



Analisis Kelayakan Usaha Wisata Walicung Park Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Lingkungan

Rizki Amalia¹, Siti Badiatul Umroh², Adji Noerpijar³, Rizkia Putri Primadhita⁴,
Muhammad Firgi Imansyah⁵, Rama Indra Prasetya⁶, Hagiwara Lakon
Pamungkas⁷

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban, Indonesia

Alamat : Jl. Raya Pagojengan Km.3 Paguyangan Kec. Paguyangan Kab. Brebes

Korespondensi penulis : noernjinji@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the feasibility of developing Walicung Park Tourism in Brebes Regency based on marketing and environmental aspects. The method used is qualitative descriptive, with data collected through observation, semi-structured interviews with park managers and visitors, as well as relevant documentation. Data analysis was carried out in stages, including data reduction, presentation, and conclusion drawing. The research findings show that from a marketing perspective, Walicung Park has a clear market segmentation, attracts visitors from various regions in Central Java, uses social media strategies for promotion, offers affordable entrance tickets, and has competitive advantages such as natural springs and adequate supporting facilities. From an environmental perspective, the sustainability of this location is supported by the availability of water sources and effective waste management, as well as minimal negative impact on the surrounding community. In addition, this recreational place provides economic benefits by creating jobs and encouraging entrepreneurial opportunities for residents. Based on this, Walicung Park is considered suitable for sustainable development, while continuing to enhance digital marketing efforts, environmental protection, and collaboration with the community.*

Keywords: business feasibility; marketing; environmental sustainability; tourism destination; Walicung Park

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis kelayakan pengembangan Wisata Walicung Park di Kabupaten Brebes berdasarkan aspek pemasaran dan lingkungan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur dengan pengelola taman dan pengunjung, serta dokumentasi yang relevan. Analisis data dilakukan secara bertahap, termasuk reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dari perspektif pemasaran, Walicung Park memiliki segmentasi pasar yang jelas, menarik pengunjung dari berbagai daerah di Jawa Tengah, menggunakan strategi media sosial untuk promosi, menawarkan tiket masuk yang terjangkau, dan memiliki keunggulan bersaing seperti mata air alami dan fasilitas pendukung yang memadai. Dari perspektif lingkungan, keberlanjutan lokasi ini didukung oleh keberadaan sumber air dan pengelolaan sampah yang efektif, serta dampak negatif yang minimal terhadap komunitas sekitar. Selain itu, tempat rekreasi ini memberikan manfaat ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja dan mendorong peluang kewirausahaan bagi warga. Berdasarkan hal ini, Walicung Park dianggap cocok untuk pengembangan berkelanjutan, sambil terus meningkatkan upaya pemasaran digital, perlindungan lingkungan, dan kolaborasi dengan komunitas.

Kata kunci: studi kelayakan bisnis; pemasaran; lingkungan; pariwisata; Wisata Walicung Park.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan usaha lokal. Perkembangan pariwisata di Indonesia dan Jawa Tengah yang terus meningkat menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat (Badan Pusat Statistik, 2025). Kabupaten Brebes merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata alam yang terus berkembang. Salah satu tujuan wisata yang menarik adalah Walicung Park di Wanatirta, Kecamatan Paguyangan, yang memanfaatkan sumber alami sebagai atraksi utama sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal melalui lapangan kerja dan peluang bisnis.

Dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan, pengelola Walicung Park berencana untuk memperbaiki fasilitas wisata. Namun, setiap perluasan usaha membutuhkan penilaian yang cermat untuk memastikan bahwa investasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dan menghindari dampak buruk terhadap lingkungan. Oleh karena itu, analisis kelayakan sangat penting untuk memberi informasi dalam pengambilan keputusan tentang pertumbuhan usaha (Kasmir & Jakfar, 2020).

Penelitian ini berfokus pada analisis aspek pemasaran dan lingkungan. Aspek pemasaran digunakan untuk mengidentifikasi potensi pasar, daya tarik destinasi, dan peluang pengembangan di tengah persaingan yang semakin ketat di sektor pariwisata (Keller & Kotler, 2009). Berdasarkan kondisi tersebut, perlu dilakukan analisis kelayakan usaha Wisata Walicung Park ditinjau dari aspek pemasaran dan lingkungan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pengelola dalam mengembangkan usaha wisata secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai kelayakan pengembangan Wisata Walicung Park melalui pendekatan pemasaran dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan pengembangan wisata sebagai dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan jumlah wisatawan, menciptakan manfaat ekonomi masyarakat lokal, serta menjaga keberlanjutan lingkungan.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi untuk menilai prospek dan peluang keberhasilan suatu usaha sebelum dijalankan atau dikembangkan lebih lanjut. Melalui studi kelayakan, berbagai aspek yang memengaruhi keberhasilan usaha dianalisis sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan pengembangan usaha (Kasmir & Jakfar, 2020). Selain itu, studi kelayakan berfungsi untuk meminimalkan risiko, mempermudah perencanaan, serta meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha.

Secara umum, studi kelayakan bisnis mencakup berbagai aspek, seperti pemasaran, teknis, manajemen, keuangan, hukum, dan lingkungan (Kasmir & Jakfar, 2020). Namun, penelitian ini difokuskan pada aspek pemasaran dan lingkungan karena keduanya memiliki keterkaitan langsung dengan pengembangan Wisata Walicung Park. Aspek pemasaran digunakan untuk menilai potensi pasar dan strategi promosi, sedangkan aspek lingkungan digunakan untuk menilai pemanfaatan sumber daya alam serta dampak kegiatan wisata terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Berdasarkan penjelasan ini, studi ini menggunakan aspek pemasaran dan lingkungan sebagai dasar untuk menilai kelayakan pengembangan wisata Walicung Park, karena kedua aspek tersebut terkait langsung dengan keberlanjutan bisnis pariwisata.

2.2 Aspek Pemasaran

Efektivitas pemasaran suatu usaha tidak terlepas dari kemampuan pengelola dalam memahami perilaku dan kebutuhan konsumen, menentukan pasar sasaran yang tepat, serta mengembangkan strategi yang dapat memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha (Kotler & Keller, 2009). Kemajuan teknologi digital telah mengubah pola promosi di bidang pariwisata. Penggunaan e-tourism juga berkontribusi dalam mengoptimalkan kegiatan promosi destinasi wisata dengan memberikan akses yang cepat dan mudah bagi wisatawan terhadap informasi yang mereka butuhkan (Sitanggang et al., 2022).

Salah satu metode yang sering digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata adalah melalui media sosial. Platform ini sangat berguna untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum, berkomunikasi dengan calon wisatawan dari berbagai daerah, dan meningkatkan reputasi suatu destinasi melalui konten online yang kreatif dan informatif (Kusuma et al., 2022). Selain itu, penerapan strategi pemasaran digital yang terintegrasi dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan daya tarik destinasi seiring perkembangan teknologi informasi (Hizmi & Puspawati, 2023).

Keberhasilan strategi pemasaran digital di industri pariwisata didukung oleh berbagai temuan penelitian. Dengan menggunakan media sosial, destinasi bisa dengan cepat menjangkau calon wisatawan dalam skala lebih besar, yang berkontribusi pada meningkatnya jumlah pengunjung (Maulidiyah, 2024). Temuan tersebut didukung oleh penelitian Arofah & Achsa, (2022) yang menyatakan bahwa pemasaran digital mampu memperluas jangkauan promosi destinasi sehingga berdampak pada meningkatnya minat wisatawan dan jumlah kunjungan.

2.3 Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan dalam studi kelayakan bisnis digunakan untuk menilai pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keberlangsungan usaha. Menurut Ellitan (2021), lingkungan bisnis terdiri dari lingkungan operasional, lingkungan industri, dan lingkungan jauh yang berperan dalam menentukan peluang dan daya saing usaha. Lingkungan operasional mencakup pihak yang terlibat langsung seperti pelanggan, masyarakat sekitar, dan pesaing. Dalam penelitian ini, aspek ini dilihat dari karakteristik pengunjung, dukungan masyarakat, serta keberadaan objek wisata lain di sekitar wilayah penelitian.

Daya saing destinasi wisata berperan penting dalam menarik wisatawan dan meningkatkan keberlanjutan destinasi. Daya saing suatu destinasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya pemanfaatan teknologi informasi, kualitas pengelolaan destinasi, serta penerapan prinsip keberlanjutan lingkungan sebagai pendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Tjandrasa et al., 2022). Oleh karena itu, analisis daya saing diperlukan untuk mengetahui posisi Wisata Walicung Park dalam menghadapi persaingan dengan objek wisata sejenis (Atmaja, 2023).

Sementara itu, lingkungan jauh mencakup faktor sosial, ekonomi, teknologi, dan alam yang memengaruhi perkembangan usaha. Menurut Ellitan (2021) lingkungan jauh meliputi kondisi masyarakat, pemanfaatan teknologi promosi, dan potensi sumber daya alam. Manajemen destinasi wisata juga perlu memperhatikan keberlanjutan lingkungan supaya kegiatan pariwisata bisa berjalan secara berkelanjutan tanpa memberatkan sumber daya alam terlalu banyak (Haribudiman et al., 2023).

Berdasarkan ketiga aspek tersebut, analisis lingkungan digunakan untuk menilai apakah kondisi sekitar Wisata Walicung Park mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha wisata. Pengembangan destinasi wisata hendaknya berpedoman pada prinsip-prinsip keberlanjutan dengan mengintegrasikan pertumbuhan ekonomi, pelestarian sumber daya alam, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal agar manfaat pariwisata dapat dirasakan secara berkelanjutan (UNWTO, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang terjadi secara alamiah dengan menekankan pada makna, proses, dan perspektif subjek penelitian. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai kondisi Wisata Walicung Park ditinjau dari aspek pemasaran dan lingkungan (Wiraguna et al., 2024; Malahati et al., 2023). Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Maret 2026 di Wisata Walicung Park yang berlokasi di Dusun Gruyung, Desa Wanatirta, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Objek penelitian adalah kelayakan usaha Wisata Walicung Park berdasarkan aspek pemasaran dan lingkungan. Subjek penelitian terdiri atas pengelola dan pengunjung Wisata Walicung Park yang dipilih sebagai informan penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan manajer Wisata Walicung Park, yaitu Bapak Tutus, serta lima orang pengunjung yang menjadi informan penelitian, yaitu Putra (21 tahun), Ahmad (15 tahun), Sari (32 tahun), Elis (26 tahun),

dan Tomo (42 tahun). Informasi sekunder dikumpulkan dari catatan manajemen, statistik pengunjung, literatur, jurnal akademik, dan data relevan lainnya yang terkait dengan penelitian. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk menilai kondisi lokasi wisata, fasilitas, dan lingkungan sekitar. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan Bapak Tutus, manajer Walicung Park, serta dengan lima pengunjung untuk mendapatkan wawasan tentang elemen pemasaran, kondisi lingkungan, tingkat kepuasan pengunjung, dan rencana pengembangan pariwisata di masa depan. Dokumentasi meliputi pengumpulan foto, arsip, dan dokumen relevan lainnya yang terkait dengan penelitian. Analisis data dilakukan secara sistematis melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan perumusan kesimpulan. Tahap ini bertujuan untuk mengatur dan menafsirkan informasi yang dikumpulkan agar menghasilkan kesimpulan penting mengenai kelayakan (Rijali, 2019).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Walicung Park merupakan destinasi wisata berbasis rekreasi air yang berlokasi di Desa Wanatirta, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes. Desa Wanatirta memiliki luas wilayah sekitar 1.742,81 hektare ($\pm 17,43 \text{ km}^2$) dengan kondisi geografis berupa kawasan perbukitan dan sumber daya air alami yang mendukung pengembangan wisata alam. Daya tarik utama Walicung Park adalah kolam renang yang memanfaatkan mata air pegunungan alami sehingga memberikan pengalaman rekreasi yang nyaman bagi pengunjung. Selain itu, objek wisata ini dilengkapi berbagai fasilitas pendukung seperti gazebo, mushola, kantin, toilet, ruang ganti, dan area parkir.

Kecamatan Paguyangan merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Brebes yang memiliki potensi pariwisata cukup beragam. Beberapa destinasi wisata yang berkembang di kawasan ini antara lain Cipanas Buaran, Tuk Sirah Pemali, Harabat Alam, Argowisata Kaligua, Puncak Sakub, dan Waduk Penjalin. Persebaran objek wisata tersebut menunjukkan bahwa Paguyangan memiliki potensi sebagai kawasan wisata alam dan rekreasi yang terus berkembang. Keberadaan berbagai destinasi wisata dalam satu wilayah juga menciptakan keterkaitan antarobjek wisata yang dapat meningkatkan daya tarik kawasan bagi wisatawan.

Desa Wanatirta memiliki potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata dan mendukung pertumbuhan sektor pariwisata daerah. Pengembangan destinasi wisata yang didukung oleh potensi alam, fasilitas pendukung, serta keterlibatan masyarakat setempat dapat meningkatkan daya saing destinasi dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dalam konteks tersebut, Wisata Walicung Park menjadi salah satu destinasi yang berpotensi mendukung perkembangan pariwisata di Kecamatan Paguyangan melalui pemanfaatan sumber daya lokal dan penyediaan fasilitas rekreasi bagi pengunjung (Andryani et al., 2023). Dilakukan melalui pembentukan zona utama dan zona pendukung yang menghubungkan berbagai objek wisata di beberapa desa, termasuk Desa Wanatirta. Dengan potensi sumber daya alam dan fasilitas yang dimiliki, Walicung Park menjadi salah satu destinasi yang berperan dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata di Kecamatan Paguyangan.

4.2 Analisis Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kelayakan pengembangan usaha pariwisata. Menurut wawancara dengan manajemen, Walicung Park terutama menargetkan kelas menengah dan menengah ke bawah. Sebagian besar pengunjung berasal dari kabupaten Brebes dan Tegal, dengan sebagian lainnya dari Banyumas dan sekitarnya. Temuan ini menunjukkan bahwa Walicung Park memiliki jangkauan pasar yang cukup luas di tingkat regional dan, dengan strategi pemasaran yang tepat, memiliki potensi untuk pertumbuhan lebih lanjut.

4.2.1 Segmentasi Pasar

Wisata Walicung Park menargetkan masyarakat kelas menengah dan menengah ke bawah. Segmentasi ini dapat dilihat dari harga tiket masuk yang relatif terjangkau yaitu Rp.15.000 pada hari biasa dan Rp.20.000 pada hari libur atau tanggal merah sehingga dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Berdasarkan karakteristik pengunjung, wisata ini banyak dikunjungi oleh keluarga, anak-anak, remaja, pelajar, serta kelompok masyarakat yang mencari alternatif wisata rekreasi dengan biaya yang ekonomis. Dari sisi geografis, mayoritas pengunjung berasal dari Kabupaten Brebes dan Kabupaten Tegal, sedangkan sebagian lainnya berasal dari Banyumas dan wilayah

sekitarnya.

Segmentasi pasar tersebut sesuai dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat di wilayah Brebes dan sekitarnya yang cenderung mencari destinasi wisata dengan biaya terjangkau namun tetap menawarkan fasilitas yang memadai.

4.2.2 Jangkauan Pasar

Jangkauan pasar Wisata Walicung Park tidak hanya berasal dari Desa Wanatirta atau Kecamatan Paguyangan, tetapi juga mencakup beberapa kabupaten di sekitar Kabupaten Brebes. Kondisi ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata mampu menjangkau pasar regional dan memiliki peluang untuk terus berkembang apabila didukung dengan strategi promosi yang lebih luas.

4.2.3 Strategi Promosi

Promosi Wisata Walicung Park dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube. Pemanfaatan media digital memudahkan penyebaran informasi kepada masyarakat secara cepat dan efisien. Selain itu, media sosial memungkinkan calon wisatawan memperoleh informasi mengenai fasilitas, harga tiket, dan kondisi wisata secara langsung.

Penggunaan media sosial memberikan dampak positif berupa meningkatnya jangkauan promosi dan kemudahan interaksi dengan calon pengunjung. Namun demikian, konsistensi pengelolaan konten masih perlu ditingkatkan agar promosi dapat berjalan lebih optimal.

4.2.4 Harga Tiket

Harga tiket masuk yang relatif terjangkau menjadi salah satu daya tarik utama Wisata Walicung Park. Penetapan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat menjadikan objek wisata ini dapat diakses oleh berbagai kelompok pengunjung, terutama keluarga dan pelajar.

Strategi harga tersebut memberikan keuntungan berupa meningkatnya minat kunjungan. Akan tetapi, pengelola tetap perlu menjaga keseimbangan antara harga tiket dan kualitas layanan yang diberikan agar kepuasan pengunjung tetap terjaga.

4.2.5 Persaingan dan Keunggulan Kompetitif

Kecamatan Paguyangan memiliki beberapa destinasi wisata lain seperti Cipanas Buaran, Tuk Sirah Pemali, Harabat Alam, Ranjeng Kaligua, Puncak Sakub, dan Waduk Penjalin. Kondisi ini menunjukkan adanya tingkat persaingan yang cukup tinggi antarobjek wisata.

Meskipun demikian, Wisata Walicung Park memiliki keunggulan kompetitif berupa sumber mata air alami, panorama perbukitan yang asri, serta fasilitas pendukung yang relatif lengkap. Keunggulan tersebut menjadi nilai tambah yang dapat membedakan Walicung Park dari destinasi wisata lainnya.

4.3 Analisis Aspek Lingkungan

Analisis aspek lingkungan dilakukan untuk mengetahui kesesuaian pemanfaatan sumber daya alam, dampak kegiatan wisata terhadap lingkungan sekitar, serta upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh pengelola dalam mendukung keberlanjutan usaha wisata.

4.3.1 Ketersediaan dan Pemanfaatan Sumber Air

Sumber air yang digunakan oleh Wisata Walicung Park berasal dari mata air alami yang terdapat di kawasan sekitar wisata. Debit air yang tersedia relatif besar dan mengalir secara berkelanjutan sepanjang tahun sehingga mampu memenuhi kebutuhan operasional kolam renang dan fasilitas pendukung lainnya.

Sebelum digunakan, air dialirkan melalui proses penyaringan dan dilakukan perlakuan tertentu, seperti pemberian kaporit sesuai kebutuhan, untuk menjaga kebersihan dan kualitas air kolam. Ketersediaan air yang memadai menjadi faktor penting dalam mendukung operasional wisata berbasis rekreasi air.

Dampak positif dari ketersediaan sumber air tersebut adalah terjaminnya kebutuhan operasional wisata tanpa mengganggu kebutuhan masyarakat sekitar. Namun, pengelola tetap perlu melakukan pengawasan terhadap penggunaan air agar kelestarian sumber mata air tetap terjaga dalam jangka panjang.

4.3.2 Pengelolaan Sampah

Pengelolaan sampah dilakukan melalui kerja sama dengan BUMDes dan petugas kebersihan yang bertugas membersihkan kawasan wisata secara rutin. Tempat sampah telah disediakan pada beberapa titik sehingga memudahkan pengunjung membuang sampah pada tempatnya.

Pengelolaan sampah yang baik memberikan dampak positif berupa terciptanya lingkungan wisata yang bersih, nyaman, dan sehat. Namun demikian, peningkatan jumlah pengunjung berpotensi meningkatkan volume sampah sehingga diperlukan edukasi kepada pengunjung mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.

4.3.3 Kebersihan dan Pelestarian Lingkungan

Pengelola melakukan pembersihan area wisata setiap hari, termasuk area kolam, taman, dan fasilitas umum lainnya. Selain itu, pemeliharaan sumber mata air dan kawasan sekitar dilakukan secara berkala untuk menjaga kualitas lingkungan dan keberlanjutan daya tarik wisata.

Upaya tersebut memberikan manfaat berupa terjaganya kenyamanan pengunjung serta keberlangsungan fungsi lingkungan sebagai daya tarik utama wisata.

4.3.4 Dampak terhadap Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Berdasarkan hasil wawancara, aktivitas wisata belum menimbulkan dampak negatif yang signifikan terhadap masyarakat sekitar. Tingkat kebisingan masih dalam batas wajar dan belum terdapat keluhan dari masyarakat. Selain itu, arus kendaraan yang datang ke lokasi wisata masih dapat ditampung oleh akses jalan yang tersedia sehingga tidak menimbulkan kemacetan yang berarti.

Dari sisi sosial ekonomi, keberadaan Wisata Walicung Park memberikan dampak positif berupa terciptanya lapangan pekerjaan serta peluang usaha bagi masyarakat sekitar, seperti perdagangan makanan, minuman, dan jasa pendukung wisata lainnya.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wisata Walicung Park memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan berdasarkan aspek pemasaran dan lingkungan. Dari aspek pemasaran, Wisata Walicung Park memiliki segmentasi pasar yang jelas, yaitu

masyarakat kelas menengah dan menengah ke bawah dengan mayoritas pengunjung berasal dari Kabupaten Brebes, Tegal, dan Banyumas. Jangkauan pasar tersebut menunjukkan bahwa objek wisata ini tidak hanya menarik wisatawan lokal, tetapi juga wisatawan regional.

Promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube turut mendukung peningkatan eksposur wisata kepada masyarakat. Penyajian konten digital yang kreatif dan informatif melalui berbagai platform media sosial juga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung (Dewi et al., 2022). Pemanfaatan media digital memungkinkan penyebaran informasi secara lebih luas dan cepat sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Selain meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung, penerapan pemasaran digital juga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan aktivitas sektor pariwisata (Hanifah, 2022). Hasil ini sejalan dengan penelitian Maulidiyah, (2024) yang menjelaskan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap promosi destinasi wisata dan keputusan berkunjung wisatawan. Penerapan digital marketing telah menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing serta memperkuat posisi destinasi wisata dalam menarik minat wisatawan (Musliha & Adinugraha, 2022).

Selain promosi digital, daya saing Wisata Walicung Park juga didukung oleh keberadaan sumber mata air alami, panorama perbukitan, fasilitas pendukung yang memadai, serta harga tiket yang terjangkau. Kombinasi faktor tersebut menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan Walicung Park dari destinasi wisata lain di Kecamatan Paguyangan.

Dari aspek lingkungan, hasil penelitian menunjukkan bahwa operasional wisata belum menimbulkan dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan maupun masyarakat sekitar. Ketersediaan sumber air alami yang melimpah mampu mendukung kebutuhan operasional wisata, sedangkan pengelolaan sampah dilakukan melalui kerja sama dengan BUMDes dan pembersihan rutin oleh pengelola. Selain itu, keberadaan Wisata Walicung Park memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar melalui

penciptaan lapangan kerja dan peluang usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan wisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengelola, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

Berdasarkan hasil analisis aspek pemasaran dan lingkungan, Wisata Walicung Park dinilai layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Namun, pengelola perlu terus meningkatkan kualitas promosi digital, pengelolaan sampah, serta edukasi kepada pengunjung mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan guna mendukung keberlanjutan destinasi wisata di masa mendatang.

4.5 Implikasi bagi Penelitian

4.5.1 Implikasi Teoretis

Penelitian ini memperkuat konsep pemasaran pariwisata dan pariwisata berkelanjutan, serta menegaskan bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata bergantung pada efektivitas strategi pemasaran dan kinerja pengelolaan lingkungan. Pengembangan pariwisata tidak boleh hanya berfokus pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga harus memprioritaskan pelestarian sumber daya alam dan penciptaan manfaat bagi penduduk setempat.

4.5.2 Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengelola Walicung Park untuk mengintensifkan upaya pemasaran digital, mengoptimalkan pengelolaan lingkungan, dan mengembangkan fasilitas pariwisata secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pariwisata yang memperkuat daya saing destinasi sekaligus menjamin kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat setempat.

4.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena analisis kelayakan proyek pariwisata "Walicung Park" hanya berfokus pada aspek pemasaran dan lingkungan. Akibatnya, faktor-faktor penting lainnya seperti pertimbangan keuangan, teknis, hukum, dan

manajerial tidak ditelaah. Selain itu, jumlah informan penelitian terbatas pada pihak manajemen dan sebagian pengunjung; dengan demikian, data yang terkumpul tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi keseluruhan maupun potensi pengembangan lokasi tersebut. Penelitian di masa mendatang sebaiknya mengupayakan analisis yang lebih komprehensif dengan memasukkan aspek kelayakan tambahan serta melibatkan informan yang lebih beragam guna memperoleh hasil yang lebih akurat dan kokoh.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Wisata Walicung Park dinyatakan layak untuk dikembangkan ditinjau dari aspek pemasaran dan lingkungan. Dari aspek pemasaran, wisata ini memiliki segmentasi pasar yang jelas, promosi melalui media sosial yang cukup efektif, harga yang terjangkau, serta didukung oleh daya tarik berupa sumber mata air alami, panorama alam, dan fasilitas yang memadai. Dari aspek lingkungan, ketersediaan sumber daya air, pengelolaan sampah yang cukup baik, serta minimnya dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat menunjukkan bahwa kegiatan wisata mendukung prinsip keberlanjutan. Keberadaan Walicung Park juga memberikan manfaat ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan peluang usaha bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk meningkatkan promosi digital, memperbaiki pengelolaan lingkungan, memperkuat kerja sama dengan masyarakat dan UMKM, serta mengembangkan fasilitas wisata secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan analisis aspek keuangan, teknis, dan SWOT agar kajian kelayakan usaha menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Andryani, N. L. F. S., Rahmawati, P. I., & Widiastini, N. M. A. (2023). ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DENGAN MENGGUNAKAN MODEL COMMUNITY BASED TOURISM DI DESA PANCASARI. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 10(1), 294–309. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2023.v10.i01.p14>
- Arofah, A., & Achsa, A. (2022). Analisis Penggunaan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Pariwisata Di Era New Normal (Studi Kasus Pada Taman Kyai Langgeng

- Magelang). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 15–26. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14230>
- Atmaja, J. P. (2023). Peran Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Destinasi Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1), 151–159. <https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2023.v11.i01.p20>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2025). *Perkembangan pariwisata Jawa Tengah Desember 2024*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah.
- Dewi, I. A. K., Yudhistira, P. G. A., & Agustina, N. K. W. (2022). Impact of Digital Content Marketing on Tourist Visit Interest to Melasti Beach: The Mediating Role of Social Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(2), 286–299. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i2.35708>
- Ellitan, L. (2021). Urgensi Lingkungan Bisnis Dan Strategi Dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 13(2), 156–174. <https://doi.org/10.37477/bip.v13i2.221>
- Hanifah, H. S. (2022). Peran Digital Marketing Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Garut: Store Atmosfer Variabel Moderating. *Jurnal Algoritma*, 18(2), 424–432. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.18-2.1033>
- Haribudiman, I., Berliandaldo, M., & Holman Fasa, A. W. (2023). Implications of the role of tourism carrying capacity in the development of sustainable tourism destinations. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 17(2), 272–292. <https://doi.org/10.47608/jki.v17i22023.272-292>
- Hizmi, S., & Puspawati, N. N. A. T. (2023). Digital marketing strategy for adventure tour packages on the Trekking Rinjani website with an online marketing model approach. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(2), 220–228. <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i2.8265>
- Kasmir, & Jakfar. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis* (Revisi). Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Erlangga.
- Kusuma, P. N., Trianasari, T., & Rahmawati, P. I. (2022). The Use of Social Media as a Water Tourism Destination Promotional Media at Banjar Hot Spring: Digital Marketing Perspective. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 282–288. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i2.44073>
- Malahati, F., B, A. U., Jannati, P., Qathrunnada, Q., & Shaleh, S. (2023). Kualitatif: Memahami karakteristik penelitian sebagai metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
- Maulidiyah, I. A., & As, F. (2024). Peran Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Pada Desa Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 83–105. <https://doi.org/10.52859/jbm.v12i2.570>

- Musliha, & Adinugraha, H. H. (2022). DIGITAL MARKETING IN TOURISM DESTINATIONS. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 32(2), 130–137. <https://doi.org/10.20473/jeba.V32I22022.130-137>
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sitanggang, A. S., Yusuf, D. S., Aridho, M. A., Wijaya, P. S., S, R. T. B., & Nurhidayat, Y. (2022). Penggunaan E-Tourism Sebagai Strategi Mempromosikan Pariwisata di Majalengka. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 4(2), 52–60. <https://doi.org/10.37253/altasia.v4i2.6782>
- Tjandrasa, B., Lehman, A. S., Sari, M. P., & Ardhani, S. R. (2022). Factors Affecting the Travel Tourism Competitiveness Index. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(2), 149–159. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i2.149-159>
- Wiraguna, S., Purwanto, L. M. F., & Rianto Widjaja, R. (2024). Metode Penelitian Kualitatif di Era Transformasi Digital Qualitative Research Methods in the Era of Digital Transformation. *Arsitekta : Jurnal Arsitektur Dan Kota Berkelanjutan*, 6(01), 46–60. <https://doi.org/10.47970/arsitekta.v6i01.524>
- World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2023). *Tourism and Rural Development: A Policy Perspective*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284424306>