



Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Sulilidi Desa Baebunta Luwu Utara

Rifka Taruk Salong^{1*}, Jens Batara Marewa², Mince Batara³

^{1,2,3} Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

rifkataruk@gmail.com^{1*}, distro.pasal@yahoo.com², ichebatar@gmail.com³

Alamat: Jl. Gadog 1 No.36, Gadog, Kec. Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43253

Korespondensi penulis: rifkataruk@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research is to determine the development strategy carried out by the government to develop the Sulili Natural Tourism Object. The type of research used in this research is descriptive qualitative research. The results of research on the SWOT matrix show that there are several alternative strategies to support the development of the Sulili natural tourist attraction. Based on the results of SWOT analysis research on the IFAS (Internal Factor Analysis Summary) matrix calculation, the score for strength/strength is 1.96 while the weakness/weakness is 1.08 if totaled, so the total score for internal factors is 3.04. The results of this analysis show that the internal condition of the Sulili natural tourist attraction is in a strong position where the Sulili natural tourist attraction has the strength to overcome weaknesses. In the EFAS matrix, the score obtained for opportunities is 1.67, while for threats it is 1.42 if totaled, so the total score obtained for external factors is 3.09. The results of this analysis show that the Sulili natural tourist attraction is in a good external position and responds strongly to opportunities and avoids threats. From the results of the SWOT diagram, the coordinate points (X,Y) are obtained, namely (0.88; 0.25), so that the intersection point is obtained in square I, which is a very favorable situation for the Sulili natural tourist attraction.*

Keywords: *Strategy Development, Sulili Natural Tourism Object, SWOT*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkan Objek Wisata Alam Sulili. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian pada matriks SWOT menunjukkan ada beberapa alternatif strategi untuk mendukung pengembangan objek wisata alam Sulili. Berdasarkan hasil penelitian analisis SWOT pada perhitungan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary), menunjukkan skor untuk kekuatan/strength sebesar 1,96 sedangkan kelemahan/weakness sebesar 1,08 jika ditotal maka total skor pada faktor internal sebesar 3,04. Hasil analisis tersebut menunjukkan kondisi internal objek wisata alam Sulili berada pada posisi yang kuat dimana objek wisata alam sulili memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Pada matriks EFAS skor yang diperoleh untuk peluang/opportunities sebesar 1,67, sedangkan untuk ancaman/threat sebesar 1,42 jika ditotal, maka total skor yang diperoleh pada faktor eksternal sebesar 3,09. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa objek wisata alam Sulili berada pada posisi eksternal yang baik dan dimana merespon kuat peluang dan menghindari ancaman. Dari hasil diagram SWOT diperoleh titik koordinat (X,Y) yaitu (0,88;0,25) sehingga didapatkan titik potong yang berada pada kuadrat I yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi objek wisata alam Sulili.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Objek Wisata Alam Sulili, SWOT

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang menyimpan banyak potensi alam yang melimpah baik di daratan maupun lautan. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik sesuai dengan apa yang paling diminati masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menghabiskan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola suatu sumber daya. Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi suatu

tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri (Ristarnado et al., 2019).

Objek wisata merupakan asset yang dimiliki suatu daerah yang dapat memberikan keuntungan yang besar bagi kesejahteraan masyarakat. Pariwisata memberikan keuntungan besar bagi suatu daerah yang menerima kedatangan pengunjung. Untuk pembangunan ekonomi, dalam hal ini pariwisata memiliki peran yang sangat penting terutama bagi masyarakat yang membuka usaha dilokasi objek wisata tersebut sehingga dapat memberikan laba yang besar, terutama pada hari-hari raya dan pengunjung dapat mengetahui lingkungan sekitar pariwisata yang di datangnya. Objek wisata juga akan membutuhkan hasil pertanian, peternakan, kerajinan dan sejumlah tenaga kerja yang diserap didalamnya sebagai pendukung keberhasilan mata rantai tersebut, lebih jauh lagi pengembangan dalam objek wisata jelas memiliki cakupan keuntungan ekonomi yang luas. (Roy & Serano, 2019).

Luwu Utara merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan. Luwu Utara adalah salah satu daerah yang memiliki banyak potensi-potensi alam yang sangat menarik untuk dikunjungi salah satunya adalah Objek Wisata Alam Sulili yang terletak di Desa Baebunta Kabupaten Luwu Utara. Objek Wisata Alam Sulili merupakan salah satu objek wisata yang banyak diminati oleh masyarakat karena letaknya yang tidak jauh dari pusat kota. Objek wisata ini terletak di Desa Baebunta Kecamatan Baebunta kabupaten Luwu Utara yang dikelola oleh pemerintah setempat.

Wisata Alam Sulili terkenal dengan sungainya yang jernih serta kedalamannya yang ramah terhadap anak-anak sehingga dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata ramah anak, dan juga memiliki fasilitas seperti spot foto, toilet, dan juga lokasi camp karena jarak yang tidak terlalu jauh, lokasi yang luas dan juga tarif biaya masuk yang terbilang murah, menjadikan objek wisata alam sulili ini juga sering digunakan untuk kegiatan-kegiatan rohani seperti ibadah padang, reat-reatrohani dan kegiatan rohani lainnya. Rata-rata jumlah pengunjung tiap bulannya pada objek wisata alam Sulili sebanyak 500 pengunjung/bulan. Padatnya pengunjung yang memadati kawasan wisata ini, tidak didukung oleh kesiapan gazebo dimana gazebo dan toilet masih sangat kurang jika dibandingkan dengan rata-rata jumlah kunjungan sehingga menimbulkan banyak keluhan dari para pengunjung

Objek wisata ini mulai dibuka pada tahun 2020 dimana saat itu objek wisata alam sulili hanyalah sungai biasa. Objek wisata ini mulai dikembangkan setelah peristiwa banjir bandang yang terjadi di Masamba beberapa tahun yang lalu yang mengakibatkan beberapa objek wisata permandian mengalami kerusakan. Dari peristiwa tersebut, objek wisata alam sulili mulai dipadati pengunjung. Dari fenomena tersebut, pemerintah melihat bahwa objek wisata tersebut

memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan.

Seiring berjalannya waktu, objek wisata ini semakin banyak diminati oleh pengunjung. Dalam hal ini pihak pengelola harus menyusun strategi agar dapat meminimalisir kendala-kendala atau penghambat yang akan mengurangi minat para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Salah satu persoalan yang sering ditemukan di objek wisata alam Sulili adalah kurangnya fasilitas toilet, tempat istirahat (gazebo) dan fasilitas pendukung lainnya.

Penelitian sebelumnya Asriandy (2016) yang dilakukan oleh menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng adalah Strategi sebagai Rencana. Kemudian penelitian yang dilakukan Syam & Arif (2017) menunjukkan bahwa Kabupaten Pesisir Selatan memiliki potensi pariwisata sebanyak 57 (Lima Puluh Tujuh) potensi wisata yang tersebar di 11 (sebelas) Kecamatan yang dapat dijadikan sebagai aset berharga untuk memperkaya keindahan alam dan seni budaya di Pesisir Selatan. Selain itu, dilakukan juga penelitian mengenai permasalahan yang dihadapi, Promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata, Pemanfaatan teknologi dan komunikasi, Objek wisata pesaing (Sri Wahyuningsih, et al 2019).

Roy & Serano (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi pengembangan Objek Wisata Taman Bambu Mandira, antara lain: Stabilisator, Inovator, Modernisasi, Fasilitator, Promosi, dan modal. Barreto & Giantari (2015) dalam penelitiannya menunjukkan tentang Perubahan Lingkungan Internal Dan Eksternal Pada Masa Sekarang Dan Masa Yang Akan Datang dan Implikasi Strategi Objek Wisata Air Panas Marobo.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka, penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Sulili Di Desa Baebunta Luwu Utara. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkan Objek Wisata Alam Sulili. Manfaat penelitian ini yaitu sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemerintah selaku pengelola Objek Wisata Alam Sulili Luwu Utara. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya sebagai data atau pedoman pelaksanaan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan penelitian.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan rekreasi atau perjalanan diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. (Syam & Arif, 2017).

Pariwisata juga merupakan suatu aktivitas manusia dilakukan secara sadar, yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri, meliputi tempat tinggal orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialami dimana ia memperoleh pekerjaan tetap, pariwisata itu sendiri terbagi atas tiga unsur yaitu manusia (man), orang yang melakukan pariwisata, ruang (space), daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan dan waktu (time), waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tinggal di suatu daerah tujuan wisata. (Roy & Serano, 2019).

Pariwisata memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional. Karena selain menghasilkan pendapatan dan sekaligus sebagai penghasil devisa, sektor pariwisata berkaitan erat dengan penanaman modal asing. Turis-turis yang datang ke Indonesia adalah termasuk mereka yang berhubungan bisnis dengan Indonesia (Prasetya & Rani, 2014). Pariwisata merupakan suatu kegiatan aktivitas manusia seperti kegiatan rekreasi yang dilakukan secara sadar untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin.

Pengertian Strategi

Strategi adalah bagaimana suatu organisasi mengidentifikasi suatu kondisi yang dapat berpeluang memberikan keuntungan terbaik dan membantu mencapai tujuan yang diharapkan serta mengarahkan seluruh sumber daya ke arah manajerial. Suatu strategi yang baik terdapat suatu koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Asriandy, 2016). Strategi juga dapat diartikan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Ristarnado et al., 2019).

Pengertian Pengembangan

Pengembangan objek wisata merupakan usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih menarik ditinjau dari segi tempat dan segala yang ada di dalamnya untuk dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Pengembangan objek wisata dapat diartikan sebagai usaha atau cara untuk membuat jadi lebih baik agar objek itu dapat dilihat dan dinikmati oleh manusia, sehingga dapat menimbulkan perasaan senang.

Manajemen Strategi

Manajemen strategi didefinisikan sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan. Manajemen strategi adalah upaya untuk mengelola strategi agar tercapai tujuannya (Amirullah, 2015:5). Terdapat beberapa manfaat manajemen strategi beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mencegah timbulnya masalah karena segala sesuatu dilaksanakan dan direncanakan secara sistematis dan konsisten.
- b. Merupakan hasil kerja
- c. Melibatkan berbagai belah pihak terkait sehingga menimbulkan partisipasi sesama anggota.

Manajemen strategi juga memiliki tugas-tugas yang menjadi kewajibannya, diantaranya adalah sebagai berikut.

- a. Pengungkapan visi misi badan usaha
- b. Menciptakan strategi
- c. Melaksanakan dan mengimplementasikan strategi
- d. Menilai kinerja dan melaksanakan penyesuaian-penyesuaian.

Dilihat dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi yaitu mengenai adanya tujuan yang ingin dicapai, perubahan lingkungan yang harus diantisipasi dan strategi yang harus diimplementasikan.

Pengertian Pemerintah

Pada umumnya, yang disebut “Pemerintah” adalah sekelompok individu yang mempunyai wewenang tertentu untuk melaksanakan kekuasaan yang dalam arti ini melaksanakan wewenang yang sah dan melindungi serta meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui perbuatan dan pelaksanaan berbagai keputusan (Ulumiyah et al., 2018). Dalam pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan, bahwa fungsi pemerintahan adalah fungsi dalam melaksanakan administrasi pemerintahan yang meliputi tugas pengaturan, pelayanan, pembangunan, pemberdayaan dan perlindungan. Selanjutnya dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa dijelaskan bahwa Pemerintahan Desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. (Rafita Min Sanjaya, 2020).

Pemerintah yaitu sekelompok individu yang mempunyai kekuasaan untuk melaksanakan wewenang melindungi dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, mempunyai

fungsi dalam melaksanakan administrasi pemerintahan, serta penyelenggara urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat.

Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi merupakan proses sistematis dalam pembuatan keputusan yang dibuat oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan strategis merupakan suatu proses atau langkah awal dalam pembuatan keputusan yang dibuat oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.

Berikut beberapa langkah-langkah atau strategi yang dapat dilakukan untuk menjadi pertimbangan pengembangan objek wisata yaitu:

- a. Strategi mengembangkan daya tarik wisatawan dengan upaya: Pengurangan biaya tarif masuk dan Penambahan spot foto yang lebih modern.
- b. Strategi mengembangkan aksesibilitas menuju objek wisata alam sulili dengan upaya: Memperbaiki infrastruktur jalan.
- c. Strategi mengembangkan fasilitas di Puncak Temiangan dengan upaya: Penyediaan tempat kuliner, Penambahan gazebo, Penambahan toilet, dan Penambahan wahana permainan.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Anindita (2015) pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih baik dan menarik ditinjau dari segi tempat dan segala yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Terdapat 3 indikator yang dapat mempengaruhi pengembangan suatu objek wisata, yaitu Daya Tarik (Attraction), Aksesibilitas (Accessibilty), dan Fasilitas (Amenities).

a. Daya Tarik (Attraction)

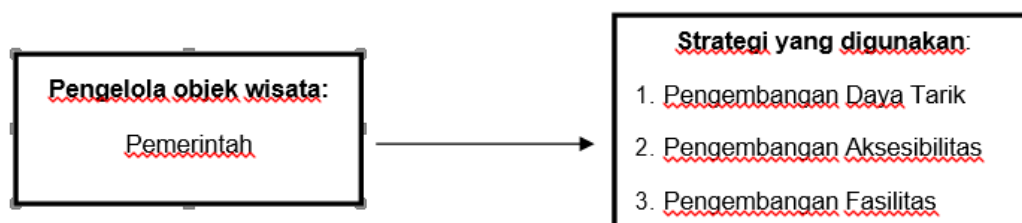
Daya tarik wisata adalah usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik wisata atau sarana wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan/binaan manusia (Tapatfeto et al., 2018).

b. Aksesibilitas (Accessibilty)

Aksesibilitas merupakan sarana atau infrastruktur yang dibangun demi kemudahan dalam berwisata. Aksesibilitas dapat juga diartikan sebagai sarana yang memudahkan pengunjung untuk dapat mencapai destinasi wisata. Aksesibilitas ini mencakup segala aspek yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata, termasuk transportasi, layanan, informasi, dan komunikasi.

c. Fasilitas (Amenities)

Fasilitas adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditunjukkan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan. Fasilitas wisata juga merupakan hal-hal penunjang terciptanya kenyamanan wisatawan untuk dapat mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Adapun sarana-sarana penting yang berkaitan dengan perkembangan pariwisata adalah sebagai berikut :Ruang ganti, Tempat Kuliner, Hiburan dan Keamanan.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Alam Sulili Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Data primer merupakan data utama yang dihasilkan dari penelitian melalui beberapa teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti yaitu observasi dan wawancara, yang berupa kata-kata dan tindakan (Tapatfeto et al., 2018). Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan, *purposive sampling*. *Purposive* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, yaitu orang yang dianggap paling tahu atau sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi yang diteliti. Dalam penelitian ini yang dijadikan informan ialah:

- a. Bapak Andi Pasalo selaku Kepala Desa Baebunta
- b. Bapak Rahman selaku pengelola Objek Wisata Alam Sulili
- c. Masyarakat sekitar
- d. Pengunjung

Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Strategi pengembangan	Suatu cara atau kondisi yang dapat berpeluang memberikan keuntungan sebagai alat bantu mencapai tujuan yang di harapkan	Pengembangan Daya Tarik Pengembangan Aksesibilitas dan Pengembangan Fasilitas

Teknik dan prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung peristiwa/fenomena yang menjadi fokus penelitian yang ada pada Objek Wisata Alam Sulilii Luwu Utara, untuk memberikan gambaran yang sesungguhnya dari objek yang telah diteliti. Dengan wawancara maka Peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi (Sugiyono, 2019). Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, skripsi, dan majalah (Asriandy, 2016).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif (SWOT).

Matriks SWOT

a. Kekuatan (*Strengths*)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata, dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasaran dan mampu bersaing untuk perkembangan selanjutnya yang menyangkut pariwisata

b. Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis

yang ada, kelemahan yang dianalisis, merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata.

c. Peluang (*Opportunities*)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi, kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis, itu sendiri misalnya competitor dan kebijakan.

d. Ancaman (*Threats*)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Tabel 2 Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	Strategis S-O (Strategi yang menggunakan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang)	Strategis W-O (Strategis yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
Peluang (O)	Strategi S-T (Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)	Strategi W-T (Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)
Ancaman (T)		

Empat strategi dalam analisis SWOT di jelaskan sebagai berikut :

- Kuadran S-O : Strategi yang menggunakan seluruh kekuatan yang kita miliki untuk merebut peluang;
- Kuadran W-O : Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk merebut peluang. Artinya banyak peluang yang dapat diraih, tetapi tidak ditunjang dengan kekuatan yang memadai (lebih banyak kelemahannya) sehingga kelemahan tersebut perlu diminimalisasi terlebih dahulu;
- Kuadran S-T : Strategi yang disusun dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi
- Kuadran W-T : Strategi yang disusun dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)

Matrix internal faktor analysis summary (IFAS) merupakan suatu analisis yang menyediakan kondisi internal perusahaan untuk dapat menentukan faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. IFAS merupakan suatu bentuk analisis strategis dari faktor-faktor internal organisasi/perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan.

Tabel 3 Matriks IFAS

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor pembobotan	Komentar
Kekuatan :1.				
2.				
3.				
Kelemahan :				
1.				
2.				
3.				
Total Skor	1.0			

Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS)

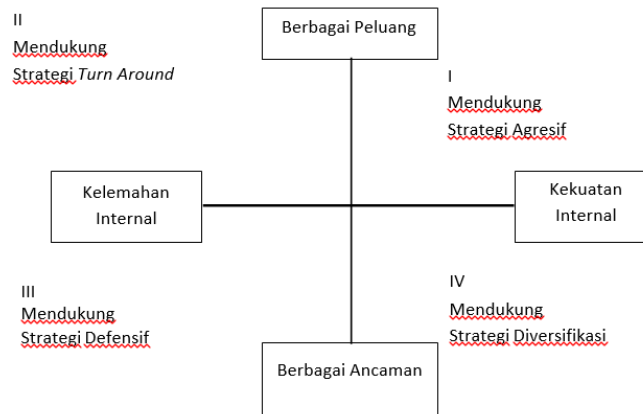
Matirix eksternal faktor analysis summary (EFAS) suatu alat analisis yang menyediakan kondisi eksternal perusahaan untuk dapat menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan. EFAS merupakan suatu bentuk analisis strategis dari faktor-faktor eksternal organisasi/perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potert peluang dan ancaman organisasi/perusahaan.

Tabel 4 Matriks EFAS

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor pembobotan	Komentar
Peluang :1.				
2.				
3.				
Ancaman :1.				
2.				
3.				
Skor pembobotan	1.0			

Diagram SWOT

Diagram SWOT adalah alat yang digunakan untuk menganalisis kondisi suatu organisasi atau bisnis. Adapun contoh diagram SWOT yang bisa digunakan untuk mempermudah dalam melakukan penelitian nanti ialah sebagai berikut:



Gambar 2

Adapun diagram analisis SWOT terdiri atas 4 daerah kuadran yang ada pada gambar diatas dimana kuadran tersebut memiliki penjelasan seperti berikut:

- Kuadran I : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang agresif (Growth oriented strategy)
- Kuadran II: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang saat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa)
- Kuadran III: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala/ kelemahan internal. Focus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang besar pasar yang baik.
- Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Objek Wisata Alam Sulili

Objek Wisata Alam Sulili merupakan salah satu destinasi sejarah dan wisata alam yang terletak di Baebunta Kabupaten Luwu Utara, letaknya berada sekitar 200 meter dari jalan poros Baebunta – Masamba. Objek wisata ini mulai di kelolasejak tahun 2020. Objek wisata ini mulai beroperasi pada tahun 2021 sampai sekarang oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES).

Wisata Alam Sulili terkenal dengan sungainya yang jernih serta kedalaman yang ramah terhadap anak-anak sehingga dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata ramah anak, dan juga memiliki fasilitas seperti spot foto, toilet, dan juga lokasi camp karena jarak yang tidak terlalu jauh, lokasi yang luas dan juga tarif biaya masuk yang terbilang murah, menjadikan objek wisata alam sulili ini juga sering digunakan untuk kegiatan-kegiatan rohani seperti ibadah padang, reat-reat rohani dan kegiatan rohani lainnya.

Analisis Data

a. Analisis Swot

Analisis SWOT merupakan singkatan dari empat kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threats* yang dimanfaatkan sebagai suatu hal untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis (Suryatama 2014). Hasil analisis internal dan eksternal mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Analisis SWOT Objek Wisata Alam Sulili

Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Keunikan dan keindahan objek wisata	Kurang fasilitas seperti toilet dan tempat kuliner Keterbatasan biaya anggaran pengembangan objek wisata Tidak terdapat transportasi menuju objek wisata Kurang perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada
Aliran air sungai yang jernih	
Adanya fasilitas yang tersedia seperti toilet, gazebo dan penginapan	
Tarif tiket yang cukup murah sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan	
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Akses jalan yang mudah di jangkau	Tidak adanya dukungan dari dinas pariwisata
Adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat	Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar
Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar	pentingnya keberadaan suatu objek wisata
Tingginya keinginan untuk berwisata dan berekreasi	Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan. Kondisi jalan menuju objek kurang memadai

b. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat alternatif strategi yaitu strategi SO (*Strategi Opportunities*), strategi ST (*Strength Threats*), strategi WO (*Weakness Opportunities*), dan strategi WT (*Weakness Threats*). Matriks SWOT pada objek wisata alam Sulili dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Matriks SWOT Objek Wisata Alam Sulili

	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
IFAS	1. Keunikan dan keindahan objek wisata 2. air sungai yang jernih Aliran 3. Adanya fasilitas yang tersedia seperti toilet, gazebo dan penginapan Tarif tiket yang cukup murah sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan	1. Kurangnya fasilitas seperti toilet dan tempat kuliner 2. Keterbatasan biaya anggaran pengembangan objek wisata 3. Tidak tersedianya transportasi menuju objek wisata Kurangnya perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah tersedia
EFAS		
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi S-O	Strategi W-O
Akses jalan yang mudah di jangkau Adanya dukungandari pemerintah sekitar dan masyarakat Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar Tingginya keinginan untuk Berwisata dan berekreasi	Pengelola dan pemerintah tetap mempertahankan keindahan dan keasrian lingkungan sekitar objek wisata (S1,O2) menyediakan wahanaseperti arum djeram untuk memanfaatkan kejernihan dan keindahan aliran air sungai sebagai daya tarik bagi wisatawan (S2, O4) Pengelola dan pemerintah perlu meningkatkan dan mempertahankan fasilitas yang ada untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung (S3,O2)	Melakukan peningkatan fasilitas seperti toilet umum dan tempat kuliner untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah dan masyarakat sekitar objek (W1,O2) Melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah atau pun swasta untuk penanaman modal (W2,O2) Pengelola bisa melakukan kerjasama dengan masyarakat (W3,O3)
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi S-T	Strategi W-T
Tidak adanya dukungan dari dinas pariwisata Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar objek wisata alam Sulili akan pentingnya keberadaan objek wisata	Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan keunikan dan keindahan yang dimiliki objek wisata alam Sulili untuk menghadapi pesaing (S1,T3) Pengelola perlu melakukan penambahan fasilitas seperti	Pengelola perlu memprioritaskan pengembangan dan peningkatan fasilitas seperti toilet umum yang bersih dan tempat makan/kuliner yang menarik disekitar objek

<p>Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan Aliran air sungai yang kadang deras</p>	<p>kolam renang untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung (S2,T4) Melakukan penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya masyarakat Sadar Wisata. (S1,T2)</p>	<p>wisata (W1,T1) Melakukan pelatihan dan pengembangan bagi petugas pengelola objek wisata dan masyarakat dalam hal pengelolaan lingkungan sekitar objek (W4,T2) Pengelola perlu menyediakan transportasi seperti ojek atau angkot agar memudahkan pengunjung menuju objek wisata sehingga tidak menjadi kendala bagi wisatawan untuk berkunjung (W3, T1)</p>
---	---	---

c. Matriks IFAS

Adapun cara menghitung IFAS adalah sebagai berikut:

- 1) Masukkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada table IFAS kolom 1.
- 2) Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total =1,00 faktor-faktor itu diberibobot didasarkan pengaruh posisi strategis.
- 3) Berikan *rating* pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulaidari 10 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut variable yang dianalisis. Variable yang bersifat positif(semua variable yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari 6 sampai dengan 10 dengan membandingkan terhadap rata-rata penting utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative kebalikannya jika kelemahan besar sekali(disbanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai kelemahan rendah/ di bawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 5.
- 4) Kalikan bobot dengan nilai (*rating*) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah)
- 5) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor bobot faktor yang dianalisis. Nilai total ini menunjukkan bagaimana variabel yang dianalisis bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Tabel 7 Matriks IFAS

Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Strength (Kekuatan)			
1. Keunikan dan keindahan alam objek wisata	0,16	4	0,64
2. Aliran air sungai yang jernih	0,12	4	0,48
3. Adanya fasilitas yang tersedia seperti toilet, gazeboh, dan penginapan	0,12	3	0,36
4. Tarif tiket yang cukup murah sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan	0,12	4	0,48
Subtotal	0,52		1,96
Weaknes (Kelemahan)			
1. Kurangnya fasilitas seperti toilet dan tempat kuliner	0,12	2	0,24
2. Keterbatasan biaya anggaran pengembangan objek wisata	0,12	1	0,12
3. Tidak tersedianya transportasi menuju objek wisata	0,16	3	0,48
4. Kurangnya perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada	0,08	3	0,24
Subtotal	0,48		1,08
Total			3,04

Dari tabel 7 matriks IFAS, menunjukkan bahwa faktor kekuatan memiliki skor 1,96 sedangkan kelemahan memiliki skor 1,08 jika di total makanya total skor pada faktor internal adalah 3,04. Hasil analisis tersebut menunjukkan kondisi internal objek wisata alam Sulili berada pada posisi yang kuat dimana objek wisata alam sulili memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan.

d. Matriks EFAS

Adapun cara menghitung EFAS ialah :

- 1) Masukkan faktor-faktor peluang dan ancaman pada tabel EFAS, kolom 1.
- 2) Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total= 1,00 faktor-faktor itu diberibobot didasarkan pada dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
- 3) Berikan rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 10 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi bersangkutan. Variable yang bersifat positif (semua variable yang masuk kategori peluang) diberi nilai dari 6 sampai dengan 10 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama. Sedangkan variable yang bersifat negative kebalikannya, jika ancaman besar sekali (disbanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1,

- sedangkan jika nilai ancaman kecil/ di bawah rata-rata pesaing- pesaingnya nilainya 5.
- 4) Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0(lemah),
 - 5) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan faktor yang dianalisis. Nilai total ini menunjukkan bagaimana reaksi faktor strategis eksternalnya.

Tabel 8 Matriks EFAS

Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)			
1. Akses jalan yang mudah dijangkau	0,17	4	0,67
Adanya dukungan dari pemerintah sekitardan masyarakat	0,13	2	0,25
3. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar	0,13	3	0,38
4. Tingginya keinginan untuk berwisata dan berekreasi	0,13	3	0,38
Subtotal	0,54		1,67
Threats (Ancaman)			
1. Tidak adanya dukungan dari dinas pariwisata	0,08	2	0,17
2. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar tentang pentingnya keberadaan suatu objek wisata	0,13	3	0,38
3. Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan	0,13	4	0,50
4. Kondisi jalan menuju objek kurang memadai	0,13	3	0,38
Subtotal	0,46		1,42
Total			3,09

Pada tabel 8, matriks EFAS menunjukkan faktor peluang dan ancaman dimana peluang memiliki skor 1.67 sedangkan ancaman memiliki skor 1,42 maka total skor yang diperoleh pada faktor eksternal adalah 3,09. Karena totalskor mendekati 4,0, berarti objek wisata alam sulili berada pada posisi eksternal yang baik dan merespon kuat peluang dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

e. Kuadran SWOT

Adapun cara menentukan sumbu X dan Y adalah nilai X dicari dengan caramelakukan pengurangan antara jumlah total S dengan total faktor W dan nilai nilai Y dicari dengan cara mengurangkan nilai total faktor O dengan nilai total faktor T, hasil dari perhitungan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

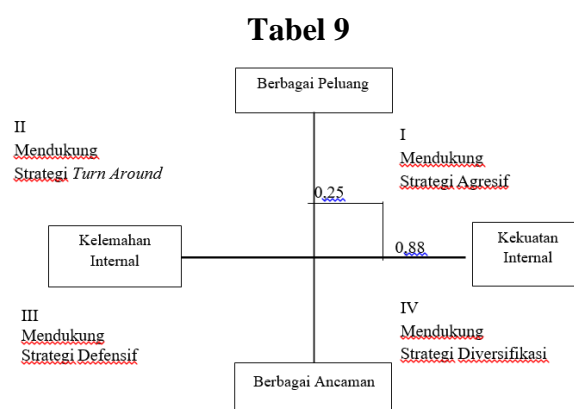
$$a. \text{sumbu X (Internal)} : 1,96-1,08$$

$$:0,88$$

$$b. \text{sumbu Y (Eksternal)} : 1,67- 1,42$$

$$: 0,25$$

Dari hasil perhitungan diatas didapatkan nilai X adalah 0,88 sedangkan nilai Y adalah 0,25. Dari hasil tersebut menunjukkan keduanya bernilai positif. Hal ini menandakan objek wisata Alam Sulili berada pada kuadran 1, diagram kuadranSWOT dapat terlihat pada gambar berikut ini



Keterangan :

Kuadran I : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi objek wisata Alam Sulili karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang agresif (Growth Oriented Strategy).

Kuadran II : Pada situasi ini objek wisata Alam Sulili menghadapi berbagai ancaman namun jika dilihat dari segi internalnya objek wisata masih memiliki kekuatan. Strategi yang harus diterapkan adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi.

Kuadran III: Objek wisata Alam Sulili menghadapi peluang yang sangat besar,tetapi dilain pihak objek wisata tersebut menghadapi berbagai kendala/ kelemahan internal. Focus objek wisata ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga mampumerebut peluang yang besar

Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan bagi objek wisata Alam Sulili karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal

Berdasarkan dari hasil analisis diagram SWOT diatas menunjukkan bahwa titik koordinat pada posisi kuadran I, dimana pada kuadran I yaitu situasi yang menguntungkan objek wisata Alam Sulili memiliki kekuatan dan peluang yang dimanfaatkan. Strategi yang digunakan pada kuadran I yaitu strategi SO (strength Opportunities) dan dukung strategi Agresif.

Pembahasan

a. Pengembangan Daya Tarik

Strategi pengembangan daya tarik pada objek wisata alam sulili yang dilakukan oleh pengelola dan pemerintah sudah cukup berhasil. Pengelola objek wisata alam Sulili sudah menyediakan beberapa spot foto yang menarik dan pengurangan biaya masuk ke objek wisata alam Sulili.. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata alam Sulili. Selain penyediaan spot foto yang menarik dan juga biaya masuk objek wisata yang cukup murah, pengelola objek wisata alam Sulili juga menyediakan tempat untuk camping sebagai strategi pengembangan daya tarik. Hal tersebut berhasil dilakukan oleh pengelola untuk menarik wisatawan terkhusus bagi kalangan anak muda untuk berkunjung ke objek wisata alam Sulili.

b. Pengembangan Aksesibilitas

Pemerintah dan pengelola objek wisata alam sulili sudah bekerjasama dengan masyarakat sekitar untuk melakukan perbaikan infrastruktur jalan. Namun upaya tersebut belum dapat dikatakan berhasil karena kondisi jalan menuju objek wisata alam Sulili memadai sehingga kadang menjadi kesulitan bagi wisatawan untuk berkunjung dan juga pengelola belum menyediakan alat transportasi untuk menunjang aksesibilitas menuju objek wisata alam Sulili. Dalam hal ini, pemerintah perlu untuk lebih memperhatikan akses jalan menuju objek wisata alam Sulili agar tidak menjadi penghalang bagi wisatawan untuk mengunjungi objek tersebut.

c. Pengembangan Fasilitas

Strategi pengembangan fasilitas yang dilakukan oleh pengelola objek wisata alam sulili sudah cukup berhasil. Pengelola objek wisata alam Sulili menyediakan *home stay* bagi para pengunjung objek wisata. Selain itu, pengelola juga menyediakan fasilitas pendukung seperti gazebo, toilet dan lahan parkir. Namun di objek wisata alam Sulili belum tersedia mushola dan fasilitas toilet yang masih kurang. Secara keseluruhan, adanya strategi yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan daya tarik, aksesibilitas dan

fasilitas telah terwujud karena berhasil menambah jumlah pengunjung yang datang. Terbukti pada bulan maret dan april, pengunjung objek wisata alam Sulili mengalami peningkatan yang cukup baik dari 500 pengunjung ke 900 pengunjung dan juga berhasil meningkatkan perekonomian Desa.

Berdasarkan hasil penelitian pada objek wisata alam sulili dengan menggunakan analisis SWOT, maka pada tabel 5 menjelaskan tentang analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*)

- a. Kekuatan (*Strenght*): Keunikan dan keindahan objek wisata alam, aliran air sungai yang jernih, adanya fasilitas yang tersedia seperti toilet, gazeboh dan penginapan, dan tarif tiket yang cukup murah sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan.
- b. Kelemahan (*Weakness*): Kurangnya fasilitas seperti toilet dan tepat kuliner, keterbatasan biaya anggaran pengembangan objek wisata, tidak tersedianya transportasi menuju objek wisata, kurangnya perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada.
- c. Peluang (*Opportunities*): akses jalan yang mudah dijangkau, adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat, terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, tingginya keinginan untuk berwisata.
- d. Ancaman (*Threats*): Tidak adanya dukungan dari dinas pariwisata, kurangnya kesadaran masyarakat sekitar objek wisata alam Sulili akan pentingnya keberadaan objek wisata, berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan, aliran air sungai yang kadang deras.

Berdasarkan hasil matriks SWOT pada tabel 6, dijelaskan alternatif strategi pada pengembangan objek wisata alam sulili, antara lain:

- a. Strategi SO (*Strenght Opportunuty*)

Strategi SO adalah strategi yang mengoptimalkan kekuatan (*Strenght*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*). Adapun alternatif dari strategi SO pada pengembangan objek wisata alam Sulili yaitu:

- 1) Strategi yang bisa digunakan adalah Pengelola dan pemerintah tetap mempertahankan keindahan dan keasrian lingkungan sekitar objek wisata. Dukungan dari pemerintah dan partipasi masyarakat mempunyai peran penting dalam menjaga kelestarian dan menariknya objek wisata tersebut sehingga dapat membantu pengelola dalam mengembang objek wisata tersebut.
- 2) Jika dilihat dari sisi kekuatan yaitu aliran air sungai yang jernih dan dari sisi peluang yaitu tingginya keinginan untuk berwisata dan berekreasi maka strategi yang bisa digunakan untuk mengembang objek wiata alam Sulili dengan menggunakan

seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang ialah pengelola bisa menyediakan wahana seperti arum djeram untuk memanfaatkan kejernian dan keindahan aliran air sungai sebagai daya tarik bagi wisatawan.

- 3) Sisi kekuatan yaitu adanya fasilitas yang tersedia seperti toilet, gazeboh dan penginapan sedangkan yang menjadi peluang yaitu adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat, maka alternatif strategi yang dapat digunakan dengan menggunakan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang adalah pengelola dan pemerintah perlu meningkatkan dan mempertahankan fasilitas yang ada untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.

b. Strategi WO (*Weakness Opportunities*)

Strategi WO merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, alternatif strategi WO pada objek wisata alam Sulili yaitu:

- 1) Strategi yang bisa digunakan pengelola dan pemerintah untuk mengembangkan objek wisata alam Sulili dengan meminimalkan kurangnya fasilitas seperti toilet dan tempat kuliner dan memanfaatkan adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat adalah melakukan peningkatan fasilitas seperti toilet umum dan tempat kuliner untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah dan masyarakat sekitar objek. Tersedianya fasilitas yang lengkap di objek wisata bisa menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung.
- 2) Salah satu kendala dalam mengembang objek wisata alam sulili adalah keterbatasan biaya anggaran karena objek wisata ini tidak dinaungi oleh dinas pariwisata dan hanya dikelola oleh pemerintah setempat sehingga pemerintah setempat terkendala oleh biaya anggaran karena dana desa tidak hanya berfokus untuk pengembangan objek wisata alam Sulili. Dengan meminimalkan kelemahan yaitu keterbatasan biaya anggaran pengembangan objek wisata dan memanfaatkan peluang yaitu adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat, maka strategi yang bisa digunakan untuk mengembangkan objek wisata alam Sulili adalah melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah atau swasta untuk penanaman modal. Permasalahan pengembangan pariwisata sangat dipengaruhi oleh ketersediaan anggaran dana untuk membangun dan mengelola suatu objek wisata. Untuk mengatasi permasalahan terbatasnya biaya atau anggaran yang disediakan oleh pemerintah untuk mengembangkan pariwisata adalah melakukan koordinasi dengan pihak swasta untuk menanamkan modalnya, dengan membentuk ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu.

- 3) Dengan meminimalkan kelemahan yaitu tidak tersedianya transportasi menuju objek wisata dan memanfaatkan peluang yaitu terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, maka strategi yang dapat digunakan pengelola objek wisata alam Sulili adalah pengelola bisa melakukan kerjasama dengan masyarakat dimana masyarakat bisa membuka jasa angkutan seperti ojek ke objek wisata untuk memudahkan wisatawan menuju lokasi objek. Ketersediaan aksesibilitas di daerah objek wisata akan berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.

c. Strategi ST (*Strength Threat*)

Strategi ST merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.

Strategi ST pada pengembangan objek wisata alam Sulili yaitu:

- 1) Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan keunikan dan keindahan yang dimiliki objek wisata alam Sulili untuk menghadapi pesaing. Pemanfaatan promosi sangat berpengaruh besar dalam menghadapi pesaing karena lewat promosi wisatawan dapat mengetahui tentang keberadaan objek wisata alam Sulili dan keunikan serta keindahan yang dimiliki oleh objek tersebut sehingga dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata alam Sulili.
- 2) Pengelola perlu melakukan penambahan fasilitas seperti kolam renang untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung. Penyediaan opsi rekreasi yang lebih aman dan menarik dapat menjadi pendorong bagi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata alam Sulili.
- 3) Dengan menggunakan kekuatan yaitu keunikan dan keindahan objek wisata untuk mengatasi ancaman yaitu kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya keberadaan suatu objek wisata, maka alternatif strategi yang bisa digunakan adalah dengan melakukan penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya masyarakat Sadar Wisata. Pemberdayaan dan penyuluhan kepada masyarakat di kawasan objek wisata menjadi pilihan yang paling penting untuk dikembangkan dan untuk mendukung perkembangan objek wisata alam dibutuhkan masyarakat yang memiliki sikap dan tingkah laku yang baik sebagai tuan rumah.

d. Strategi WT (*Weakness Threat*)

Strategi WT merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi WT pada objek wisata alam Sulili yaitu:

- 1) Strategi yang bisa digunakan dengan meminimalkan kurangnya fasilitas seperti toilet dan tempat kuliner dan menghindari tidak adanya dukungan dari dinas pariwisata adalah

pengelola perlu memprioritaskan pengembangan dan peningkatan fasilitas seperti toilet umum dan tempat makan/kuliner yang menarik disekitar objek wisata. Fasilitas toilet yang bersih dan memadai serta tempat makan yang menarik akan memberikan nilai tambah dan membuat wisatawan merasa lebih nyaman selama melakukan kunjungan objek karena kebutuhan mereka terpenuhi.

- 2) Strategi yang bisa digunakan untuk mengembangkan objek wisata alam Sulili adalah melakukan pelatihan dan pengembangan bagi pengelola objek wisata dan masyarakat dalam hal pengelolaan lingkungan sekitar objek dengan meminimalkan kelemahan yaitu kurangnya perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada dan menghindari ancaman yaitu kurangnya kesadaran masyarakat sekitar tentang pentingnya keberadaan suatu objek wisata. Dengan adanya pelatihan ini, mereka dapat mempelajari tentang bagaimana cara menjaga dan melestarikan lingkungan dan memperbaiki kualitas objek wisata secara keseluruhan.
- 3) Pengelola perlu menyediakan alat transportasi seperti ojek atau angkot agar memudahkan pengunjung menuju objek wisata sehingga tidak menjadi kendala bagi wisatawan untuk berkunjung. Strategi tersebut meminimalkan kelemahan yaitu tidak tersedianya transportasi menuju objek wisata dan menghindari ancaman yaitu kondisi jalan yang kurang memadai. Strategi ini tidak hanya mengatasi aksesibilitas akibat tidak adanya transportasi menuju objek tetapi juga mengurangi resiko dari kondisi jalan yang kurang memadai.

Dari tabel 5 matriks IFAS, menunjukkan bahwa faktor kekuatan memiliki skor 1,96 sedangkan kelemahan memiliki skor 1,08 jika di total makanya total skor pada faktor internal adalah 3,04. Apabila kekuatan dan kelemahan itu dioptimalkan maka akan mengatasi berbagai kelemahan yang ada.

Pada tabel 6 matriks EFAS, menunjukkan faktor peluang dan ancaman dimana peluang memiliki skor 1,67 sedangkan ancaman memiliki skor 1,42 maka total skor yang diperoleh pada faktor eksternal adalah 3,09. Karena total skor mendekati 4,0, berarti objek wisata alam sulili berada pada posisi eksternal yang baik dan merespon kuat peluang dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Berdasarkan hasil diagram SWOT, diperoleh titik koordinat (X,Y) yaitu (0,88;0,25) sehingga didapatkan titik potong yang berada pada kuadrat 1 yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang digunakan pada kuadrat 1 yaitu strategi SO (*Strenght Opportunities*).

5. SIMPULAN

Sesuai pembahasan yang sudah ada maka kesimpulan dari penelitian yaitu Faktor kekuatan (Strength) dari objek wisata alam Sulili yaitu: keunikan dan keindahan objek wisata, aliran air sungai yang jernih, adanya fasilitas yang tersedia seperti toilet, gazeboh dan penginapan, tarif tiket yang cukup murah sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan. Sedangkan faktor kelemahan (Weakness) yaitu: kurangnya fasilitas seperti toilet dan tempat kuliner, keterbatasan biaya anggaran pengembangan objek wisata, tidak tersedianya transportasi menuju objek wisata, kurangnya perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada. Faktor peluang (Opportunity) yaitu: akses jalan yang mudah dijangkau, adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat, terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, tingginya keinginan untuk berwisata dan berekreasi. Sedangkan faktor ancaman (Threat) yaitu: tidak adanya dukungan dari dinas pariwisata, kurangnya kesadaran masyarakat sekitar tentang pentingnya keberadaan suatu objek wisata, berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan, kondisi jalan menuju objek kurang memadai.

Matriks IFAS, menunjukkan bahwa faktor kekuatan memiliki skor 1,96 sedangkan kelemahan memiliki skor 1,08 jika di total makanya total skor pada faktor internal adalah 3,04. Hasil analisis tersebut menunjukkan kondisi internal objek wisata alam Sulili berada pada posisi yang kuat dimana objek wisata alam sulili memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Matriks EFAS menunjukkan faktor peluang dan ancaman dimana peluang memiliki skor 1.67 sedangkan ancaman memiliki skor 1,42 maka total skor yang diperoleh pada faktor eksternal adalah 3,09. Karena total skor mendekati 4,0, berarti objek wisata alam sulili berada pada posisi eksternal yang baik dan merespon kuat peluang dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Berdasarkan hasil analisis pada matriks SWOT diperoleh empat alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT untuk mendukung pengembangan objek wisata alam Sulili. Dari hasil diagram SWOT diperoleh titik koordinat (x,y) yaitu (0,88;0,25) sehingga didapatkan titik potong pada kuadrat 1 yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi objek wisata alam Sulili.

Adapun saran peneliti dalam penelitian ini adalah bagi pengelola objek wisata alam Sulili agar lebih meningkatkan strategi promosi sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan, menambah fasilitas pendukung seperti toilet dan mushola, menambah wahana baru dan menjaga kebersihan objek wisata. Kemudian bagi masyarakat setempat agar menjaga keamanan dan kenyamanan pengunjung yang akan berwisata di Objek Wisata Alam Sulili

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media. Iii, B. A. B., & Penelitian, J. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Asriandy, I. A. N. (2016). *STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR*.
- Mario, Barreto., IGAK, Giantari . (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo Kabupaten Bobonaro Timor Leste 4 (11), 773-796. *Ejurnal ekonomidan bisnis universitas udayana*
- Moleong, L. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Prasetya, D., & Rani, M. (2014). PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten
- Rafita Min Sanjaya. (2020). *Strategi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Objek Wisata Puncak Temiangan (Studi di Pekon Trimulyo Kecamatan Gedung Surian Kabupaten Lampung Barat)*. July, 1–23.
- Ristarnado, R., Settyoko, J., & Harpinsyah, H. (2019). Strategi pemerintahan desa dalam mengembangkan pariwisata Abstrak Informasi Artikel. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 1(1), 40–51.
- Roy, F., & Serano, V. R. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bambu Mandira Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Societas : Jurnal Ilmu Administrasi Dan Sosial*, 8(2), 82–95. <https://doi.org/10.35724/sjias.v8i2.251>
- Sugiyono. (2014). *memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Sri, Wahyuningsih., Muhammad, Nuhung., Ismail, Rasulong. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba. *jurnal profitabiliti fakultas ekonomi dan bisnis*. 3(1), 141-157.
- Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412–421.
- Suryatama, Erwin. 2014. *Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis Surabaya: Kata Pena*.
- Syam, A., & Arif, M. (2017). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang Di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah*, vol 2(2), 191–200. <http://ejurnal.stkip-pessel.ac.id/index.php/kp/article/download/161/106>
- Tapatfeto, M. A. K., Bessie, J. L. D., & Kasim, A. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DALAM UPAYA PENINGKATAN KUNJUNGAN (Studi Pada Objek

Ulumiyah, I., Juli Andi Gani, A., & Indah Mindarti, L. (2018). Peran Pemerintah Desa dalam Memberdayakan Masyarakat Desa (Studi pada Desa Sumberpasir Kecamatan Pakis Kabupaten Malang). In JAP) (Vol. 1, Issue 5).

Wijaya, A. A. G. (2014). Strategi pengembangan objek wisata desa tenganan pegringsingan kabupaten karangasem. *Jurnal Ilmiah HospitalityManagement*, 4(2), 25-40.

Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS). *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, 6(1), 1–20.