

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA GLAMPING (*Glamorous Camping*) PADA TAMAN 1000 PAYUNG UNTUK MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DALAM TINJAUAN BISNIS SYARIAH

Tiara Fitri Melati, Nurida Isnaeni, Aditya Pratama, Ridhwan

Universitas Jambi^{1,2,3,4}

tiarafitri16@gmail.com, nurida_isnaeni@unja.ac.id, adityapratama@unja.ac.id,
ridhwan@unja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengembangan yang dilakukan pengelola Wisata Taman 1000 Payung di Desa Pulau Betung Kecamatan Pemayung Kabupaten Batanghari ini dapat meningkatkan minat pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi serta menggunakan teknik analisis SWOT dengan menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Proses pengembangan Taman Wisata 1000 Payung belum efektif dalam meningkatkan minat pengunjung. Pengelola taman bisa meningkatkan minat pengunjung dengan penerapan strategi wisata glamping pada Wisata Taman 1000 Payung dengan melakukan peningkatan dari segi infrastruktur, produk wisata, promosi, layanan dan keamanan yang dilakukan dengan tinjauan bisnis syariah. Taman 1000 Payung memiliki kekuatan berupa luasnya lingkungan taman dan keasrian pepohonan yang terjaga, menciptakan suasana sejuk dan nyaman yang mendukung pengembangan wisata glamping sebagai pengalaman alam yang eksklusif.

Kata Kunci : Strategi Wisata Glamping, Bisnis Syariah, SWOT.

Abstract

This study aims to determine whether the development undertaken by the management of the 1000 Payung Park in Pulau Betung Village, Pemayung District, Batanghari Regency, can increase visitor interest. This study used qualitative methods with data collection techniques of observation, interviews, and documentation. It also employed a SWOT analysis technique to analyze internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats). The development process of the 1000 Payung Park has not been effective in increasing visitor interest. Park managers can increase visitor interest by implementing a glamping tourism strategy at the 1000 Payung Park. This strategy involves improvements in infrastructure, tourism products, promotions, services, and security, all conducted with a Sharia business perspective. The strengths of the 1000 Payung Park include its expansive park environment and the beauty of its well-maintained trees, creating a cool and comfortable atmosphere that supports the development of glamping tourism as an exclusive natural experience.

Keywords: Glamping Tourism Strategy, Sharia Business, SWOT.

A. Pendahuluan

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia terus meningkat seiring dengan munculnya berbagai model akomodasi baru, salah satunya *glamping* (*glamorous camping*) — yakni bentuk wisata yang memadukan pengalaman berkemah di alam dengan fasilitas yang nyaman

dan modern. Glamping telah menjadi pilihan yang populer bagi wisatawan urban karena dapat menawarkan pengalaman alam tanpa mengorbankan kenyamanan fasilitas penginapan. Studi menunjukkan bahwa minat terhadap glamping di Indonesia menunjukkan tren meningkat seiring dinamika perilaku pencarian dan permintaan pasar domestik dalam beberapa tahun terakhir (Koswara & Kurniawati, 2025).

Namun, selain sekadar tren akomodasi, pengembangan wisata glamping juga memiliki potensi nilai bisnis yang besar, khususnya jika dikembangkan melalui perspektif bisnis syariah. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim menyimpan peluang yang besar untuk mengembangkan model wisata yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, keberkahan, serta pelayanan yang halal dan ramah bagi wisatawan muslim. Konsep ini sejalan dengan pengembangan *wisata syariah* atau *wise halal tourism*, yang secara umum bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim akan destinasi dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Sukirman et al., n.d.).

Seperti pada Taman 1000 Payung ini, pengembangan wisata glamping sangat bisa dilakukan dalam meningkatkan minat pengunjung diperkuat dengan kondisi taman yang masih asri, hamparan yang luas, fasilitas dan wahana yang menunjang. Menurut Caron & Markusen, (2016) minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Dalam hal ini Taman Wisata Lesehan Reza 1000 Payung yang selanjutnya disebut Taman 1000 Payung merupakan taman yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan karena kondisi taman yang masi asri yang dipadu padankan oleh payung warna-warni yang menjadi pusat utama dari taman ini.

Taman 1000 Payung merupakan wisata pribadi milik Bapak Ismail yang di buka pada akhir tahun 2017 berlokasi di Desa Pulau Betung, Kecamatan Pemayung, Kabupaten Batanghari Provinsi Jambi. Taman 1000 Payung ini di resmikan oleh Bupati Batanghari, Ir.H.Syahirsah,sy beserta istri Hj. Yunninta Asmara, pada 02 Januari 2018. Peresmian ini turut dihadiri oleh Kapolres Batanghari beserta istri, para kepala OPD, para Kades dan para tamu undangan lainnya.

Keindahan taman dengan hamparan seluas 8 Hektar yang dihiasi dengan berbagai wahana permainan dimulai dari outbound, motor trail anal-anak, ayunan, pemancingan, karaokean lesehan dan yang menjadi daya tarik utama adalah banyaknya payung yang menggantung di pepohonan. Keunikan inilah yang membuat para wisatawan berbondong-bondong untuk mengunjungi taman tersebut hanya untuk melakukan swafoto ataupun berlibur bersama keluarga tercinta.

Awalnya pak Ismail yang merupakan pemilik lahan tersebut mempunyai sebuah Rumah Makan yang bernama Rumah Makan Reza, di belakang RM Reza tersebut terdapat lahan karet yang cukup luas. Namun pada saat itu harga karet turun drastis yang tidak memiliki harga jual yang tinggi. Melihat hal tersebut pak Ismail berinisiatif untuk mengelola lahan karet tersebut menjadi suatu inovasi yang baru. Tercetuslah ide untuk membuat taman yang kreatif dan unik. Aktivitas ini merupakan pemanfaatan potensi pertanian sebagai obyek wisata. Potensi ini mencakup pemandangan alam, keanekaragaman teknologi dan aktivitas produksi pertanian, serta budaya masyarakat petani di daerah tersebut (Fallis, 2013). Taman 1000 Payung ini termasuk dalam wisata alam yang mana menurut (Alkalah, 2016) Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut

Kreatifitas pak Ismail selaku pemilik lahan membuahkan hasil. Taman 1000 Payung pun dilirik oleh masyarakat sekitar dengan keunikan dan keindahannya. Taman yang dibuka sejak pertengahan tahun 2017 itu pun langsung ramai di buru oleh warga. Masyarakat sekitar berbondong-bondong untuk mendatangi taman tersebut. Dalam wawancara pertama penulis pak Ismail mengatakan bahwa pada saat itu banyak sekali pengunjung yang datang. Dalam satu hari jumlah pengunjung bisa mencapai 500-1000 orang yang datang dan pada hari-hari tertentu seperti hari libur ataupun libur lebaran omsetnya bisa mencapai 60 juta dalam satu hari dengan biaya masuk Rp 5000 rupiah perorangnya.

Awalnya hanya warga sekitar yang mendatangi taman tersebut, namun berkat keunikannya Taman 1000 Payung menjadi pusat perhatian para wisatawan luar dari berbagai daerah yang mendatangi taman tersebut ada yang dari Bungo, Palembang, Sarolangun, Tunkal dan lain sebagainya

Tabel 1.1 Data Pengunjung Taman 1000 Payung Tahun

No	Tahun	Jumlah Pengunjung Taman 1000 Payung
1.	2017	64.700 Orang
2.	2018	187.800 Orang
3.	2019	192.700 Orang
4.	2020	-
5.	2021	-
6.	2022	2.775 Orang
7.	2023	2.980 Orang
	Jumlah	450.954 Orang

Sumber: Hasil wawancara 22 September 2024 kepada Bapak Ismail

Di lihat dari data tabel diatas menunjukan bahwa awal tahun pembukaan wisata Taman Lesehan Reza 1000 Payung langsung ramai di kunjungi oleh wisatawan. Pada pertengahan tahun 2017 merupakan awal pembukaan wisata tersebut yang di kunjungi sebanyak 64.700 orang dan terus meningkat hingga tahun 2019 mencapai 192.700 orang yang berkunjung ke taman tersebut. Namun dilihat dari tabel tersebut pada tahun 2020 dan 2021 tidak adanya pengunjung dikarenakan wabah virus corona yang menyebabkan tutupnya Wisata Taman Lesehan Reza 1000 Payung untuk sementara waktu.

Wisatawan perlahan-lahan kembali mengunjungi wisata tersebut namun tidak seperti awal. Hanya beberapa wisatawan yang berkunjung dilihat dari tahun 2022 wisatawan yang berkunjung hanya sebanyak 2.980 orang, ini sangat jauh menurun dari pengunjung awal yang mencapai puluhan ribu sampai ratusan ribu orang. Tarif awal yang hanya Rp.5.000 lalu meningkat Rp.10.000 untuk anak-anak dan Rp.15.000 untuk orang dewasa.

Pada Tahun 2023 Pengunjung mulai kembali berdatangan. Bapak Ismail mengatakan bahwa pada tahun 2023-2024 ini wisata Taman 1000 Payung ini lebih sering di booking untuk acara-acara tertentu seperti makrap mahasiswa, tempat arisan para ibu-ibu dan dijadikan lokasi untuk acara lomba 17 Agustus. Namun Bapak Ismail berharap taman miliknya kembali ramai seperti awal lagi.

Bapak Ismail juga menyebutkan bahwa virus corona sangat berdampak pada pengunjung, untuk meningkatkan wisatawan seperti awal lagi sudah sangat susah. Beberapa upaya yang sudah dilakukan yaitu beberapa pembaruan dari fasilitas taman seperti penambahan mainan anak-anak, seluncuran, outbond dan tempat untuk berfoto-foto. Upaya lain yang dilakukan oleh pemilik untuk meningkatkan minat pengunjung adalah dilakukannya promosi di media sosial seperti Facebook dan Youtube.

Penurunan jumlah pengunjung yang drastis tersebut sangat berdampak secara finansial bagi bapak Ismail maupun warga sekitar. Dimulai dari pemasukan yang drastis menurun, pengurangan jumlah karyawan yang merupakan warga sekitar awalnya 25 Orang karyawan kini tersisa hanya 5 Orang. 5 Orang warga yang berdagang ataupun membuka usaha di Taman ini terpaksa tutup dan tersisa hanya 1 orang pedagang minuman dan beberapa penjual keliling yang berjualan ditaman kini tidak tampak terlihat lagi karena sepi pengunjung.

Bapak Ismail mengatakan kesulitannya dalam mengembangkan usaha miliknya ini adalah tidak adanya orang dibidang pariwisata yang bisa membantunya untuk mengembangkan kembali Taman miliknya ini, menyumbangkan ide-ide kreatifnya, dan menyumbangkan tenaganya untuk mengelola taman ini. Beliau mengatakan siap untuk memodalkan dan bagi hasil jika taman ini kembali ramai dan juga bisa menjadi peluang usaha kembali untuk warga sekitar.

Terlihat dari masalah diatas bahwa pemilik taman sudah melakukan beberapa usaha untuk melakukan pengembangan, namun jumlah pengunjung tidak meningkat. Peneliti tertarik untuk membuat strategi pengembangan wisata glamping pada Taman 1000 Payung dalam tinjauan bisnis syariah. Dalam perspektif bisnis, wisata glamping memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai unit usaha yang berkelanjutan. Glamping mampu membuka peluang ekonomi baru, meningkatkan pendapatan daerah, serta mendorong pemberdayaan masyarakat lokal melalui keterlibatan dalam pengelolaan destinasi, penyediaan jasa, dan produk pendukung wisata. Namun demikian, pengembangan glamping tidak hanya perlu dilihat dari sisi keuntungan ekonomi semata, melainkan juga harus memperhatikan nilai, etika, dan prinsip yang menjadi landasan dalam kegiatan usaha.

1. Pengembangan Wisata Glamping

Wisata glamping merupakan singkatan dari *glamorous camping*, yaitu bentuk wisata alam yang mengombinasikan pengalaman berkemah di alam terbuka dengan fasilitas dan kenyamanan layaknya akomodasi hotel. Wisata glamping memungkinkan wisatawan menikmati suasana alam tanpa harus menghadapi keterbatasan dan ketidaknyamanan seperti pada kegiatan berkemah konvensional. Dalam wisata glamping, pengunjung biasanya disediakan fasilitas lengkap seperti tempat tidur yang nyaman, kamar mandi pribadi, listrik, penerangan, hingga layanan tambahan lainnya. Konsep ini dirancang untuk menarik wisatawan yang ingin merasakan kedekatan dengan alam, tetapi tetap mengutamakan kenyamanan, keamanan, dan estetika. Secara konseptual, wisata glamping juga merupakan bagian dari pengembangan pariwisata berbasis alam (*nature-based tourism*) dan pariwisata berkelanjutan, karena umumnya dikembangkan dengan meminimalkan perubahan terhadap lingkungan alam serta memanfaatkan potensi alam yang sudah ada sebagai daya tarik utama.

Pengembangan pariwisata harus dilihat sebagai upaya kolektif untuk menggali potensi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Menurut Alkalah, 2016 wisata yang baik adalah wisata yang:

- a. Mewadahi membangun dan mengembangkan manfaat potensi pariwisata sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan lapangan kerja.
- b. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan aparatur serta pemberdayaan tugas dan fungsi organisasi Disparda sebagai fasilitator dan regulator pengembangan pariwisata.
- c. Meningkatkan kesempatan berusaha dan keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan kawasan wisata.
- d. Melaksanakan kerjasama pariwisata antar daerah dan dunia usaha.

2. Wisata Glamping Dalam Tinjauan Bisnis Syariah

Glamping, atau “glamorous camping,” merupakan model akomodasi wisata yang menggabungkan pengalaman menikmati alam dengan fasilitas yang nyaman layaknya hotel. Dalam kerangka pariwisata halal, glamping dapat menjadi salah satu produk unggulan karena mampu memenuhi kebutuhan Muslim modern yang mencari pengalaman wisata yang ramah agama sekaligus berkualitas tinggi. Walaupun masih sedikit penelitian yang secara langsung membahas glamping dari perspektif syariah, konsep glamping halal telah diterapkan dalam beberapa desain dan pengembangan wisata berbasis halal yang menekankan pada pelayanan yang Muslim-friendly — misalnya ketersediaan fasilitas ibadah, makanan halal, serta lingkungan yang nyaman dan aman bagi keluarga Muslim (Suci Ramadhani, Titin Sundari, 2020).

Dalam perspektif bisnis syariah, pengembangan pariwisata glamping harus berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang menekankan nilai halal, keadilan, amanah, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan (Moh Rikzan Wagianto, Gaguk Sukowiyono, n.d.). Salah satu prinsip utama dalam pariwisata syariah adalah:

a. Halalan Thayyiban

Yaitu seluruh layanan dan fasilitas yang disediakan tidak hanya harus halal secara syariat, tetapi juga baik, aman, dan memberikan kemanfaatan bagi wisatawan.

b. Amanah dan Transparansi

Merupakan landasan penting dalam pengelolaan usaha glamping syariah. Pengelola wisata wajib menjalankan usaha secara jujur, profesional, dan terbuka, baik dalam hal pengelolaan keuangan, penetapan harga, maupun sistem kerja sama yang digunakan.

c. Keadilan Ekonomi Dan Kemitraan

Pariwisata syariah mendorong adanya pemerataan manfaat ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan. Dalam pengembangan glamping, masyarakat lokal memiliki peluang untuk dilibatkan sebagai mitra usaha melalui akad-akad syariah seperti musyarakah atau mudharabah.

d. Tanggung Jawab Lingkungan

Islam memandang manusia sebagai khalifah di muka bumi yang memiliki kewajiban untuk menjaga dan melestarikan alam. Oleh karena itu, pengembangan glamping harus memperhatikan prinsip ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah yang baik, penggunaan material yang tidak merusak alam, serta pengaturan tata ruang yang sesuai dengan daya dukung lingkungan.

Dorongan yang memotivasi individu untuk melakukan suatu tindakan disebut minat. Schiffman & Kanuk, (2007) menjelaskan bahwa minat berkunjung adalah proses psikologis yang muncul akibat adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu

produk atau jasa yang diinginkan. Minat berkunjung pada dasarnya merupakan hasrat untuk mendatangi suatu lokasi atau daerah yang dianggap menarik. Konsep minat berkunjung ini diadaptasi dari teori minat beli yang digunakan dalam pemasaran produk.

- a. Daya tarik
- b. Aksesibilitas
- c. Fasilitas
- d. Tarif
- e. Citra
- f. Kualitas pelayanan
- g. Promosi

Minat pengunjung, dalam konteks ini, dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya daya tarik wisata, fasilitas yang tersedia, dan aksesibilitas. Selain faktor-faktor seperti daya tarik objek wisata dan fasilitas, keinginan untuk berrekreasi, berpetualang, dan mencari pengalaman baru juga turut mendorong seseorang untuk berwisata (Gantini & Setiyorini, 2012). Namun, perlu diingat bahwa minat berwisata masyarakat dapat berbeda-beda, dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan agama masing-masing individu. Minat pengunjung Muslim pada dasarnya dipengaruhi oleh nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. Hal ini dilihat dalam preferensi mereka terhadap destinasi dan aktivitas wisata yang sesuai syariah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan data secara langsung dari berbagai sumber dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menghasilkan gambaran tentang fenomena saat ini, baik yang berasal dari sumber alami maupun rekayasa buatan manusia. Metode ini meningkatkan pemahaman tentang karakteristik dan kualitas pengunjung. Tujuan penelitian adalah untuk memberikan gambaran tentang masalah yang diteliti melalui pengumpulan data langsung, yaitu dengan bertanya langsung kepada pemilik wisata Taman 1000 payung dan kepada pengunjung wisata.

C. Hasil Pembahasan

1. Pengembangan Wisata Taman 1000 Payung

Berdasarkan hasil analisis data di lapangan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan yang telah dilakukan oleh pengelola Taman 1000 Payung belum berjalan secara efektif dalam meningkatkan minat dan jumlah pengunjung. Meskipun pengelola telah melakukan pengembangan dari segi infrastruktur, seperti penambahan spot foto dan wahana permainan anak-anak, dampak yang dihasilkan terhadap peningkatan kunjungan masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari data jumlah pengunjung pasca pandemi Covid-19 pada tahun 2022 yang hanya mencapai 2.775 orang, menunjukkan bahwa upaya pengembangan tersebut belum mampu menarik wisatawan dalam jumlah yang signifikan.

Oleh karena itu, pengembangan wisata glamping dinilai menjadi salah satu alternatif strategi yang relevan untuk meningkatkan minat pengunjung Taman 1000 Payung. Wisata glamping tidak hanya mampu memanfaatkan potensi alam yang ada, tetapi juga dapat menciptakan pengalaman wisata yang berbeda, meningkatkan lama tinggal wisatawan, serta memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dengan pengelolaan yang profesional dan berlandaskan prinsip bisnis syariah, pengembangan

glamping di Taman 1000 Payung diharapkan dapat mendukung keberlanjutan wisata secara ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2. Minat Pengunjung

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, diketahui bahwa minat pengunjung Taman 1000 Payung dipengaruhi oleh faktor daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, tarif, citra, kualitas pelayanan, dan promosi. Pengunjung umumnya datang untuk refreshing, berkumpul bersama teman, serta berlibur bersama keluarga karena suasana taman yang asri, area yang luas, dan adanya wahana permainan anak. Kondisi lingkungan yang alami ini menunjukkan bahwa Taman 1000 Payung memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata glamping yang mengedepankan pengalaman wisata alam yang nyaman.

Aksesibilitas menuju taman dinilai baik karena lokasi berada di pinggir jalan raya dan mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi dengan waktu tempuh relatif singkat. Hal ini menjadi keunggulan dalam pengembangan wisata glamping, mengingat kemudahan akses sangat memengaruhi minat wisatawan untuk menginap. Dari sisi fasilitas, sarana dasar seperti musholla, toilet, dan area istirahat dinilai cukup memadai dan bersih, meskipun pengunjung berharap adanya penambahan fasilitas pendukung seperti glamping, area camping, dan variasi kuliner untuk meningkatkan kenyamanan dan daya tarik.

3. Strategi Wisata Glamping Pada Taman 1000 Payung Dalam Tinjauan Bisnis Syariah

Berdasarkan prinsip-prinsip bisnis syariah yang meliputi amanah, halalan thayyiban, keadilan, kemaslahatan, dan tanggung jawab lingkungan, pengembangan wisata glamping di Taman 1000 Payung perlu dilakukan secara terencana dan berkelanjutan agar mampu meningkatkan minat pengunjung sekaligus memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar.

Pengembangan wisata glamping di Taman 1000 Payung merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat pengunjung dengan memanfaatkan potensi alam yang asri, luas kawasan, serta aksesibilitas yang baik. Pengembangan ini perlu dilakukan secara terencana dan berkelanjutan melalui tahapan analisis kelayakan, perencanaan konsep glamping berbasis syariah, penguatan infrastruktur, pengembangan produk wisata halal, peningkatan kualitas layanan, promosi digital yang beretika, serta jaminan keamanan dan kenyamanan wisatawan. Dengan melibatkan masyarakat lokal dan menerapkan prinsip-prinsip bisnis syariah seperti amanah, halalan thayyiban, keadilan, dan tanggung jawab lingkungan, wisata glamping di Taman 1000 Payung tidak hanya berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga mampu menciptakan kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan secara berkelanjutan.

4. Hasil Analisis SWOT

Hasil Matriks SWOT

	KEKUATAN (S) 1. Akses jalan pengendara mobil, motor dan kenadaraan umum menuju taman baik 2. Kualitas pelayanan baik 3. lingkungan taman yang sangat luas dan bersih 4. Kondisi taman yang masih asri 5. Fasilitas musholla lengkap	KELEMAHAN (W) 1. Wahana masih terbatas 2. Penjualan makanan yang masih terbatas 3. Sumber daya manusia terbatas 4. Promosi taman yang masih terbatas
PELUANG (O) 1. Wisata alam yang masih banyak diminati wisatawan 2. Teknologi dapat membantu mempromosikan taman 3. Peluang usaha bagi masyarakat sekitar	STRATEGI SO 1. Mempertahankan keasrian taman yang alami dengan nuansa yang sejuk 2. Mengoptimalkan aksesibilitas dan area parkir untuk mendukung pengembangan glamping melalui promosi digital 3. Memanfaatkan luas kawasan taman untuk pengembangan zona glamping berbasis pemberdayaan masyarakat lokal	STRATEGI WO 1. Mengatasi keterbatasan promosi melalui pemasaran digital berbasis konten glamping 2. Mengatasi keterbatasan fasilitas kuliner melalui pemberdayaan masyarakat sekitar sebagai pendukung wisata glamping 3. Mengembangkan wahana, spot foto kekinian, serta fasilitas camping dan glamping sebagai daya tarik baru
ANCAMAN (T) 1. Banyak tempat wisata ada 2. Jauh dari pusat kota 3. Perkembangan zaman	STRATEGI ST 1. Menjadikan konsep glamping syariah yang alami, bersih, dan nyaman sebagai pembeda utama dari destinasi wisata lain 2. Mengoptimalkan aksesibilitas yang	STRATEGI WT 1. Melakukan pembaruan konsep taman melalui pengembangan fasilitas glamping dan wahana pendukung yang modern dan

	baik untuk mengurangi ancaman lokasi yang jauh dari pusat kota melalui promosi glamping berbasis kemudahan akses 3. Mengembangkan konsep glamping “alami dan edukatif” untuk menghadapi perubahan tren dan selera wisatawan	berkelanjutan 2. Memperkuat strategi promosi glamping melalui kolaborasi dengan influencer dan travel blogger lokal
--	---	---

Dari analisis SWOT pada tabel diatas menghasilkan strategi alternatif yang mana dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Strategi SO

Kolom strategi SO ini menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang ada di taman 1000 payung ini.

1. Mempertahankan keasrian taman yang alami dengan nuansa yang sejuk (S3,S4&O1).

Keunggulan Taman 1000 Payung yang memiliki lingkungan luas, asri, dan sejuk dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik utama dalam pengembangan wisata glamping. Konsep glamping yang menyatu dengan alam, namun tetap memberikan kenyamanan modern, sangat sesuai dengan karakter taman ini. Dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, pepohonan, dan kebersihan kawasan, Taman 1000 Payung dapat menawarkan pengalaman menginap bernuansa alam yang eksklusif, tenang, dan menenangkan, sehingga mampu menarik wisatawan yang mencari alternatif wisata alam yang berbeda dari wisata konvensional.

2. Mengoptimalkan aksesibilitas dan area parkir untuk mendukung pengembangan glamping melalui promosi digital (S1,S2,S3,S5&O2)

Akses jalan yang baik serta area parkir yang luas merupakan kekuatan penting dalam mendukung wisata glamping, karena wisatawan glamping umumnya membawa perlengkapan pribadi dan mengharapkan kemudahan akses. Kondisi ini dapat dipadukan dengan peluang promosi digital melalui media sosial dengan menonjolkan kemudahan menuju lokasi, keamanan parkir, serta kenyamanan kawasan glamping. Strategi ini dapat meningkatkan minat wisatawan dari luar daerah untuk berkunjung dan menginap, karena faktor kemudahan dan kenyamanan perjalanan menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih destinasi glamping.

3. Memanfaatkan luas kawasan taman untuk pengembangan zona glamping berbasis pemberdayaan masyarakat lokal (S3,S5&O3).

Luasnya area Taman 1000 Payung dan ketersediaan fasilitas dasar dapat dimanfaatkan untuk pengembangan zona khusus wisata glamping yang terintegrasi dengan peluang usaha masyarakat sekitar. Masyarakat lokal dapat dilibatkan dalam pengelolaan glamping, penyediaan kuliner khas daerah, jasa

pemandu wisata alam, hingga penyewaan perlengkapan pendukung. Strategi ini tidak hanya memperkuat daya tarik wisata glamping, tetapi juga menciptakan dampak ekonomi yang berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, serta memperkuat citra Taman 1000 Payung sebagai destinasi wisata alam yang inklusif dan berbasis komunitas.

b. Strategi WO

Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan taman dengan memanfaatkan peluang yang ada di taman 1000 payung ini.

1. Mengatasi keterbatasan promosi melalui pemasaran digital berbasis konten glamping (W5&O2).

Kelemahan promosi yang masih terbatas dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang teknologi digital melalui pembuatan akun resmi Taman 1000 Payung di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Konten promosi difokuskan pada konsep wisata glamping, mulai dari suasana alam, desain tenda glamping yang estetik, fasilitas nyaman, hingga aktivitas wisata alam yang dapat dinikmati pengunjung. Strategi ini bertujuan untuk menjangkau wisatawan dari luar daerah, khususnya generasi muda dan keluarga yang tertarik pada wisata alam modern dan pengalaman menginap yang unik.

2. Mengatasi keterbatasan fasilitas kuliner melalui pemberdayaan masyarakat sekitar sebagai pendukung wisata glamping (W2,W3&O3).

Keterbatasan jumlah kantin dan pilihan makanan dapat diatasi dengan membuka peluang kerja sama bersama masyarakat sekitar untuk mengelola warung makan, kios kuliner, atau food corner yang mendukung konsep glamping. Kuliner yang disediakan dapat mengangkat makanan khas daerah sehingga menambah nilai pengalaman wisata bagi pengunjung glamping. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan yang menginap, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat lokal dan mendukung keberlanjutan pengelolaan wisata.

3. Mengembangkan wahana, spot foto kekinian, serta fasilitas camping dan glamping sebagai daya tarik baru (W1&O1).

Keterbatasan wahana dan inovasi dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang tren wisata alam dan wisata pengalaman (experience-based tourism). Pengelola dapat menambah wahana permainan, spot foto Instagramable, serta mengembangkan area camping dan glamping yang terkonsep dengan baik. Penambahan fasilitas glamping akan memperpanjang lama kunjungan wisatawan, meningkatkan minat kunjungan ulang, serta menjadikan Taman 1000 Payung tidak hanya sebagai tempat rekreasi harian, tetapi juga sebagai destinasi wisata menginap berbasis alam.

c. Strategi ST

Strategi ini bertujuan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman dengan menguatkan kekuatan yang ada di taman 1000 payung ini

1. Menjadikan konsep glamping syariah yang alami, bersih, dan nyaman sebagai pembeda utama dari destinasi wisata lain (S2,S3,S4,S5&T1).

Untuk menghadapi persaingan dengan objek wisata lain yang semakin beragam, Taman 1000 Payung dapat memanfaatkan kekuatan keasrian lingkungan, kebersihan, kenyamanan, keramahan pelayanan, serta fasilitas ibadah yang lengkap sebagai ciri khas pengembangan wisata glamping.

Konsep glamping berbasis alam dan nilai syariah—seperti lingkungan yang tenang, bebas dari aktivitas yang bertentangan dengan norma, serta tersedianya fasilitas ibadah—dapat menjadi nilai unik (unique selling point) yang tidak dimiliki oleh banyak destinasi wisata lain. Strategi ini bertujuan menarik wisatawan keluarga dan wisatawan muslim yang menginginkan pengalaman menginap di alam terbuka namun tetap nyaman dan sesuai nilai syariah.

2. Mengoptimalkan aksesibilitas yang baik untuk mengurangi ancaman lokasi yang jauh dari pusat kota melalui promosi glamping berbasis kemudahan akses (S1&T2).

Ancaman jarak lokasi yang cukup jauh dari pusat kota dapat diminimalkan dengan memanfaatkan kekuatan akses jalan yang sudah baik dan dapat dilalui berbagai jenis kendaraan. Dalam strategi glamping, kemudahan akses perlu ditonjolkan dalam promosi sebagai bagian dari kenyamanan perjalanan wisata. Informasi rute, waktu tempuh, serta fasilitas parkir yang luas dapat dipadukan dengan promosi paket glamping, sehingga wisatawan merasa jarak bukan lagi menjadi hambatan untuk berkunjung dan menginap di Taman 1000 Payung.

3. Mengembangkan konsep glamping “alami dan edukatif” untuk menghadapi perubahan tren dan selera wisatawan (S4&T3).

Untuk mengantisipasi ancaman perubahan tren wisata yang semakin modern dan kompetitif, Taman 1000 Payung dapat mengembangkan konsep glamping yang menggabungkan pengalaman alam dengan unsur edukasi. Aktivitas edukatif seperti pengenalan lingkungan, edukasi pertanian atau ekowisata, serta kegiatan kebersamaan keluarga di alam terbuka dapat menjadi nilai tambah yang membedakan taman ini dari wisata modern yang cenderung hanya berorientasi hiburan. Strategi ini memungkinkan Taman 1000 Payung tetap relevan di tengah persaingan wisata modern sekaligus mempertahankan identitasnya sebagai destinasi wisata alam yang berkelanjutan.

d. Strategi WT

Strategi ini bertujuan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman

1. Melakukan pembaruan konsep taman melalui pengembangan fasilitas glamping dan wahana pendukung yang modern dan berkelanjutan (W1,W2&T1,T3).

Untuk mengatasi kelemahan berupa keterbatasan wahana sekaligus menghadapi ancaman persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih modern, pengelola Taman 1000 Payung perlu melakukan pembaruan konsep taman dengan menambahkan fasilitas glamping yang nyaman, estetik, dan menyatu dengan alam. Glamping dapat dilengkapi dengan spot foto tematik bernuansa alam, area api unggun, serta fasilitas pendukung keluarga yang ramah anak. Penambahan fasilitas kantin dengan konsep lokal dan halal juga penting untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung yang menginap. Strategi ini bertujuan agar taman tidak terkesan monoton dan mampu bersaing dengan objek wisata lain yang terus berinovasi.

2. Memperkuat strategi promosi glamping melalui kolaborasi dengan influencer dan travel blogger lokal (W5&T2).

Kelemahan promosi yang masih terbatas perlu diatasi untuk menghadapi ancaman menurunnya minat wisatawan akibat banyaknya pilihan destinasi

wisata. Dalam konteks wisata glamping, promosi dapat difokuskan pada pengalaman menginap di alam terbuka yang unik dan berbeda. Kerja sama dengan influencer lokal, travel blogger, atau konten kreator wisata dapat membantu memperluas jangkauan promosi dan membangun citra Taman 1000 Payung sebagai destinasi glamping yang menarik. Konten visual seperti video pengalaman glamping, ulasan fasilitas, serta suasana malam di alam terbuka dapat menarik perhatian wisatawan, khususnya generasi muda dan keluarga.

D. Penutup

1. Berdasarkan hasil wawancara informan internal yaitu kepada pengelola taman bahwa untuk menerapkan strategi wisata glamping pada Wisata Taman 1000 Payung adalah dengan melakukan peningkatan dari segi infrastruktur, produk wisata, promosi, layanan dan keamanan yang bisa dilakukan dengan tinjauan bisnis syariah.
2. Berdasarkan faktor internal dan eksternal, Taman 1000 Payung memiliki kekuatan berupa luasnya lingkungan taman dan keasrian pepohonan yang terjaga, menciptakan suasana sejuk dan nyaman yang mendukung pengembangan wisata glamping sebagai pengalaman alam yang eksklusif. Kelemahan taman terletak pada kurangnya wahana permainan dan fasilitas pendukung, yang dapat diatasi dengan penambahan area glamping, wahana alam, dan aktivitas edukatif yang menarik. Peluang strategis berasal dari luasnya lahan yang bisa dioptimalkan untuk mendirikan glamping, serta pemanfaatan media sosial untuk promosi yang lebih luas, menjangkau wisatawan dari luar daerah. Ancaman utama berasal dari banyaknya inovasi wisata serupa di pusat kota dengan harga terjangkau, sehingga glamping yang unik, nyaman, dan sesuai prinsip syariah menjadi diferensiasi penting untuk menarik pengunjung dan meningkatkan daya saing taman.
3. Permasalahan dari taman sendiri adalah kurangnya sumber daya manusia yang membantu untuk mengelola dalam segi pengembangan taman 1000 payung ini.

Daftar Pustaka

- Alkalah, C. (2016). *Rekreasi Wisata Alam*. 19(5), 1–23.
- Caron, J., & Markusen, J. R. (2016). *Minat Pengunjung Terhadap Pariwisata*.
- Fallis, A. . (2013). Pengertian Agrowisata. *Journal of Chemical Information and Modeling*,
- Gantini, K. D., & Setiyorini, H. P. D. (2012). Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata Terhadap Preferensi Mengunjungi Lembah Bougenville Resort (Survei Pada Pengunjung Lembah Bougenville Resort Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat).
- Koswara, A., & Kurniawati, N. (2025). *Digital Interest in Nature-Based Accommodation : A Google Search Study of Glamping Popularity in Indonesia*.
- Moh Rikzan Wagianto, Gaguk Sukowiyono, B. T. U. (n.d.). *AGROWISATA GLAMPING GROUND TEMA : ARSITEKTUR TROPIS*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen.
- Suci Ramadhani, Titin Sundari, H. S. (2020). *PRA RANCANGAN CAMPING GROUND DAN GLAMPING PUNCAK CUBODAK DENGAN PENDEKATAN KONSEP WISATA HALAL*.
- Sukirman, D., Zulkarnaen, W., Bandung, U. M., & Halal, W. (n.d.). *Manajemen pariwisata halal dalam perspektif ekonomi syariah*.