

Analisis Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Alam Bukit Cinta sebagai Daya Tarik Unggulan Kota Palangka Raya

Rionaldo¹, Rio Febrian², Renno Sambawe³

^{1,2,3} Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Palangka Raya, Indonesia.

*Email: aldo72432@gmail.com¹, rio407068@gmail.com², rennogambawe@gmail.com³

Alamat: Jl. Yos Sudarso Palangka Raya Kalimantan Tengah, 73111.

Korespondensi penulis: aldo72432@gmail.com

Abstract. *This research analyzes the development strategy of the Bukit Cinta natural tourism destination as a leading attraction in Palangka Raya City. A descriptive qualitative approach is employed, with data collected through observation, interviews, and documentation. The analysis utilizes the 4A tourism concept (attraction, accessibility, amenities, and ancillary services) and SWOT analysis to identify internal and external factors influencing development. The findings indicate that the current development strategy remains basic and lacks systematic planning, particularly in terms of facility improvement, attraction innovation, and destination branding. Nevertheless, Bukit Cinta demonstrates strong potential due to its natural appeal, accessibility, and the growing demand for nature-based tourism. Strengthening strategic planning through improved facilities, diversified attractions, and optimized digital branding is essential to support sustainable tourism development.*

Keywords: *Development Strategy, Nature Tourism, SWOT Analysis, 4A Tourism.*

Abstrak. *Penelitian ini menganalisis strategi pengembangan destinasi wisata alam Bukit Cinta sebagai daya tarik unggulan di Kota Palangka Raya. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan konsep 4A pariwisata (daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan layanan pendukung) serta analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang diterapkan masih bersifat dasar dan belum terencana secara sistematis, terutama dalam peningkatan fasilitas, inovasi atraksi, dan penguatan branding destinasi. Meskipun demikian, Bukit Cinta memiliki potensi besar didukung oleh keindahan alam, kemudahan akses, serta meningkatnya minat terhadap wisata berbasis alam. Oleh karena itu, diperlukan penguatan strategi melalui peningkatan fasilitas, diversifikasi atraksi, dan optimalisasi branding digital guna mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.*

Kata kunci: *Strategi Pengembangan, Wisata Alam, Analisis SWOT, 4A Pariwisata.*

LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui optimalisasi potensi lokal yang

*Corresponding author, aldo72432@gmail.com

dimiliki. Perkembangan tren global menunjukkan adanya pergeseran preferensi wisatawan menuju wisata berbasis alam yang menawarkan pengalaman autentik, ketenangan, dan nilai estetika yang tinggi. Fenomena ini mendorong berbagai daerah untuk mengembangkan destinasi wisata alam sebagai daya tarik unggulan yang mampu meningkatkan daya saing wilayah. Selain itu, perkembangan teknologi digital turut memperkuat promosi destinasi wisata melalui media sosial yang mampu menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif. Dengan demikian, pengembangan destinasi wisata tidak hanya bergantung pada potensi alam, tetapi juga pada strategi pengelolaan yang terencana dan adaptif (UNWTO, 2021).

Dalam konteks pengembangan destinasi wisata, pendekatan yang komprehensif diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing destinasi. Konsep 4A dalam pariwisata yang mencakup attraction, accessibility, amenities, dan ancillary menjadi kerangka penting dalam mengevaluasi kesiapan suatu destinasi wisata. Keempat komponen tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman wisata yang berkualitas dan memuaskan bagi pengunjung. Selain itu, analisis SWOT juga banyak digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan destinasi secara strategis. Pendekatan ini memungkinkan perumusan strategi yang lebih sistematis dan berbasis kondisi riil di lapangan (Fletcher et al., 2017; Rangkuti, 1998).

Bukit Cinta sebagai salah satu destinasi wisata alam di Kota Palangka Raya memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik unggulan. Keindahan panorama alam, suasana yang sejuk, serta daya tarik visual seperti pemandangan matahari terbit dan terbenam menjadi nilai tambah yang menarik minat wisatawan, khususnya generasi muda. Kemudahan akses menuju lokasi juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah kunjungan. Namun demikian, pengembangan destinasi ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek pengelolaan, inovasi atraksi, serta penguatan identitas destinasi. Kondisi ini menunjukkan adanya

ketidakseimbangan antara potensi yang dimiliki dengan strategi pengembangan yang diterapkan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas pengembangan destinasi wisata dengan menggunakan pendekatan 4A dan analisis SWOT, namun sebagian besar masih berfokus pada aspek deskriptif tanpa memberikan rekomendasi strategis yang operasional. Selain itu, kajian yang secara spesifik mengkaji integrasi kedua pendekatan tersebut dalam konteks destinasi wisata lokal masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) dalam merumuskan strategi pengembangan yang tidak hanya berbasis analisis, tetapi juga mampu memberikan arah kebijakan yang aplikatif. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengintegrasikan analisis kondisi destinasi dengan perumusan strategi yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis strategi pengembangan destinasi wisata alam Bukit Cinta dengan menggunakan pendekatan 4A dan analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian pariwisata, khususnya terkait strategi pengelolaan destinasi berbasis potensi lokal. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola dan pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah dan berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan Bukit Cinta sebagai destinasi unggulan dapat dilakukan secara optimal dan mampu meningkatkan daya saing pariwisata daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi pengembangan destinasi wisata alam Bukit Cinta. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara komprehensif berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Penelitian dilakukan di kawasan wisata Bukit Cinta, Kota Palangka Raya, dengan fokus pada aspek pengelolaan, fasilitas, aksesibilitas,

dan strategi pengembangan destinasi. Subjek penelitian meliputi pengelola wisata, pengunjung, serta pihak terkait yang memiliki keterlibatan dalam pengembangan destinasi. Penentuan informan dilakukan secara purposive sampling berdasarkan pertimbangan relevansi dan pengalaman terhadap objek penelitian (Sugiyono, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi aktual destinasi berdasarkan komponen 4A pariwisata. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi terkait strategi pengembangan, kendala, serta peluang yang dihadapi dalam pengelolaan destinasi. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto, arsip, dan informasi tertulis lainnya yang relevan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian (Creswell, 2014).

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan konsep 4A untuk mengevaluasi kondisi destinasi wisata secara menyeluruh. Selanjutnya, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan destinasi. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah dan aplikatif. Dengan demikian, proses analisis tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga menghasilkan rekomendasi strategis yang relevan dengan kondisi di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Destinasi Wisata

Bukit Cinta adalah lokasi wisata alam yang dibedakan oleh area perbukitan yang dikelilingi oleh batuan alami dan pepohonan yang hijau. Suasana yang sejuk dan pemandangan yang luas membuat tempat ini ideal untuk bersantai, khususnya saat matahari terbit dan terbenam.



Gambar 1 : Wisata Alam Bukit Cinta

Di samping itu, lokasi ini telah menyediakan berbagai sarana seperti akomodasi dengan tarif antara Rp300.000 hingga Rp400.000 per malam, penyewaan tempat acara sekitar Rp1.000.000 per hari, warung makan dengan harga yang terjangkau, serta fasilitas umum seperti toilet dan tempat parkir. Juga ada wahana tambahan seperti flying fox yang menambah pilihan kegiatan untuk pengunjung.

Adanya fasilitas-fasilitas ini menunjukkan bahwa ada usaha untuk mengembangkan layanan, meskipun masih bersifat dasar dan belum terencana sebagai strategi pengembangan yang terorganisir. Ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan daya tarik wisata secara efektif, diperlukan kombinasi antara fasilitas yang tersedia dan rencana pengelolaan (Joppe, 2002)

Analisis Komponen 4A Pariwisata

Dalam mengkaji perkembangan tempat wisata, studi ini menerapkan konsep 4A dalam pariwisata yang terdiri dari Daya Tarik, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Pendukung. Keempat elemen ini dimanfaatkan untuk menilai sejauh mana suatu destinasi siap dan berkualitas dalam memenuhi kebutuhan para

wisatawan serta mendukung proses pengembangannya yang berkelanjutan (Cooper et al., 2008).

Attraction (Daya Tarik)

Bukit Cinta menawarkan pesona utama yang terletak pada keindahan alamnya yang dihiasi oleh pemandangan bukit, batuan, dan pepohonan yang menciptakan suasana yang alami. Pemandangan saat matahari terbit dan terbenam serta lokasi foto yang menarik menjadi alasan utama yang memikat para pengunjung.



Gambar 2 : Spot Foto Wisata Bukit Cinta

Accessibility (Aksesibilitas)

Akses untuk menuju ke tempat Wisata Bukit Cinta tersebut cukup mudah melewati jalan beraspal dan berbatu serta sedikit menanjak. Wisata Bukit Cinta ini pun bisa dilewati menggunakan motor maupun mobil, dengan waktu perjalanan sekitar 40 menit dari pusat Kota Palangka Raya.

Amenities (Fasilitas)

Fasilitas yang tersedia pada Wisata Alam Bukit Cinta ini meliputi penginapan, aula, warung makan, toilet, dan area parkir.



Gambar 3 : Penginapan Wisata Bukit Cinta

Keberadaan sarana ini menandakan bahwa lokasi tersebut sudah dilengkapi dengan fasilitas dasar, tetapi belum sepenuhnya dikembangkan sebagai strategi untuk membedakan diri (Allahar, 2015).

Ancillary (Pendukung)

Dari sisi pendukung, pengelolaan destinasi wisata masih dijalankan dengan cara yang simpel, dengan pemasaran yang lebih banyak bergantung pada media sosial secara biasa.

Analisis SWOT

Berdasarkan temuan studi, didapatkan analisis SWOT yang menyoroti bahwa Bukit Cinta memiliki keunggulan di bidang keindahan alam dan akses yang baik, tetapi masih terdapat kekurangan pada strategi pengembangan serta inovasinya.

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ul style="list-style-type: none">• Keindahan alam yang alami (perbukitan, bebatuan, pepohonan)• Pemandangan yang luas dan suasana yang sejuk• Mudah dijangkau (sekitar 40 menit dari pusat kota)• Tersedia fasilitas dasar (tempat menginap, aula, warung, toilet)	<ul style="list-style-type: none">• Strategi pengembangan belum tertata dengan baik• Fasilitas masih tergolong sederhana• Inovasi dalam daya tarik wisata sangat terbatas hanya terdapat satu wahana yakni Flying Fox• Manajemen yang diterapkan masih sederhana• Branding destinasi belum maksimal

- Harga untuk fasilitas dan makanan terjangkau
- Promosi yang hanya bergantung pada media sosial dengan cara sederhana
- Menjadi daya tarik bagi generasi muda (instagramable)

Opportunity (Peluang)	Threat (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> • Tren wisata alam yang terus meningkat di Kota Palangka Raya • Dominasi dari kaum usia muda • Peluang penguatan branding digital • Potensi pengembangan atraksi baru (seperti wahana dan spot foto) 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan dengan wisata alam sekitar • Inovasi dalam pengembangan yang masih kurang

Evaluasi Strategi Pengembangan Destinasi Wisata

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, rencana pengembangan di Bukit Cinta tampak masih sederhana dan belum disusun dengan baik. Pengelolaan tempat wisata cenderung lebih mengutamakan penggunaan sumber daya alam yang ada dan penyediaan fasilitas dasar, tanpa adanya perkembangan yang berarti dalam menciptakan daya tarik atau dalam memperkuat merek destinasi.

Situasi ini menunjukkan bahwa pengembangan tempat wisata belum sepenuhnya memaksimalkan potensi yang ada dengan baik. Dalam industri pariwisata, sangat penting untuk memiliki inovasi dan perencanaan yang baik agar daya saing destinasi dapat meningkat (Butler, 2008). Selain itu, dengan banyaknya pengunjung dari kalangan muda dan tingginya interaksi di media sosial, hal ini menjadi kesempatan untuk lebih memperkuat strategi promosi dan branding dengan lebih terarah.

Selanjutnya, kurangnya inovasi dalam pengembangan atraksi wisata, seperti masih sedikitnya wahana yang ada, bisa berdampak pada kepuasan dan minat pengunjung untuk kembali. Oleh karena itu, perlu dilakukan penambahan

atraksi serta penguatan strategi branding agar destinasi dapat memberikan pengalaman wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Bukit Cinta memiliki peluang menjadi tujuan wisata utama di Kota Palangka Raya karena didukung oleh keindahan alam yang unik, udara yang sejuk, kemudahan akses, serta daya tarik visual yang besar, khususnya bagi generasi muda. Perpaduan antara panorama bukit, batuan alami, dan lokasi fotografi yang menarik membuat tempat ini memiliki daya tarik yang kompetitif dalam pengembangan wisata alam. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang diterapkan masih sederhana dan belum terorganisir dengan baik. Pengelolaan destinasi masih terfokus pada pemanfaatan potensi alam dan penyediaan fasilitas dasar, tanpa adanya inovasi dalam atraksi yang lebih bervariasi serta penguatan merek yang terencana. Di lain pihak, peluang untuk mengembangkan destinasi ini sangat besar seiring dengan peningkatan tren wisata alam dan peran media sosial dalam mempromosikan lokasi wisata. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pengembangan yang lebih terarah dengan meningkatkan kualitas fasilitas, menambah atraksi wisata, serta mengoptimalkan branding digital agar Bukit Cinta dapat berkembang secara berkelanjutan menjadi destinasi wisata unggulan.

DAFTAR REFERENSI

- Allahar, H. (2015). Development and Management of Visitor Attractions in Small Islands. SAGE Open, 1–14.
- Anggraeni, F. K., Evellin, L. S., Jannah, M. N., & Masruroh, H. (2025). Sustainable tourism development strategy based on feasibility study and 4A standards using SWOT analysis. Jurnal Geografika, 6(1). <https://doi.org/10.20527/jgp.v6i1.14551>
- Butler, R. (2008). The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. The Canadian Geographer / Le Géographe Canadien, 24, 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

- Fedrina, R., Saira, F. K., & Wicaksono, M. A. (2024). Agrotourism development strategy through SWOT analysis in Agro Edukasi Wisata Ragunan. *JELAJAH: Journal of Tourism and Hospitality*, 6(2). <https://doi.org/10.33830/jelajah.v6i2.12121>
- Fletcher, John, Fyall, Alan, Gilbert, David, Wanhill, S. (2017). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson UK.
- Harsana, M., Suwarno, R. N., Fauziah, A., & Cahyana, F. N. (2025). Synergy of SWOT analysis and tour guide optimization in developing culinary tourism potential. *Journal of Vocational Applied Research and Studies*, 2(2), 74–82. <https://doi.org/10.21831/jvars.v2i2.2506>
- Hermawati, A., & Suhermin. (2020). Competitiveness modeling and SWOT strategy analysis for tourism industry in East Java. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(4), 712–720. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.04.10>
- Indra, D., Sinaga, E., Chakour, S., & Masatip, A. (2025). Strategic management insights from a SWOT perspective: Developing tourism villages in Subang District, West Java, Indonesia. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 8(2), 149–164. <https://doi.org/10.31940/jasth.v8i2.149-164>
- Joppe, M. (2002). *Marketing in travel and tourism*, 3rd edn, by Victor T.C. Middleton and Jackie Clarke. Butterworth Heinemann, Oxford, 2001. No. of pages 487. Price 19.99/US\$37.95. ISBN 0-7506-4471-0. *International Journal of Tourism Research - INT J TOUR RES*, 4, 481–482. <https://doi.org/10.1002/jtr.367>
- Lian, S., & Liew, C. (2018). Customer Engagement in Social Media and Tourism Brand Performance Implications. *TURKISH ONLINE JOURNAL OF DESIGN ART AND COMMUNICATION*, 8, 1186–1194. <https://doi.org/10.7456/1080SSE/160>
- Mahmood, N. Z., et al. (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 4, 223–228. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.005>
- Nugroho, A. W. (2026). SWOT analysis in developing karst tubing natural tourism attractions as a marketing strategy for sustainable tourism destinations. *Journal of Sport Recreation and Leisure Management*, 1(2), 31–38. <https://doi.org/10.21831/jsrlm.v1i2.2547>
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Soeswoyo, D. M., Jeneetika, M., Dewi, L., Dewantara, M. H., & Asparini, P. S. (2021). Tourism potential and strategy to develop competitive rural tourism in Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(2), 131–141. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i2.131-141>

- Tambunan, T. S. (2020). SWOT analysis for tourism development strategy of Samosir Regency. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(2), 90–105. <https://doi.org/10.20473/tijab.V4.I2.2020.90-105>
- Tavallaee, S., Asadi, A., Abya, H., & Ebrahimi, M. (2014). Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. *Management Science Letters*, 2495–2502. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2014.11.008>
- UNWTO. (2021). *International Tourism Highlights, 2020 Edition*.
- Yoeti, A. O. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*.
- Yulius, K. G., & Timba, Y. D. (2025). From coast to highlands: A cross-regional SWOT/SOAR analysis of Indonesian tourism villages. *Tourism Research Journal*, 9(2), 133–151. <https://doi.org/10.30647/trj.v9i2.281>