

## Strategi Pengembangan Pariwisata Desa Tablanusu di Kabupaten Jayapura

**Sriyono**

Prodi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Cenderawasih

Email: sriyono5555@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian mempunyai tujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan Wisata Tablanusu, Mengetahui dampak pengembangan wisata alam dan menganalisa SWOT terkait dengan strategi pengembangan wisata tersebut. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif dengan harapan dapat memperoleh berbagai data perihal penerapan strategi pengembangan pariwisata Tablanusu serta keadaan secara alami, Teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara dan Dokumentasi, Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian Aspek Fisik yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dari segi kekuatan Kekuatan (*Strenght*) yakni a. Kawasan potensi pengembangan wisata, b. Ketersediaan fasilitas penunjang (resto, musholla dan kamar mandi), c. Tidak ada gangguan dari binatang buas, d. Tidak ditemukan di daerah lain dan e. Aksesibilitas yang mudah dan aman. Sedangkan Kelemahan (*Weakness*) sebagai berikut, a. Fasilitas penunjang pariwisata belum mencukupi, b. Sistem jaringan draenase belum tersedia, c. Tempat parkir belum tersedia, d. Sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki masih bersifat alami dan belum tertata, e. Belum ada dukungan dari pihak luar). Selanjutnya dari segi Peluang (*Opportunities*) yaitu a. Dukungan dari pihak swasta dan pemetintah, b. Pengelola obyek wisata meliputi 3 element yakni masyarakat, swasta dan pemerintah.dari segi Ancaman (*Thereath*) yaitu a. Legalitas tempat wisata, b. Pengaruh budaya wisata, c. Kadang terjadi pengalihan fungsi oleh masyarakat sekitar kawasan wisata, d. Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar.

**Kata Kunci:** Strategi, Pengembangan, Pariwisata, Tablanusu

### **ABSTRACT**

*The research aims to find out the development strategies that need to be carried out to develop Tablanusu Tourism, find out the impact of natural tourism development and analyze the SWOT related to the tourism development strategy. This research uses a descriptive qualitative research design with the hope of obtaining various data regarding the implementation of Tablanusu tourism development strategies and natural conditions, data collection techniques through observation, interviews and documentation, data*

*analysis techniques using SWOT analysis. The results of the Physical Aspects research carried out using SWOT analysis in terms of Strength, namely a. Potential tourism development areas, b. Availability of supporting facilities (restaurant, prayer room and bathroom), c. No disturbance from wild animals, d. Not found in other areas and e. Easy and safe accessibility. Meanwhile, Weaknesses are as follows, a. Tourism supporting facilities are inadequate, b. The drainage network system is not yet available, c. Parking space is not yet available, d. Vehicle and pedestrian circulation is still natural and unorganized, e. There is no support from outside parties yet). Furthermore, in terms of Opportunities, namely a. Support from the private sector and government, b. Tourist attraction management includes 3 elements, namely society, private sector and government. In terms of Threats (Thereath), namely a. Legality of tourist attractions, b. Influence of tourist culture, c. Sometimes there is a transfer of functions by the community around the tourist area, d. Tourism activities make the environment polluted.*

**Keywords:** *Strategy, Development, Tourism, Tablanusu*

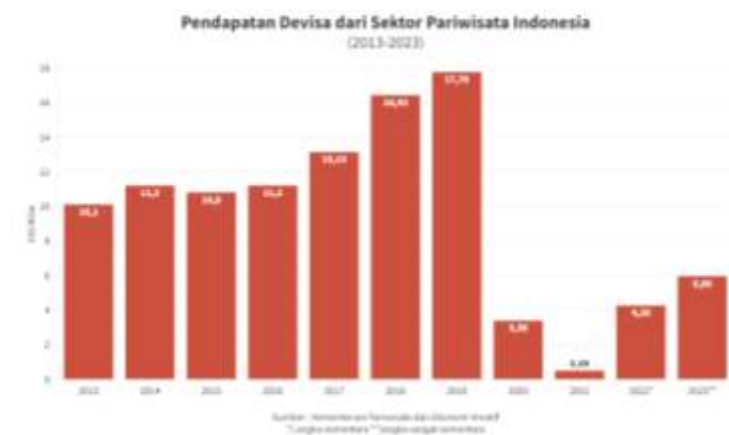
## **1. PENDAHULUAN**

Potensi sumber daya alam yang melimpah di Negara Republik Indonesia dari berbagai keanekaragaman sejarah ataupun budaya serta keanekaragaman hayati memberikan nilai tambah tersendiri. Melimpahnya sumber daya alam tersebut secara tidak langsung dapat memberikan dampak terhadap peningkatan sektor perekonomian masyarakat namun tidak dapat merusak lingkungan disekitar apabila dapat dikelola dengan baik. Faktor pariwisata menjadi salah satu bentuk pemanfaatan sumber daya alam yang mempunyai nilai perekonomian tinggi bagi suatu daerah jika dapat dikelola dengan baik sehingga dapat mendatangkan para wisatawan untuk dapat berkunjung ke lokasi tersebut.

Banyak faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, diantaranya karena ingin melihat tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi dan ingin belajar sesuatu atau untuk sekedar rekreasi atau rilaks. Oleh karena itu pemerintah harus mengembangkan objek-objek wisata sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Indonesia memiliki banyak keunggulan wisata baik wisata buatan, wisata budaya dan wisata alam yang dapat menghipnotis wisatawan untuk berkunjung. Pariwisata juga bisa dikategorikan suatu kebutuhan bagi masyarakat dan kebutuhan psikis masyarakat (wisatawan) butuh kepuasan dengan apa yang mereka inginkan. Dalam hal tersebut memerlukan adanya suatu kebijakan yang menjadi salah satu acuan terwujudnya di bidang pengembangan pariwisata dan peningkatan perekonomian antara masyarakat dan pemerintah. Sektor pendorong di daerah sekitar mengharapkan dampak positif guna menunjang perekonomian masyarakat disekitar tempat wisata tersebut pihak pemerintah memberikan suatu keleluasaan agar masyarakat dapat terbantu dari segi perekonomian.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam. Hendaknya pihak pengelola melakukan pengembangannya yang berkaitan dengan Objek dan daya tarik (*Attractions*) yang didukung dengan ketersediaan fasilitas pendukung serta memperbaruinya yang merupakan bagian dari Aksesibilitas (*Accessibility*), dan menambah fasilitas Amenitas (*Amenities*) sehingga para wisatawan tidak bosan untuk menyantap berbagai macam menu makanan yang tersedia. Selanjutnya membangun Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*) atau dapat melakukan kerjasama dengan pihak instansi luar dan yang paling penting yakni mengurus dasar hukum sebagai bagian dari Kelembagaan (*Institutions*) sehingga dapat diakui oleh pihak terkait.

Pendapatan devisa Negara dari sektor pariwisata Indonesia mencapai US\$4,26 miliar pada 2022. Pencapaian nilai tersebut telah melonjak hingga 769,39% apabila dibandingkan pada tahun sebelumnya yang mencapai US\$0,49 miliar, meski angka tersebut masih dinilai jauh apabila dibandingkan pada tahun sebelum pandemi, namun dalam masa transisi pemulihan tersebut sudah nampak signifikansi kenaikan devisa negara yang disumbangkan oleh sektor pariwisata dari setiap tahunnya, sebagaimana gambar berikut:



Sumber: (Widi, 2022)

Kabupaten Jayapura merupakan salah satu wilayah sedang gencar membangun pariwisata. Unit-unit pariwisata ini berpusat pada 139 desa yang menjadi area kabupaten ini memerlukan pengembangan lebih jauh dari segi destinasi wisata. Tablanusu merupakan satu desa yang menjadi bagian potensial dengan keindahan pantainya. Objek wisata desa Tablanusu dipengaruhi oleh keberagaman flora dan fauna di dalamnya, termasuk keunikan alam lainnya. Keunggulan Desa Tablanusu lainnya adalah seluruh

kawasan desa ini dipenuhi batu koral hitam dan letak yang strategis yang berdekatan dengan pantai Amay dan Harlem (Palimbunga, 2018).

Pantai Tablanusu mempunyai daya tarik tersendiri jika dibandingkan dengan deretan pariwisata yang ada disekitar, yakni dengan adanya panorama teluk yang berbentuk cinta sebagaimana nama lokasi wisata tersebut, sehingga memiliki nilai tambah dengan kawasan lainnya. Bahkan apabila dapat dikembangkan dengan baik maka dapat menarik wisatawan mancanegara dengan skala besar. Mengingat kawasan wisata tersebut hingga sampai saat ini masih beroperasi ala kadarnya yang disebabkan keterbatasan kemampuan pihak pengelola, maka dianggap perlu untuk dilakukan proses pengembangan sehingga dapat menarik minat para investor untuk dapat berkontribusi dalam kepengurusan wisata Tablanusu. Berdasarkan hal tersebut peneliti menganggap penting untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Pariwisata Desa Tablanusu Kabupaten Jayapura”.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Strategi**

Istilah strategi berasal dari kata Yunani, *strategeia* (*stratus* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi merupakan cara terbaik yang dijalankan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut (Rangkuti, 2018) merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang. Pendapat lain mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan (Faliyandri, 2020).

Suatu strategi yang baik tidak akan berhasil apabila tidak diikuti dengan kebijaksanaan dan taktik yang tepat. Setiap organisasi pasti memiliki strategi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Tipe strategi yang digunakan dalam suatu organisasi tidaklah sama. Ada beberapa strategi yang digunakan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Manajemen strategi didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang (Wahyuningsih, Rasulog and Nuhung, 2019). Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategis ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau *sustainable* termasuk dari segi profit yang stabil.

### **2.2 Pengembangan Wisata**

Kerangka pengembangan destinasi pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama yaitu Objek dan daya tarik (*Attractions*), Aksesibilitas (*Accessibility*), Amenitas (*Amenities*), Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*),

Kelembagaan (*Institutions*). Dalam pengembangannya tentu harus diperhatikan hal-hal yang berpengaruh dalam pelaksanaan pariwisata ini, prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang, sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam (Yoeti, 2015).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata harus memperhatikan beberapa aspek yaitu objek dan daya tarik dalam hal ini objek wisata yang dituju apakah mempunyai daya tarik atau tidak, tentu objek wisata yang akan dituju ini harus didukung beberapa hal diantaranya akses menuju objek wisata apakah layak atau tidak kemudian fasilitas penunjang seperti akomodasi, rumah makan, fasilitas biro perjalanan di sekitar objek wisata apakah tersedia atau tidak kemudian fasilitas pendukung seperti bank, dan rumah sakit apakah memadai atau tidak dan tentunya dipengaruhi oleh keadaan masyarakat setempat. Kemudian apabila hal ini telah tersedia dan dikembangkan dengan baik maka dapat dipastikan manfaat pariwisata di bidang ekonomi, sosial budaya serta lingkungan hidup dapat tercapai dengan baik.

### 2.3 Pariwisata

Secara etimologis, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta dan terdiri dari dua kata: “pari” dan “wisata”. Paris berarti diulang berkali-kali atau berputar-putar, Wisata berarti perjalanan atau perjalanan, jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan dalam lingkaran, berulang atau berkali-kali. Pariwisata adalah perjalanan yang berlangsung tepat waktu, terorganisir dari satu tempat ke tempat lain, mendedikasikan perjalanannya semata-mata untuk pariwisata dan rekreasi daripada mencari nafkah atau mencari nafkah (dalam bisnis) di tempat-tempat yang dikunjungi.

Sedangkan pendapat lain mengungkapkan jika Pariwisata ialah suatu proses kepergian sementara dari seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya, karena suatu alasan dan bukan untuk menghasilkan uang (Yasti, et al., 2022). Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional maupun global (Rohim, et al., 2021).

Sujali mengemukakan bahwa bahan dasar yang perlu dimiliki oleh industri pariwisata dibedakan menjadi tiga bentuk, yaitu Objek wisata alam (*natural resources*), Objek wisata budaya atau manusia (*human resources*), Objek wisata buatan manusia (*man made resources*). Kemudian untuk penyelenggaraan tata kelola kepariwisataan memiliki prinsip yang baik menurut (Surya Dailiati, Hernimawati and Surdayanto, 2021) pada intinya adalah adanya koordinasi dan sinkronisasi program antar pemangku kepentingan yang ada serta pelibatan partisipasi aktif yang sinergis (terpadu dan saling menguatkan) antara pihak pemerintah, swasta/industri pariwisata, dan masyarakat setempat yang terkait. Dalam menuju perkembangan wisata disuatu daerah, terdapat

berbagai faktor yang dapat mempengaruhi terhadap perkembangan daerah tersebut, diantaranya yaitu faktor lokasi, faktor relief/topografi, faktor iklim, faktor air, faktor atraksi wisata, faktor aksesibilitas, faktor infrastruktur, faktor akomodasi, faktor pesona (Wiseza, 2017).

#### 2.4 Analisis SWOT

Menurut (Hamali, 2019) Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan atau organisasi. Melalui analisis ini pemimpin atau manajer dapat menciptakan tujuan sepintas (*overview*) secara cepat mengenai situasi strategik organisasi. Menurut (Rangkuti, 2018) analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT, yaitu suatu metode untuk menggambarkan dan membandingkan bagaimana kondisi dan cara untuk mengevaluasi suatu masalah bisnis dan proyek berdasarkan faktor eksternal dan internal, yaitu *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*. Model Analisis SWOT menilai antara faktor luar perusahaan (peluang dan ancaman) dengan faktor dalam perusahaan (kekuatan dan kelemahan). Faktor dalam perusahaan termasuk kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) sedangkan faktor dari luar perusahaan termasuk kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*) (Rangkuti, 2018).

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian menggunakan *field research* dengan pengamatan secara langsung dalam penelitian sosial kecil dengan mengamati keadaan yang berada dalam lokasi penelitian (Moleong, 2021). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* atau pemilihan secara sengaja dengan beberapa pertimbangan. Informan yang dimaksud adalah informan yang dianggap mempunyai kemampuan dan mengerti permasalahan terkait Strategi Pengembangan Pariwisata di wisata Tablanusu. Sumber data yang diperoleh yaitu dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, tanggapan-tanggapan serta tafsiran yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yaitu analisis yang dimaksud untuk melihat sejauh mana penerapan strategi pengembangan objek wisata dalam meningkatkan wisatawan yang berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan menilai faktor dalam perusahaan termasuk kedalam matrik

yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) dan faktor dari luar perusahaan termasuk kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*). Periode penelitian dilaksanakan pada bulan April – Juli tahun 2023.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Hasil Penelitian

Bentuk dari analisa yang dilakukan dengan menggunakan SWOT sebagai upaya untuk mengetahui formulasi serta rekomendasi yang selanjutnya dapat diambil tindakan lebih lanjut yang sesuai dengan informasi serta kondisi terkini yang diperoleh selama masa penelitian. analisa dua tahap formulasi dari strategi dipergunakan sebagai upaya bahan pengembangan yang mencakup kawasan internal serta eksternal (IFAS serta EFAS).

##### SWOT Aspek Fisik

**Tabel 1. Matrik Analisis SWOT Aspek Fisik**

<i>Internal</i>	<p style="text-align: center;"><b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b></p> <p>(S1) Kawasan potensi pengembangan wisata</p> <p>(S2) Ketersediaan fasilitas penunjang (resto)</p> <p>(S3) Tidak ada gangguan dari binatang buas</p> <p>(S4) Tidak ditemukan di daerah lain</p> <p>(S5) Aksesibilitas yang mudah dan aman</p>	<p style="text-align: center;"><b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b></p> <p>(W1) Fasilitas penunjang pariwisata belum mencukupi</p> <p>(W2) Sistem jaringan draenase belum tersedia</p> <p>(W3) Tempat parkir belum tersedia</p> <p>(W4) Sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki masih bersifat alami dan belum tertata</p> <p>(W5) Belum ada dukungan dari pihak luar</p>
<i>Eksternal</i>	<p style="text-align: center;"><b><i>Strenght-Opportunities</i></b></p> <p>(SO1) Memanfaatkan lingkungan sekitar untuk mengembangkan potensi wisata (S1, O1, O2)</p> <p>(SO2) Meningkatkan persepsi serta apresiasi wisatawan terkait fasilitas penunjang yang tersedia sebagai</p>	<p style="text-align: center;"><b><i>Weakness-Opportunities</i></b></p> <p>(WO1) Perlu pengadaan dan pembaharuan sarana dan prasarana wisata sebagai penunjang dengan melibatkan pihak swasta atau pemerintah (W1, O1,O3)</p>
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>		
<p>(O1) Dukungan dari pihak swasta dan pemetintah</p> <p>(O2) Pengelola obyek wisata meliputi 3 element yakni</p>		

<p>masyarakat, swasta dan pemerintah</p>	<p>pendukung resto (S2, O1, O2)  (SO3) Memanfaatkan kemudahan aksesibilitas sebagai potensi pengembangan wisata pantai (S3, O1)  (SO4) Memanfaatkan vegetasi yang ada sebagai tambahan wisata  (SO5) Meningkatkan persepsi wisatawan perihal tidak adanya gangguan binatang buas</p>	<p>(WO2) Fasibilitas kurang memenuhi standart (W1, W3)  (WO3) Penataan prasarana dengan melibatkan pihak swasta, pemerintah dan masyarakat (W2, O1, O2)  (WO4) Menambah dan menata vegetasi dengan melibatkan pihak swasta, masyarakat dan pemerintah (W2, O1, O2)  (WO5) Menata tempat parkir (W3, O2)  (WO6) Menata sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki (W4, W5, O2)</p>
<p><b>Ancaman (<i>Thereath</i>)</b>  (T1) Legalitas tempat wisata  (T2) Pengaruh budaya wisata  (T3) Kadang terjadi pengalihan fungsi oleh masyarakat sekitar kawasan wisata  (T4) Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar</p>	<p><b><i>Strenght-Thereath</i></b>  (ST1) Lahan yang ada disekitar merupakan lahan yang dapat dijadikan lokasi pengembangan wisata</p>	<p><b><i>Weakness-Thereath</i></b>  (WT1) Lahan yang ada dilokasi wisata merupakan (LNB) Lahan Negara Bebas sehingga sewaktu-waktu dapat beralih fungsi (T1,T3, W5)  (WT2) Pengembangan sarana dan prasarna penunjang kegiatan belum menemui titik terang (W1-5, T1-4)</p>

Sumber: Pariwisata Tablanusu (2023).



Tabel 2. IFAS (*Internal Strategic Faktors Analysis Summary*) aspek fisik

Faktor Internal	Keterangan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Kekuatan</b> ( <i>Strenght</i> )	Kawasan potensi pengembangan wisata	0,2	4	0,8
	Ketersediaan fasilitas penunjang (resto)	0,2	4	0,8
	Tidak ada gangguan dari binatang buas	0,1	3	0,3
	Tidak ditemukan di daerah lain	0,3	4	1,2
	Aksesibilitas yang mudah dan aman	0,2	4	0,8
<b>Total</b>		<b>1.0</b>		<b>3.9</b>
<b>Kelemahan</b> ( <i>Weakness</i> )	Fasilitas penunjang pariwisata belum mencukupi	0,3	2	0,6
	Sistem jaringan draenase belum tersedia	0,1	2	0,2
	Tempat parkir belum tersedia	0,1	2	0,2
	Sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki masih bersifat alami dan belum tertata	0,2	1	0,2
	Belum ada dukungan dari pihak luar	0,3	2	0,6
<b>Total</b>		<b>1.0</b>		<b>1.8</b>

Sumber: (Rangkuti, 2018)

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary*) Aspek Fisik

Faktor Internal	Keterangan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Peluang</b> ( <i>Opportunities</i> )	Dukungan dari pihak swasta dan pemerintah	0,5	4	2.0
	Pengelola obyek wisata meliputi 3 element yakni masyarakat, swasta dan pemerintah	0,5	4	2.0
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>4.0</b>
<b>Ancaman</b> ( <i>Thereath</i> )	Legalitas tempat wisata	0,3	3	0,9
	Pengaruh budaya wisata	0,1	2	0,2
	Tempat parkir belum tersedia	0,1	1	0,1
	Kadang terjadi pengalihan fungsi oleh masyarakat sekitar kawasan wisata	0,2	2	0,4

Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar	0,3	2	0,6
<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2.2</b>

Sumber: Rangkuti (2018).

SWOT Aspek non Fisik

**Tabel 4. Matrik Analisis SWOT Aspek Non Fisik**

<b>Internal</b>	<p><b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b></p> <p>(S1) Potensi budaya, tradisi serta makanan khas daerah setempat dan karakter sifat penduduk setempat menjadi daya tarik tersendiri sebagai obyek wisata</p> <p>(S2) Aktifitas selain wisata yang dilakukan oleh masyarakat yakni nelayan ikan sehingga dapat menjadi tambahan pencaharian disekitar wisata</p> <p>(S3) Jumlah penduduk yang tumbuh dan berkembang di sekitar wisata menjadi potensi sebagai pelaku wisata</p>	<p><b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b></p> <p>(W1) Sebagian besar warga disekitar bermata pencaharian hasil laut, diantaranya berupa nelayan ikan. Namun penghasilan dari hasil laut kurang mencukupi untuk kebutuhan sehari-harinya</p> <p>(W2) Rendahnya kualitas SDM masyarakat sekitar mengenai kepariwisataan</p> <p>(W3) Kurangnya perhatian masyarakat dan pemerintah sekitar terkait pengelolaan dan daya tarik wisata</p> <p>(W4) Aktivitas kepariwisataan yang sempat terkendala</p>
<b>Eksternal</b>	<p><b><i>Strenght-Opportunities</i></b></p> <p>(SO1) Memanfaatkan potensi budaya, tardisi ,makanan khas daerah dan sifat karakter masyarakat sekitar sebagai daya tarik wisata (S1, O1, O2)</p> <p>(SO2) Memanfaatkan kegiatan masyarakat sebagai nelayan ikan dengan menjadikan kawasan lindung untuk sektor</p>	<p><b><i>Weakness-Opportunities</i></b></p> <p>(WO1) Perlu pengadaan beberapa sarana pelengkap untuk budidaya ikan dan rumput laut (W1 dan O1)</p> <p>(WO2) Perlu dilakukan sosialisai mengenai kepariwisataan kepada masyarakat sekitar Tablanusu dengan melibatkan pemerintah</p>
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	<p>(O1) Dukungan dari pihak swasta dan pemetintah</p> <p>(O2) Pengelola obyek wisata meliputi 3 element yakni masyarakat, swasta dan pemerintah</p>	

	<p>ekonomi bagi masyarakat sekitar. (S2 dan O1)</p> <p>(SO3) Memanfaatkan jumlah masyarakat sebagai pelaku pariwisata dengan berinteraksi kepada pengunjung apa maksud dan tujuan berkunjung , dengan itu masyarakat diharapkan menjadi pengelola wisata untuk pengembangan wisata Tablanusu. (S3, O1, O2)</p>	<p>dan pihak swasta (W2 dan O2)</p> <p>(WO3) Dukungan pemerintah dan keterlibatan Stakeholders, diharapkan untuk lebih serius mengembangkan wisata Tablanusu (W3,O1 dan O2)</p> <p>(WO4) Mengembangkan wisata Tablanusu dengan penawaran produk wisata lainnya (W4, O1, O2)</p>
<p><b>Ancaman (<i>Thereath</i>)</b></p> <p>(T1) Legalitas tempat wisata</p> <p>(T2) Pengaruh budaya wisata</p> <p>(T3) Kadang terjadi pengalihan fungsi oleh masyarakat sekitar kawasan wisata</p> <p>(T4) Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar</p>	<p><b><i>Strenght-Thereath</i></b></p> <p>(ST1) Potensi budaya, tradisi dan makanan khas daerah dan sifat karakter masyarakat sekitar merupakan produk unggulan sebagai daya tarik wisata Tablanusu untuk di kembangkan, sehingga arahan kebijakan pemerintah akan segera dilaksanakan dengan melibatkan pihak swasta dan masyarakat (S1, T1)</p>	<p><b><i>Weakness-Thereath</i></b></p> <p>(WT1) Lahan yang ada dilokasi wisata merupakan (LNB) Lahan Negara Bebas sehingga sewaktu-waktu dapat beralih fungsi (T1,T3, W5)</p> <p>(WT2) Pengembangan sarana dan prasarna penunjang kegiatan belum menemui titik terang (W1-5, T1-4)</p>

Sumber: Pariwisata Tablanusu (2023).

**Tabel 5. IFAS (*Internal Strategic Faktors Analysis Summary*) Aspek Non Fisik**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>
	Potensi budaya, tradisi serta makanan khas daerah setempat dan karakter sifat penduduk setempat menjadi daya tarik tersendiri sebagai obyek wisata	0,4	4	1.6

<b>Kekuatan</b> ( <i>Strenght</i> )	Aktifitas selain wisata yang dilakukan oleh masyarakat yakni nelayan ikan sehingga dapat menjadi tambahan pencaharian disekitar wisata	0,3	3	0.9
	Jumlah penduduk yang tumbuh dan berkembang di sekitar wisata menjadi potensi sebagai pelaku wisata	0,3	4	1.2
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>3.7</b>
<b>Kelemahan</b> ( <i>Weakness</i> )	Sebagian besar warga disekitar bermata pencaharian hasil laut, diantaranya berupa nelayan ikan. Namun penghasilan dari hasil laut kurang mencukupi untuk kebutuhan sehari-harinya	0,2	1	0,2
	Rendahnya kualitas SDM masyarakat sekitar mengenai kepariwisataan	0,3	3	0,9
	Kurangnya perhatian masyarakat dan pemerintah sekitar terkait pengelolaan dan daya tarik wisata	0,3	4	1.2
	Aktivitas kepariwisataan yang sempat terkendala	0,2	2	0,4
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2.7</b>

Sumber: Rangkuti (2018).

**Tabel 6. EFAS (*Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary*) Aspek Non Fisik**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>
<b>Peluang</b> ( <i>Opportunities</i> )	Dukungan dari pihak swasta dan pemetintah	0,5	4	2.0
	Pengelola obyek wisata meliputi 3 element yakni masyarakat, swasta dan pemerintah	0,5	4	2.0
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>4.0</b>
	Legalitas tempat wisata	0,3	3	0,9
	Pengaruh budaya wisata	0,2	1	0,2

<b>Ancaman (Thereath)</b>	Kadang terjadi pengalihan fungsi oleh masyarakat sekitar kawasan wisata	0,2	2	0,4
	Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar	0,3	3	0,9
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2.4</b>

Sumber: Rangkuti (2018).

#### SWOT Pemasaran Wisata

**Tabel 7. Matrik Analisis SWOT aspek promosi dan pemasaran**

<b>Internal</b>	<b>Kekuatan (Strenght)</b> (S1) Adanya upaya atau promosi pengembangan yang dilakukan dengan membangun resort dan resto	<b>Kelemahan (Weakness)</b> (W1) Belum ada koordinasi serta kerjasama dengan pemerintahan dan swasta (W2) Kurangnya promosi sehingga potensi wisata belum terkenal maksimal
<b>Eksternal</b>	<b>Strenght-Opportunities</b> (SO1) Memanfaatkan potensi wisata sebagai daya tarik wisata dengan ketersediaan resto dan resort melalui pemasaran obyek wisata (S1, O1-3)	<b>Weakness-Opportunities</b> (WO1) Memanfaatkan peluang yang muncul dengan adanya kebijakan dari Pemerintah untuk pengembangan kawasan wisata sehingga memperoleh perhatian lebih lanjut (WO2) Meningkatkan promosi terhadap pihak luar sehingga dapat meningkatkan pengunjung
<b>Peluang (Opportunities)</b> (O1) Keterlibatan stakeholder dalam mempromosikan dan memasarkan wisata (O2) Peluang dalam menjalin kerjasama dengan pengelola obyek wisata lain (O3) Adanya kebijakan dari pemerintah untuk mengembankan wisata daerah		

<b>Ancaman (<i>Thereath</i>)</b>	<b><i>Strenght-Thereath</i></b>	<b><i>Weakness-Thereath</i></b>
<p>(T1) Kondisi politik, ekonomi serta keamanan yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata</p> <p>(T2) Munculnya kompetisi antara kawasan wisata didaerah lain, baik nasional maupun internasional</p> <p>(T3) Bencana alam</p> <p>(T4) Terbatasnya system informasi peluang usaha, yang mencakup informasi potensi wisata dan perluasan jaringan pemasaran</p>	<p>(ST1) Meningkatkan sarana promosi dan informasi sehingga lebih banyak wisatawan yang berkunjung</p>	<p>(WT1) Meningkatkan promosi wisata kepada masyarakat luas</p> <p>(WT2) Menghindari ancaman politik, ekonomi dan keamanan yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata</p> <p>(WT3) Mengatasi persaingan wisata dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari SDA serta SDM, serta menyesuaikan fasilitas dan sarana untuk pengunjung,</p>

Sumber: Pariwisata Tablanusu (2023).

**Tabel 8 IFAS (*Internal Strategic Faktors Analysis Summary*) Pemasaran**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>
<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	Adanya upaya atau promosi pengembangan yang dilakukan dengan membangun resort dan resto	1,0	3	3.0
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>3.0</b>
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	Belum ada koordinasi serta kerjasama dengan pemerintahan dan swasta	0,5	4	2.0

	Kurangnya promosi sehingga potensi wisata belum terkenal maksimal	0,5	3	1.5
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>3.5</b>

Sumber: Rangkuti (2018).

**Tabel 9 EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary) Pemasaran**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>
<b>Peluang (Opportunities)</b>	Keterlibatan stakeholder dalam mempromosikan dan memasarkan wisata	0,3	3	0.9
	Peluang dalam menjalin kerjasama dengan pengelola obyek wisata lain	0,5	4	2.0
	Adanya kebijakan dari pemerintah untuk mengembangkan wisata daerah	0,2	4	0,8
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>3.7</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>	Kondisi politik, ekonomi serta keamanan yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata	0,3	3	0,9
	Munculnya kompetisi antara kawasan wisata didaerah lain, baik nasional maupun internasional	0,3	2	0,6
	Bencana alam	0,2	3	0,6
	Terbatasnya system informasi peluang usaha, yang mencakup informasi potensi wisata dan perluasan jaringan pemasaran	0,2	3	0,6
	<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2.7</b>

Sumber: Rangkuti (2018).

## 4.2 Pembahasan

Dari hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan menggunakan analisa SWOT sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pengembangan kawasan wisata Tablanusu dengan menggunakan analisa SWOT, menghasilkan data sebagai berikut :

1. Faktor internal (Aspek Fisik)
  - a. Kelebihan

Kawasan potensi pengembangan wisata, Ketersediaan fasilitas penunjang (restto), Tidak ada gangguan dari binatang buas, Tidak ditemukan di daerah lain dan Aksesibilitas yang mudah dan aman.

b. Kelemahan

Fasilitas penunjang pariwisata belum mencukupi, Sistem jaringan draenase belum tersedia, Tempat parkir belum tersedia, Sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki masih bersifat alami dan belum tertata,

c. Peluang

Dukungan dari pihak swasta dan pemetintah, Pengelola obyek wisata meliputi 3 element yakni masyarakat, swasta dan pemerintah.

d. Ancaman

Legalitas tempat wisasta, Pengaruh budaya wisata, Kadang terjadi pengalihan fungsi oleh masyarakat sekitar kawasan wisata, Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar.

2. Faktor eksternal (Aspek non Fisik)

a. Kelebihan

Potensi budaya, tradisi serta makanan khas daerah setempat dan karakter sifat penduduk setempat menjadi daya tarik tersendiri sebagai obyek wisata, Aktifitas selain wisata yang dilakukan oleh masyarakat yakni nelayan ikan sehingga dapat menjadi tambahan pencaharian disekitar wisata, Jumlah penduduk yang tumbuh dan berkembang di sekitar wisata menjadi potensi sebagai pelaku wisata.

b. Kelemahan

Sebagian besar warga disekitar bermata pencaharian hasil laut, diantaranya berupa nelayan ikan. Namun penghasilan dari hasil laut kurang mencukupi untuk kebutuhan sehari-harinya, Rendahnya kualitas SDM masyarakat sekitar mengenai kepariwisataan, Kurangnya perhatian masyarakat dan pemerintah sekitar terkait pengelolaan dan daya tarik wisata dan Aktivitas kepariwisataan yang sempit terkendala.

c. Peluang

Dukungan dari pihak swasta dan pemetintah, Pengelola obyek wisata meliputi 3 element yakni masyarakat, swasta dan pemerintah.

d. Ancaman

Legalitas tempat wisasta, Pengaruh budaya wisata, Kadang terjadi pengalihan fungsi oleh masyarakat sekitar kawasan wisata, Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar.



### 3. Aspek pemasaran

#### a. Kelebihan

Adanya upaya atau promosi pengembangan yang dilakukan dengan membangun resort dan resto.

#### b. Kelemahan

Belum ada koordinasi serta kerjasama dengan pemerintahan dan swasta dan Kurangnya promosi sehingga potensi wisata belum terkenal maksimal

#### c. Peluang

Keterlibatan stakeholder dalam mempromosikan dan memasarkan wisata, Peluang dalam menjalin kerjasama dengan pengelola obyek wisata lain, Adanya kebijakan dari pemerintah untuk mengembangkan wisata daerah (Idris et al., 2020; Ilham et al., 2020; Muttaqin, 2021).

#### d. Ancaman

Kondisi politik, ekonomi serta keamanan yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata, Munculnya kompetisi antara kawasan wisata didaerah lain, baik nasional maupun internasional, Bencana alam

Selanjutnya dari hasil dari analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan menggunakan analisa SWOT sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pengembangan kawasan wisata Tablanusu dengan adanya *strengths opportunities* (SO), *strengths threats* (ST), *weakness opportunities* (WO) dan *strategi weakness threats* (WT). Tabel matrik SWOT mendapatkan strategi pengembangan sebagai berikut:

### 1. Aspek Fisik

#### a. Strategi *Strengths Opportunities* (SO)

- 1) Memanfaatkan lingkungan sekitar untuk mengembangkan potensi wisata
- 2) Meningkatkan persepsi serta apresiasi wisatawan terkait fasilitas penunjang yang tersedia sebagai pendukung resto
- 3) Memanfaatkan kemudahan aksesibilitas sebagai potensi pengembangan wisata pantai
- 4) Memanfaatkan vegetasi yang ada sebagai tambahan wisata
- 5) Meningkatkan persepsi wisatawan perihal tidak adanya gangguan binatang buas

#### b. Strategi *Strengths Threats* (ST)

Lahan yang ada disekitar merupakan lahan yang dapat dijadikan lokasi pengembangan wisata

#### c. Strategi *Weakness Opportunities* (WO)

- 1) Perlu pengadaan dan pembaharuan sarana dan prasarana wisata sebagai penunjang dengan melibatkan pihak swasta atau pemerintah
- 2) Fasibilitas kurang memenuhi standart
- 3) Penataan prasarana dengan melibatkan pihak swasta, pemerintah dan

masyarakat

4) Menambah dan menata vegetasi dengan melibatkan pihak swasta, masyarakat dan pemerintah

5) Menata tempat parkir

6) Menata sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki

d. Strategi *Weakness Threats* (WT)

1) Lahan yang ada dilokasi wisata merupakan (LNB) Lahan Negara Bebas sehingga sewaktu-waktu dapat beralih fungsi

2) Pengembangan sarana dan prasarana penunjang kegiatan belum menemui titik terang

2. Aspek non-Fisik

a. Strategi *Strengths Opportunities* (SO)

1) Memanfaatkan potensi budaya, tradisi ,makanan khas daerah dan sifat karakter masyarakat sekitar sebagai daya tarik wisata

2) Memanfaatkan kegiatan masyarakat sebagai nelayan ikan dengan menjadikan kawasan lindung untuk sektor ekonomi bagi masyarakat sekitar

3) Memanfaatkan jumlah masyarakat sebagai pelaku pariwisata dengan berinteraksi kepada pengunjung apa maksud dan tujuan berkunjung, dengan itu masyarakat diharapkan menjadi pengelola wisata untuk pengembangan wisata Tablanusu

b. Strategi *Strengths Threats* (ST)

Potensi budaya, tradisi dan makanan khas daerah dan sifat karakter masyarakat sekitar merupakan produk unggulan sebagai daya tarik wisata Tablanusu untuk di kembangkan, sehingga arahan kebijakan pemerintah akan segera dilaksanakan dengan melibatkan pihak swasta dan masyarakat

c. Strategi *Weakness Opportunities* (WO)

1) Perlu pengadaan beberapa sarana pelengkap untuk budidaya ikan dan rumput laut

2) Perlu dilakukan sosialisai mengenai kepariwisataan kepada masyarakat sekitar Tablanusu dengan melibatkan pemerintah dan pihak swasta

3) Dukungan pemerintah dan keterlibatan Stakeholders, diharapkan untuk lebih serius mengembangkan wisata Tablanusu

4) Mengembangkan wisata Tablanusu dengan penawaran produk wisata lainnya

d. Strategi *Weakness Threats* (WT)

1) Lahan yang ada dilokasi wisata merupakan (LNB) Lahan Negara Bebas sehingga sewaktu-waktu dapat beralih fungsi

2) Pengembangan sarana dan prasarana penunjang kegiatan belum menemui titik terang

3. Aspek Pemasaran sebagai berikut;
  - a. Strategi *Strengths Opportunities* (SO)  
Memanfaatkan potensi wisata sebagai daya tarik wisata dengan ketersediaan resto dan resort melalui pemasaran obyek wisata
  - b. Strategi *Strengths Threats* (ST)  
Meningkatkan sarana promosi dan informasi sehingga lebih banyak wisatawan yang berkunjung
  - c. Strategi *Weakness Opportunities* (WO)
    - 1) Memanfaatkan peluang yang muncul dengan adanya kebijakan dari Pemerintah untuk pengembangan kawasan wisata sehingga memperoleh perhatian lebih lanjut
    - 2) Meningkatkan promosi terhadap pihak luar sehingga dapat meningkatkan pengunjung
  - d. Strategi *Weakness Threats* (WT)
    - 1) Meningkatkan promosi wisata kepada masyarakat luas
    - 2) Menghindari ancaman politik, ekonomi dan keamanan yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata
    - 3) Mengatasi persaingan wisata dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari SDA serta SDM, serta menyesuaikan fasilitas dan sarana untuk pengunjung

## 5. KESIMPULAN

Berikut ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT terkait dengan pengembangan wisata Tablanusu sebagai berikut; Perlu mengembangkan obyek atau daya tarik wisata utama (*Attractions*) dengan memperbaiki sarana pendukung seperti tangga dan tempat parkir (*Accessibility*), serta perlu variasi makanan yang tersedia dalam menu restoran yang merupakan bagian dari (*Amenities*) dan berkolaborasi dengan instansi luar dalam ketersediaan (*Ancillary Services*) atau bahkan membangun secara fisik dan membuat legalitas hukum secara resmi terkait dengan pariwisata yang berkaitan dengan kelembagaan (*Institutions*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Hamali, A. Y. (2019). *Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi dan Manajemen* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Idris, U., Frank, S. A. K., Muttaqin, M. Z., & Ilham, I. (2020). Sosialisasi UU No. 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan Kepada Fresh Graduate Alumni Antropologi Di Kota Jayapura Papua. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 312-316.
- Ilham, I., Korwa, F. Y., Idris, U., & Muttaqin, M. Z. (2020). Analisis Potensi Dan Strategi

- Pengembangan Objek Wisata Pulau Asey Besar Danau Sentani Kabupaten Jayapura. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 142-155.
- Istiyani, A. D. (2019). *Menggali Potensi Desa Wisata: Mewujudkan Masyarakat*
- Moleong, L. J. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (40th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Muttaqin, M. Z. (2021). Analisis keterlibatan Lembaga swadaya masyarakat dalam program hutan kemasyarakatan di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *POLITICOS: Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 1(1), 1-13.
- Palimbunga, I. P. (2018). Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata di desa wisata Tabalansu, Papua. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 5(01), 193-210.
- Rangkuti, F. (2018a). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rohim, Asmuni, Muttaqin, M. Z. M. (2021) ‘Multi-sector Collaboration : Success Stories of Tourism Village Development’, *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik*, 11(2), pp. 395–409. doi: <https://doi.org/10.26858/jiap.v11i2.26293>.
- Surya Dailiati, Hernimawati, H., & Surdayanto. (2021). Tata Kelola Kepariwisata Kebun Binatang Kasang Kulim. *Jurnal Niara*, 14(3), 329–340. <https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.8926>
- Wahyuningsih, S., Rasulog, I., & Nuhung, M. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Tujuan Wisata di Bulukumba. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 141–157.
- Widi, S. (2022). *Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia Melejit pada 2022*. DataIndonesia.Id.
- Wiseza, F. C. (2017). Faktor-faktor yang mendukung pengembangan obyek wisata bukit khayangan di kota sungai penuh provinsi jambi. *Nur El-Islam*, 4.
- YAsti, Hendry. Suteja, I Wayan. Wahyuningsih, S. (2022). *Analisis Daya Saing PAriwisata Kapubapen Lombok Tengah : Pendekatan Competitiveness Monitor*. 1(3), 445–452.
- Yoeti, E. (2015). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradaya Pratama.