



Unipa Surabaya

# Majalah EKONOMI

Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis

Vol. 26, No. 1, Juli 2021

E-ISSN: 2776-2165

Model Dynamic Ensemble Time Series untuk Prediksi Indeks Harga Saham Utama di Indonesia Pasca Pandemi  
Evita Pumaningrum

Peranan *Person Organization Fit* Dan *Person Job Fit* Dalam Meningkatkan *Job Satisfaction*  
Dengan *Work Engagement* Sebagai Mediasi  
Ratih Indriyani & Monica Bellinda Sutanto

Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion* Dan *E-Service Quality* Terhadap  
Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto  
Fitra Dwi Prayogo, Christina Menuk Srihandayani, & Tony Susilo Wibowo

*Good Corporate Governance* Penyelenggara Pendidikan Dalam Perspektif *Agency Theory*  
Martinus Sony Erstiawan

Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK EMKM Dan Analisa *Common Size* Untuk  
Menilai Kinerja Keuangan Mona Hijab Fashion  
Putria, Sjamsul Hidayat, & Andrianto

Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT  
Diana Rapisari

Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu  
Achmad Yanu Alif Fianto, Martinus Sony Erstiawan, & Rudi Santoso

Motivasi Dan Dukungan Atasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Hasil Pelatihan Dan Keahlian  
Memanfaatkan Teknologi Pada Kinerja Karyawan  
(Study Empiris Pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur)  
Bayu Rama Laksono

Pengaruh KAP *Big Four*, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap *Audit Delay*  
Merdianto Budi Utomo & Aristha Purwanthari Sawitri

Model Kolaborasi Pemasaran *Online* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro  
Dalam Menghadapi Era Digital Di Kota Surabaya  
Endang Siswati

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
Jl. Dukuh Menanggal XII No. 04 Surabaya Telp/Fax : 031-8281183



Unipa Surabaya

**Majalah**

# **EKONOMI**

**Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis**

**Vol. 26, No. 1, Juli 2021**

**E-ISSN: 2776-2165**

**Model Dynamic Ensemble Time Series untuk Prediksi Indeks Harga Saham Utama di Indonesia Pasca Pandemi**  
Evita Purnaningrum

**Peranan *Person Organization Fit* Dan *Person Job Fit* Dalam Meningkatkan *Job Satisfaction*  
Dengan *Work Engagement* Sebagai Mediasi**  
Ratih Indriyani & Monica Bellinda Sutanto

**Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion* Dan *E-Service Quality* Terhadap  
Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto**  
Fitra Dwi Prayogo, Christina Menuk Srihandayani, & Tony Susilo Wibowo

***Good Corporate Governance* Penyelenggara Pendidikan Dalam Perspektif *Agency Theory***  
Martinus Sony Erstiawan

**Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK EMKM Dan Analisa *Common Size* Untuk  
Menilai Kinerja Keuangan Mona Hijab Fashion**  
Putria, Sjamsul Hidayat, & Andrianto

**Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT**  
Diana Rapisari

**Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu**  
Achmad Yanu Alif Fianto, Martinus Sony Erstiawan, & Rudi Santoso

**Motivasi Dan Dukungan Atasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Hasil Pelatihan Dan Keahlian  
Memanfaatkan Teknologi Pada Kinerja Karyawan  
(Study Empiris Pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur)**  
Bayu Rama Laksono

**Pengaruh KAP *Big Four*, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap *Audit Delay***  
Merdianto Budi Utomo & Aristha Purwanthari Sawitri

**Model Kolaborasi Pemasaran *Online* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro  
Dalam Menghadapi Era Digital Di Kota Surabaya**  
Endang Siswati

Diterbitkan oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

Jl. Dukuh Menanggal XII No. 04 Surabaya Telp/Fax : 031-8281183

## DAFTAR ISI

<b>Model Dynamic Ensemble Time Series untuk Prediksi Indeks Harga Saham Utama di Indonesia Pasca Pandemi</b> Evita Purnaningrum	1 - 7
<b>Peranan <i>Person Organization Fit</i> Dan <i>Person Job Fit</i> Dalam Meningkatkan <i>Job Satisfaction</i> Dengan <i>Work Engagement</i> Sebagai Mediasi</b> Ratih Indriyani & Monica Bellinda Sutanto	8 - 28
<b>Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i>, <i>Sales Promotion</i> Dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto</b> Fitra Dwi Prayogo, Christina Menuk Srihandayani, & Tony Susilo Wibowo	29 - 39
<b><i>Good Corporate Governance</i> Penyelenggara Pendidikan Dalam Perspektif <i>Agency Theory</i></b> Martinus Sony Erstiawan	40 - 51
<b>Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK EMKM Dan Analisa <i>Common Size</i> Untuk Menilai Kinerja Keuangan Mona Hijab Fashion</b> Putria, Sjamsul Hidayat, & Andrianto	52 - 61
<b>Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT</b> Diana Rapitasari	62 - 70
<b>Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu</b> Achmad Yanu Alif Fianto, Martinus Sony Erstiawan, & Rudi Santoso	71 - 78
<b>Motivasi Dan Dukungan Atasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Hasil Pelatihan Dan Keahlian Memanfaatkan Teknologi Pada Kinerja Karyawan (Study Empiris Pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur)</b> Bayu Rama Laksono	79-89
<b>Pengaruh KAP <i>Big Four</i>, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap <i>Audit Delay</i></b> Merdianto Budi Utomo & Aristha Purwanthari Sawitri	90 - 94
<b>Model Kolaborasi Pemasaran <i>Online</i> Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Dalam Menghadapi Era Digital Di Kota Surabaya</b> Endang Siswati	95 - 100

# Majalah EKONOMI

Telaah Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis

## *Editor in Chief*

Dr. Noerchoidah, SE., MM (Scopus ID: 57216873928)

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

## *Executive Editor*

Martha Suhardiyah, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Ferry Hariawan, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dr. Siti Mahmudah, S.Sos., M.Si, Politeknik NSC Surabaya

## *Manuscript Editor*

Aristha Purwantari Sawitri, SE., MA, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Fauziyah, S.Si., M.Si, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

I. Made Bagus Dwiarta, SE.,MM, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Bayu Rama Laksono, SE, M.Ak, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

## *Reviewer Team*

Dr. Taudikul Afkar, Spd, M.Pd,M.Ak, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dr. Endang Muryani, SE., MM (Scopus ID: 57208741212), Universitas Merdeka Surabaya

Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com (Scopus ID: 57200949622), Universitas Wijaya

Kusuma Surabaya

Dhyah Harjanti, SE., MSi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Helmi Buyung Aulia Safrizal, ST., SE., M.MT (Scopus ID: 57219051705), Universitas Trunojoya

Madura

Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, M.S (Scopus ID: 57217592004), Universitas Widya Mandala Surabaya

## *Teknologi Informasi Support*

Widhadi Wahyu Agus Prakoso, S. Kom

Risky Dwi Hermato, S.Kom

## **Sekretariat Penyunting**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Jl. Dukuh Menanggal XII/4 Surabaya

Telp/Fax. : 031-8281183

## Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu

Achmad Yanu Alif Fianto<sup>1</sup>, Martinus Sony Erstiawan<sup>2</sup>, Rudi Santoso<sup>3</sup>

<sup>1)</sup> S1 Manajemen, Universitas Dinamika

<sup>2)</sup> S1 Akuntansi, Universitas Dinamika

<sup>3)</sup> D3 Administrasi Perkantoran, Universitas Dinamika

Koresponden Penulis: Email: [achmadyanu@gmail.com](mailto:achmadyanu@gmail.com)

### ABSTRACT

*While promotion strategies such as emphasizing natural attractions, the arts, and culture may be used to sell their tourist goods, their commodities in the shape of natural attractions, the arts, and culture are good, and the entire spectrum of tourist options is available.. The purpose of this study is to identify the characteristics of tourist-friendly natural sites and to investigate potential marketing applications for this target group using various promotional strategies. This study used a qualitative methodology with a case study approach, focusing on natural attraction marketing strategies. Domain analysis was used to analyse the data. The approach verifies the data's validity by using a variety of data verification methods, one of which is triangulation and data verification on the interview and documentation. To create a successful marketing plan, they needed to gather all they could about the topic. Tourism Marketing Model: A promotion strategy to draw people in. Arts and culture visits as well as nature tourism may all be part of an extended vacation. An aggressive technique called the Promotion Mix helps boost domestic and international visits.*

**Keywords** : *Tourism Marketing; Strategy Development; Paralayang; Batu city.*

### ABSTRAK

Taktik promosi dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk menjual barang-barang wisatanya dengan mengutamakan atraksi alam, seni, dan budaya, barang-barang mereka berupa atraksi alam, seni, dan budaya, baik, dan lengkap. peluang wisata tersedia. Sebagai bagian dari studi ini, tujuannya adalah untuk mengkarakterisasi karakteristik atraksi alam bagi wisatawan, serta untuk menyelidiki aplikasi pemasaran potensial untuk audiens target ini melalui berbagai taktik promosi. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan mengacu pada taktik pemasaran objek wisata alam. Data dianalisa dengan menggunakan analisis domain. teknik keaslian data diverifikasi dengan menggunakan banyak metode verifikasi data, salah satunya melibatkan triangulasi dan verifikasi data pada wawancara dan dokumentasi Untuk membuat rencana pemasaran yang sukses, mereka perlu mengumpulkan semua yang mereka bisa tentang topik. Model Pemasaran Pariwisata: Sebuah strategi promosi untuk menarik orang. Kunjungan seni dan budaya serta wisata alam dapat menjadi bagian dari liburan panjang. Teknik agresif yang disebut Bauran Promosi membantu meningkatkan kunjungan domestik dan internasional.

**Kata Kunci** : Pemasaran Pariwisata; Pengembangan Strategi; Paralayang; Kota Batu.

## PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan sumber daya alam yang melimpah, Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan situs wisata berbasis alam dan ekowisata (Santoso, Shinta dan Fianto, 2019a). Saat ini salah satu daerah yang sedang berkembang menjadi daerah tujuan wisata adalah kota Batu. Batu merupakan salah satu daerah yang keberadaannya semakin meningkat dalam wisata berbasis alam. perbatasan tersebut kemudian akan ditandai sebagai salah satu tujuan wisata terpopuler di Indonesia. Berawal sebagai kota wisata, kota Batu ini dapat mempengaruhi peningkatan ekonomi secara langsung bagi kehidupan dimasyarakat sekitar.

Dengan berjalannya program KWB, seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke kota Batu, permintaan wisatawan akan jasa seperti akomodasi dan makanan semakin meningkat. Konsep tersebut bertujuan untuk memperkenalkan berbagai jenis wisata di kawasan Kota Batu. Dengan adanya program wisata alam yang mendeklarasikan Kota Batu sebagai kota wisata, masyarakat akan merasakan manfaat kehilangan jati dirinya sebagai daerah perbukitan yang masih menggantungkan kehidupan dan ekonominya pada bidang pertanian.

Paralayang merupakan salah satu tempat wisata yang paling terkenal di kota Batu. Paralayang merupakan daya tarik wisata, sekaligus olahraga yang memadukan rekreasi. Sehingga wisatawan

dapat melakukan dua kegiatan sekaligus: olahraga dan rekreasi. di Batu, pengunjung dapat mencoba olahraga yang disebut Wisata Batu Paralayang. Keistimewaan Batu Paralayang Spot adalah landasan pacu Paraguarado dan fasilitas olahraga serta fasilitas lainnya. Salah satunya adalah panorama yang indah dari puncak gunung. wisatawan dapat menikmati keindahan panorama yang indah dari atas gunung dan melihat wisata kota Batu. Selain itu, pemandangan pegunungan yang hijau sangat menyenangkan karena Kota Batu sendiri berada di ketinggian 1.315 meter di atas permukaan laut, dengan iklim tropis, tempat wisata menarik wisatawan untuk melihat dan menikmati pemandangan yang indah. Bahkan pada malam hari, pengunjung bisa datang ke sana untuk menikmati keindahan kota yang sangat menyenangkan. Hal ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk menikmati keindahan Batu. Paralayang sendiri pada awalnya digunakan sebagai *platform* lepas landas untuk paralayang.

Destinasi wisata ini tidak hanya digunakan untuk para atlet saja, tetapi juga untuk berbagai *event* paralayang. Dampak dengan adanya obyek wisata ini memiliki efek positif dan negatif. Dampak positifnya dapat meningkatkan penerimaan pajak kota, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar tempat wisata (Riyanto et al., 2019; Santoso, Shinta dan Fianto, 2019b; Santoso dan Fianto, 2020), mengeksplorasi keindahan

alam (Fianto, 2018), dan wisata baru sekitar paralayang juga membantu kota Batu dalam pariwisatanya serta membantu perekonomian masyarakat setempat dalam memperoleh keuntungan (Erstiawan, 2020). Namun juga terdapat dampak negatif di antara pengunjung dan termasuk rasa kelas sosial yang lebih besar (Riyanto et al., 2019). Sambil menyaksikan keindahan alam dengan kecepatan parasut yang disediakan, pengunjung dapat merasakan terbang dengan area yang dapat dijangkau bagi wisatawan yang masih baru belajar dan area perbukitan yang tinggi bagi wisatawan yang sudah mahir yang dengan mudah menerbangkan paralayang tersebut, serta suasana alam dan pemandangan kota Batu yang dikelilingi oleh perbukitan dan lahan hijau. Selain itu, wisata paralayang sangat populer dengan cuaca dan hanya di daerah iklim tertentu menjadikan daerah tersebut dikelola dan memiliki fasilitas parasut yang mumpuni untuk para pengunjung.

Untuk mendukung kegiatan pariwisata yang memenuhi bagi masyarakat sebagai destinasi wisata menyediakan ruang publik yang memadai bagi mereka yang membutuhkan rekreasi. Salah satunya dengan menyediakan fasilitas untuk menuju ke obyek wisata seperti jalan yang memadai, penerangan yang memadai, toilet, tempat parkir dan tempat beribadah (mushola). Sayangnya wisata paralayang ini berbahaya, jika fasilitas obyek wisata tersebut dirasa kurang memadai dengan tingkat keselamatan para wisatawan paralayang dan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung seperti penerangan yang kurang memadai, jalan yang masih

berlumpur dan becek serta fasilitas lain yang masih belum tersedia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan pengembangan model pemasaran pada pariwisata Paralayang di Kota Batu dan strategi pemasaran yang menggabungkan sumber daya wisata alam, seni dan budaya untuk membantu meningkatkan wisatawan domestik dan internasional. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian kualitatif dengan teknik analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Berbagai sumber informasi termasuk dari pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal serta wisatawan, dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan penelitian ini. Metode yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam upaya mengumpulkan data. Dari perolehan data tersebut kemudian dianalisis menggunakan domain. *Triangulasi* sumber data dengan menggunakan metode validasi data dengan cara menilai kebenaran data melalui wawancara dan dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Objek wisata paralayang adalah wisata yang menawarkan keindahan alam yang keindahannya dapat menarik pengunjung. Selain menikmati pemandangan dari pemandangan kota Batu, wisatawan dapat mencoba permainan paralayang yang tersedia di wisata paralayang. Dengan biaya Rp 400.000 per orang, pengunjung bisa menyewa tandem dan 1 guide yang telah memiliki sertivikat PL-1 untuk membantu wisatawan mengoperasional

dan mengarahkan penggunaan paralayang dan ikut terbang pada saat meluncur dari ketinggian menuju tempat pendaratan yang telah ditentukan. Wisata paralayang tidak hanya terbuka untuk umum, namun juga digunakan sebagai tempat latihan pada atlet, dan juga dijadikan tempat ajang kejuaraan paralayang. Pengelola wisata paralayang bekerja dan berupaya untuk pembangunan dan pengembangan pariwisata tersebut.

Pengembangan pariwisata berfungsi untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Salah satu hal dalam pengembangan daya tarik wisata adalah promosi dan pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pengunjung mengetahui tentang daerah wisata paralayang dari media sosial. Dan saat ini, berbagai aplikasi media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan tempat-tempat wisata diberbagai penjuru Indonesia misalnya Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, Line, dan masih banyak aplikasi lainnya. Media sosial lebih dipilih oleh calon wisatawan karena relatif murah, sederhana, dan cepat serta *uptodate*.

Wisatawan yang berkunjung ke wisata ini tidak hanya wisatawan lokal tetapi juga wisatawan mancanegara. Mereka mengikuti pemandu wisata disebut *paraglider* yang menurut mereka obyek wisata tersebut menarik untuk dikenalkan dan para wisatawan dapat secara langsung melihat pemandangan alam. Wisatawan yang belum mengenal wilayah wisata tersebut ditunjukkan oleh pemandu wisata *paraglider* menuju puncak Kota Batu. Dengan fasilitas yang memadai memberikan rasa aman dan

nyaman para tamu serta penataan tempat yang sangat strategis untuk dikunjungi dapat menarik wisatawan menikmati suasana alam. Biaya yang dikeluarkan tidak mahal sehingga pengunjung bisa menikmati pemandangan indah di ketinggian 1.300 meter di atas permukaan laut. Seperti halnya paralayang juga merupakan salah satu olahraga ekstrim yang populer di Indonesia akhir-akhir ini. Secara tidak langsung olahraga paralayang yang dilakukan atlit dilokasi tersebut menambah media promosi tempat latihan dan area kompetisi sebagai obyek wisata dan olahraga. Terdapat dua faktor yang berpengaruh pada wisata paralayang tersebut yaitu biaya yang mahal dan memiliki resiko yang tinggi. Bisa dari cuaca, keberfungsian alat parasut yang nantinya digunakan, bermanufer ketika terjun menuju tempat pendaratan dan kondisi kesehatan.

Paralayang merupakan aktivitas kedirgantaraan yang memiliki biaya termasuk murah, namun dimata masyarakat yang suka dengan hobby ini, paralayang termasuk olahraga yang cukup mahal. Peralatan dan perlengkapan yang digunakan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Kebutuhan biaya kurang lebih US\$ 3.000 – 4.500 untuk kebutuhan parasut utama, parasut cadangan, helm, radio control, GPS dan perlengkapan lain masih impor dan didatangkan dari luar negeri. Sehingga para wisatawan dan atlit yang memiliki hobby paralayang dapat meminjam dengan teman sesama atlit atau dari club paralayang atau melakukan sewa ditempat wisata tersebut ketika hendak digunakan.



Dalam konsepnya, pariwisata adalah berbagai kegiatan pariwisata yang menunjang berbagai fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat, pedagang, pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Sarana dan prasarana wajib memenuhi standar paraglider dengan pemandu (guide) yang memiliki pengalaman dan sertivitat dan mentaati prosedur tetap (protap) demi keselamatan wisatawan paraglider dan tentunya peralatan yang mumpuni seperti altimeter, variometer dan sebagainya untuk dapat mengetahui letak keberadaan posisi dan arah serta kondisi saat mengudara.

Dari sisi perbedaan antara bentuk dan ukuran antara paralayang dan terjun payung tampak berbeda. Bedanya yaitu bentuknya bila parasut paralayang bentuknya lebih oval (elips) yang dilapisi oleh 2 lembar *nylon ripstop* berporositas nol dan memiliki ketebalan 44 g/m<sup>2</sup>. Lembar tegak (ribs) dari sisi bagian depan digunakan untuk *leading edge* sebagai aliran masuk angin pada parasut sedangkan bagian belakang *trailing edge* menahan angin dan dapat menciptakan tekanan saat digunakan parasut tersebut. Tali yang terdiri dari *brake lines*, *C-lines*, *B-lines* dan *A-lines* digunakan untuk mengontrol parasut saat diudara hingga mendarat. Terdapat *risers* dan *brake handles* untuk melakukan pengereman saat mendarat, sedangkan terdapat *reserve parascute* sebagai parasut cadangan serta tempat duduk untuk pengemudi dan *speed bar* digunakan untuk mengatur kecepatan parasut. Dari peralatan yang digunakan tentunya ada harga yang perlu disiapkan bila berminat berolahraga paralayang

kurang lebih jumlah peralatan lengkap (baru) sekitar RP. 20.000.000 – Rp. 50.000.000,- (2000 – 3000 US \$ itu tergantung dari kurs 1 US \$ Dollar. Dan jika peralatan lengkap (bekas) bila dinominalkan kurang lebih Rp.10.000.000 – Rp. 20.000.000,-.

Parasut yang digunakan memiliki 3 (tiga) jenis dengan kemampuan menjelajah penerbang (pengemudi) diantaranya jenis standar yang sering digunakan oleh yang masih pemula. Jenis kedua adalah jenis performance digunakan oleh penerbang yang telah memiliki jam terbang yang cukup dan mahir, sedangkan pada jenis *competition* digunakan pada saat kompetisi berlangsung dan digunakan oleh para atlit paralayang. Dari ukuran parasut dapat menyesuaikan berat tubuh dan tinggi penerbang (XS, S, M, L, Tandem).

Pengujian dilakukan terhadap parasut paralayang sebelum diedarkan ke pasar dan parasut tersebut wajib memenuhi standar kelayakan terbang dan tingkat keamanan yang diakui secara internasional. Terdapat dua standar dalam menguji parasut paralayang yaitu AFNOR berasal dari asosiasi layang gantung perancis (*French : Swiss Federation of Free Fligh / FSVL* dan SHV) dan swiss dan Gutesiegel diuji oleh asosiasi layang gantung yang berasal dari Jerman (*German Hanging Bites association* (DHV)). Dengan kehadiran asosiasi paralayang menambah daya tarik dan minat orang awam dalam olahraga ini, karena faktor keamanan dan dapat memilih parasut yang digunakan sesuai dengan keinginan.

Dari uraian tersebut diatas menjadikan dasar untuk didiskusikan serta dianalisis terkait dengan strategi dilingkungan internal maupun eksternal pada bidang pariwisata. Terdapat beberapa faktor yang dapat dianalisis dengan faktor peluang, ancaman, kelebihan dan kekurangan (SWOT). Berikut analisis terkait dengan strategi bisnis paralayang sebagai obyek wisata kota Batu diantaranya :

1. *Strength* (Kekuatan)

- a) *Strategic Tourism Area covers one area of Malang City.*
- b) *Attractions Compared to other tourist items, they offer a lot of new attractions.*
- c) *The item is known through promotions and championships.*
- d) *It has become a development plan and paraglider has been standardized as a place.*
- e) *The strategic location of the object is in various tourist routes, not far from the center of Batu.*

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a) *Lack of labor in the tourism sector.*
- b) *There are no clear rules for the use of some protected forests used as take-off locations.*
- c) *The role of managers or organizations of paraglider activists in tourist areas is less effective.*
- d) *Condition of city road access is very narrow and steep, and public transportation that supports tourists can be neglected.*
- e) *The water source is not clean enough for the needs of tourists.*

3. *Opportunity* (Peluang)

- a) *Potential hiking routes in the Mountains and campsites.*
- b) *As a venue for the Paragliding Championships held in Malang Regency, so that the tourism object is not used for tourism purposes only.*
- c) *The use of social media is increasing, making promotion easier.*
- d) *Possibility of cooperation with other items in the package of the tour.*
- e) *Potential arts, culture and traditions of the village community.*

4. *Threat* (Ancaman)

- a) Possible conflict with Perhutani in Paraglide Tourism Administration.
- b) Social impacts, cultural and environmental damage arising from tourism development.
- c) The road is very close to other paragliding tourism potentials, so there is a risk that tourists choose to visit other goods.
- d) The risk of visitors buying a tandem paraglide package is smaller.
- e) Weather conditions change rapidly and are often foggy.

Dari analisis strategi bisnis menghasilkan 4 (empat) alternatif sebagai strategi untuk membangun dan mengembangkan wisata paradigling di Kota Batu yaitu :

A. *S-O Strategy*

1. *Camping areas that maximize the development of open nature tourism potential for tourists.*
2. *Maximizing publicity by using information technology.*
3. *Utilizing the cultural arts and traditions of the village community as a feature of attraction and as a way of preserving cultural arts.*

2. *The role of many Paragliding activists will increase in Village Paragliding Tourism Management.*

#### B. *W-O Strategy*

1. *It is necessary to increase personnel in the tourism sector through movements for the community and in collaboration with the community to educate and educate human resources.*
2. *Paraglider also proposed the formulation of clear rules for the use of several protected forests used as take-off locations.*

#### C. *S-T Strategy*

1. *Can cooperate in the context of regional community and management, and make or suggest rules related to changes to certain uses in protected forest areas.*
2. *Can design strategies to face competition between tourism items by holding new annual events that attract tourist visits by utilizing tourism potential.*
3. *The paragliding sports tourism sector is developing in a sustainable manner.*

#### D. *W-T Strategy*

1. *Cooperate with local governments in regional development and human resource development in the tourism sector.*

### KESIMPULAN

Dari hasil survey dapat diketahui bahwa wisata paralayang merupakan salah satu kawasan strategis di Kota Batu yang mendukung pengembangan wisata khususnya paralayang, sebagai obyek wisata dan daya tarik baru. Wisata paralayang menawarkan daya tarik yang berbeda dengan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Malang. Hal tersebut dapat menjadi keunggulan kota bila dilakukan promosi baik media sosial maupun dapat digunakan secara rutin sebagai tempat berkompetisi baik diwilayah sekitar maupun nasional serta Internasional. Dari wisata paralayang tersebut dapat pula menarik investasi yang besar bagi pelaku usaha sebagai peluang memperoleh keuntungan serta fasilitas infrastruktur daerah tersebut termasuk jalan masih menjadi penghambat mengembangkan obyek wisata paralayang. Dari sisi organisasi paralayang itu sendiri terdapat faktor penghambat yaitu kompetensi dari instruktur maupun pendamping penerbangan tandem masih terbatas jumlah yang memiliki lisensi sebagai penerbang tandem maupun perorangan. Dari sisi hutan lindung dan alam sekitar Batu peran pemerintah khususnya pemerintah daerah sangat dibutuhkan dalam pengelolaan wilayah, peruntukan obyek wisata paralayang maupun hutan lindung.

## Rekomendasi

Secara pragmatis, penelitian ini memberikan kontribusi untuk dapat memberikan saran bagi pengelola wisata paralayang seperti berpartisipasi dalam proyek pengembangan komoditas dengan menggunakan keahliannya di masyarakat sekitar khususnya disektor pariwisata. Selain itu, promosi dan peningkatan kompetisi dan event paralayang yang dilakukan setiap tahun dan dukungan dari teknologi informasi dapat dikembangkan dan diadakan secara berkala.

Di sisi lain, penelitian ini juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya. Penulis berharap penelitian lanjutan dengan mengembangkan penelitian yang lebih detail tentang wisata paralayang, melakukan penelitian tambahan tentang kemungkinan wisata lainnya, termasuk peluang besar untuk pengembangan wisata paralayang.

## DAFTAR PUSTAKA

Fianto, A. Y. A. (2018). Antecedents of customer satisfaction for small medium enterprises product in Indonesia. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, *International Journal*

of Civil Engineering and Technology, 9(11).

Erstiawan, MS. (2020). Penerapan SAK-EMKM pada Kesenian Jaranan Turonggo Bimo Kertosono Sebagai Simbol Budaya. *BIP's Jurnal Bisnis Perspektif* 12 (1), pp 47-54

Riyanto, D. Y. et al. (2019) 'A Conceptual Framework for Destination Branding in Jawa Timur, Indonesia', *Majalah Ekonomi*, XXIV(1411), pp. 149–157.

Santoso, R. and Fianto, A. Y. A. (2020) 'Pengaruh Marketing Mix Produk Jasa terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Bahari Jawa Timur', *Kinerja*, 17(1), pp. 69–79.

Santoso, R., Shinta, R. and Fianto, A. Y. A. (2019a) 'Composing Marketing Mix for Better Destination Brand in Jawa Timur, Indonesia', *Majalah Ekonomi*, XXIV(1411), pp. 158–167.

Santoso, R., Shinta, R. and Fianto, A. Y. A. (2019b) 'Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur', *Manajemen dan Bisnis (MEBIS)*, 4, pp. 1–14.