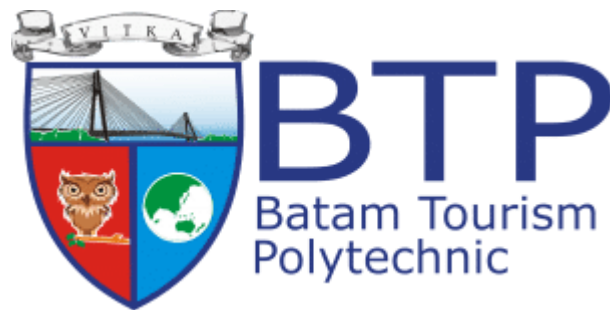


**STRATEGI DIVERSIFIKASI AKTIVITAS WISATA DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA DI TAMAN
BUNGA IMPIAN OKURA RUMBAI RIAU**

PROYEK AKHIR



**OLEH
APRYANI
NIM. 2022010041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DEVISI KAMAR
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
2025**



BTP

Batam Tourism
Polytechnic

**STRATEGI DIVERSIFIKASI AKTIVITAS WISATA DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA DI TAMAN
BUNGA IMPIAN OKURA RUMBAI RIAU**

PROYEK AKHIR

Diajukan kepada
Politeknik Pariwisata Batam
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Diploma IV
Manajemen Devisi Kamar

OLEH

APRYANI

NIM. 2022010041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DEVISI KAMAR
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

2025

Lembar Persetujuan Pembimbing

Proyek akhir oleh Apryani ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Batam,

Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar
NIDN. 1010046901

Lembar Pengesahan

Proyek akhir oleh Apryani ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal

Dewan Penguji

Andri Wibowo, SE., M.Par
NIDN. 1001118502

Ketua

Zahara Fatimah, SE, M. Ak
NIDN. 1021097902

Anggota

Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar
NIDN. 1010046901

Anggota

Mengesahkan,

Mengetahui,

Direktur

Ketua Program Studi

Siska Amelia Maldin., M.Pd.
NIDN: 1002089002

Andri Wibowo, SE., M.Par
NIDN: 1001118502

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apryani

NIM : 2022010041

Program Studi : Manajemen Devisi Kamar

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proyek akhir ini saya tulis adalah benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa proyek akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batam, 10 November 2025

Yang membuat pernyataan

Apryani

ABSTRAK

Apriyani, 2025. Strategi Diversifikasi Aktivitas Wisata Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Taman Bunga Impian Okura Rumbai Riau. Proyek Akhir Program Studi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam. Pembimbing: Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M MPar.

Taman Bunga Impian Okura (TBIO) merupakan destinasi wisata berbasis taman bunga di Rumbai Riau yang memiliki potensi besar untuk menjadi atraksi wisata alam berkelanjutan. Namun, destinasi ini masih sangat bergantung pada daya tarik visualnya, khususnya selama periode mekarnya bunga, yang mengakibatkan pengalaman wisatawan yang monoton, lama tinggal yang singkat, dan kedatangan wisatawan yang fluktuatif. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis diversifikasi kegiatan wisata sebagai strategi meningkatkan daya tarik wisatawan di TBIO. Pendekatan deskriptif kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan manajemen TBIO, wisatawan, masyarakat lokal, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sekitar destinasi. Proses analisis data menggunakan kerangka SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan kegiatan wisata. Analisis ini memberikan gambaran komprehensif tentang kondisi saat ini dan upaya manajemen dalam merespons kebutuhan serta ekspektasi wisatawan di TBIO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan TBIO terletak pada konsep taman bunga yang unik dan spot fotografi yang menarik, sedangkan kelemahannya meliputi kegiatan interaktif yang terbatas serta fasilitas pendukung dan kualitas layanan yang belum memadai. Destinasi ini memiliki peluang untuk berkembang melalui peningkatan permintaan wisata berbasis alam dan edukasi, terutama bagi wisatawan keluarga dan muda, sementara ancamannya terkait dengan ketergantungan pada kondisi cuaca musiman dan persaingan dari atraksi serupa di Pekanbaru. Berdasarkan temuan ini, rekomendasi strategis yang diajukan meliputi pengembangan program edukasi berbasis tanaman, kegiatan wisata interaktif untuk berbagai segmen, perbaikan fasilitas pendukung dan area sirkulasi wisatawan, pelaksanaan acara musiman untuk menjaga stabilitas kunjungan, serta optimalisasi pemasaran digital untuk memperkuat visibilitas destinasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa diversifikasi kegiatan wisata sangat penting untuk meningkatkan daya tarik TBIO, memperpanjang lama tinggal wisatawan, memperkaya pengalaman perjalanan mereka, serta mendukung keberlanjutan ekonomi bagi destinasi dan masyarakat lokal.

Kata Kunci: Diversifikasi Kegiatan Wisata, Daya Tarik Wisatawan, SWOT, Taman Bunga Impian Okura.

ABSTRACT

Apriyani, 2025 Tourism Activity Diversification Strategy to Increase the Tourist Attraction at The Taman Bunga Impian Okura, Rumbai, Riau. Final Project for the Management Room Division Study Program, Batam Tourism Polytechnic. Supervisor: Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar.

Taman Bunga Impian Okura (TBIO) is a flower garden-based tourism destination in Pekanbaru that has strong potential to become a sustainable nature tourism attraction. However, the destination still heavily depends on its visual appeal, particularly the blooming period of flowers, which leads to monotonous visitor experiences, a short length of stay, and fluctuating tourist arrivals. This research was conducted to analyse the diversification of tourism activities as a strategy to improve tourist attraction at TBIO. A qualitative descriptive approach was applied in this research. Data were collected through observations, interviews, and documentation involving TBIO management, visitors, the local community, and MSMEs in the destination area. The data analysis process used the SWOT framework to identify both internal and external factors influencing the development of tourism activities. The analysis provides a comprehensive overview of the current conditions and management efforts in responding to the needs and expectations of visitors at TBIO. The research findings indicate that TBIO's strengths lie in its unique flower garden concept and attractive photography spots. At the same time, weaknesses include limited interactive activities as well as insufficient supporting facilities and service quality. The destination has opportunities for development due to the increasing demand for nature-based and educational tourism, particularly among family and youth visitors, while threats are associated with its reliance on seasonal weather conditions and competition from similar attractions in Pekanbaru. Based on these findings, strategic recommendations suggested include the development of plant-based educational programs, interactive tourism activities for various segments, improvement of supporting facilities and visitor circulation areas, implementation of seasonal events to maintain visitor stability, and optimisation of digital marketing to strengthen destination visibility. This study concludes that diversifying tourism activities is essential for increasing the attractiveness of TBIO, extending the visitors' length of stay, enhancing their travel experience, and supporting economic sustainability for both the destination and local communities.

Keywords: *Tourism Activity Diversification, Tourist Attraction, SWOT, Taman Bunga Impian Okura.*

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada **Tuhan Yesus Kristus** yang senantiasa mencurahkan kasih karunia-Nya, memberikan kedamaian batin, serta memfasilitasi setiap langkah dalam perjalanan hidup ini, Amen.

Proyek akhir ini merupakan ekspresi rasa syukur dan penghargaan yang tulus kepada individu-individu yang telah memberikan nilai dan inspirasi dalam kehidupan penulis.

Saya persembahkan kepada Orang Tua yang saya cintai dan saya banggakan, Bapak **Jontar Sihombing** dan Mama **Sariyah**, yang dengan ikhlas mendoakan, memberikan nasihat berharga, serta motivasi tanpa batas. Bapak dan Mama yang selalu membuka hati dan tangan untuk mendukung penulis, baik dalam aspek spiritual maupun material. Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terukur atas segala pengorbanan, cinta, berkat, dan doa yang mendorong penulis untuk selalu memberikan usaha terbaik.

Saudara-saudara yang sangat berarti bagi penulis, yaitu Bg **Adi Petrus** yang memberikan kekuatan luar biasa, Kak **Hilda** yang mendukung dengan motivasi, serta adik-adik tercinta **Amelia Putri**, **Stevanus**, dan **Immanuel** yang telah memberikan dukungan, semangat yang luar biasa, serta doa terbaik kepada saya.

Pemerintah Kabupaten Siak, yang telah memberikan kesempatan berharga melalui beasiswa kuliah di Politeknik Pariwisata Batam selama empat tahun serta biaya hidup di Batam, sehingga penulis berkomitmen untuk memberikan kontribusi terbaik bagi Kabupaten Siak di masa depan.

Penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada Ibu Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar sebagai dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan proses penyusunan tugas akhir ini. Atas waktu, perhatian, dan bantuan yang diberikan, penulis sangat berterima kasih.

Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Sintia, Gita, dan semua rekan di lingkungan akademik Program Studi Manajemen Devisi Kamar atas solidaritas, motivasi, dan dukungan selama perjalanan studi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang ikhlas kepada Bapak dan Ibu Gembala serta jemaat di Gereja GPDI Filadelfia, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan spiritual, serta menjadi wadah pertumbuhan iman penulis selama masa kuliah.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Bapak dan Ibu Gembala serta sidang jemaat di Gereja GTDI Hosana Perawang, yang telah memberikan bimbingan rohani, doa, serta inspirasi yang memperkuat iman dan ketahanan penulis dalam menghadapi tantangan akademik dan kehidupan.

Pada akhirnya, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna. Namun, dengan rendah hati, penulis berdoa agar karya ini dapat bermanfaat dan membawa berkat bagi semua pihak.

MOTTO

“Dengan iman dan doa, segala sesuatu menjadi mungkin.” diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan (Yeremia 17:7)

Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. (1 Korintus 10:13)

Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu! (2 Tawarikh 15:7)

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang (Amsal 23:18)

Oleh

Apriyani 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan proyek akhir. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Devisi Kamar di Politeknik Pariwisata Batam.

Penulis menyadari bahwa selesainya proyek akhir ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan semangat dan bimbingan serta saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ibu Siska Amelia Maldin., M.Pd., selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam
2. Bapak Andri Wibowo, SE., M.Par, selaku Ketua Program Studi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran.
3. Ibu Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar selaku Dosen Pembimbing Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.
4. Bapak Andri Wibowo, SE., M.Par sebagai penguji satu yang telah memberikan dukungan dalam isi proyek akhir pada saat pengujian.
5. Ibu Zahara Fatimah, SE., M.Ak sebagai penguji dua yang telah memberikan dukungan dalam proses penulisan proyek akhir pada saat pengujian.
6. Bapak Muslim, sebagai pengelola objek wisata Taman Bunga Impian Okura yang telah memberikan izin tempat penelitian beserta jajarannya serta masyarakat setempat.

Dalam penulisan proyek akhir ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis akan menerima masukan, kritik dan saran. Akhir kata penulis berharap proyek akhir ini dapat bermanfaat bagi semua.

Batam, 10 november 2025

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Lembar Logo	ii
Halaman Judul	iii
Lembar Persetujuan Pembimbing.....	iv
Lembar Persetujuan dan Pengesahan.....	v
Pernyataan Keaslian Tulisan	ivi
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i>	viii
Ucapan Terimakasih	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Definisi Istilah	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori diversifikasi aktivitas wisata.....	14
2.1.1 Definisi diversifikasi aktivitas wisata.....	16
2.1.2 Indikator diversifikasi aktivitas wisata	18
2.2 Teori daya tarik wisata	20

2.2.1 Definisi daya tarik wisata	22
2.2.2 Indikator daya tarik wisata	24
2.3 Kajian Empiris	27
2.4 Kerangka Berfikir	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1. Desain Penelitian.....	31
3.2. Sumber Data Penelitian	32
3.2.1 Data Primer	32
3.2.2 Data Sekunder	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.1 Wawancara.....	34
3.4.2 Dokumentasi	34
3.4.3 Observasi.....	35
3.4 Teknik Analisis Data	35
3.4.1 Teknik Analisis Strategi.....	36
3.4.2 Alur proses analisis strategi kualitatif berbasis SWOT	38
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	39
3.5.1 Lokasi	39
3.5.2 Jadwal Penelitian	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil	42
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.2. Lokasi Geografis dan Daya Tarik Utama	43
4.1.3. Struktur Organisasi Pengelola TBIO.....	44
4.1.4 Deskripsi Partisipan/Informan	46
4.1.5. Strategi Diversifikasi Aktivitas Wisata	46
4.1.6. Daya Tarik Wisata	47
4.1.7. Identifikasi Faktor-Faktor SWOT	49
4.1.8. Tabel SWOT	Error! Bookmark not defined.
4.1.9 Hasil wawancara dan observasi.....	51
4.2. Interpretasi Strategi Diversifikasi	62

4.3 Pembahasan	63
4.3.1 Analisis Dampak Diversifikasi Terhadap Daya Tarik dan Pengalaman Wisatawan	63
4.3.2 Justifikasi Strategi WO: Menjembatani Kelemahan Operasional dengan Peluang Pasar	64
4.3.3 Peran Komunitas sebagai Pilar Keberlanjutan Destinasi.....	66
4.4.4 Implikasi dan Rekomendasi Jangka Panjang	66
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
5.2.1. Saran untuk Pengelola Taman Bunga Impian Okura	69
5.2.2. Saran untuk Pelaku UMKM dan Komunitas Lokal	70
5.2.3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kunjungan wisatawan di Taman Bunga Impian Okura	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Matriks SWOT (Kosong - diisi setelah analisis data)	30
Tabel 3. 3 Matriks TOWS (Kosong - diisi setelah analisis data)	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lokasi Taman Bunga Impian Okura.....	4
Gambar 2. 1 Taman Bunga Impian Okura	21
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	24
Gambar 3. 1 Strategi Kualitatif Berbasis SWOT	31
Gambar 3. 2 Gantt Chart Penelitian.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Wawancara.....	43
Lampiran 2 Foto Dokumentasi.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata telah berkembang menjadi sektor vital dalam pembangunan ekonomi global, berkontribusi terhadap 10.4% PDB dunia dan menciptakan 1 dari 10 lapangan kerja sebelum pandemi (UNWTO, 2022). Dalam kurun waktu pascapandemi, transformasi pola konsumsi wisatawan mengarah pada wisata pengalaman berbasis alam, di mana destinasi seperti taman bunga mengalami peningkatan permintaan signifikan sebagai ruang pemulihan psikologis (*restorative environments*) setelah periode pembatasan sosial. Fenomena ini selaras dengan temuan Sánchez-Carretero (2023) bahwa 68% wisatawan pascapandemi secara aktif mencari destinasi wisata yang menawarkan kombinasi keindahan yang ditangkap oleh mata dan merasakan dengan panca indera lingkungan alam secara langsung (Neuhofer et al., 2024)

Di Indonesia, gelombang ini mendorong pertumbuhan 22% kunjungan ke taman bunga selama 2022–2024, menjadikannya salah satu segmen paling dinamis dalam peta pariwisata nasional (Kementerian Pariwisata, 2024). Namun, di balik keindahan dan potensinya, tempat wisata Taman Bunga Impian Okura (TBIO) di Rumbai, Riau, punya masalah besar yang sulit dipecahkan. Taman ini terlalu mengandalkan keindahan bunga-bunganya saja. Akibatnya, pengunjung akan sepi di luar musim bunga, pengalaman wisata terasa kurang bervariasi, dan tempat ini berisiko ditinggalkan jika tidak ada hal baru yang menarik akibat minimnya inovasi aktivitas (Li et al., 2024).

TBIO merupakan destinasi wisata berbasis ekowisata yang menekankan keindahan taman bunga sebagai atraksi utama bagi para pengunjung. Berdasarkan data kunjungan dari tahun 2017 hingga September 2025, terdapat fluktuasi yang cukup substansial dalam jumlah wisatawan setiap tahunnya, dengan jumlah pengunjung tercatat sebanyak 2.200 orang pada tahun 2017, yang kemudian meningkat drastis menjadi 8.800 orang pada tahun 2018, namun mengalami penurunan menjadi 5.300 pengunjung pada tahun 2019. Tren kunjungan selanjutnya menunjukkan peningkatan yang signifikan pada tahun-tahun berikutnya, dengan 4.800 pengunjung pada 2020, 18.600 pada 2021, dan 17.827 pada 2022, diikuti oleh peningkatan yang lebih besar pada tahun 2023 dengan 37.409 wisatawan, mencapai puncaknya pada tahun 2024 dengan total 52.183 pengunjung, sementara data hingga September 2025 menunjukkan penurunan jumlah wisatawan menjadi 27.972 orang. Pola fluktuatif ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan TBIO sangat dipengaruhi oleh faktor musiman, seperti periode libur panjang, kondisi cuaca, serta penyelenggaraan kegiatan atau acara khusus di kawasan wisata sekitarnya. (Pengelola TBIO, 2025).

Tabel 1.1 Fluktuasi Kunjungan Wisatawan TBIO (tahun 2017-2025)

Bulan	Jumlah wisatawan
2017	2.200
2018	8.800
2019	5.300
2020	4.800
2021	18.600
2022	17.827
2023	37.409
2024	52.183
2025 (<i>Proyeksi</i>)	27.972
Total	175.091

Sumber: Olahan Peneliti 2025

Tabel 1.1 menguraikan tiga pola utama dalam tren kunjungan wisatawan ke TBIO selama periode 2017 hingga September 2025, yakni penurunan drastis

sebesar 39,8% pada tahun 2019 (dengan 5.300 pengunjung) dibandingkan tahun sebelumnya, yang merupakan titik nadir dalam delapan tahun terakhir; peningkatan substansial sebesar 287,5% pada tahun 2021 (dengan 18.600 pengunjung), yang bersamaan dengan pemulihan aktivitas pariwisata pascapandemi; serta ketidakstabilan yang berlanjut dengan rata-rata fluktuasi tahunan sekitar $\pm 42\%$. Pola-pola ini menunjukkan ketergantungan yang tinggi terhadap faktor-faktor sementara, seperti musim liburan, kondisi cuaca, serta kegiatan pariwisata yang bersifat insidental, daripada pada aktivitas wisata yang bersifat permanen dan berkelanjutan.

Fenomena fluktuasi jumlah pengunjung di TBIO, yang menunjukkan kondisi kunjungan tidak menentu kadang ramai dan kadang sepi bukanlah hal yang unik, melainkan merupakan permasalahan umum yang juga dialami oleh berbagai destinasi wisata alam lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh *Sánchez-Carretero* (2023) mengungkapkan bahwa destinasi yang mengandalkan satu daya tarik utama berupa keindahan visual, seperti taman bunga, memiliki kerentanan tinggi terhadap faktor musiman, perubahan tren wisata, serta kejenuhan pengunjung. Ketergantungan yang berlebihan pada aspek estetika menyebabkan pengalaman berwisata menjadi pasif dan monoton, sehingga destinasi tersebut mudah tergantikan oleh bentuk wisata lain yang menawarkan pengalaman lebih interaktif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian *Gössling et al.* (2022) terhadap 50 taman bunga di Eropa yang menunjukkan bahwa 72% destinasi serupa mengalami penurunan minat kunjungan setelah beroperasi selama tiga tahun tanpa adanya inovasi aktivitas wisata, dengan rata-rata penurunan jumlah wisatawan tahunan berkisar antara 15% hingga 25%.

Kelebihan penelitian ini ketergantungan pada daya tarik visual tunggal telah menciptakan kerentanan struktural di TBIO. Berdasarkan data tahunan yang telah dipaparkan sebelumnya, ketergantungan TBIO pada satu daya tarik utama berupa estetika visual taman bunga menunjukkan adanya kerentanan struktural dalam pengelolaan destinasi. Pola kunjungan yang berfluktuasi secara signifikan setiap tahunnya—seperti penurunan sebesar 39,8% pada tahun 2019 dan penurunan kembali sebesar 46,4% pada tahun 2025 dibandingkan dengan tahun sebelumnya—mencerminkan keterbatasan kemampuan destinasi dalam mempertahankan minat wisatawan di luar periode puncak kunjungan. Fenomena ini sejalan dengan teori *Destination Lifecycle* yang dikemukakan oleh Butler (1980), yang menyatakan bahwa suatu destinasi berpotensi memasuki fase stagnasi apabila tidak melakukan inovasi terhadap produk dan pengalaman wisata yang ditawarkan. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Li et al. (2024) yang mengungkapkan bahwa destinasi wisata berbasis alam tanpa adanya diversifikasi aktivitas memiliki risiko hingga 68% lebih tinggi mengalami penurunan jumlah pengunjung secara berkelanjutan dibandingkan dengan destinasi yang menawarkan aktivitas wisata partisipatif. Dalam konteks TBIO, keterbatasan aktivitas interaktif yang tersedia menyebabkan rata-rata lama kunjungan wisatawan hanya berkisar antara 1 sampai 2 jam, jauh di bawah standar ideal bagi destinasi wisata berbasis taman yang seharusnya mencapai durasi 3 sampai 4 jam untuk memberikan dampak ekonomi yang lebih optimal bagi masyarakat sekitar (Font et al., 2023).

Ketidakefektifan dalam pengelolaan faktor musiman telah memperdalam dampak ekonomi yang dialami oleh Taman Bunga Impian Okura (TBIO). Variabilitas jumlah kunjungan wisatawan yang mencapai hingga 46,4% setiap

tahunnya dengan penurunan signifikan pada tahun 2019 dan kembali terjadi pada tahun 2025 menunjukkan adanya ketidakstabilan pendapatan yang berpotensi mengancam keberlanjutan operasional destinasi wisata tersebut. Hasil analisis mengindikasikan bahwa fase penurunan kunjungan wisatawan umumnya bertepatan dengan musim hujan dan masa pascalibur, yaitu periode menurunnya aktivitas wisata, yang sejatinya dapat diantisipasi melalui penerapan strategi diversifikasi temporal. Sejalan dengan temuan ini, Ferrante et al. (2023) mengungkapkan bahwa sekitar 78% taman bunga di wilayah beriklim serupa gagal mengembangkan aktivitas wisata yang adaptif terhadap kondisi cuaca, seperti pembangunan rumah kaca edukatif atau penyelenggaraan workshop indoor, sehingga kehilangan potensi pendapatan secara signifikan pada musim rendah. Di sisi lain, pada tingkat komunitas, ketergantungan yang tinggi terhadap kunjungan langsung wisatawan turut menimbulkan dampak ekonomi negatif, di mana pendapatan pelaku ekonomi local terutama pedagang kaki lima di sekitar TBIO mengalami penurunan sebesar 30% hingga 50% pada periode sepi pengunjung, bahkan menyebabkan migrasi sementara tenaga kerja ke sektor ekonomi lain (Kementerian Pariwisata, 2024).

Penerapan kebijakan pengembangan destinasi yang belum sepenuhnya mengakomodasi pendekatan partisipatif berbasis komunitas. Observasi pendahuluan menunjukkan bahwa 85% ide aktivitas baru di TBIO selama dua tahun terakhir berasal dari pengelola tanpa melibatkan konsultasi mendalam dengan pelaku UMKM, seniman lokal, atau kelompok pemuda (wawancara awal, Juli 2025). Padahal, penelitian terbaru oleh Jamal & Stronza (2024) membuktikan bahwa diversifikasi aktivitas yang dikembangkan secara kolaboratif dengan

komunitas lokal memiliki tingkat keberlanjutan 45% lebih tinggi dibandingkan model top down. Minimnya integrasi ini terlihat dari belum adanya paket wisata yang memadukan kunjungan taman dengan pengalaman membuat motif bunga di sentra UMKM Pekanbaru atau kelas kuliner berbasis tanaman organik, padahal potensi tersebut secara jelas teridentifikasi dalam kajian Dinas Pariwisata setempat (2024).

Secara eksternal, faktor cuaca ekstrem akibat perubahan iklim telah mengganggu periode mekar bunga optimal, sehingga mengurangi daya tarik visual utama taman. Penelitian terbaru World Meteorological Organization (2024) mencatat peningkatan 30% kejadian cuaca ekstrem di kawasan tropis selama lima tahun terakhir yang secara langsung mempengaruhi pola kunjungan wisata berbasis alam. Di sisi internal, keterbatasan variasi aktivitas wisata di TBIO menyebabkan pengalaman wisatawan menjadi kurang beragam. Analisis Sigala (2023) terhadap 200 ulasan pengunjung di platform digital mengungkap keluhan berulang tentang "kurangnya aktivitas interaktif" dan "pengalaman yang terlalu singkat" karena minimnya kegiatan partisipatif. Kondisi ini diperparah karena tempat ini hanya mengandalkan pengunjung dari satu kelompok saja, yaitu keluarga dengan anak kecil. Pengelola belum berusaha menarik minat kelompok lain, seperti anak muda yang suka foto-foto, komunitas pecinta alam, atau wisatawan yang ingin belajar tentang lingkungan (Yuksel et al., 2023).

Dampak ekonomi tidak menentu ini sangat nyata. Penurunan kunjungan pada bulan-bulan sepi secara langsung mengurangi pendapatan pengelola dan mitra usaha mikro di sekitar destinasi. Penelitian UNWTO (2023) menunjukkan bahwa penurunan 15% kunjungan di destinasi kecil dapat mengurangi pendapatan UMKM

lokal hingga 35%, mengingat ketergantungan mereka pada belanja spontan wisatawan. Selain itu, fluktuasi yang tajam menciptakan ketidakstabilan operasional, seperti kesulitan mengelola staf paruh waktu dan optimalisasi pemeliharaan fasilitas. Problema ini semakin kompleks dengan meningkatnya persaingan dari destinasi wisata berbasis digital seperti taman bermain virtual dan pengalaman *augmented reality* yang menarik minat generasi muda (Neuhofer et al., 2024).

Konsep diversifikasi aktivitas wisata muncul sebagai solusi strategis untuk menanggulangi tantangan tersebut. Menurut Buhalis (2023) dalam edisi terbaru bukunya tentang manajemen destinasi, diversifikasi bukan sekadar penambahan aktivitas, melainkan transformasi destinasi melalui penciptaan portofolio pengalaman yang terintegrasi. Pendekatan ini mencakup tiga dimensi utama: diversifikasi produk (penambahan aktivitas edukasi, seni, atau kuliner berbasis flora), diversifikasi pasar (pengembangan segmen baru seperti wisatawan fotografi, *wellness tourism*, atau *event tourism*), dan diversifikasi temporal (pengembangan atraksi tahan cuaca dan aktivitas malam hari). Penelitian terbaru oleh Prebensen et al. (2024) membuktikan bahwa destinasi bunga yang menerapkan diversifikasi holistik berhasil meningkatkan rata-rata lama tinggal wisatawan dari 1.5 jam menjadi 3.5 jam, dengan peningkatan belanja tambahan per orang sebesar 40-65%.

Konsep diversifikasi secara teoritis telah mapan dalam literatur pariwisata (Hall & Page, 2023; UNWTO, 2022), implementasinya pada taman bunga tropis seperti TBIO masih belum dieksplorasi secara memadai. Beberapa studi terdahulu seperti karya Wondirad (2019) tentang taman bunga Ethiopia masih terbatas pada konteks iklim subtropis, sementara penelitian Lee & Jan (2021) tentang

diversifikasi di taman-taman Taiwan belum sepenuhnya mengintegrasikan perspektif komunitas lokal. Padahal, karakteristik unik taman bunga di wilayah tropis seperti musim hujan yang panjang, keanekaragaman flora endemik, dan struktur komunitas lokal yang kuat menuntut pendekatan dimana proses mengubah sesuatu agar sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pengguna. Penelitian ini bertujuan mengisi celah akademik tersebut dengan membangun model diversifikasi yang kontekstual untuk taman bunga tropis, sekaligus menjawab tantangan operasional TBIO berdasarkan analisis mendalam terhadap potensi lokal, kebutuhan wisatawan, dan kapasitas kelembagaan.

Penelitian terdahulu berjudul *“Strategi Diversifikasi Produk Wisata untuk Menarik Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Celuk, Kabupaten Gianyar”* membahas upaya diversifikasi dalam konteks pengembangan destinasi desa wisata. Namun demikian, studi tersebut belum secara mendalam menyoroti penerapan strategi diversifikasi aktivitas wisata pada destinasi berbasis taman bunga tropis yang memiliki karakteristik serta tantangan lokal yang berbeda. Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, peneliti memandang perlu untuk mengkaji lebih lanjut isu tersebut melalui penelitian berjudul *“Strategi Diversifikasi Aktivitas Wisata dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata di Taman Bunga Impian Okura, Rumbai, Riau.”*

1.2. Ruang Lingkup

Penelitian ini berfokus pada eksplorasi proses diversifikasi aktivitas wisata di Taman Bunga Impian Okura, Rumbai, Riau, dengan melibatkan pengelola, pengunjung, pelaku UMKM, dan komunitas lokal sebagai sumber informasi utama. Kajian ini mencakup pengalaman, persepsi, dan interaksi antar sektor dalam

merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi aktivitas wisata yang bertujuan meningkatkan daya tarik destinasi. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan telaah dokumen pengelolaan destinasi, tanpa tujuan untuk mengukur hubungan kausal secara statistik. Temuan penelitian diinterpretasikan untuk memberikan gambaran kontekstual dan pemahaman menyeluruh mengenai strategi diversifikasi dalam konteks taman bunga tropis, dengan hasil yang dirancang untuk relevan secara lokal dan adaptif terhadap kondisi Riau.

1.3. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana proses perencanaan dan pelaksanaan diversifikasi aktivitas wisata di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) dilakukan oleh pengelola bersama pemangku kepentingan lokal?
- 2) Bagaimana persepsi dan pengalaman pengunjung, pelaku UMKM, serta komunitas lokal terhadap aktivitas wisata yang telah dan sedang dikembangkan di TBIO?
- 3) Faktor-faktor pendukung dan penghambat keberhasilan strategi diversifikasi aktivitas wisata di TBIO dalam meningkatkan daya tarik destinasi?
- 4) Bagaimana diversifikasi aktivitas wisata berkontribusi dalam keberlanjutan daya tarik wisata dan ekonomi lokal menurut perspektif para aktor terkait?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk merumuskan strategi diversifikasi aktivitas wisata yang tepat, guna meningkatkan daya tarik wisata TBIO. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi diversifikasi aktivitas wisata di TBIO.
- 2) Untuk mengetahui persepsi, pengalaman, dan harapan pengunjung, pelaku UMKM, dan komunitas lokal terhadap aktivitas yang ditawarkan.
- 3) Untuk mengetahui haktor-faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi keberhasilan diversifikasi aktivitas wisata.
- 4) Untuk mengetahui diversifikasi aktivitas wisata berkontribusi dalam keberlanjutan daya tarik wisata dan ekonomi lokal menurut perspektif para aktor terkait.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara praktis maupun teoritis, sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Praktis

1) Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan kesempatan kepada penulis untuk meningkatkan kompetensi analisis dan penulisan ilmiah, memperdalam pemahaman industri pariwisata, serta membangun portofolio akademik dan insight karir.

2) Bagi institusi

Penelitian ini dapat meningkatkan reputasi akademik melalui penelitian terapan, memberikan masukan untuk pengembangan kurikulum, memperkuat jejaring dengan industri pariwisata, dan menjadi referensi penelitian selanjutnya.

3) Bagi tempat penelitian

Penelitian ini dapat mengidentifikasi aktivitas wisata prioritas untuk alokasi sumber daya, mengevaluasi tingkat kepuasan pengunjung per aktivitas, menjadi dasar pengambilan keputusan strategis pengembangan wisata, meningkatkan daya saing destinasi, serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris pengaruh diversifikasi aktivitas wisata terhadap daya tarik destinasi taman bunga, memperkaya pemahaman faktor penentu daya tarik dan model kepuasan pengunjung dalam konteks spesifik, serta menjadi dasar untuk penelitian lanjutan di bidang serupa.

1.6. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran istilah yang digunakan dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa definisi istilah penting yang digunakan:

1) Strategi diversifikasi aktivitas wisata

Rencana dan tindakan sistematis pengelola destinasi untuk menambah variasi jenis kegiatan rekreasi, edukasi, hiburan, dan pengalaman, dalam hal ini di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) guna memperluas daya

tarik, meningkatkan durasi kunjungan, dan menjangkau segmen pasar yang lebih beragam. Destinasi perlu mengembangkan portofolio aktivitas yang beragam sebagai strategi mitigasi risiko dan peningkatan daya saing, khususnya pasca pandemi (UNWTO, 2020). Diversifikasi produk menjadi kunci adaptasi destinasi berbasis alam dalam memenuhi ekspektasi pengunjung kontemporer (Rahman et al., 2023).

2) Daya tarik wisata (*Tourist attractiveness*)

Kemampuan TBIO untuk memengaruhi keputusan berkunjung melalui kombinasi faktor fisik (fasilitas, keindahan alam), aktivitas yang ditawarkan, dan persepsi nilai pengalaman secara keseluruhan, yang diukur melalui minat kunjungan, niat kembali (*revisit intention*), dan rekomendasi (*word-of-mouth*). Daya tarik destinasi merupakan fungsi dari kualitas atribut inti, fasilitas pendukung, dan keunikan pengalaman yang ditawarkan (Chen & Rahman, 2018). Daya tarik taman bunga modern ditentukan oleh integrasi antara keindahan flora, aktivitas interaktif, dan kualitas layanan (*Riau Province Tourism Office Annual Report, 2023*).

3) Kepuasan pengunjung (*visitor satisfaction*)

Tingkat kesesuaian antara harapan pengunjung sebelum berkunjung dengan persepsi mereka terhadap kenyataan pengalaman menggunakan fasilitas dan mengikuti aktivitas di TBIO, yang diukur secara spesifik per jenis aktivitas menggunakan skala Likert. Kepuasan merupakan evaluasi pasca-konsumsi yang menentukan loyalitas pengunjung destinasi berbasis rekreasi alam (Oliver, 2015, dalam Su et al., 2023). Kepuasan

multidimensi terhadap aktivitas spesifik merupakan prediktor kuat niat kembali ke taman wisata (Lee & Lee, 2021).

4) Peningkatan (*enhancement*)

Upaya berkelanjutan untuk memperbaiki, memperluas, atau mengoptimalkan kualitas dan variasi aktivitas wisata beserta fasilitas pendukungnya di TBIO, yang hasilnya diukur melalui peningkatan indikator kinerja utama (KPI) seperti jumlah kunjungan, durasi tinggal, pengeluaran pengunjung, dan tingkat kepuasan. Peningkatan daya tarik memerlukan inovasi berkelanjutan pada elemen pengalaman wisata dan infrastruktur pendukung (Hassan & Iverson, 2020). Strategi efektif peningkatan destinasi berbasis alam fokus pada diferensiasi pengalaman dan kenyamanan pengunjung (ASEAN Tourism Standards, 2022).

5) Taman Bunga Impian Okura (TBIO)

Destinasi wisata spesifik di Rumbai, Riau, yang memiliki taman bunga sebagai daya tarik utama dan mengembangkan berbagai aktivitas pendukung (edukasi, rekreasi, hiburan, fotografi) untuk menciptakan pengalaman wisata keluarga yang komprehensif. TBIO merupakan salah satu destinasi unggulan berbasis agrowisata di Kota Pekanbaru dengan konsep integrasi taman bunga tematik dan aktivitas rekreasi keluarga (Masterplan Pengembangan Wisata Kota Pekanbaru 2021-2026, Dinas Pariwisata Pekanbaru, 2021).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori diversifikasi aktivitas wisata

Diversifikasi merupakan konsep yang telah lama dikenal dalam bidang manajemen dan ekonomi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Igor Ansoff melalui karyanya *Strategies for Diversification* (1957) yang kemudian dipopulerkan melalui Ansoff Matrix. Menurut Ansoff (1957), terdapat empat strategi pertumbuhan organisasi, yaitu market penetration, market development, product development, dan diversification. Diversifikasi dipandang sebagai strategi yang menantang karena menuntut masuk ke pasar baru dengan produk baru, namun juga menawarkan peluang keuntungan besar. Dalam konteks pariwisata, diversifikasi dipahami sebagai upaya destinasi untuk tidak bergantung pada satu produk wisata utama, melainkan memperluas variasi atraksi dan aktivitas guna mempertahankan daya tariknya di pasar (Ansoff, 1957).

Middleton dan Clarke (2001) dalam *Marketing in Travel and Tourism* menjelaskan bahwa produk wisata bersifat kompleks karena merupakan kombinasi dari atraksi, fasilitas, dan layanan yang dipersepsikan wisatawan sebagai satu kesatuan. Diversifikasi produk wisata berarti memperluas kombinasi tersebut sehingga pengalaman wisatawan menjadi lebih beragam dan bernilai. Keberhasilan sebuah destinasi sangat ditentukan oleh kemampuannya menciptakan variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan segmen pasar yang berbeda. Oleh karena itu, diversifikasi tidak hanya berkontribusi pada peningkatan lama tinggal wisatawan, tetapi juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Selain itu, Butler (1980) melalui konsep *Tourism Area Life Cycle* (TALC) memberikan landasan penting bagi urgensi diversifikasi dalam pengembangan destinasi wisata. TALC menggambarkan siklus hidup destinasi mulai dari tahap eksplorasi, keterlibatan, pengembangan, konsolidasi, hingga kejenuhan dan penurunan. Menurut Butler, destinasi yang terlalu bergantung pada satu atraksi utama akan rentan mengalami kejenuhan, karena daya tarik tersebut pada akhirnya kehilangan pesonanya di mata wisatawan. Salah satu strategi untuk memperpanjang siklus hidup destinasi adalah melalui diversifikasi produk dan aktivitas wisata. Dengan menambahkan atraksi baru atau mengembangkan aktivitas yang berbeda, destinasi dapat menarik kembali minat wisatawan, mengurangi dampak kejenuhan, serta memperlambat laju penurunan.

Cooper et al. (1993) dalam *Tourism: Principles and Practice* menegaskan bahwa diversifikasi produk wisata merupakan salah satu strategi utama dalam pengembangan destinasi. Menurut mereka, produk wisata tidak hanya sekadar atraksi fisik seperti pantai, taman, atau museum, tetapi juga pengalaman yang ditawarkan melalui aktivitas, interpretasi budaya, maupun interaksi dengan masyarakat lokal. Diversifikasi dalam pariwisata harus mempertimbangkan potensi sumber daya lokal dan tren pasar global. Dengan cara ini, destinasi mampu memperluas segmen wisatawan yang dilayani tanpa kehilangan identitas khasnya.

Teori lain yang memperkuat konsep ini adalah pandangan Pearce (1989) dalam *Tourist Development*, yang menekankan pentingnya variasi atraksi untuk mendukung keberlanjutan pariwisata. Pearce menilai bahwa destinasi yang mampu menawarkan aktivitas wisata yang beragam, baik berbasis alam, budaya, maupun buatan, akan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan destinasi yang

bersifat monokultur. Diversifikasi di sini tidak hanya dipahami sebagai variasi atraksi semata, tetapi juga sebagai strategi pengelolaan yang melibatkan masyarakat, pelaku usaha, serta pemerintah dalam menciptakan paket wisata yang beragam dan terpadu.

Dari sisi pemasaran, Kotler, Bowen, dan Makens (2006) dalam *Marketing for Hospitality and Tourism* menyatakan bahwa diversifikasi produk dalam pariwisata adalah upaya adaptif terhadap dinamika kebutuhan dan preferensi wisatawan. Dalam teori pemasaran jasa, pelanggan cenderung mencari variasi untuk menghindari kebosanan. Hal ini dikenal sebagai *variety seeking behavior*. Oleh karena itu, destinasi wisata yang mampu menawarkan variasi aktivitas akan lebih berpeluang mempertahankan wisatawan dan mendorong kunjungan ulang.

Secara keseluruhan, teori diversifikasi aktivitas wisata dapat dipahami sebagai adaptasi dari konsep diversifikasi dalam manajemen dan pemasaran ke dalam konteks pariwisata. Landasan teoritisnya mencakup Ansoff (1957) yang meletakkan dasar strategi diversifikasi, Butler (1980) dengan konsep TALC yang menekankan perlunya inovasi agar destinasi tidak stagnan, serta pandangan para ahli pariwisata seperti Middleton, Cooper, dan Pearce yang menegaskan peran diversifikasi dalam meningkatkan variasi pengalaman wisata. Dengan demikian, diversifikasi aktivitas wisata bukan hanya strategi ekonomi, tetapi juga bagian integral dari upaya menjaga keberlanjutan, daya saing, dan relevansi destinasi dalam jangka panjang.

2.1.1 Definisi diversifikasi aktivitas wisata

Diversifikasi aktivitas wisata pada dasarnya merupakan adaptasi dari konsep diversifikasi dalam ilmu manajemen dan pemasaran yang kemudian diterapkan

dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata. Menurut Ansoff (1957), diversifikasi adalah strategi pertumbuhan yang dilakukan dengan cara memperkenalkan produk baru ke pasar baru, yang bertujuan memperluas cakupan pasar sekaligus meningkatkan peluang pertumbuhan. Dalam pariwisata, konsep ini kemudian dimaknai sebagai upaya destinasi untuk memperbanyak variasi produk dan aktivitas wisata agar tidak hanya bertumpu pada satu jenis atraksi.

Middleton dan Clarke (2001) menyatakan bahwa diversifikasi dalam pariwisata berarti memperluas portofolio produk wisata melalui penciptaan aktivitas atau atraksi baru, sehingga wisatawan dapat merasakan pengalaman yang lebih bervariasi. Diversifikasi aktivitas wisata dapat berupa pengembangan atraksi budaya, rekreasi, edukasi, kuliner, hingga aktivitas berbasis alam. Tujuan utamanya adalah memperpanjang lama tinggal wisatawan, meningkatkan kepuasan, serta memperluas segmen pasar yang dilayani oleh destinasi.

Butler (1980), melalui konsep *Tourism Area Life Cycle* (TALC), menekankan bahwa diversifikasi aktivitas wisata merupakan strategi yang sangat penting untuk memperlambat kejenuhan destinasi. Ia berpendapat bahwa destinasi yang hanya mengandalkan satu atraksi akan cepat mengalami stagnasi, sehingga inovasi melalui diversifikasi aktivitas diperlukan agar daya tarik destinasi tetap terjaga dan mampu menyesuaikan dengan perubahan preferensi wisatawan.

Menurut Cooper et al. (1993), diversifikasi aktivitas wisata tidak hanya sekadar menambah jumlah atraksi, tetapi juga mencakup integrasi pengalaman yang ditawarkan, misalnya mengombinasikan wisata alam dengan edukasi lingkungan, atau menghubungkan wisata budaya dengan kegiatan ekonomi kreatif masyarakat lokal. Diversifikasi yang demikian bukan hanya meningkatkan variasi

pengalaman wisatawan, tetapi juga memperkuat keberlanjutan ekonomi dan sosial masyarakat di sekitar destinasi.

Dengan demikian, diversifikasi aktivitas wisata dapat didefinisikan sebagai suatu strategi pengembangan destinasi yang berfokus pada penciptaan, penambahan, atau pengembangan variasi aktivitas wisata baik berbasis alam, budaya, maupun buatan dengan tujuan memperluas segmen wisatawan, meningkatkan lama tinggal, memperkaya pengalaman berwisata, serta menjaga keberlanjutan dan daya saing destinasi pada taman bunga impian okura.

2.1.2 Indikator diversifikasi aktivitas wisata

Diversifikasi aktivitas wisata merupakan strategi penting untuk menjaga daya tarik dan keberlanjutan destinasi pariwisata. Ansoff (1957) menekankan bahwa diversifikasi adalah langkah untuk memperluas jangkauan pasar melalui penciptaan produk atau aktivitas baru. Dalam konteks pariwisata, diversifikasi bukan hanya menambah jumlah aktivitas, tetapi juga memperkaya variasi pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan. Cooper et al. (1993) menambahkan bahwa diversifikasi aktivitas wisata dapat mendorong perpanjangan lama tinggal wisatawan, meningkatkan kepuasan, serta memperluas segmen pasar yang dapat dijangkau destinasi.

Berdasarkan teori tersebut serta disesuaikan dengan fokus penelitian, indikator diversifikasi aktivitas wisata di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Keberagaman jenis aktivitas yang ditawarkan

Indikator ini mencakup variasi atraksi yang tersedia di destinasi, baik berbasis alam, budaya, maupun buatan, yang memberikan pilihan lebih luas kepada wisatawan (Middleton & Clarke, 2001).

2) Target pengunjung dari berbagai kalangan

Diversifikasi aktivitas wisata harus mampu menjangkau berbagai segmen wisatawan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga keluarga, sehingga daya tarik destinasi menjadi lebih inklusif (Cooper et al., 1993).

3) Keberagaman aktivitas sepanjang tahun

Indikator ini menekankan pentingnya variasi program wisata yang berkesinambungan dan tidak bergantung pada musim tertentu, agar destinasi tetap relevan dan menarik sepanjang waktu (Butler, 1980).

4) Keterlibatan UMKM dan komunitas

Diversifikasi aktivitas wisata juga mencakup partisipasi masyarakat lokal, misalnya melalui penyediaan produk kuliner, kerajinan, atau kegiatan berbasis komunitas. Hal ini sejalan dengan Pearce (1989) yang menekankan pentingnya integrasi masyarakat dalam pengembangan destinasi.

5) Metode memperkenalkan aktivitas baru

Inovasi dalam pengemasan dan promosi aktivitas wisata baru menjadi indikator penting diversifikasi, karena keberhasilan strategi ini bergantung pada kemampuan destinasi dalam memperkenalkan produk wisata kepada pasar (Kotler, Bowen, & Makens, 2006).

Dengan demikian, kelima indikator tersebut menggambarkan dimensi penting dalam mengukur diversifikasi aktivitas wisata di TBIO, mulai dari variasi atraksi, segmentasi pengunjung, keberlanjutan program, keterlibatan masyarakat, hingga strategi pengenalan aktivitas baru.

2.2. Teori daya tarik wisata

Daya tarik wisata merupakan salah satu konsep sentral dalam studi pariwisata, karena tanpa adanya daya tarik, aktivitas pariwisata tidak akan terjadi. Daya tarik wisata dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang menjadi alasan utama seseorang melakukan perjalanan ke suatu destinasi. Dalam perspektif klasik, Gunn (1972) menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah inti dari sistem pariwisata, yang meliputi elemen alami, budaya, maupun buatan manusia yang mampu menarik perhatian wisatawan. Menurut Gunn, daya tarik wisata tidak hanya terbatas pada objek fisik, melainkan juga pada pengalaman yang diciptakan melalui interaksi wisatawan dengan lingkungannya.

Menurut Cooper et al. (1993), daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga bentuk utama, yakni daya tarik alam (*natural attractions*), daya tarik budaya (*cultural attractions*), dan daya tarik buatan (*man-made attractions*). Daya tarik alam mencakup bentang alam, taman, danau, atau pantai; daya tarik budaya mencakup tradisi, kesenian, peninggalan sejarah, dan keunikan masyarakat lokal; sementara daya tarik buatan meliputi taman hiburan, pusat perbelanjaan, atau festival yang dirancang khusus untuk kepentingan pariwisata. Pemahaman ini penting karena menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk dari kombinasi berbagai faktor yang mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan.

Middleton dan Clarke (2001) dalam *Marketing in Travel and Tourism* menekankan bahwa daya tarik wisata merupakan bagian inti dari “produk wisata” secara keseluruhan. Daya tarik berfungsi sebagai alasan utama wisatawan untuk melakukan perjalanan, sementara faktor lain seperti aksesibilitas, fasilitas, dan promosi merupakan pendukung. Dengan demikian, suatu destinasi yang memiliki daya tarik kuat akan lebih mudah memasarkan dirinya kepada calon wisatawan. Middleton juga menjelaskan bahwa daya tarik harus dipahami sebagai bagian dari pengalaman menyeluruh yang mencakup aspek visual, emosional, dan intelektual.

Dalam kajian mengenai siklus hidup destinasi wisata, Butler (1980) melalui *Tourism Area Life Cycle (TALC)* menjelaskan bahwa kekuatan suatu daya tarik akan menentukan keberlanjutan destinasi. Pada tahap awal siklus, daya tarik yang unik mampu menarik wisatawan meskipun infrastruktur masih minim. Namun, seiring berkembangnya destinasi, daya tarik yang tidak diperbaharui atau tidak didukung dengan inovasi dapat menyebabkan kejenuhan. Oleh karena itu, pembaruan dan diversifikasi daya tarik wisata menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan destinasi agar tidak memasuki fase stagnasi.

MacCannell (1976) dalam karyanya *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* menambahkan dimensi sosiologis terhadap konsep daya tarik wisata. Ia berpendapat bahwa daya tarik wisata sering kali dikonstruksi secara sosial melalui proses staging, di mana masyarakat lokal atau pengelola destinasi menyajikan atraksi tertentu untuk memenuhi ekspektasi wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik tidak hanya melekat pada objek itu sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana objek tersebut dipersepsikan, dipromosikan, dan dikemas. Dengan

kata lain, daya tarik wisata merupakan hasil interaksi antara sumber daya destinasi dan imajinasi wisatawan.

Dari perspektif pengelolaan destinasi, Pearce (1989) menekankan bahwa daya tarik wisata merupakan unsur yang paling sulit direplikasi oleh destinasi lain karena berhubungan dengan keunikan lokal. Oleh karena itu, strategi pengembangan daya tarik harus berfokus pada pemeliharaan identitas dan keaslian. Dalam praktiknya, ini bisa berarti melestarikan situs sejarah, menjaga kelestarian lingkungan, atau mempertahankan tradisi budaya yang autentik. Keunikan inilah yang memberikan nilai kompetitif bagi sebuah destinasi di pasar global pariwisata.

Berdasarkan uraian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah elemen utama dalam sistem pariwisata yang mencakup keunikan alam, budaya, maupun buatan, yang dikemas dan dipersepsikan sebagai pengalaman bernilai bagi wisatawan. Daya tarik menjadi alasan utama kunjungan, penentu daya saing destinasi, sekaligus faktor kunci dalam keberlanjutan pariwisata khususnya di taman bunga impian okura. Teori-teori yang dikemukakan oleh Gunn, Cooper, Middleton, Butler, MacCannell, dan Pearce memberikan pemahaman menyeluruh mengenai sifat, peran, dan dinamika daya tarik wisata, sehingga dapat dijadikan landasan konseptual dalam penelitian tentang strategi peningkatan daya tarik wisata di taman bunga impian okura.

2.2.1 Definisi daya tarik wisata

Daya tarik wisata merupakan inti dari aktivitas pariwisata karena menjadi alasan utama seseorang melakukan perjalanan ke suatu destinasi. Gunn (1972) mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki kapasitas untuk menarik perhatian wisatawan, baik berupa sumber daya alam, budaya,

maupun buatan manusia. Menurutnya, daya tarik wisata tidak hanya berupa objek fisik, melainkan juga pengalaman yang terbentuk dari interaksi wisatawan dengan lingkungan destinasi.

Cooper et al. (1993) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah komponen utama dari produk wisata yang menentukan motivasi perjalanan wisatawan. Mereka mengklasifikasikan daya tarik wisata ke dalam tiga kategori utama, yaitu daya tarik alam (seperti pantai, gunung, dan taman nasional), daya tarik budaya (seperti seni, tradisi, peninggalan sejarah), dan daya tarik buatan (seperti taman hiburan, pusat belanja, dan festival). Klasifikasi ini menegaskan bahwa daya tarik tidak hanya bersumber dari alam, tetapi juga dapat diciptakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Middleton dan Clarke (2001) mendefinisikan daya tarik wisata sebagai inti dari produk wisata yang membentuk persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap suatu destinasi. Daya tarik inilah yang menjadi faktor pendorong utama, sedangkan fasilitas dan layanan lainnya hanya berfungsi sebagai pendukung. Dengan kata lain, tanpa daya tarik yang kuat, sebuah destinasi akan sulit menarik wisatawan meskipun memiliki fasilitas yang lengkap.

Butler (1980) melalui konsep *Tourism Area Life Cycle (TALC)* menegaskan bahwa daya tarik wisata memiliki peran sentral dalam keberlanjutan destinasi. Ia menjelaskan bahwa pada tahap awal perkembangan destinasi, daya tarik unik menjadi magnet utama kedatangan wisatawan. Namun, seiring berjalannya waktu, daya tarik yang tidak dikelola atau diperbarui akan kehilangan pesonanya. Oleh karena itu, daya tarik wisata perlu terus dipelihara dan dikembangkan agar destinasi tidak mengalami kejenuhan.

Lebih jauh, MacCannell (1976) memberikan definisi yang lebih sosiologis dengan menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan hasil konstruksi sosial melalui proses penyajian (staging). Artinya, suatu atraksi bisa menjadi daya tarik bukan hanya karena nilai intrinsiknya, tetapi juga karena bagaimana atraksi tersebut dikemas, dipromosikan, dan dipersepsikan oleh wisatawan.

Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, dapat dirumuskan bahwa daya tarik wisata adalah segala bentuk sumber daya, baik alam, budaya, maupun buatan, yang memiliki keunikan, nilai, dan daya pesona sehingga mampu mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata taman bunga impian okura. Daya tarik tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga mencakup pengalaman, persepsi, dan interpretasi wisatawan terhadap suatu destinasi.

2.2.2 Indikator daya tarik wisata

Untuk memahami sejauh mana suatu destinasi memiliki kekuatan dalam menarik wisatawan, diperlukan seperangkat indikator yang dapat menggambarkan daya tarik wisata secara lebih terukur. Daya tarik tidak hanya dipandang sebagai keberadaan atraksi semata, tetapi juga mencakup pengalaman, kepuasan, serta persepsi wisatawan terhadap destinasi tersebut (Gunn, 1972). Indikator-indikator ini penting karena memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong wisatawan untuk berkunjung, menetap lebih lama, membelanjakan pengeluaran, hingga memutuskan untuk kembali.

Menurut Cooper et al. (1993), indikator daya tarik wisata harus mencakup aspek atraksi, fasilitas, pengalaman, dan citra destinasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Middleton dan Clarke (2001) yang menekankan bahwa daya tarik wisata merupakan komponen inti dari produk wisata yang hanya akan berhasil apabila

ditunjang oleh kualitas fasilitas dan kesan positif yang dirasakan wisatawan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini indikator daya tarik wisata dirumuskan agar sesuai dengan kondisi Taman Bunga Impian Okura (TBIO), mencakup keunikan atraksi dan fasilitas, kepuasan wisatawan, lama tinggal serta pengeluaran, niat berkunjung kembali, hingga persepsi destinasi di mata publik.

Daya tarik wisata dapat diukur melalui beberapa indikator yang merepresentasikan kekuatan suatu destinasi dalam menarik, memuaskan, dan mempertahankan wisatawan. Menurut Gunn (1972), daya tarik wisata tidak hanya terletak pada objek atau atraksi yang ditawarkan, tetapi juga pada pengalaman menyeluruh yang diperoleh wisatawan. Cooper et al. (1993) menambahkan bahwa pengukuran daya tarik wisata dapat dilakukan melalui kombinasi atraksi, fasilitas, pengalaman wisatawan, serta citra destinasi di mata publik.

Berdasarkan teori dan juga disesuaikan dengan fokus penelitian, indikator daya tarik wisata di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) dapat dirumuskan menjadi empat, yaitu:

2.2.3 Keunikan atraksi dan kelengkapan fasilitas

Indikator ini mencakup kekhasan atraksi yang membedakan destinasi dengan tempat wisata lain serta ketersediaan fasilitas pendukung yang memadai. Middleton dan Clarke (2001) menekankan bahwa atraksi yang unik harus didukung oleh fasilitas yang nyaman agar wisatawan memperoleh pengalaman optimal.

2.2.4. Tingkat kepuasan dan kesan wisatawan

Kepuasan menjadi ukuran penting keberhasilan daya tarik, karena kesan positif akan memengaruhi niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Kotler,

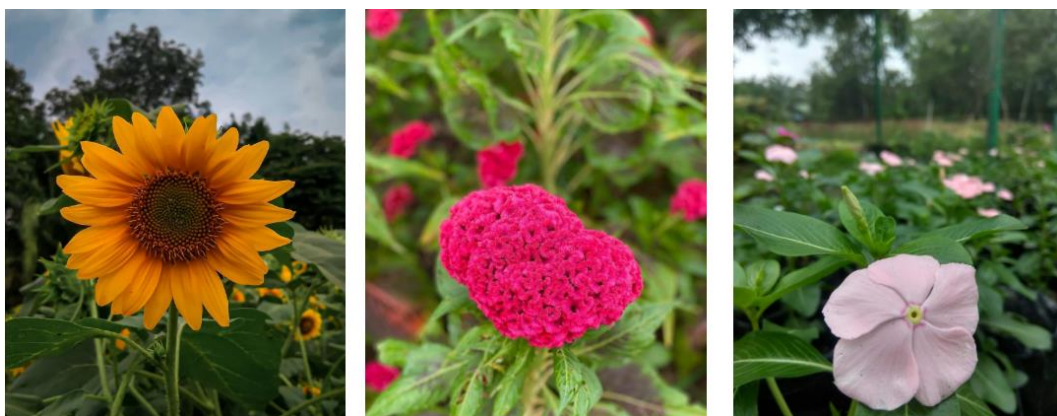
Bowen, dan Makens (2006) menjelaskan bahwa destinasi yang mampu menciptakan pengalaman memuaskan akan lebih mudah membangun loyalitas wisatawan.

2.2.5. Lama tinggal, pengeluaran, dan niat berkunjung Kembali

Butler (1980) dalam konsep *Tourism Area Life Cycle (TALC)* menjelaskan bahwa lama tinggal wisatawan merupakan indikator kekuatan daya tarik destinasi. Sementara itu, tingkat pengeluaran wisatawan menunjukkan kontribusi ekonomi dari daya tarik tersebut, dan niat untuk kembali menjadi ukuran loyalitas yang mengindikasikan keberhasilan destinasi dalam menciptakan pengalaman berkesan.

2.2.6. Persepsi terhadap TBIO di mata public

Persepsi publik merupakan citra destinasi yang terbentuk melalui pengalaman wisatawan, promosi, maupun informasi dari pihak lain Pearce (1989) menegaskan bahwa citra positif suatu destinasi merupakan salah satu indikator terpenting dalam menentukan daya tariknya di pasar pariwisata. Dengan demikian, keempat indikator tersebut dipandang relevan untuk menilai daya tarik Taman Bunga Impian Okura secara komprehensif, meliputi aspek atraksi, pengalaman wisatawan, kontribusi ekonomi, dan citra destinasi.



Gambar 2.1 Taman Bunga Impian Okura
Sumber: <https://tamanwisataokura.com>

2.3. Kajian Empiris

Kajian empiris berfungsi untuk melihat bagaimana penelitian-penelitian sebelumnya membahas topik yang sejalan dengan penelitian ini, khususnya terkait diversifikasi aktivitas wisata dan peningkatan daya tarik destinasi. Menurut Creswell (2014), kajian empiris penting dilakukan agar penelitian yang sedang dilakukan memiliki pijakan akademik yang jelas sekaligus menemukan ruang baru yang dapat dikembangkan. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan beberapa kajian empiris yang dijadikan panduan dalam menyelesaikan permasalahan sebagai referensi:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti & Tahun	Metode	Temuan Utama	Persamaan & Perbedaan
1	Strategi Diversifikasi Produk Wisata untuk Menarik Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Celuk, Kabupaten Gianyar	Zilvany Destin & Narottama, 2020	Kualitatif deskriptif; observasi, wawancara, studi literatur; analisis SWOT	Diversifikasi dan keterlibatan masyarakat meningkatkan keunikan dan kunjungan wisata	Sama: diversifikasi & komunitas lokal; berbeda: konteks desa pengrajin, bukan taman bunga
2	Perumusan Strategi Pemasaran Berkelanjutan The Blooms Garden untuk Mendukung Kolaborasi Destinasi Pariwisata	Wulaningsih dkk., 2024	Mixed methods (kualitatif & kuantitatif); analisis SWOT	Strategi inklusif dan tiket terusan untuk kolaborasi destinasi meningkatkan kunjungan	Sama: strategi diversifikasi & kolaborasi; berbeda: fokus pada marketing dan tiket gabungan
3	Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Bunga Krisan	Fadlil dkk., 2020	Kualitatif; analisis SWOT TOWS	Strategi proaktif: perluasan area, SOP, green house untuk	Sama: model SWOT-TOWS dan fokus taman bunga; berbeda: bunga krisan

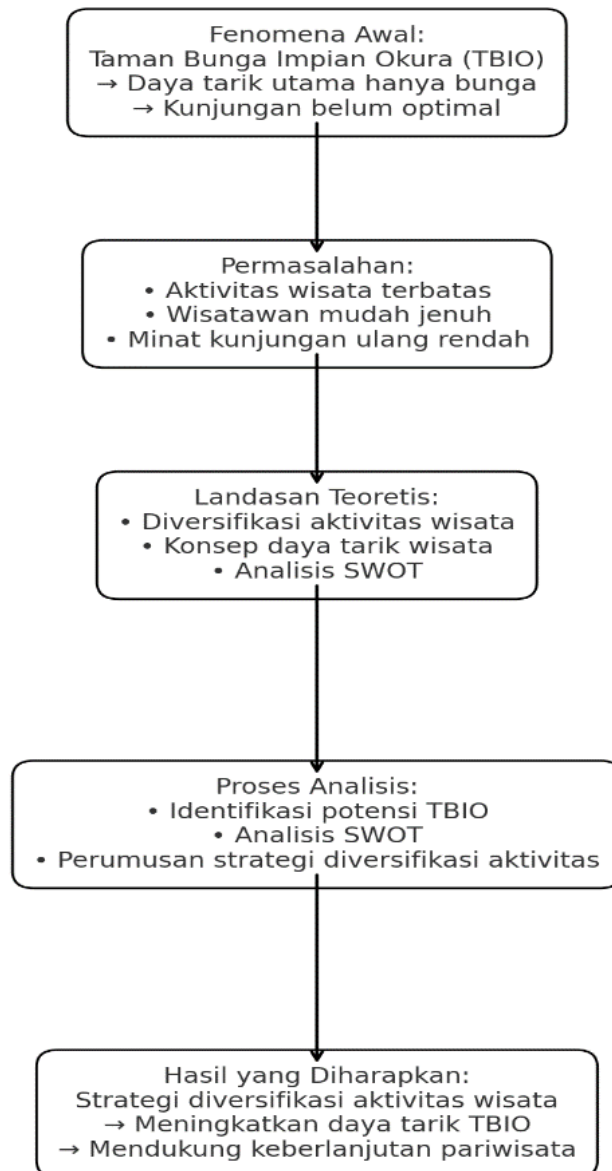
	di Taman Bunga Celosia, Semarang			pertumbuhan agrowisata	dan lokasi Semarang
4	Strategi Pengembangan Wisata Taman Bunga Metro Kibang (Lampung)	Saputra, 2022	Kualitatif deskriptif; wawancara, dokumentasi	Produk spot Instagramable + lokasi strategis meningkatkan daya tarik	Sama: taman bunga dan atraksi visual; berbeda: fokus pemasaran & lokasi berbeda
5	Strategi Pengembangan Taman Bukit Bougenville dalam Rangka Peningkatan Kunjungan Pasca Covid-19 di Singkawang Selatan	Rosalina dkk., 202?	Kualitatif deskriptif; observasi, wawancara, dokumentasi	Rekomendasi: agrowisata, wisata air, event, promosi dan fasilitas	Sama: pengembangan atraksi, fasilitas, event; berbeda: pasca-pandemi dan lokasi Bougenville
6	Potensi dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bunga di Nagari Sundata, Pasaman	Riri Angelia, 2019	Kualitatif deskriptif; wawancara, observasi, dokumentasi	Potensi: keindahan bunga & keramahan masyarakat; strategi: kerjasama pemerintah, fasilitas	Sama: taman bunga & pelibatan komunitas; berbeda: konteks nagari dan fasilitas dasar
7	Pengaruh Diversifikasi Produk, Daya Tarik Wisata dan Harga Tiket terhadap Minat Kunjung Ulang	Afi dkk., 2024	Kuantitatif survei; analisis regresi linier ganda	Diversifikasi produk dan daya tarik berpengaruh positif signifikan terhadap repeat visit	Sama: diversifikasi dan daya tarik → revisit; berbeda: kuantitatif dan bukan taman bunga
8	Pengaruh Distinctive Capabilities pada Taman Bunga Nusantara terhadap	Nurwantika (S1), 2012	Kuantitatif verifikatif; survei 100 responden; path analysis	Reputation & innovation signifikan terhadap kunjungan; rep > innovation	Sama: decision to visit; berbeda: kuantitatif dan fokus ke kapabilitas unik

	Keputusan Berkunjung				
9	Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Taman Bunga di Taman Bunga Nusantara, Bogor	Hidayat, 2017	Kualitatif deskriptif	Taman bunga sebagai ekowisata edukatif & konservasi menarik wisata lokal & mancanegara	Sama: taman bunga & edukasi; berbeda: ekowisata konservasi dan lokasi Bogor
10	Laporan Produk & Amenitas di Taman Bunga Nusantara	FlipHTML5, 202?	Deskriptif dokumentasi	TBN menghadirkan restoran, theme garden, wahana, guided tours sebagai augmented product	Sama: diversifikasi produk & amenitas; berbeda: laporan praktis bukan penelitian akademik

Sumber: Olahan peneliti, 2025

2.4. Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2019), kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapat menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian. Berikut adalah kerangka berfikir pada penelitian ini:



Gambar 2.2 Kerangka berikir
Sumber: Olahan peneliti, 2025

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif pendekatan deskriptif eksploratif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam proses diversifikasi aktivitas wisata yang dilakukan di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) serta implikasinya terhadap peningkatan daya tarik wisata. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menafsirkan fenomena dalam konteks alami dan memaknai peristiwa dari perspektif partisipan penelitian (Creswell, 2014). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan interaksi pemangku kepentingan termasuk pengelola destinasi, pelaku UMKM, komunitas lokal, dan pengunjung melalui pengumpulan data yang bersifat naturalistik di lapangan (Sugiyono, 2019).

Data yang dikumpulkan akan dianalisis melalui kerangka SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) guna mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap strategi diversifikasi (Kotler & Keller, 2016). Pendekatan ini bersifat non-eksperimental dan tidak melibatkan pengujian hipotesis secara statistik, melainkan menekankan pada eksplorasi proses, makna, serta konteks fenomena yang diteliti, dengan tujuan menghasilkan rekomendasi strategis yang didasarkan pada temuan lapangan dan divalidasi oleh para pemangku kepentingan (Moleong, 2017).

3.2. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, arsip, dan publikasi yang relevan. Menurut Sugiyono (2019), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui proses pengumpulan di lapangan, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan peneliti dari sumber yang telah ada.

3.2.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara semi terstruktur (*semi structured interview*) dengan pengelola Taman Bunga Impian Okura, pelaku UMKM, komunitas lokal, dan pengunjung. Wawancara semi terstruktur dipilih karena memungkinkan peneliti memiliki daftar pertanyaan yang telah disiapkan berdasarkan dimensi dan indikator penelitian, namun tetap memberikan keleluasaan kepada informan untuk menyampaikan pandangan, pengalaman, dan informasi tambahan yang relevan (Creswell, 2014; Sugiyono, 2019). Pertanyaan wawancara difokuskan pada aspek proses perencanaan dan pelaksanaan diversifikasi aktivitas wisata, persepsi terhadap daya tarik destinasi, faktor pendukung dan penghambat, serta dampak yang dirasakan setelah diversifikasi dilakukan.

Selain wawancara, data primer juga diperoleh melalui observasi partisipatif terhadap kegiatan wisata, interaksi antara pengunjung dan pengelola, serta pemanfaatan fasilitas di lokasi penelitian. Observasi dilakukan secara langsung di Taman Bunga Impian Okura untuk memberikan gambaran yang utuh mengenai

situasi dan kondisi destinasi wisata, serta untuk memperkuat temuan dari hasil wawancara (Moleong, 2017).

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang relevan guna melengkapi serta memvalidasi data primer. Sumber-sumber tersebut mencakup dokumentasi resmi terkait pengelolaan Taman Bunga Impian Okura, seperti laporan tahunan, rencana kegiatan, serta data statistik kunjungan wisatawan. Selain itu, materi promosi, termasuk brosur, poster, dan konten media sosial, juga dianalisis untuk memahami strategi pemasaran serta citra destinasi yang dikembangkan oleh pihak pengelola.

Artikel media massa, baik cetak maupun daring, yang memuat informasi tentang Taman Bunga Impian Okura turut digunakan sebagai referensi untuk melihat bagaimana destinasi ini dipersepsikan oleh publik. Penelitian ini juga memanfaatkan literatur akademik berupa jurnal ilmiah, buku, prosiding konferensi, dan laporan penelitian sebelumnya yang membahas konsep diversifikasi aktivitas wisata, daya tarik wisata, serta teknik analisis SWOT. Pemanfaatan data sekunder ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang konteks penelitian sekaligus meningkatkan validitas temuan melalui triangulasi sumber (Denzin, 2012).

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dirancang untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi diversifikasi aktivitas wisata dalam meningkatkan daya tarik Taman Bunga Impian Okura. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka teknik pengumpulan data difokuskan

pada cara-cara yang dapat menggali pengalaman, pandangan, dan interpretasi para pemangku kepentingan secara langsung di lapangan. Untuk itu, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, studi dokumentasi, dan observasi partisipatif. Ketiga teknik ini dipilih agar data yang diperoleh tidak hanya bersumber dari penuturan lisan, tetapi juga diperkuat dengan bukti tertulis dan pengamatan nyata di lokasi penelitian (Creswell, 2014; Moleong, 2017).

3.4.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan pengelola Taman Bunga Impian Okura, pelaku UMKM, komunitas lokal, dan pengunjung. Wawancara semi terstruktur dipilih karena memungkinkan peneliti memiliki panduan pertanyaan yang disusun berdasarkan variabel dan indikator penelitian, namun tetap memberikan ruang kebebasan kepada informan untuk menyampaikan pengalaman, pandangan, maupun informasi tambahan yang dianggap relevan. Dengan cara ini, peneliti dapat menggali informasi secara mendalam mengenai proses diversifikasi aktivitas wisata, persepsi terhadap daya tarik destinasi, faktor pendukung dan penghambat, serta dampak yang dirasakan dari adanya diversifikasi aktivitas. Panduan wawancara yang digunakan disusun sebelumnya dengan menyesuaikan pada fokus penelitian, namun bersifat fleksibel agar tetap terbuka terhadap temuan baru yang muncul selama proses wawancara berlangsung (Creswell, 2014; Sugiyono, 2019).

3.4.2 Dokumentasi

Selain wawancara, penelitian ini juga menerapkan studi dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Dokumentasi yang dimaksud meliputi arsip serta

catatan resmi pengelolaan Taman Bunga Impian Okura, seperti laporan tahunan, rencana kegiatan, dan data statistik jumlah kunjungan wisatawan. Dokumentasi lainnya, berupa materi promosi termasuk brosur, poster, serta unggahan media sosial, juga dianalisis untuk mengeksplorasi strategi komunikasi dan pemasaran yang diterapkan dalam memperkenalkan diversifikasi aktivitas wisata. Lebih lanjut, penelitian ini memanfaatkan referensi dari jurnal ilmiah, buku, prosiding, serta laporan penelitian terdahulu yang relevan sebagai penguat landasan teoritis dan sebagai pembanding terhadap temuan lapangan. Pemanfaatan dokumentasi ini menyediakan perspektif tambahan serta memperkuat validitas data melalui triangulasi sumber (Moleong, 2017).

3.4.3 Observasi

Observasi dilakukan secara partisipatif dengan mengamati langsung aktivitas wisata, interaksi antara pengelola dan pengunjung, serta keterlibatan pelaku UMKM di kawasan Taman Bunga Impian Okura. Observasi juga mencakup pemanfaatan fasilitas yang ada, kondisi lingkungan, serta dinamika kegiatan wisata sehari-hari. Teknik observasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman kontekstual yang tidak hanya berdasarkan pada penuturan informan, tetapi juga didukung oleh bukti visual dan pengalaman lapangan. Dengan demikian, data hasil observasi mampu memperkuat dan melengkapi data dari wawancara dan dokumen sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena diversifikasi aktivitas wisata yang diteliti (Nasution, 2016).

3.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini merupakan proses yang berlangsung secara terus-menerus sejak peneliti memasuki lapangan hingga penelitian selesai. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi tidak langsung dianalisis dalam bentuk angka, melainkan diorganisasi, disederhanakan, dan ditafsirkan untuk menemukan makna yang terkandung di dalamnya (Moleong, 2017). Dengan demikian, analisis data kualitatif lebih menekankan pada upaya peneliti memahami konteks, pola, dan hubungan antarfenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, serta dilanjutkan dengan teknik analisis strategi menggunakan kerangka SWOT. Setiap tahapan dijalankan secara sistematis agar data yang terkumpul dapat memberikan gambaran mendalam mengenai strategi diversifikasi aktivitas wisata dalam meningkatkan daya tarik Taman Bunga Impian Okura.

3.4.1 Teknik Analisis Strategi

Analisis strategis dalam penelitian ini dilakukan melalui penerapan kerangka SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk merumuskan strategi pengembangan diversifikasi aktivitas wisata di Taman Bunga Impian Okura (TBIO). Pendekatan ini dimanfaatkan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal destinasi wisata, kemudian mengintegrasikannya menjadi alternatif strategi yang sesuai dengan konteks. Langkah-langkah analisisnya adalah sebagai berikut:

1) Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi.

- (1) Faktor internal diperoleh dari jawaban yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan dalam proses diversifikasi (misalnya keunikan atraksi, fasilitas, SDM, kolaborasi).
- (2) Faktor eksternal diperoleh dari jawaban yang menggambarkan peluang dan ancaman di luar destinasi (misalnya tren wisata, dukungan pemerintah, persaingan, kondisi cuaca).

2) Reduksi dan Kategorisasi Data

- (1) Transkrip wawancara dan catatan lapangan dibaca secara menyeluruh.
- (2) Potongan data (kutipan) yang relevan ditandai dan dikodekan sebagai S, W, O, atau T sesuai konteks.
- (3) Bukti kualitatif dicatat untuk memperkuat setiap faktor.

3) Penyusunan Matriks SWOT

Faktor-faktor yang telah diidentifikasi dimasukkan ke dalam matriks.

4) Validasi Strategi

- (1) Strategi hasil analisis divalidasi melalui member checking dan expert review.
- (2) Masukan dari member checking dan expert review digunakan untuk merevisi dan memfinalisasi strategi.

5) Penyajian Hasil

Matriks SWOT yang telah terisi akan dipresentasikan dalam Bab IV (Hasil dan Pembahasan), disertai dengan penjelasan naratif serta kutipan data kualitatif yang mendukung masing-masing faktor.

3.4.2 Alur proses analisis strategi kualitatif berbasis SWOT



Gambar 3.1 Strategi Kualitatif Berbasis SWOT
Sumber: Olahan peneliti, 2025

Analisis strategi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kerangka SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengorganisasi temuan kualitatif ke dalam suatu kerangka yang sistematis, sehingga faktor-faktor internal dan eksternal yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan telaah dokumen dapat dipetakan secara lebih terstruktur. Melalui analisis SWOT, data yang bersifat naratif dapat dikategorikan menjadi daftar kekuatan dan kelemahan destinasi di satu sisi, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal di sisi lainnya.

Langkah Selanjutnya, hasil pemetaan tersebut digunakan untuk merumuskan strategi alternatif dengan mengombinasikan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi. Proses ini memungkinkan data kualitatif yang diperoleh

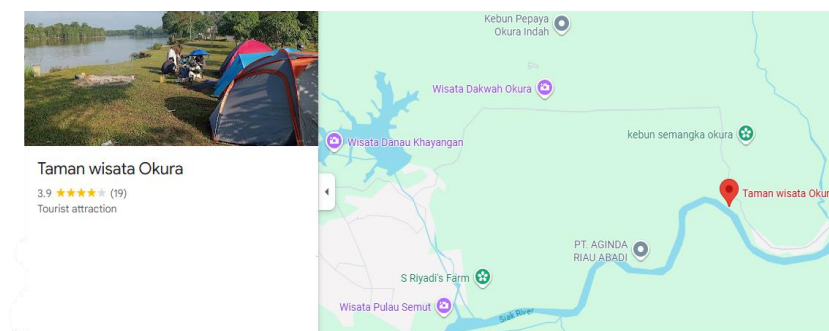
di lapangan tidak hanya menjadi deskripsi semata, tetapi juga bertransformasi menjadi rancangan strategi yang aplikatif dalam mendukung pengembangan diversifikasi aktivitas wisata di Taman Bunga Impian Okura.

3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) yang terletak di Kelurahan Okura, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposif dengan pertimbangan bahwa TBIO merupakan salah satu destinasi wisata berbasis taman bunga yang sedang berkembang dan menghadapi tantangan dalam mempertahankan serta meningkatkan daya tariknya. Lokasi ini dinilai relevan dengan fokus penelitian karena upaya diversifikasi aktivitas wisata yang dilakukan oleh pengelola masih dalam tahap pengembangan, sehingga penting untuk ditelaah lebih lanjut.

Pelaksanaan penelitian mengikuti jadwal yang telah ditetapkan oleh peneliti, mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian. Jadwal penelitian disusun secara sistematis agar seluruh kegiatan dapat berlangsung sesuai dengan alur metodologis dan menghasilkan data yang lengkap serta mendalam.

3.5.1 Lokasi



Gambar 1.1 Lokasi TBIO

Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Taman+wisata+Okura>

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso, Kelurahan Tebing Tinggi Okura, Kecamatan Rumbai Timur, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. TBIO merupakan salah satu destinasi wisata berbasis taman bunga yang mulai berkembang sejak beberapa tahun terakhir dan menjadi daya tarik baru bagi masyarakat Pekanbaru maupun wisatawan dari daerah sekitar. Lokasi ini cukup strategis karena berada tidak jauh dari pusat kota, dengan jarak tempuh sekitar 30 menit menggunakan kendaraan bermotor dari pusat Kota Pekanbaru, serta dapat diakses melalui jalur darat yang sudah memadai.

TBIO menempati lahan yang cukup luas dan didesain dengan berbagai jenis tanaman hias dan bunga yang ditata secara tematik sehingga menciptakan suasana estetis dan menarik sebagai objek wisata. Keberadaan spot foto, taman tematik, serta fasilitas penunjang sederhana menjadikan TBIO populer di kalangan wisatawan, khususnya generasi muda yang gemar melakukan aktivitas fotografi dan berbagi konten di media sosial. Selain daya tarik utama berupa taman bunga, kawasan ini juga mulai dikembangkan dengan aktivitas wisata tambahan seperti penyewaan properti foto, penyediaan kuliner lokal yang dikelola oleh UMKM, serta ruang terbuka yang dapat digunakan untuk kegiatan komunitas dan event musiman.

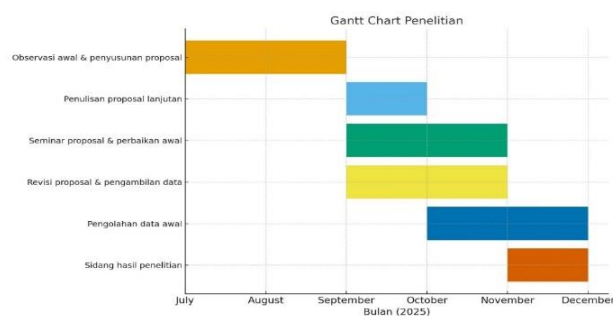
Pemilihan TBIO sebagai lokasi penelitian didasarkan pada relevansinya dengan topik penelitian, yaitu strategi diversifikasi aktivitas wisata dalam meningkatkan daya tarik destinasi. TBIO dipandang sebagai contoh destinasi yang masih bertumpu pada satu atraksi utama, yakni taman bunga, sehingga memiliki kebutuhan untuk melakukan diversifikasi aktivitas agar dapat mempertahankan minat kunjungan wisatawan secara berkelanjutan. Selain itu, keterlibatan

masyarakat sekitar melalui UMKM dan komunitas lokal memberikan konteks yang penting untuk diteliti karena mencerminkan dinamika hubungan antara pengelola, pelaku usaha, dan pengunjung dalam proses pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas di Kota Pekanbaru.

3.5.2 Jadwal Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan berlangsung mulai Juli hingga pertengahan November 2025. Pada bulan Juli sampai dengan Agustus, peneliti melakukan observasi awal di lokasi penelitian bersamaan dengan penyusunan proposal. Selanjutnya, pada awal bulan September 2025 dilanjutkan dengan penulisan proposal hingga tahap akhir. Seminar proposal direncanakan pada pertengahan September 2025, kemudian pada bulan yang sama dilakukan proses revisi serta penyempurnaan proposal berdasarkan masukan dari dosen penguji.

Kegiatan revisi proposal sekaligus diikuti dengan pengambilan data lapangan melalui wawancara semi terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumen pada akhir September 2025. Memasuki bulan Oktober hingga pertengahan November 2025, peneliti memulai tahap pengolahan data awal untuk merapikan serta menganalisis temuan dari lapangan. Selanjutnya, pada pertengahan November 2025 dijadwalkan pelaksanaan sidang hasil penelitian sebagai tahap akhir dari rangkaian proses penelitian ini. Berikut pada Gambar 3.1 disajikan Gantt Chart penelitian.



Gambar 3.1 *Gantt Chart* Penelitian
Sumber: Olahan Peneliti, 2025

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian



Gambar 4.1. Taman Bunga Impian Okura
Sumber: Koleksi peneliti 2025

TBIO adalah destinasi wisata alam yang terletak di Kelurahan Okura, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Destinasi ini didirikan pada tahun 2018 sebagai inisiatif dari komunitas Okura Green Village, sekelompok pegiat lingkungan dan masyarakat lokal, dengan tujuan awal mengembangkan potensi wisata berbasis alam dan kekayaan budaya setempat. Pada tahap peresmiannya, TBIO berfokus sebagai taman bunga rekreasi keluarga yang juga berfungsi sebagai lokasi edukasi lingkungan. Seiring waktu, terutama antara tahun 2020 hingga 2023, TBIO mengalami peningkatan jumlah kunjungan yang signifikan, didorong oleh popularitas tren wisata alam dan aktivitas swafoto di media sosial. Pembentukan TBIO pada dasarnya bertujuan menciptakan destinasi wisata yang berwawasan lingkungan sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar melalui pemberdayaan UMKM dan komunitas lokal.

Secara resmi, TBIO mengusung visi untuk menjadi destinasi wisata alam dan edukasi unggulan di Riau yang berdaya saing dan berkelanjutan. Untuk mencapai visi tersebut, TBIO menetapkan beberapa misi utama, meliputi:

- (1) Pengembangan potensi wisata alam dengan berfokus pada pelestarian lingkungan.
- (2) Peningkatan peran serta aktif dari masyarakat dan pelaku UMKM lokal dalam kegiatan wisata.
- (3) Upaya menghadirkan inovasi aktivitas wisata yang menarik bagi berbagai kalangan pengunjung.
- (4) Komitmen untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan serta fasilitas wisata yang ramah lingkungan.

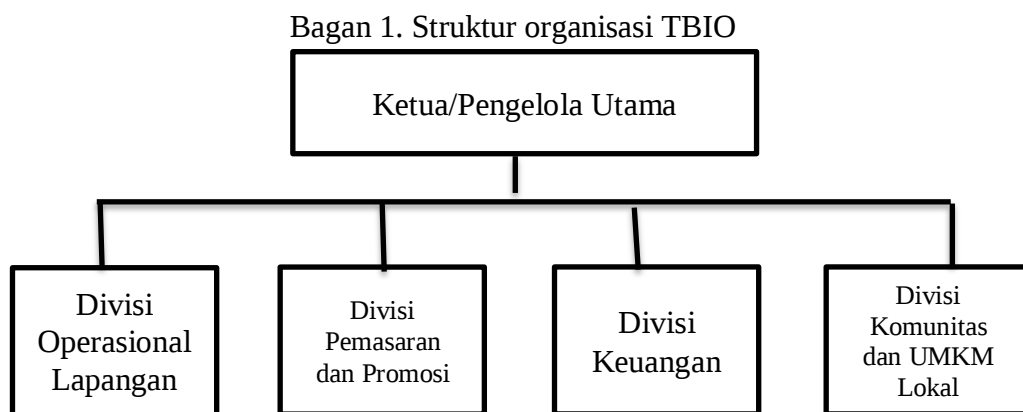
4.1.2. Lokasi Geografis dan Daya Tarik Utama

Secara geografis, Taman Bunga Impian Okura (TBIO) terletak di Kelurahan Okura, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru, dengan jarak sekitar 16 kilometer dari pusat kota. Akses menuju lokasi dapat ditempuh dalam waktu tempuh sekitar 30 hingga 40 menit menggunakan kendaraan pribadi, melalui Jalan Lintas Timur dan Jalan Siak II. Meskipun sebagian besar jalur utama sudah beraspal, beberapa ruas jalan menjelang area taman masih berupa jalan tanah padat. Daya tarik inti TBIO sebelum diversifikasi berfokus pada keindahan taman bunga yang luas dengan aneka jenis tanaman hias seperti bunga matahari, kertas, dan celosia. Untuk menunjang aktivitas utama ini, TBIO menyediakan berbagai *spot* foto *Instagramable* (seperti jembatan bambu dan gardu pandang), serta fasilitas esensial bagi kenyamanan pengunjung, yaitu: kamar mandi/toilet umum, musala, dan

gazebo atau saung untuk beristirahat. Selain itu, kebutuhan kuliner dipenuhi oleh warung makanan/minuman lokal yang tersedia di sekitar lokasi.

Dalam perkembangannya, pengelola TBIO berupaya memperkaya pengalaman pengunjung dengan menambahkan atraksi rekreasi dan budaya. Fungsi *spot* foto kini dilengkapi dengan pemanfaatan tepi Sungai Siak sebagai area wisata alam yang menenangkan. Untuk mendukung kunjungan yang lebih lama dan beragam, TBIO telah menyediakan area *camping* atau perkemahan dan zona memancing di kawasan taman. Selain itu, sebagai upaya menonjolkan kekayaan tradisi lokal, TBIO secara musiman menyelenggarakan kegiatan budaya yang diminati, yaitu pacu sampan (balapan sampan). Penambahan fasilitas rekreasi dan kegiatan budaya ini merupakan strategi diversifikasi yang melengkapi daya tarik utama TBIO sebagai destinasi wisata alam dan *swafoto*.

4.1.3. Struktur Organisasi Pengelola TBIO



Sumber: Olahan peneliti 2025

Struktur organisasi pengelola TBIO, sebagaimana bagan 1 diatas, menunjukkan bahwa pengelolaan kawasan wisata dipimpin oleh seorang Ketua atau Pengelola Utama yang menempati posisi tertinggi dalam hierarki.

Ketua/Pengelola Utama bertanggung jawab utama dalam mengkoordinasikan, mengawasi, serta mengambil keputusan strategis terkait seluruh aktivitas pengelolaan.

Di bawah Ketua/Pengelola Utama, terdapat empat divisi yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab spesifik sesuai dengan bidang pengelolaan. Divisi Operasional Lapangan bertugas menangani kegiatan operasional harian di lapangan, termasuk pemeliharaan fasilitas dan pengawasan berbagai aktivitas wisata. Divisi Pemasaran dan Promosi berperan dalam merencanakan serta melaksanakan strategi pemasaran, baik melalui media digital maupun kegiatan promosi langsung, dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke TBIO.

Divisi Keuangan memiliki tanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek keuangan, mulai dari perencanaan anggaran, pengendalian pembiayaan, hingga pelaporan dan pertanggungjawaban dana yang digunakan dalam operasional. Selanjutnya, Divisi Komunitas dan UMKM Lokal berfungsi sebagai penghubung antara pengelola dengan masyarakat setempat serta pelaku UMKM, sehingga dapat terjalin kerja sama dan pemberdayaan ekonomi lokal melalui pengembangan kegiatan wisata.

Secara keseluruhan, struktur organisasi ini mencerminkan pembagian tugas yang jelas dan terarah untuk mendukung efektivitas pengelolaan TBIO dalam meningkatkan kualitas layanan serta daya tarik wisata yang ditawarkan. Apabila diperlukan, saya dapat membantu mengintegrasikan deskripsi ini dengan analisis penelitian Anda agar lebih selaras dalam bab pembahasan.

4.1.4. Deskripsi Partisipan/Informan

Partisipan atau informan pada penelitian ini mencakup berbagai pihak yang memiliki keterlibatan langsung atau pengalaman terkait pengelolaan serta aktivitas wisata di TBIO. Informan tersebut terdiri dari satu orang pengelola utama yang bertugas merencanakan, mengatur, dan mengevaluasi kegiatan wisata di lokasi penelitian. Selain itu, terdapat satu orang perwakilan dari pengurus atau komunitas setempat yang berkontribusi dalam mendukung berbagai kegiatan wisata melalui kolaborasi dengan pengelola.

Penelitian ini juga mengikutsertakan satu orang pelaku usaha UMKM lokal yang beroperasi di kawasan wisata, sehingga dapat menyediakan informasi mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar melalui keberadaan destinasi wisata tersebut. Selanjutnya, sebanyak lima orang pengunjung dari luar daerah atau pendatang turut diwawancarai untuk mendapatkan gambaran tentang persepsi, motivasi kunjungan, serta pengalaman wisata mereka selama berada di TBIO.

Dengan melibatkan tiga kategori informan tersebut, data yang dikumpulkan diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi diversifikasi aktivitas wisata dan dampaknya terhadap peningkatan daya tarik wisata di TBIO. Adapun kriteria jenis kelamin dari partisipan/ informan adalah dua laki laki dan enam perempuan. Untuk kriteria umur dengan rentang 20-45 tahun. Pada kriteria tingkat pendidikan semua partisipan/informan lulusan sekolah menengah keatas.

4.1.5. Strategi Diversifikasi Aktivitas Wisata

Strategi diversifikasi aktivitas wisata di TBIO secara efektif mengintegrasikan tiga aspek utama yaitu estetika fotografi, rekreasi alam, dan

kekayaan budaya. Pihak pengelola telah menyediakan kegiatan utama berupa *swafoto* di berbagai *spot* tematik seperti jembatan cinta, rumah pohon, dan ayunan hias, serta menikmati keindahan berbagai jenis bunga, termasuk matahari dan jengger ayam. Selain itu, aspek rekreasi alam diperkaya dengan penyediaan area berkemah dan zona memancing di tepi sungai Siak. Secara berkala, TBIO juga menyelenggarakan kegiatan budaya Melayu Riau, seperti balapan sampan tradisional. Seluruh kegiatan ini merupakan hasil kolaborasi aktif antara pengelola dan masyarakat lokal, bertujuan untuk menonjolkan keunikan TBIO yang memadukan keindahan flora, tradisi Melayu, dan lingkungan sungai Siak.

Aktivitas yang paling diminati oleh pengunjung adalah berfoto di *spot* yang *Instagrammable* dan menikmati suasana alami di tepi sungai. Acara balapan sampan juga terbukti sangat populer karena dianggap menghibur dan otentik. Untuk mempertahankan minat pengunjung, pengelola secara rutin memperbaharui dekorasi taman dan *spot* foto, serta berusaha menjadikan *event* balapan sampan sebagai kegiatan tahunan yang rutin. Dalam mendukung kegiatan ini, TBIO dilengkapi fasilitas yang memadai, termasuk *gazebo*, toilet umum, musala, warung makanan lokal, dan area *camping*. Keterlibatan masyarakat dan UMKM lokal sangat tinggi, ditunjukkan dengan partisipasi mereka dalam membuka stan kuliner dan kerajinan, serta memberikan masukan dalam perencanaan kegiatan, yang menunjukkan dukungan kuat terhadap strategi diversifikasi ini.

4.1.6. Daya Tarik Wisata

Menurut pengelola, daya tarik utama TBIO terletak pada kombinasi unik antara keindahan taman bunga yang beragam dan *spot* foto tematik (seperti jembatan cinta dan rumah pohon), yang dipadukan dengan kekayaan budaya lokal.

Perpaduan alam dan budaya ini membuat TBIO lebih unggul dibandingkan destinasi wisata sejenis di Rumbai. Diversifikasi aktivitas melalui penambahan *camping*, memancing di sungai Siak, dan *event* balapan sampan terbukti berdampak positif signifikan, ditunjukkan oleh lonjakan jumlah pengunjung, terutama saat akhir pekan dan musim libur. Balapan sampan secara khusus berhasil memperkuat citra TBIO sebagai wisata budaya Melayu, sementara penggunaan *paving block* dari plastik daur ulang memberikan identitas unik sebagai destinasi dengan komitmen wisata hijau.

Dari sisi pengunjung, daya tarik TBIO adalah pemandangan bunga yang indah, *spot* foto yang unik, serta suasana tenang di tepi sungai Siak. Mereka juga memberikan apresiasi terhadap fasilitas yang dinilai lengkap dan nyaman, serta menganggap jalur *paving block* daur ulang sebagai nilai tambah positif bagi konsep wisata ramah lingkungan. Mayoritas pengunjung mengenal dan tertarik mengunjungi TBIO berkat promosi efektif di media sosial (instagram dan tiktok) yang disebarluaskan melalui konten yang dibagikan pengunjung lain. Tingginya kunjungan ini juga dirasakan manfaatnya oleh pelaku UMKM, di mana pendapatan mereka meningkat, khususnya saat festival dan balapan sampan berlangsung, menegaskan bahwa atmosfer TBIO yang sejuk dan ramai menjadi daya tarik ekonomi dan sosial.



Gambar 4.2. Instagram taman Bunga Impian Okura
Sumber: Koleksi TBIO 2025

Gambar tersebut menunjukkan tampilan akun Instagram resmi Taman Bunga Impian Okura yang digunakan sebagai salah satu media promosi digital. Pada halaman profil terlihat sejumlah konten foto dan video terkait aktivitas wisata yang ditawarkan, seperti wahana dan fasilitas yang tersedia di lokasi. Akun ini dilengkapi dengan sorotan cerita (highlight) yang menampilkan informasi mengenai kegiatan wisata, fasilitas, serta momen-momen kunjungan wisatawan. Selain itu, terdapat beberapa unggahan yang memperlihatkan daya tarik visual objek wisata, dengan tujuan menarik perhatian calon pengunjung melalui media sosial.

Kehadiran akun Instagram ini mencerminkan upaya pengelola dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitas Taman Bunga Impian Okura kepada masyarakat luas. Dengan memanfaatkan konten visual yang menarik, media sosial menjadi sarana efektif untuk meningkatkan minat wisatawan serta mendukung strategi pemasaran yang lebih modern dan interaktif. Foto ini diambil pada tahun 2025 saat proses dokumentasi penelitian dilakukan

4.1.7. Identifikasi Faktor-Faktor SWOT

1) Kekuatan (Strengths - S): Kekuatan TBIO terletak pada diversifikasi aktivitas yang padu antara spot foto, rekreasi (*camping*, memancing), dan kegiatan budaya (balapan sampan). Keterlibatan aktif UMKM dan masyarakat lokal juga menjadi kekuatan dalam penyediaan kuliner dan penyelenggaraan *event*. Kekuatan lainnya adalah promosi yang efektif melalui media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) yang didukung oleh konten *user-generated* dari pengunjung. Selain itu, kelengkapan fasilitas dan komitmen terhadap konsep wisata hijau (*paving block* daur ulang) menjadi nilai tambah yang diapresiasi pengunjung.

2) Kelemahan (*Weaknesses* - *W*): Kelemahan utama adalah sifat musiman dari beberapa kegiatan penting, seperti festival bunga dan balapan sampan, yang tidak menjamin daya tarik yang konsisten sepanjang tahun. Kelemahan lain adalah keterbatasan aktivitas malam hari, padahal pengunjung berharap adanya penambahan aktivitas seperti taman lampu hias, pertunjukan musik, atau bazar kuliner malam.

3) Peluang (*Opportunities* - *O*): Peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan adalah tingginya minat pengunjung terhadap kegiatan budaya dan alam, seperti balapan sampan. Terdapat peluang besar untuk mengembangkan wisata malam sesuai harapan pengunjung (O2), yang didukung oleh potensi peningkatan kesejahteraan UMKM (O3) jika aktivitas dan kunjungan padat. Jangkauan promosi digital yang luas juga merupakan peluang besar untuk menarik wisatawan baru.

4) Ancaman (*Threats* - *T*): Ancaman yang dihadapi adalah potensi kejenuhan pengunjung jika pembaruan spot foto tidak dilakukan secara inovatif dan berkelanjutan. Selain itu, keberhasilan TBIO dapat memicu persaingan dari destinasi wisata lain di Riau yang meniru konsep serupa. Tantangan juga muncul dari kebutuhan untuk mempertahankan citra positif dan standar kebersihan seiring dengan peningkatan jumlah pengunjung.

4.1.8. Tabel SWOT

Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman membantu memahami kondisi destinasi wisata secara menyeluruh. Melalui pemetaan ini, terlihat aspek-aspek yang perlu diperkuat serta tantangan yang harus diantisipasi, sehingga pengembangan wisata dapat diarahkan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Tabel 4.1 Tabel SWOT

Internal factors	
Kekuatan (Strengths)	Kelemahan(weaknesses)
S1. Keberagaman aktivitas (Foto, <i>Camping</i> , Budaya) S2. Keterlibatan aktif UMKM dan komunitas lokal. S3. Promosi efektif via media sosial (UGC). S4. Fasilitas lengkap/nyaman (gazebo, toilet, musala, dll). S5. Komitmen wisata hijau (<i>paving block</i> daur ulang).	W1. Aktivitas budaya musiman/tidak rutin sepanjang tahun. W2. Keterbatasan aktivitas di malam hari. W3. Tantangan menjaga kebersihan seiring peningkatan kunjungan
External factors	
Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
O1. Minat tinggi pengunjung terhadap <i>event</i> budaya/alam. O2. Potensi pengembangan wisata malam (permintaan pengunjung). O3. Peningkatan pendapatan bagi UMKM dan ikatan sosial. O4. Jangkauan promosi digital yang luas.	T1. Kejenuhan pengunjung jika pembaruan <i>spot</i> foto tidak berkelanjutan. T2. Persaingan destinasi lain yang meniru konsep serupa. T3. Kebutuhan menjaga kebersihan seiring pertumbuhan pengunjung.

Sumber: Hasil wawancara 2025

4.1.9 Hasil wawancara dan observasi

Temuan dari wawancara dengan narasumber, untuk mengungkapkan rumusan masalah pertama yaitu:

- 1) Bagaimana proses perencanaan dan pelaksanaan diversifikasi aktivitas wisata di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) dilakukan oleh pengelola bersama pemangku kepentingan lokal?

- (1) Bapak M, selaku pengelola menyampaikan bahwa strategi diversifikasi aktivitas wisata dilakukan melalui pembaruan atraksi dan inovasi berkelanjutan. Setiap tahun pengelola menambah spot foto baru seperti Jembatan Cinta, Rumah Pohon, dan ayunan tematik, serta menghadirkan aktivitas rekreasi seperti camping dan memancing di tepi Sungai Siak. Pengembangan ini dilakukan melalui rapat koordinasi bersama masyarakat dan pelaku UMKM sehingga memiliki nilai partisipatif. Hal ini sesuai konsep *participatory planning* menurut Gunn (1994) yang menekankan

bahwa pengembangan destinasi harus melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan daya tarik yang berkelanjutan.

- (2) Kakak komunitas lokal menyampaikan bahwa Komunitas lokal turut terlibat dalam perencanaan kegiatan, terutama yang berkaitan dengan penyelenggaraan event budaya seperti balap sampan dan kegiatan seni Melayu. Dalam proses perencanaan tersebut, pengelola melibatkan UMKM dan komunitas lokal melalui rapat diskusi mengenai penentuan jenis aktivitas yang akan dikembangkan, terutama yang dapat berkontribusi pada ekonomi masyarakat. Keterlibatan masyarakat menunjukkan penerapan prinsip *Community Based Tourism* (Suansri, 2003), di mana masyarakat tidak hanya menjadi objek wisata melainkan subjek yang berkontribusi aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan program wisata.
- (3) Abang umkm menyampaikan bahwa UMKM mereka dilibatkan dalam proses perencanaan terutama dalam penyediaan kuliner lokal dan bazar selama event tertentu seperti festival bunga dan lomba balap sampan. pelaku UMKM juga menghadapi kendala berupa terbatasnya promosi produk secara digital dan belum adanya area khusus yang permanen untuk berjualan ketika kunjungan wisata ramai secara tiba-tiba. Kolaborasi ini dinilai memberi manfaat ekonomi bagi warga sekitar. Hal ini mendukung teori Cooper (2008) bahwa diversifikasi aktivitas wisata dapat menjadi strategi untuk meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat lokal.
- (4) Pungunjung yang terdiri dari lima orang yang peneliti simpulkan dari wawancara yang peneliti lakukan, pengunjung menilai proses pengembangan TBIO sudah baik dan terlihat dari semakin banyaknya

aktivitas wisata yang bisa dilakukan. Pengunjung juga melihat perkembangan atraksi yang cukup signifikan, di mana TBIO tidak hanya berfokus pada keindahan bunga, tetapi juga menyediakan aktivitas lain yang menambah alasan untuk berkunjung Kembali. Dinamika dan inovasi atraksi di TBIO memberikan pengalaman wisata yang lebih menarik pada setiap kunjungan. Hal ini sejalan dengan teori *tourist experience* Pine & Gilmore (1998) bahwa inovasi dalam aktivitas wisata mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan melakukan kunjungan ulang.

2) Bagaimana persepsi dan pengalaman pengunjung, pelaku UMKM, serta komunitas lokal terhadap aktivitas wisata yang dikembangkan di TBIO?

(1) Dari kakak komunitas lokal TBIO menegaskan bahwa komunitas lokal merasa bangga karena TBIO memberi ruang bagi budaya lokal untuk dikenal lebih luas. Balap sampan, kesenian Melayu, dan interaksi ekonomi berbasis komunitas menjadi penguat identitas daerah. Hal ini mendukung teori *cultural tourism* (Richards, 2018) yang menyatakan bahwa budaya lokal dapat menjadi daya tarik wisata unggul jika dikelola dengan tepat.

(2) Abang UMKM menyampaikan bahwa, pelaku UMKM mengungkapkan diversifikasi aktivitas wisata memberi dampak positif terhadap penjualan produk lokal seperti kuliner dan suvenir khas Melayu Riau. Pendapatan mereka meningkat terutama saat libur akhir pekan dan saat event berlangsung. Hal ini selaras dengan konsep *economic multiplier effect* di sektor pariwisata yang menyatakan bahwa peningkatan kunjungan wisata berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi lokal.

(3) Pungunjung yang terdiri dari lima orang dapat disimpulkan dari wawancara yang peneliti lakukan semua pengunjung yang diwawancarai menyampaikan pengalaman yang positif selama berwisata di TBIO. Mereka merasa puas dengan keindahan taman bunga, spot foto yang menarik, serta tambahan aktivitas yang membuat wisata lebih seru. Pengunjung juga berharap adanya event malam seperti taman lampu, festival musik, dan stand kuliner malam untuk meningkatkan daya tarik destinasi pada malam hari. Persepsi positif ini sesuai teori kepuasan wisatawan Kotler (2016), bahwa pengalaman wisata yang menyenangkan akan meningkatkan minat untuk kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.

3) Faktor-faktor pendukung dan penghambat keberhasilan strategi diversifikasi aktivitas wisata di TBIO dalam meningkatkan daya tarik destinasi?

(1) Selaku pengelola Bapak M, pengelola menyampaikan bahwa faktor pendukung keunikan daya tarik alam, dukungan masyarakat, spot foto yang terus diperbarui, dan promosi digital melalui media sosial. Faktor penghambat yaitu keterbatasan modal pengembangan fasilitas, belum optimalnya penerangan pada area wisata saat malam hari, serta tingginya fluktuasi kunjungan wisata yang masih bergantung pada musim libur. Temuan ini sesuai dengan teori *destination management* UNWTO (2020) bahwa keberhasilan destinasi sangat dipengaruhi oleh fasilitas, pemasaran, dan manajemen berkelanjutan.

(2) Komunitas lokal Faktor pendukung, yaitu lokasi wisata yang nyaman dan suasana yang asri. Faktor penghambatnya dimana kegiatan wisata belum

konsisten dilakukan sepanjang tahun sehingga pendapatan masyarakat tidak stabil.

- (3) UMKM Faktor pendukung, yaitu peluang ekonomi meningkat seiring pertumbuhan wisatawan. Hambatannya dimana promosi produk UMKM lokal belum maksimal secara digital dan masih terbatas pada event tertentu. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder engagement* (Freeman, 1984) yang menekankan perlunya pemberdayaan peran ekonomi masyarakat.
 - (4) Pengunjung lima orang menegaskan bahwa faktor pendukung yaitu spot foto yang menarik, fasilitas yang cukup memadai, dan kesesuaian destinasi untuk semua usia. Sedangkan faktor penghambat adalah minimnya atraksi malam dan pencahayaan, sehingga aktivitas wisata terbatas pada siang hari saja.
- 4) Bagaimana diversifikasi aktivitas wisata berkontribusi dalam keberlanjutan daya tarik wisata dan ekonomi lokal menurut perspektif para aktor terkait?
- (1) Pengelola diversifikasi aktivitas seperti camping, memancing, balap sampan, dan spot foto tematik telah meningkatkan kunjungan wisatawan dan membuat TBIO lebih dikenal.
 - (2) Komunitas lokal merasakan keberlanjutan manfaat sosial dan budaya. Tradisi lokal tetap dilestarikan dan bahkan semakin dikenal melalui event wisata. Hal ini sesuai dengan konsep *community empowerment* Scheyvens (1999).
 - (3) UMKM Kontribusi ekonomi terlihat jelas melalui meningkatnya peluang usaha dan pendapatan masyarakat. Diversifikasi memberi kesempatan

lebih luas bagi UMKM untuk berkembang. Hal ini sejalan dengan teori pariwisata sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

- (4) Pengunjung yang lima orang menyatakan bahwa Diversifikasi memberi pengalaman wisata yang lebih lengkap sehingga meningkatkan niat kembali (*returning intention*) dan kesediaan untuk mempromosikan destinasi secara sukarela melalui media sosial. Hal ini sesuai konsep *loyalitas wisatawan* Yoon & Uysal (2005).

Temuan dari observasi lapangan yaitu diaman observasi dilakukan secara langsung dalam beberapa kunjungan, dan diperoleh data untuk mengungkapkan rumusan masalah pertama yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses perencanaan dan pelaksanaan diversifikasi aktivitas wisata di Taman Bunga Impian Okura (TBIO) dilakukan oleh pengelola bersama pemangku kepentingan lokal?

Tabel 4.2 Observasi Perencanaan dan Pelaksanaan Diversifikasi Aktivitas Wisata TBIO

No	Aspek yang di minati	Temuan Observasi
1	Perencanaan pengembangan atraksi	Pengelola terlihat melakukan rapat kecil dengan perwakilan masyarakat sebelum event berlangsung
2	Pelaksanaan spot foto	Pengelola melakukan pengecatan ulang dekorasi, pemasangan bunga baru, dan pembersihan spot foto.
3	Kegiatan rekreasi	Pengunjung terlihat memancing dan duduk di tepi sungai menikmati pemandangan.
4	Wisata budaya	Event balap sampan disiapkan langsung oleh masyarakat local.
5	Pengembangan fasilitas	Mushola, gazebo, dan toilet tampak dibersihkan dan diperbaiki secara rutin.

Sumber: hasil observasi 2025

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan secara langsung di lapangan, terlihat bahwa perencanaan diversifikasi aktivitas wisata di TBIO dilakukan melalui koordinasi antara pengelola, UMKM, dan komunitas lokal. Hal ini tampak

pada adanya rapat persiapan event budaya serta pembaruan atraksi wisata seperti pengecatan spot foto, penataan tanaman bunga musiman, dan penambahan ruang bersantai. Pelaksanaan wisata juga berjalan aktif, di mana wisatawan memanfaatkan fasilitas foto dan menikmati rekreasi di area camping dan sungai. Observasi ini menunjukkan perencanaan dan pelaksanaan diversifikasi TBIO telah berjalan efektif dalam menyediakan berbagai aktivitas wisata.

- 2) Bagaimana persepsi dan pengalaman pengunjung, pelaku UMKM, serta komunitas lokal terhadap aktivitas wisata yang dikembangkan di TBIO?

Tabel 4.3 Observasi Persepsi & Interaksi Wisata

No	Narasumber	Temuan Observasi
1	Komunitas Lokal	Aktif menyambut wisatawan, mengatur jalannya event budaya, menjaga keamanan area wisata.
2	Pelaku UMKM	Ramai dikunjungi, banyak transaksi makanan/minuman saat pengunjung padat.
3	Pengunjung	Banyak mengambil foto, berinteraksi dengan penjual, melakukan kegiatan santai di area sungai.

Sumer: Hasil observasi 2025

TBIO terlihat antusias mencoba berbagai spot foto dan menikmati kuliner lokal yang disediakan oleh UMKM. Keterlibatan komunitas lokal juga dapat diamati melalui aktivitas mereka dalam memandu kegiatan dan menjaga suasana tetap aman dan bersih. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pihak menerima dan merasakan manfaat dari diversifikasi aktivitas wisata yang dilakukan pengelola.

- 3) Faktor-faktor pendukung dan penghambat keberhasilan strategi diversifikasi aktivitas wisata di TBIO dalam meningkatkan daya tarik destinasi?

Tabel 4.4 Observasi Faktor Pendukung & Penghambat

No	Kategori	Temuan Observasi
----	----------	------------------

1	Factor pendukung	Pengunjung ramai saat weekend, spot foto terawat, lingkungan bersih, suasana alami tepi sungai sangat menarik.
2	Factor penghambat	Penerangan pada malam hari masih minim, fasilitas UMKM belum permanen, aktivitas wisata malam belum tersedia.

Sumber: hasil observasi 2025

Observasi penulis menunjukkan bahwa faktor pendukung utama strategi diversifikasi di TBIO adalah kekuatan daya tarik alam, fasilitas yang memadai, serta tingginya antusiasme pengunjung. Namun terdapat sejumlah kendala seperti area yang gelap setelah matahari terbenam dan belum terkelolanya aktivitas wisata malam hari. Fasilitas UMKM yang banyak bersifat sementara juga berpotensi membatasi perkembangan ekonomi lokal. Identifikasi hambatan ini penting sebagai dasar perbaikan bagi pengelola.

- 4) Bagaimana diversifikasi aktivitas wisata berkontribusi dalam keberlanjutan daya tarik wisata dan ekonomi lokal menurut perspektif para aktor terkait?

Tabel 4.4 Observasi Dampak Diversifikasi TBIO

No	Indikator	Temuan Observasi
1	Dampak Ekonomi	Penjualan UMKM meningkat signifikan terutama saat weekend & event.
2	Dampak Sosial	Masyarakat terlibat langsung dalam penyelenggaraan aktivitas wisata.
3	Daya Tarik Wisata	Banyak wisatawan melakukan kunjungan ulang bersama keluarga.
4	Promosi Wisata	Wisatawan aktif membagikan foto/video ke media sosial → promosi gratis.

Sumer: Hasil observasi 2025

Hasil observasi menunjukkan bahwa diversifikasi aktivitas wisata memberikan kontribusi nyata terhadap keberlanjutan TBIO. Peningkatan kunjungan wisata berdampak pada tingginya transaksi ekonomi pada pelaku

UMKM. Selain itu, keterlibatan komunitas dalam acara budaya meningkatkan pelestarian nilai lokal dan memperkuat ikatan sosial. Banyak wisatawan tampak merekam dan membagikan pengalaman melalui media sosial, sehingga memperluas promosi destinasi. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi diversifikasi berperan penting dalam meningkatkan keberlanjutan ekonomi, sosial budaya, dan citra pariwisata TBIO.

Table 4.5 Ringkasan observasi Taman Bunga Impian Okura

Aspek observasi	status	keterangan
Kondisi fisik		
Tanam Bunga & dekorasi	ada	Area taman yang luas dengan beragam jenis bunga dan tanam, dekorasi dan spot foto diperbarui secara berkala.
Temat parkir	ada	Tersedia area parkir untuk pengunjung (implisit dari konteks destinasi wisata)
Toilet umum	ada	Tersedia toilet umum yang disebut” bersih dan terpelihara”
Petunjuk arah dan informasi	ada	Terdapat spot foto tematik seperti” jembatan cinta, “rumah pohon dan ayunan hias yang berfungsi sebagai penunjuk atraksi utama.
Aktifitas wisatawan		
Berfoto & swafoto	ada	Merupakan aktifitas favorit dan terpopuler, terutama dispot yang cocok untuk instagram.
Aktifitas air/sungai	ada	Aktifitas seperti memancing, camping ditepi sungai, dan menikmati pemandangan sungai siak.
Aktivitas budaya/musiman	ada	Acara balapan sampan tradisional dan festival bunga diadakan secara musiman atau saat libur/acara khusus.
Rekreasi lain	ada	Menyediakan fasilitas untuk rekreasi seperti gazebo untuk rekreasi

		seperti gazebo untuk relaksasi dan area camping.
Estetika dan lingkungan		
Kebersihan	ada	Pengunjung merasa puas dengan kebersihan dan pembaruan spot foto
Warna dan daya Tarik visual	ada	Daya Tarik utama adalah keindahan taman bunga yang beragam warna
Lingkungan hidup	ada	Terdapat paving block dari plastic daur ulang menunjukan komitmen terhadap lingkungan (konsep wisata hijau.
Infrastruktur tambahan		
Gazebo & tempat santai	ada	Tersedia gazebo untuk relaksasi dan menikmati panorama.
Tempat ibadah	ada	Tersedia mushola untuk beribadah.
Warung makan	ada	Tersedia warung makanan yang menawarkan kuliner local.
Area camping	ada	Tersedia untuk wisatawan yang ingin menginap.

Sumber: Hasil wawancara 2025

Temuan lain yang peneliti dapati pada saat melakukan penelitian di TBIO antara lain adalah sebagai berikut:

(1) Fasilitas Fisik

Taman Bunga Impian Okura (TBIO) menyediakan fasilitas dasar yang mendukung kenyamanan pengunjung, termasuk area taman bunga dan dekorasi yang diperbaharui secara berkala. Fasilitas seperti toilet umum, mushola, dan zona berkemah tersedia dan dijaga dengan baik.



Gambar 4.3 Fasilitas fisik TBIO
Sumber: Hasil dokumentasi peneliti 2025

(2) Aktivitas Wisatawan

Aktivitas utama pengunjung bersifat rekreasional dan estetik, dengan penekanan pada lokasi fotografi (seperti Jembatan Cinta dan Rumah Pohon) serta menikmati lingkungan alam di tepi Sungai Siak (misalnya memancing dan berkemah). Aktivitas budaya, seperti balapan sampan, memberikan daya tarik tambahan yang bersifat musiman.



Gambar 4.4 Aktivitas wisatawan di TBIO
Sumber: Hasil dokumentasi peneliti 2025

(3) Estetika dan Lingkungan

Tingkat kebersihan yang terpelihara dengan baik menjadi aspek positif yang sering disoroti oleh pengunjung. Pemanfaatan material daur ulang untuk paving block menegaskan identitas TBIO sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.



Gambar 4.5 Estetika dan Lingkungan
Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025

(4). Infrastruktur Tambahan

Ketersediaan gazebo, warung makan yang menawarkan kuliner lokal, dan area berkemah mencerminkan komitmen pengelola untuk menyediakan pengalaman wisata yang komprehensif, baik bagi keluarga maupun pengunjung yang berminat untuk bermalam.



Gambar 4.6 Infrastruktur tambahan
Sumber: Hasil dokumentasi peneliti 2025

4.3. Interpretasi Strategi Diversifikasi

Secara keseluruhan, implementasi strategi diversifikasi aktivitas di TBIO telah terbukti sangat efektif dalam meningkatkan daya tarik wisata, yang dibuktikan dengan lonjakan signifikan jumlah kunjungan setelah penambahan atraksi rekreasi dan budaya. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan daya tarik ini

secara berkelanjutan di masa mendatang, fokus strategi harus dievaluasi ulang. Pengelola disarankan untuk tidak hanya sekadar menambah *spot* foto, melainkan memprioritaskan penciptaan pengalaman yang konsisten sepanjang tahun melalui eksekusi Strategi WO (Kelemahan-Peluang). Strategi WO dipilih sebagai fokus karena TBIO harus mengatasi kelemahan internal (W2: keterbatasan aktivitas malam; W1: *event* musiman) sembari memanfaatkan peluang pasar yang tersedia (O2: permintaan wisata malam; O1: minat tinggi terhadap budaya).

Berdasarkan hasil Matriks SWOT, terdapat dua strategi WO yang menjadi prioritas utama. Pertama, pengembangan wisata malam adalah langkah krusial, di mana TBIO harus merealisasikan harapan pengunjung akan adanya taman lampu hias dan bazar kuliner malam (W2 dan O2). Kedua, pengelola harus merutinkan kegiatan budaya, mengubah *event* musiman seperti pacu sampan menjadi kegiatan yang terjadwal secara rutin (W1 dan O1). Dengan memprioritaskan langkah-langkah ini, TBIO dapat secara efektif meminimalkan kelemahan internal dan ancaman kejenuhan (T1), sekaligus memaksimalkan peluang untuk menjadi destinasi yang diminati kapan saja, serta memperkuat keunggulan kompetitifnya di antara destinasi pesaing.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Analisis Dampak Diversifikasi Terhadap Daya Tarik dan Pengalaman

Wisatawan

Temuan penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa strategi diversifikasi aktivitas melalui pengenalan kegiatan rekreasi (berkemah, memancing) dan kegiatan budaya (balapan sampan, kuliner UMKM) telah berhasil meningkatkan daya tarik TBIO. Peningkatan ini sejalan dengan model pengembangan destinasi

pariwisata yang dikemukakan oleh Gunn (1994), di mana kelengkapan atraksi pendukung sangat penting untuk memperkuat atraksi utama yang ada (yaitu, keindahan taman bunga). Diversifikasi memastikan TBIO tidak bergantung pada satu elemen, melainkan menawarkan paket yang komprehensif.

Peningkatan daya tarik ini juga secara signifikan memengaruhi pengalaman wisatawan (tourist experience), yang merupakan penentu utama kepuasan dan niat kunjungan ulang (repeat visit) menurut Oliver (1997). Sebelumnya, pengalaman di TBIO cenderung pasif dan terfokus pada titik foto. Setelah diversifikasi, pengalaman tersebut menjadi lebih kaya dan interaktif. Misalnya, aktivitas memancing atau balapan sampan menawarkan pengalaman partisipatif yang menghasilkan kenangan yang lebih mendalam (memorable experience) dibandingkan sekadar pengamatan. Hal ini memposisikan TBIO sebagai destinasi yang menawarkan nilai pengalaman yang tinggi (high experiential value), yang merupakan kunci keberhasilan pariwisata kontemporer.

4.4.2 Justifikasi Strategi WO: Menjembatani Kelemahan Operasional dengan Peluang Pasar

Analisis SWOT menunjukkan dua Strategi WO (Kelemahan-Peluang) sebagai prioritas utama yang perlu diimplementasikan. Kedua strategi ini bertujuan untuk mengatasi masalah konsistensi dan durasi kunjungan wisatawan, yang merupakan kelemahan internal TBIO.

1) Justifikasi Pengembangan Wisata Malam (W2-O2)

Kelemahan utama TBIO adalah keterbatasan aktivitas malam (W2), yang menyebabkan waktu operasional terbatas dan pengeluaran wisatawan yang minim. Di sisi lain, peluang pasar (O2) menunjukkan permintaan tinggi

terhadap wisata malam. Oleh karena itu, Strategi Pengembangan Wisata Malam sangat penting karena.

Peningkatan Efisiensi Ekonomi: Sesuai dengan rekomendasi UNWTO (2019), pengembangan wisata malam (night tourism) terbukti efektif dalam memperpanjang durasi kunjungan (length of stay) dan meningkatkan pengeluaran wisatawan di luar jam operasional standar. Implementasi taman lampu hias dan bazar kuliner malam akan menciptakan produk inovatif yang menarik wisatawan dari segmen pasar yang berbeda, sekaligus memaksimalkan potensi pendapatan bagi pengelola dan pelaku UMKM lokal.

Efektivitas Pemasaran Konten: Pengembangan produk baru ini juga memberikan proposisi penjualan unik (unique selling proposition/USP) yang segar. Konten visual dari taman lampu hias sangat cocok untuk pemasaran digital (Instagram dan TikTok), yang merupakan media promosi paling efektif saat ini bagi TBIO untuk menjangkau segmen pasar muda, sejalan dengan konsep Marketing Mix Kotler & Keller (2016).

2) Justifikasi Rutinasi Kegiatan Budaya (W1-O1)

Kelemahan kegiatan budaya yang bersifat musiman (W1) menyebabkan daya tarik TBIO tidak stabil sepanjang tahun dan hanya ramai pada musim liburan tertentu. Sementara itu, minat wisatawan terhadap kebudayaan lokal (O1) sangat tinggi. Strategi Rutinasi Kegiatan Budaya, seperti mengubah balapan sampan atau pertunjukan seni menjadi acara bulanan, dijustifikasi karena Konsistensi Daya Tarik dan Kunjungan rutinasi menjamin konsistensi ketersediaan atraksi (Gunn, 1994). Hal ini mengatasi kelemahan acara yang insidental, memberikan alasan kuat bagi wisatawan untuk berkunjung secara

teratur (*repeat visit*) di luar musim liburan, sehingga distribusi kunjungan dapat tercapai. penguatan Citra dan Pembeda Kegiatan budaya Melayu merupakan pembeda (*differentiation*) terkuat bagi TBIO. Dengan merutinkan acara ini, TBIO memperkuat citra destinasi (*destination branding*) sebagai pusat wisata yang tidak hanya indah secara alami tetapi juga kaya akan warisan budaya lokal yang autentik. Citra yang unik ini sangat penting untuk memenangkan persaingan antar destinasi wisata di Riau.

4.4.3 Peran Komunitas sebagai Pilar Keberlanjutan Destinasi

Aspek krusial lainnya yang perlu dibahas adalah peran aktif pelaku UMKM dan komunitas lokal. Keterlibatan mereka dalam menyajikan kuliner khas Riau dan berpartisipasi dalam atraksi budaya menunjukkan aplikasi konsep Pariwisata Berbasis Komunitas (*Community-Based Tourism/CBT*). Keunggulan kompetitif TBIO terletak pada autentisitas yang mereka tawarkan. Keterlibatan komunitas adalah kekuatan utama (S3) yang harus dipertahankan. Konsep CBT menekankan bahwa keberhasilan dan keberlanjutan destinasi sangat bergantung pada partisipasi penduduk lokal dalam manajemen dan perolehan manfaat ekonomi. Di TBIO, hal ini menciptakan manfaat timbal balik destinasi mendapatkan atraksi yang autentik, dan komunitas mendapatkan peningkatan kesejahteraan.

4.4.4 Implikasi dan Rekomendasi Jangka Panjang

Secara keseluruhan, meskipun strategi diversifikasi telah berhasil, pembahasan ini menyimpulkan bahwa fokus harus bergeser dari sekadar penambahan aktivitas ke pengelolaan konsistensi dan pemanfaatan potensi pasar yang belum tergarap. Rekomendasi strategis yang diajukan dalam skripsi ini

memiliki implikasi jangka panjang yang signifikan, yaitu menciptakan destinasi yang mampu: Beroperasi di berbagai waktu (melalui wisata malam), Menarik pengunjung secara konsisten sepanjang tahun (melalui rutinas budaya) dan Memiliki fondasi keberlanjutan ekonomi yang kuat (melalui pemberdayaan UMKM). Dengan menerapkan kedua Strategi WO ini, TBIO akan mampu mengatasi ancaman dari kompetitor baru dan memanfaatkan peluang pasar pariwisata di Riau secara maksimal, sekaligus mencapai tujuan utama penelitian: peningkatan daya tarik wisata yang berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Keimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis strategi diversifikasi aktivitas wisata dalam kaitannya dengan peningkatan daya tarik wisata di TBIO, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Strategi Diversifikasi Berhasil Meningkatkan Daya Tarik: Strategi diversifikasi yang diterapkan TBIO telah efektif. Hal ini terbukti dari kenaikan jumlah pengunjung yang drastis, terutama pada akhir pekan dan musim libur, sejak adanya penambahan kegiatan seperti *camping*, memancing di Sungai Siak, dan balapan sampan. Daya tarik utama TBIO adalah perpaduan antara keindahan taman bunga yang beragam warna dan spot foto tematik, yang dilengkapi dengan kekayaan budaya lokal seperti balapan sampan.
- 2) Keterlibatan Komunitas Menjadi Kekuatan Utama: Keterlibatan aktif UMKM dan masyarakat setempat dalam penyelenggaraan acara budaya dan penyediaan kuliner khas Riau merupakan kekuatan utama TBIO. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan UMKM tetapi juga memperkuat citra TBIO sebagai wisata berbasis budaya Melayu.
- 3) Promosi Digital Efektif Mendukung Kunjungan: Promosi melalui media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) merupakan faktor kunci dalam meningkatkan citra dan menarik wisatawan muda. Strategi ini didukung oleh *user-generated content* (postingan foto/video) dari pengunjung yang memicu rasa ingin tahu untuk berkunjung.

4) Tantangan Utama Berada pada Konsistensi Waktu: Terdapat dua kelemahan utama yang harus diatasi:

(1) Ketersediaan Aktivitas Budaya yang Musiman: Kegiatan budaya seperti balapan sampan dan festival bunga hanya dilakukan saat libur atau acara khusus, sehingga daya tarik tidak tersedia secara konsisten sepanjang tahun.

(1) Keterbatasan Aktivitas Malam: Pengunjung berharap TBIO menambahkan aktivitas malam, seperti taman lampu hias, pertunjukan musik, atau bazar kuliner malam, yang saat ini belum sepenuhnya tersedia (W2 dalam analisis SWOT).

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan di atas, berikut adalah saran-saran yang direkomendasikan kepada pengelola Taman Bunga Impian Okura dan pihak terkait.

5.2.1. Saran untuk Pengelola Taman Bunga Impian Okura

- 1) Pengembangan dan Komersialisasi Wisata Malam: Segera lakukan pengembangan untuk wisata malam (Strategi WO). Manfaatkan harapan pengunjung untuk penambahan pencahayaan dan taman lampu hias guna memperluas waktu operasional dan menciptakan daya tarik baru yang tidak mudah ditiru.
- 2) Rutinasi Kegiatan Budaya: Ubah kegiatan budaya yang bersifat musiman menjadi *event* rutin bulanan atau dwimingguan (Strategi WO). Hal ini dapat dilakukan melalui *mini event* budaya atau demonstrasi tradisi kecil di akhir pekan untuk menjaga minat wisatawan sepanjang tahun.

- 3) Peningkatan Kolaborasi Digital dengan UMKM: Selain mempromosikan atraksi TBIO, pengelola perlu memberikan kesempatan promosi digital yang lebih spesifik bagi produk UMKM lokal agar kuliner dan kerajinan khas Riau lebih familiar bagi wisatawan.
- 4) Peningkatan Standar Kenyamanan: Terus jaga dan tingkatkan kebersihan fasilitas umum dan keindahan pembaruan spot foto (Strategi ST) untuk mempertahankan citra positif dari mulut ke mulut dan postingan media sosial.

5.2.2. Saran untuk Pelaku UMKM dan Komunitas Lokal

- 1) Mendukung Pengembangan Wisata Malam: Berpartisipasi aktif dalam rencana pengembangan wisata malam, khususnya dalam menyediakan kuliner khas Melayu pada malam hari (bazar kuliner malam), untuk meningkatkan peluang pendapatan.
- 2) Menjaga Kualitas dan Inovasi Produk: Terus melakukan inovasi produk kuliner dan kerajinan tangan agar tetap menarik dan mampu bersaing, seiring dengan peningkatan jumlah pengunjung.

5.2.3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan studi kuantitatif yang mengukur secara statistik seberapa besar pengaruh langsung strategi diversifikasi dan promosi media sosial terhadap peningkatan jumlah wisatawan. Selain itu, penelitian dapat berfokus pada analisis segmentasi pasar untuk aktivitas musiman (balapan sampan) dan potensi wisata malam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afi, D. A. Y., Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2024). Pengaruh diversifikasi produk, daya tarik wisata, dan harga tiket terhadap minat kunjung ulang wisatawan. *Tamasya: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(2), 11–21. <https://doi.org/10.62383/tamasya.v1i2.38>
- Alfahthan, R. M., Suhud, U., & Monoarfa, T. A. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi visit intention pada Taman Bunga Impian Okura di Provinsi Riau (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta). Universitas Negeri Jakarta.
- Andalas Tourism. (2022, 13 Oktober). Taman Bunga Impian Okura, Destinasi Wisata Hits & Kekinian di Pekanbaru. *AndalasTourism.com*
- Anisa, F. (2021). Diversifikasi aktivitas wisata edukasi di taman botani. *Jurnal Eduwisata*, 6(2), 59–72.
- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard Business Review*, 35(5), 113–124. <https://archive.org/details/AnsoffH.I.StrategiesForDiversification1957>
- Ashworth, G. & Page, S.J. (2011). Urban Tourism Research: Progress and Paradoxes. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1035–1052. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>
- Aslen, J. M. (2021). Upaya pengelola pariwisata Taman Bunga Impian Okura dalam pemberdayaan masyarakat di Tebing Tinggi, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Barca, F., McCann, P., & Rodríguez-Pose, A. (2012). The case for regional development intervention: place-based versus place-neutral approaches. *Journal of Regional Science*, 52(1), 134–152. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9787.2011.00756.x>
- BMKG (2025). Laporan Curah Hujan Ekstrem Provinsi Riau 2025. Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika. <https://www.bmkg.go.id/publikasi>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Buhalis, D. (2023). Strategic management in tourism (5th ed.). CABI. <https://www.cabi.org/bookshop/book/9781789248178>
- Buhalis, D., Leung, X. Y., Fan, D., Darcy, S., Chen, G., Xu, F., Tan, G. W-H., Nunkoo, R., & Farmaki, A. (2023). Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: The Tourism Review viewpoint. *Tourism Review*, 78(2), 293–313. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2023-620>
- Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked

- destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35, 369–393. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2022-0631>
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. <https://us.sagepub.com/en-us/nam>
- Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and Practice* (7th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/store/p/tourism-principles-and-practice/P100001672052/9781292174377>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Destin, Z., & Narottama, N. (2020). Strategi diversifikasi produk wisata untuk menarik minat kunjungan wisatawan di Desa Celuk, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(1), 66–73. <https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2020.v08.i01.p09>
- Dhiya Clarita Harsinta. (2024). Pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Impian Okura, Desa Wisata Tebing Tinggi Okura. *JOM FISIP: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11(2). Universitas Riau.
- Dinas Koperasi Rumbai (2025). Database UMKM Kecamatan Rumbai. Pemerintah Kota Pekanbaru. <https://diskopukm.pekanbaru.go.id/publikasi-data>
- Dinas Pariwisata Provinsi Riau (2024). Masterplan Pengembangan Wisata Berbasis Flora 2024–2029. <https://dispar.riau.go.id/pustaka-digital>
- Escapes with Andrew. (2021, 25 Juni). Taman Bunga Impian Okura Pekanbaru Surganya Warna Warni Bunga. EscapesWithAndrew.com
- Fadlil, M. A., Sumekar, W., & Mardiningsih, D. (2020). Strategi pengembangan agrowisata berbasis bunga krisan (*Chrysanthemum morifolium* R.) di Taman Bunga Celosia, Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.01.4>
- Faizah Kamilah, Zulia Khairani, & Efrita Soviyanti. (2023). Upaya peningkatan daya tarik wisata berbasis edukasi di Taman Bunga Okura. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan*, 7(1), 41–...
- Ferrante, M., Leonardi, G., & Pappalardo, G. (2023). Climate Adaptation Strategies for Botanical Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(5), 1120–1138.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2162714>

- Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869–883
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2023). Economic Resilience in Nature-Based Tourism. *Tourism Management*, 94, 104635. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104635>
- Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Martínez-Palomo, J., & Kantanbacher, J. (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: The European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1608–1630. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910281>
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- GoRiau (Dinas Pariwisata Riau). (2023, 26 Juni). Pesona Taman Bunga Impian Okura: Permata Wisata di Kota Pekanbaru yang Pikat Wisatawan Mancanegara. GoRiau.com. (Memberikan informasi tentang sejarah, fasilitas, kerjasama CSR, dan kontribusi terhadap UMKM)
- Gössling, S., & Scott, D. (2022). A review of research into tourism and climate change. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103409>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C.M. (2022). Seasonality Management in Floral Tourism. *Annals of Tourism Research*, 92, 103324. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103324>
- Gunn, C. A. (1972). *Vacationscape: Designing tourist regions* (edisi pertama). University of Texas Press / Taylor & Francis (beberapa edisi kemudian diterbitkan kembali). (Klasik teori destination image & perencanaan). <https://books.google.com>
- Hall, C. M., & Page, S. (2023). *The Routledge Handbook of Tourism in Asia*. London/Zhonghua: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315768250>
- Hall, C.M. & Page, S.J. (2020). *The Geography of Tourism and Recreation* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203995123>
- Hall, C.M. & Page, S.J. (2023). *Tourism in Southeast Asia* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003219865>
- Harsinta, D. C., & Yusrizal, F. (2024). Pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Taman Bunga Impian Okura, Desa Wisata Tebing Tinggi Okura. *JOM FISIP: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11(II). Universitas Riau.
- Hartono, B. (2022). Event floral sebagai penarik kunjungan wisata di Jawa Tengah. *Jurnal Event Wisata*, 5(2), 112–125.

- Infopku.com. (13 Oktober 2018). Taman Bunga Impian Okura, alternatif wisata di Pekanbaru. Infopku.com. (Latar belakang pendirian, jenis bunga favorit, akses dan impresi awal)
- Jadesta Kemenparekraf RI. (tanpa tanggal). Atraksi Taman Bunga Impian Okura. Jejaring Desa Wisata (Jadesta). jadesta.kemenparekraf.go.id
- Jamal, T. & Stronza, A. (2024). Community-Led Tourism Innovation. *Journal of Travel Research*, 63(1), 45–62. <https://doi.org/10.1177/00472875231153872>
- Jejaring Desa Wisata (Jadesta, Kemenparekraf RI). (tanpa tanggal). Atraksi Taman Bunga Impian Okura. [Jadesta.kemenparekraf.go.id](http://jadesta.kemenparekraf.go.id).
- Jemari Riau. (tanpa tanggal). Taman Bunga Impian Okura. Jemari.riau.go.id.
- Jendela Dunia (Kumparan.com). (11 Januari 2024). Taman Bunga Okura: Lokasi, Daya Tarik, Jam Buka, Harga Tiket, dan Cara ke Sana. Kumparan.com. (Melengkapi detail operasional wisata seperti harga tiket, fasilitas, latar belakang pengelolaan)
- Jurnal JOM FISIP (Universitas Riau). (2025). Motivasi pengunjung pada objek wisata Taman Bunga Impian Okura. *JOM FISIP: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 12(1), 7–12. (Penggunaan metode kualitatif, motivasi pengunjung fisik, sosial, fantasi and upaya pengelola)
- JurnalPost.com. (tanpa tanggal). Taman Bunga Impian Okura, destinasi wisata keluarga di tepian Sungai Siak. JurnalPost.com. (Menjelaskan lokasi dan karakteristik sebagai wisata keluarga di tepi sungai)
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2024). Laporan dampak fluktuasi wisata terhadap UMKM lokal. <https://www.kemenpar.go.id/pusat-dokumen>
- Kompasiana. (2025 Agustus dipublikasikan ulang). Geografi Pariwisata Taman Bunga Okura, Rumbai: Sebuah Oasis di Tengah Kota. Kompasiana. (Menjelaskan keindahan alam, geografi lokasi, dan potensi wisata)
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed.). Pearson Prentice Hall. (Buku teks dasar pemasaran pariwisata). <https://books.google.com>
- Kumparan (Jendela Dunia). (2024, 11 Januari). Taman Bunga Okura: lokasi, daya tarik, jam buka, harga tiket, dan cara ke sana. Kumparan.com.
- Kurniawan, R., Saununu, S. J., Harsono, I., & Dewi, H. B. (2023). The effect of product and service diversification in ecotourism business management on beaches in Bali. *West Science Interdisciplinary Studies*. <https://doi.org/10.58812/wsis.v2i02.670>
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2021). How authentic experience affects traditional religious tourism development: Evidence from the Dajia Mazu Pilgrimage, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 60(5), 1140–1157. <https://doi.org/10.1177/0047287520982415>

- Lestari, M., & Wijaya, R. (2020). Strategi UMKM dalam pengembangan wisata flora: Studi kasus desa wisata bunga. *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata*, 3(1), 45–56.
- Li, Y., Li, Y., Liu, Y., Wan, L. C., & Lin, Y. (2024). Human psychology as a driver of tourism development: The effect of regional personality traits. *Annals of Tourism Research*, 109, Article 103852. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103852>
- Li, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2024). Diversification and destination resilience. *Current Issues in Tourism*, 27(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2174872>
- Liu, B., Moyle, B., Kralj, A., Chen, Y., & Li, Y. (2024). Cause-related marketing in tourism: how goal framing promotes consumer prosocial behaviours. *Journal of Sustainable Tourism*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2374360>
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Schocken Books. (Klasik teori turisme autentisitas). <https://books.google.com>
- Mahendra, A. (2022). Analisis SWOT pengembangan wisata flora di Taman Botani. *Jurnal Strategi Wisata*, 7(1), 77–91.
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann / Routledge. (Buku teks). <https://www.routledge.com>
- Mustika Aslen, J. (2021). Upaya pengelola pariwisata Taman Bunga Impian Okura dalam pemberdayaan masyarakat di Tebing Tinggi, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Repository UIN Suska.
- Neuhofer, B. (2024). Positive tourism experiences for human transformation: A Horizon 2050 paper. (Paper / makalah; ringkasan / full text tersedia di repositori akademik). https://www.academia.edu/124028904/Neuhofer_2024_Positive_tourism_experiences_for_human_transformation_a_Horizon_2050_paperOECD
- Neuhofer, B., Celuch, K., & To, L. T. (2024). Digital transformation in experience-centric tourism. *Tourism Review*, 79(1), 15–30. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2023-0159>
- Pearce, D. (1989). *Tourist development* (2nd ed.). Harlow: Longman.
- Pengelola TBIO (2025). Data Kunjungan Wisatawan Taman Bunga Impian Okura Periode Januari–Juni 2025. (Dokumen internal, tautan tidak tersedia untuk publik).
- Permadi. (2021). Peranan akun Instagram @tamanwisataokura pada minat pengunjung Taman Bunga Impian Okura Pekanbaru ditinjau menurut Ekonomi Islam (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

- Prabowo, S. (2023). Loyalitas wisatawan melalui pengalaman wisata taman bunga. *Jurnal Wisata Berkelanjutan*, 8(2), 99–114.
- Prebensen, N., Chen, J. S., & Uysal, M. (Eds.). (2024). *Handbook of Experience Science: Tourism, Hospitality, and Leisure*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781803926896>
- Rahmadani, D. I. (2023). Pelaksanaan pengawasan di Taman Bunga Impian Okura, Kota Pekanbaru (Skripsi tidak dipublikasikan secara daring; abstrak tersedia).
- Rahman, F. A. (2023). The Role of Gastronomy Tourism as Local Community Enablers in Kampung Cikarag, Garut Regency. *The Journal Gastronomy Tourism*, 10(2), 114–127.
- Rahmawati, T. (2018). Pengaruh fasilitas pendukung terhadap lama tinggal wisatawan di Kebun Raya Bogor. *Jurnal Manajemen Destinasi*, 6(1), 34–47.
- Raxmonov, S. S. (2022). Specific features and potential benefits of tourist product diversification in regions. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*. <https://doi.org/10.17605/cajitm.v5i7.780>
- Rencana Induk / Masterplan Kepariwisata Kota Pekanbaru (disebut dalam dokumen): Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Pekanbaru (dokumen pemerintah daerah / RIPPANDA; 2021–2026 / perencanaan). (Salinan/unduh via portal resmi Pemkot Pekanbaru). <https://jdih.pekanbaru.go.id/documents/peraturan/rencana-induk-pembangunan-kepariwisataan-daerah-kota-pekanbaru>
- Repository UNILAK. Analisis daya saing tenaga kerja lokal / Pemanfaatan media sosial sebagai upaya untuk peningkatan pengunjung pada era new normal di Taman Bunga Okura. Repository UNILAK. (Menunjukkan peran media sosial dalam penyebaran informasi dan menarik pengunjung selama era new normal)
- Riri Angelia. (2019). Potensi dan strategi pengembangan objek wisata taman bunga di Nagari Sundata, Kecamatan Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa STKIP Ahlussunnah*, 1(2). <https://ojs.stkip-ahlussunnah.ac.id/index.php/JIMSA/article/view/119>
- Rumah123.com. (tanpa tanggal). Nikmati Lanskap Warna-Warni di Taman Bunga Impian Okura. Rumah123.com. (Menjelaskan spot selfie, jenis bunga, suasana, serta fasilitas penunjang wisatawan)
- Sánchez-Carretero, C. (2023). Heritage and floral tourism: Beyond aesthetics. *International Journal of Heritage Studies*, 29(2), 123–139. <https://doi.org/10.1080/13527258.2022.2122804>
- Santoso, A. (2019). Persepsi wisatawan terhadap daya tarik flora lokal: Studi kasus taman bunga di Malang. *Indonesian Journal of Tourism Studies*, 4(3), 201–214.

- Saputra, A. (2022). Strategi pengembangan wisata taman bunga terhadap peningkatan daya tarik wisatawan (Studi Kasus Taman Bunga Metro Kibang). IAIN Metro. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6113>
- Setiawan, Y. (2017). Citra publik dan daya tarik wisata desa bunga di Bali. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 2(2), 88–102.
- Sigala, M. (2023). Analysing User-Generated Content to Understand Tourist Experiences in Nature-Based Attractions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(4), 456–478. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2174940>
- SISPARNAS (Kementerian Pariwisata RI). (tanpa tanggal). Taman Bunga Impian Okura. sisparnas.kemenpar.go.id
- Smart Tourism Kota Pekanbaru. Taman Bunga Impian Okura: lokasi, daya tarik, jam buka. Diakses dari Smart Tourism Kota Pekanbaru. (Digunakan dalam mendeskripsikan lokasi, fasilitasi visual, dan kerjasama masyarakat dengan PLN dan Pemkot) smarttourism.pekanbaru.go.id
- Suryo, P. (2021). Diversifikasi atraksi wisata di taman bunga tropis: Dampaknya terhadap lama tinggal dan pengeluaran. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(1), 15–30.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI. <https://www.cabi.org/bookshop/book/9780851993143>
- Taman Wisata Okura. (tanpa tanggal). Taman Bunga Impian Okura, destinasi wisata berjuta bunga kekinian pertama di Pekanbaru. TamanWisataOkura.com. tamanwisataokura.com
- Tamasya (Jurnal) — Afi dkk. (2024). Anwar Hakim dkk., “Pengaruh diversifikasi produk, daya tarik wisata, dan harga tiket terhadap minat kunjung ulang” (Tamasya: Jurnal Pariwisata Indonesia, Vol.1 No.2, 2024). PDF artikel tersedia di portal jurnal (DOI: <https://doi.org/10.62383/tamasya.v1i2.38>) <https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Tamasya/article/view/38>
- TribunnewsWiki.com. (22 April 2023). Taman Bunga Impian Okura. TribunnewsWiki. (Mencakup fasilitas, harga tiket, jam operasional, spot foto, lokasi, dan fungsionalitas prewedding/camping)
- United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. (2022). Tourism product diversification strategies for small destinations. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284423624>
- UNWTO (2018). Tourism Product Development: Strategies for Diversification. World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419726>
- UNWTO (2022). Tourism Product Diversification Strategies for Small Destinations. World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284423624>

- UNWTO. (2022). World Tourism Barometer & Statistical Annex (2022). UNWTO. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-09/UNWTO_Barom22_05_Sept_EXCERPT
- Wang, C., & Xu, H. (2010). Is diversification a good strategy for Chinese tourism companies? *Journal of China Tourism Research*, 5(2), 188–209. <https://doi.org/10.1080/19388160902910698>
- Windayani, D. (2020). Model diversifikasi produk wisata alam dan budaya di destinasi terpadu. *Jurnal Teknologi Pariwisata*, 9(1), 131–146.
- World Meteorological Organization (2024). State of the Global Climate 2023. WMO-No. 1347. <https://library.wmo.int/records/item/68514-state-of-the-global-climate-2023>
- World Meteorological Organization (WMO). (2024). State of the Global Climate 2024. WMO. https://wmo.int/sites/default/files/2025-03/WMO-1368-2024_en
- WTTC (World Travel & Tourism Council). (2019/2022 summary cited in dokumen). Travel & Tourism Economic Impact (EIR) / Data & press releases statistik pra-pandemi: kontribusi sekitar 10.4% GDP global (2019). <https://wttc.org/research/economic-impact>.
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Bilim, Y. (2023). Segment-Specific Activity Design in Nature Tourism. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(3), 341–362. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2174938>

LAMPIRAN

Daftar Wawancara

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan Wawancara	Teknik Probing (Pertanyaan Lanjutan)	Sumber Data / Literatur Acuan	Narasumber	Coding Awal
Diversifikasi Aktivitas Wisata	Jenis Aktivitas Wisata	Keberagaman jenis aktivitas yang ditawarkan	Aktivitas apa saja yang saat ini tersedia di TBIO? Bagaimana ide aktivitas itu muncul?	- Aktivitas mana yang paling diminati? - Apakah ada aktivitas musiman? - Pernah mengganti atau menambah aktivitas?	Kotler & Keller (2016), UNWTO (2019)	Pengelola TBIO, Komunitas Lokal	<i>Jenis aktivitas, inovasi, variasi produk</i>
	Segmen Pasar	Target pengunjung dari berbagai kalangan	Siapa saja yang menjadi target pengunjung dari aktivitas ini?	- Apakah ada aktivitas khusus keluarga, anak-anak, komunitas tertentu? - Bagaimana strategi menarik segmen baru?	Cooper et al. (2008)	Pengelola TBIO	<i>Segmentasi pasar, fokus target</i>
	Waktu/Temporal	Keberagaman aktivitas sepanjang tahun	Apakah aktivitas wisata dirancang mengikuti musim	- Bagaimana mengantisipasi musim hujan?	Gunn (1994)	Pengelola TBIO,	<i>Event musiman, strategi waktu</i>

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan Wawancara	Teknik Probing (Pertanyaan Lanjutan)	Sumber Data / Literatur Acuan	Narasumber	Coding Awal
			atau periode tertentu?	- Adakah event khusus di waktu tertentu?		Komunitas Lokal	
	Kolaborasi & Partisipasi Lokal	Keterlibatan UMKM dan komunitas	Sejauh mana UMKM dan komunitas lokal dilibatkan?	- Contoh bentuk kolaborasi? - Apakah mereka ikut merancang atau hanya menjalankan?	Okazaki (2008)	Pengelola TBIO, Pelaku UMKM	<i>Kolaborasi, peran masyarakat</i>
	Strategi Promosi	Metode memperkenalkan aktivitas baru	Bagaimana strategi promosi aktivitas wisata di TBIO?	- Media apa yang digunakan? - Apakah ada promosi online dan offline? - Efektivitasnya bagaimana?	Kotler & Keller (2016)	Pengelola TBIO	<i>Media promosi, efektivitas, jangkauan</i>
Daya Tarik Wisata	Atraksi Utama & Pendukung	Keunikan atraksi, kelengkapan fasilitas	Menurut Anda, apa yang membuat TBIO menarik untuk dikunjungi?	- Apakah fasilitas mendukung aktivitas? - Apakah atraksi utama berubah setelah ada diversifikasi?	Gunn (1994), Cooper et al. (2008)	Pengunjung TBIO, Pengelola TBIO	<i>Keunikan, fasilitas, atraksi tambahan</i>

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan Wawancara	Teknik Probing (Pertanyaan Lanjutan)	Sumber Data / Literatur Acuan	Narasumber	Coding Awal
	Pengalaman Pengunjung	Tingkat kepuasan dan kesan	Bagaimana kesan Anda setelah berkunjung ke TBIO?	- Aktivitas mana yang paling berkesan? - Apa yang kurang memuaskan?	Oliver (1997)	Pengunjung TBIO	<i>Kepuasan, kesan positif/negatif</i>
	Perilaku Wisatawan	Lama tinggal, pengeluaran, niat kembali	Apakah Anda cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di TBIO setelah ada aktivitas baru?	- Apa yang membuat Anda betah lebih lama? - Apakah akan kembali lagi? - Apakah melakukan pembelian di area TBIO?	UNWTO (2019)	Pengunjung TBIO, Pelaku UMKM	<i>Lama tinggal, pengeluaran, repeat visit</i>
	Citra Destinasi	Persepsi terhadap TBIO di mata publik	Menurut Anda, bagaimana citra TBIO dibandingkan destinasi lain?	- Apa yang membuat TBIO berbeda? - Pernah dengar komentar orang lain tentang TBIO?	Kotler & Keller (2016)	Pengunjung TBIO, Komunitas Lokal	<i>Citra positif/negatif, pembeda destinasi</i>

Dokumentasi Observasi



Gambar: gerbang masuk Kawasan wisata

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: papan penanda selamat datang

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: papan selamat datang tanda lokasi TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: area bersantai\memancing dibawah pohon ridang

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: spot foto atau wahana permainan

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: wawancara pengunjung ditepi sungai TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: daerah memancing di TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: wawancara pengunjung di gazebo

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: wawancara komunitas lokal di aula TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: pengunjung TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: wawancara umkm TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: pacu sampan di TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: umkm sekitar TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: warung UMKM TBIO

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



Gambar: rumah pohon tbio

Sumber: hasil dokumentasi peneliti 2025



SURAT IZIN PENELITIAN



Program Studi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam

Jalan Gajah Mada, The Vitka City Complex, Tiban Ayu, Sekupang
Kota Batam 29425, Kepulauan Riau – Indonesia
☎ (0778) 354889; 🌐 www.btp.ac.id; ✉ info@btp.ac.id

Batam, 28 Juli 2025

Nomor : 001/SK-RDM/VII/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Pengelola Taman Bunga Impian Okura
Tebing Tinggi Okura, Rumbai Pesisir, Pekanbaru, Riau
Di Tempat

Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi sarjana sains terapan (D4) dan penyusunan proyek akhir pada Program Studi Manajemen Devisi Kamar Pariwisata Politeknik Pariwisata Batam, kami memohon izin penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Apriyani
NIM : 2022010041
Program Studi : Manajemen Devisi Kamar
Jenjang : D4 (sarjana sains terapan)

Mahasiswa tersebut akan melakukan penelitian dengan judul:
"Strategi Diversifikasi Aktivitas Wisata Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Taman Bunga Impian Okura di Rumbai, Provinsi Riau"

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan bantuan yang diperlukan guna kelancaran penelitian tersebut.

Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Andri Wijowo, SE., M.Par
NIDN. 1001118502
Kepala Program Studi Manajemen Devisi Kamar
Politeknik Pariwisata Batam

Tembusan:

1. Direktur Politeknik Pariwisata Batam
2. Mahasiswa Besangkutan
3. Arsip

SURAT BALASAN SELESAI PENELITIAN



TAMAN BUNGA IMPIAN OKURA

Jalan Raja Panjang Okura RT 02 RW 04 Kelurahan Tebing Tinggi Okura, Kecamatan
Rumbai Timur, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Kode Pos 28287
Website: www.tamanwisataokura.com
Perihal: persetujuan izin penelitian

Kepada yth.
Bapak Andri wibowo, SE.,M.Par
Kepala program studi manajemen divisi kamar
Politeknik pariwisata batam di tempat

Dengan hormat,
Menindaklanjutan surat izin penelitian nomor 001/SK-RDM/VII/2025 tertanggal 28 juli
2025 atas nama mahasiswa

Nama : Apryani
Nim : 2022010041
Program studi : majemen divisi kamar
Judul penelitian : **Strategi Diversifikasi Aktivitas Wisata Untuk Meningkatkan Daya
Tarik Wisata Taman Bunga Impian Okura di Rumbai, Provinsi Riau**

Dengan ini kami dari pihak pengelola Taman Bunga Impian Okura memberikan izin dan
menyambut baik kegiatan penelitian tersebut. Kami akan memberikan dukungan dan
informasi yang dibutuhkan guna kelancaran pelaksanaan penelitian selama tidak
mengganggu operasional dan tetap menjaga etika serta sopan santun dalam pelaksanaannya.

Kami harap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan
destinasi wisata Taman Bunga Impian Okura.
Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami
ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Pengelola Taman Bunga Impian Okura

Pekanbaru, 1 agustus 2025

Musnidianto
pengelola taman bunga impian okura

 University of Michigan Press

Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Abstract
- ▶ Methods and Materials

Top Sources

- 1%  Internet sources
- 0%  Publications
- 1%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

PROFIL PENELITI

	CURRICULUM VITAE			
First Name	:	Apriyani		
Last Name	:	-		
Address	:	btn bunut jl. pertiwi btn bunut blok c 160		
Gender	:	perempuan		
Place, Date of Birth	:	perawang, 12 april 2003		
Religion	:	kristen protestan		
Email	:	Apriyanisihombing12@gmail.com		
EDUCATION (Please write in chronological order)				
Month Year Start	Month Year End	School Name	Location	Qualification Obtained
2010	2016	SDS nusantara	Indonesia	Lulus Sekolah
2016	2019	SMP NEGERI 7 TUALANG	Indonesia	Lulus Sekolah
2019	2022	SMA NEGRI 3 TUALANG	Indonesia	Lulus Sekolah
2026	Now	Batam Tourism Polytechnic	Indonesia	Lulus Sekolah
EXPERIENCE (Please write in chronological order)				
Month Year Start	Month Year End	Company	Location	Qualification Obtained
Agustus 2022	Januari 2023	Intercontinental Dago Pakar Bandung	Indonesia	Trainee
Januarii 2026	Agustus 2026	bawah reserve anambas	Indonesia	Trainee
SKILL HIGHLIGHTS (Please write in chronological order)				
Hard Skill		Soft Skill		
housekeeping		bernyanyi		
Front Desk Agent		menulis		
Housekeeping		Riding		
CERTIFICATIONS (Please write in chronological order)				
1. Trainee Housekeeping Department in intercontinental dogo pakar				

