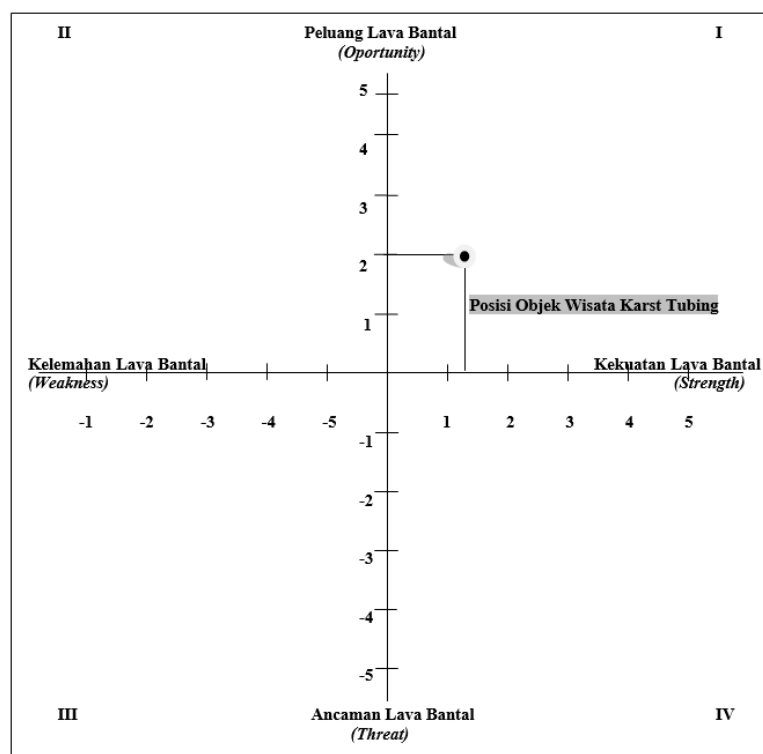
**Tabel 3. Selisih Nilai Tertimbang Objek Wisata Lava Bantal**

| Kategori Variabel                            | Nilai Tertimbang |
|----------------------------------------------|------------------|
| Nilai Tertimbang Kekuatan Objek Lava Bantal  | 3.90             |
| Nilai Tertimbang Kelemahan Objek Lava Bantal | 2.70             |
| <b>Selisih Positif</b>                       | <b>1.20</b>      |
| Nilai Tertimbang Peluang Objek Lava Bantal   | 4.00             |
| Nilai Tertimbang Ancaman Objek Lava Bantal   | 2.00             |
| <b>Selisih Positif</b>                       | <b>2.00</b>      |

Data Primer Diolah 2025

#### Diagram Hasil Analisa dan Posisi Kuadran SWOT 4-K

Berdasarkan analisis lingkungan intenal dan eksternal, objek wisata Lava Bantal berada pada kuadran 1. Hasil tersebut diperoleh dari perhitungan dan perbandingan antara variabel internal dan eksternal. Nilai tertimbang variabel internal lebih besar dibandingkan nilai tertimbang variabel eksternal. Penjelasan lebih lanjut, kuadran ini diperoleh dengan melihat nilai tertimbang kekuatan lebih besar dari nilai tertimbang kelemahan, dan disaat yang sama nilai peluang lebih besar dari nilai tertimbang ancaman.



Gambar 1. Matriks SWOT 4-K Posisi Objek Wisata Lava Bantal  
Data Primer Diolah 2025

### **Strategi Objek Wisata Aerdasarkan Analisa SWOT 4-K**

Berdasarkan hasil analisa yang telah diperoleh, beberapa strategi perlu dilakukan secara komprehensif. Kuadran 1 menegaskan jika pengelola perlu menerapkan strategi pertumbuhan sesuai dengan kekuatan yang dimiliki. Lebih lanjut, pengelola juga dapat memaksimalkan peluang yang tersedia. Dengan demikian, kolaborasi dan perpaduan antara kekuatan (keunggulan) serta peluang perlu dikelola dengan baik. Strategi pertumbuhan dimaknai sebagai rencana atau pendekatan yang dirancang oleh organisasi atau pengelola objek wisata. Langkah tersebut dilakukan dalam upaya memperbesar skala operasinya, meningkatkan pendapatan, dan memperluas jangkauan pemasaran objek wisata. Strategi ini menjadi sangat penting dalam konteks analisa SWOT karena hasil dari analisa tersebut memberikan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi organisasi sehingga dapat diarahkan pada upaya pertumbuhan yang efektif dan berkelanjutan (Aly et al., 2021; Priatmoko & David, 2021).

Strategi pertumbuhan mengacu pada langkah-langkah yang diambil oleh sebuah pengelolaan bisnis untuk meningkatkan kapasitas, ekspansi pasar, diversifikasi produk, atau peningkatan nilai bagi pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan, keuntungan, dan posisi kompetitif. Pertumbuhan ini bisa berupa pertumbuhan organik (internal) melalui pengembangan produk atau pasar yang sudah ada, maupun pertumbuhan anorganik seperti merger, akuisisi, dan aliansi strategis (Huang et al., 2021; Moravcikova et al., 2017; Sahoo et al., 2017). Melalui kerangka analisa SWOT, strategi pertumbuhan dirumuskan dengan memanfaatkan kekuatan (*strengths*) untuk menangkap peluang (*opportunities*) yang ada di lingkungan eksternal, sekaligus mengurangi risiko yang disebabkan oleh kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Beberapa bisnis tidak mampu mendefinisikan strategi pertumbuhan yang perlu dilakukan. Kondisi tersebut tentu saja memberikan dampak bagi perkembangan bisnis. Salah satu dampak terbesar dari kegagalan menerapkan strategi pertumbuhan adalah menurunnya daya saing pengelolaan (Darma et al., 2020; Neupane et al., 2021). Pada era kompetitif, pengelola yang tidak mampu berkembang dan beradaptasi dengan perubahan serta peluang pasar akan mudah terkalahkan oleh

pesaing yang lebih inovatif dan proaktif. Bisnis yang stagnan kehilangan relevansi dan nilai tambah di mata pelanggan, membuatnya tergerus oleh pesaing dan penawaran baru yang terus memperbaiki produk, layanan, dan jangkauan pasar mereka. Strategi pertumbuhan mendorong sebuah pengelolaan untuk melakukan perluasan jangkauan penawaran maupun dalam pengembangan produk dan jasa (Abdullahi et al., 2020; Djuwendah et al., 2021; Escario-Sierra et al., 2022). Jika pengelolaan gagal, maka perluasan pasar akan terhambat dan inovasi menjadi terbatas. Dampak jangka panjangnya adalah pengelolaan tersebut akan ketinggalan tren dan teknologi baru, sehingga sulit memenuhi kebutuhan wisatawan yang terus berkembang. Kurangnya inovasi juga membuat penawaran dan layanan menjadi kurang menarik dan kalah bersaing.

Strategi pertumbuhan yang tidak berhasil umumnya akan berdampak langsung pada penurunan pendapatan. Kondisi tersebut terjadi karena tidak mampu menjangkau pelanggan baru atau mengembangkan produk yang dibutuhkan, volume pendapatan terkikis, begitu pula dengan laba bisnis. Penurunan ini membuat pengelolaan sulit menginvestasikan kembali ke dalam kebutuhan strategis lain, sehingga terjebak dalam lingkaran kesulitan finansial yang semakin memburuk. Ketidakmampuan untuk bertumbuh membuat pengelolaan rentan terhadap risiko kegagalan. Kondisi ini diperparah apabila faktor eksternal seperti perubahan regulasi, krisis ekonomi, atau kemunculan objek wisata baru dan pengelolaan tidak memiliki kemampuan adaptasi yang memadai. Dalam skenario terburuk, pengelolaan bisa kehilangan daya tahan keuangan dan kehilangan kepercayaan. pengelolaan yang tidak mengelola strategi pertumbuhan secara baik sering kali menggunakan sumber daya secara tidak efektif (Sulistyo, Christyanta, et al., 2023; Sulistyo et al., 2024).. Misalnya, menginvestasikan dana pada aktivitas yang kurang memberikan dampak pertumbuhan, atau tidak memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki. Kondisi ini berujung pada pemborosan sumber daya, baik materi, waktu, maupun tenaga kerja yang sebenarnya bisa digunakan untuk pengembangan.

Pada akhirnya, strategi pertumbuhan menjadi upaya pengembangan organisasi yang dihasilkan dari analisa SWOT. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, organisasi dapat memilih langkah-langkah yang paling tepat untuk memperluas bisnisnya.

Jenis strategi meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi, yang masing-masing memiliki risiko dan manfaat yang berbeda. Implementasi strategi pertumbuhan harus dilakukan secara terencana, dengan tujuan jelas dan pemantauan berkelanjutan agar dapat mencapai hasil optimal. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya mendorong pertumbuhan dalam ukuran dan skala, tetapi juga membantu perusahaan mempertahankan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang dinamis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullahi, M., Kilili, R., & Günay, T. (2020). E-Tourism and Digital Marketing in Africa: Opportunities and Challenges. *LINGUISTICA ANTVERPIENSIA*, 244–261.
- Almeida-Santana, A., Moreno-Gil, S., & Boza-Chirino, J. (2018). The paradox of cultural and media convergence. Segmenting the European tourist market by information sources and motivations. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 613–625. <https://doi.org/10.1002/jtr.2210>
- Aly, M. N., Hamid, N., Suharno, N. E., Kholis, N., & Aroyandini, E. N. (2021). Community involvement and sustainable cave tourism development in tulungagung region. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(2), 588–597. Scopus. [https://doi.org/10.14505//jemt.v12.2\(50\).28](https://doi.org/10.14505//jemt.v12.2(50).28)
- Andri, N. P., Fahrurrozy Darmawan. (2019). *Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat Di Pulau Untung Jawa*. 7 No 1, 1–10.
- Buchori, A., Sulisty, A., Annisa, R. N., & Mahanani, S. (2025). Pengelolaan Konten Publikasi Desa Wisata: Menciptakan Keunggulan Daya Saing dan Pengelolaan Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 16(1), 26–42. <https://doi.org/10.29244/jmo.v16i1>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth Edition). SAGE Publications, Inc.
- Darma, I. D. P., Sutomo, Hanum, S. F., & Iryadi, R. (2020). Plant Conservation Based on Tri Mandala Concept on Homegarden at Pakraman Penge Village, Baru Village, Marga District, Tabanan Regency, Bali. *Journal of Tropical Biodiversity and Biotechnology*, 5(3), 189–200. <https://doi.org/10.22146/jtbb.56260>
- Djuwendah, E., Karyani, T., & Wulandari, E. (2021). Potential Development Strategy for Attraction and Community-based Agrotourism in Lebakmuncang Village. In Withaningsih S., Supyandi D., Utama G.L., & Malik A.D. (Eds.), *E3S Web*

- Conf. (Vol. 249). EDP Sciences; Scopus. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124901004>
- Escario-Sierra, F., Álvarez-Alonso, C., Moseñe-Fierro, J. A., & Sanagustín-Fons, V. (2022). Sustainable Tourism, Social and Institutional Innovation—The Paradox of Dark Sky in Astrotourism. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). Scopus. <https://doi.org/10.3390/su14116419>
- Ganglmair-Wooliscroft, A., & Wooliscroft, B. (2016). Diffusion of innovation: The case of ethical tourism behavior. *Journal of Business Research*, 69(8), 2711–2720. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.11.006>
- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: Rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926–1944. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1601732>
- Huang, L., Yang, L., Tuyền, N. T., Colmekcioglu, N., & Liu, J. (2021). Factors influencing the livelihood strategy choices of rural households in tourist destinations. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903015>
- Maharani, A. A. N., Sulisty, A., Kristianto, D. A., Suharyono, E., & Sudanang, E. A. (2024). Pengembangan Dark Tourism Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Tana Toraja. *Jurnal Panuntun*, 1(1), 19–28.
- Moravcikova, D., Krizanova, A., Kliestikova, J., & Rypakova, M. (2017). Green marketing as the source of the competitive advantage of the business. *Sustainability (Switzerland)*, 9(12). Scopus. <https://doi.org/10.3390/su9122218>
- Motik, K. A. W. (2024). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2015-2025 Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Mulyaningsih, S., Lestari, M., Purnamawati, D., & Suhartono, S. (2024). Disaster Management for Geopark-Based Tourism in Yogyakarta, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 1–11.
- Neupane, R., Anup, K. C., Aryal, M., & Rijal, K. (2021). Status of ecotourism in Nepal: A case of Bhadaure-Tamagi village of Panchase area. *Environment, Development and Sustainability*.
- OECD. (2018, March 8). *OECD Tourism Trends and Policies 2018*. [https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2018\\_tour-2018-en](https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2018_tour-2018-en)
- OECD. (2024, July 7). *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. Oecd.Org. [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2024\\_80885d8b-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_80885d8b-en.html)
- Priatmoko, S., & David, L. D. (2021). Winning tourism digitalization opportunity in the Indonesia CBT business. *Geojournal of*

- Tourism and Geosites*, 37(3), 800–806. Scopus.  
<https://doi.org/10.30892/GTG.37309-711>
- Sahoo, P. R., Pradhan, B. B., Lenka, S. K., & Patra, S. K. (2017). Review research on application of information and communication technology in tourism and hospitality industry. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(11), 311–334.
- Sulistyo, A., Christyanta, D., Suharyono, E., Rahmawati, A., Mahanani, S., Djamil, F. D., & Kristianto, D. A. (2023). Konsep Ecotourism Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan (Desa Wisata Patihan). *Jurnal Warta Pariwisata*, 21(2), 32–41.  
<https://doi.org/10.5614/wpar.2023.21.2>
- Sulistyo, A., Fatmawati, I., & Nuryakin, N. (2022). Creating Sustainable Tourism Through Innovation (Digital-Based Marketing In The Tinalah Rural Tourism). *Proceedings of the International Academic Conference on Tourism (INTACT), Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 400–416. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2\\_29](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2_29)
- Sulistyo, A., Fatmawati, I., & Nuryakin, N. (2023). Community-Based Village Management Independence in Effort to Create Sustainable Tourism (Panglipuran Tourism Village Phenomena). *E3S Web of Conf.*, 444(Sustainable Agriculture), 12. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344401013>
- Sulistyo, A., Nurhaji, A., Yudiandri, T. E., Ernawati, H., & Buchori, A. (2023). Pengembangan Wisata Alam Unggulan Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan Di Kabupaten Subang (Studi Kasus: Curug Cileat). *Jurnal Kepariwisataan*, Volume 17, No 1, 1–17.  
<http://dx.doi.org/10.47256/kji.v17i1.193>
- Sulistyo, A., & Salindri, Y. A. (2018). Pengembangan "Si Thole" Sebagai Transportasi Pariwisata Terintegrasi Di Yogyakarta. *Proceeding Seminar Nasional Membangun Green Entrepreneur (Solusi Bonus Demografi Indonesia)*, 138–151.  
<http://www.stieww.ac.id/index.php/2019/05/10/prosiding-seminar-nasional-2018-membangun-green-entrepreneur-solusi-bonus-demografi-indonesia/>
- Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., & Kusumawati, F. D. (2024). Penguatan Kapasitas SDM melalui Sadar Wisata 5.0 dalam Menciptakan Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 251–264.  
<http://dx.doi.org/10.30595/jppm.v8i2.21127>
- Tai, Y.-C., & Yang, C.-H. (2018). *How to grow social innovation from the view of organizational scaling and diffusion: Cases of eco-tourism communities in Taiwan*. 2018-Janua, 96–99.  
<https://doi.org/10.1109/ICOT.2016.8278988>

### **Profil Penulis**

**Ertanta Ari Sudanang, SIP., MM., CHE**, adalah Dosen Pengampu Mata Kuliah Enterpreneur dan Tourism Business Marketing Analysis di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Selain sebagai pengajar, beliau juga menjadi praktisi pada area kepakaran yang digeluti.

**Farah Diana Djamil, SE., MM** adalah Dosen Pengampu Mata Kuliah Personal Development dan Leadership di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Beliau juga aktif menjadi narasumber pada beberapa kegiatan eksternal yang diselenggarakan oleh Instansi Pemerintahan ataupun swasta.

**Yuli Arisanti, SP., MBA., CHE** adalah Dosen Pengampu Mata Kuliah Customer Culture dan Hospitality Quality Assurance di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Selain Dosen beliau juga menjadi narasumber pada beberapa kegiatan eksternal yang sesuai dengan bidang kepakaran serta keilmuan.

**Agung Sulistyo, SE., MM., CHE**, ORCID ID: (0000-0002-8764-0726), adalah Dosen Pengampu Mata Kuliah Personal Development, Marketing Management dan Tourism Business Marketing Analysis di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Bidang keilmuan yang digeluti pada area pemasaran, pariwisata serta inovasi. Selain sebagai pengajar, beliau juga menjadi tenaga ahli pada beberapa Kementerian serta Instansi Pemerintah Daerah