

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN DI DESA
BALA KECAMATAN WERA KABUPATEN BIMA**

***DEVELOPMENT STRATEGY OF FALLING WATER TOURISM IN BALA
VILLAGE, KECAMATAN WERA, BIMA DISTRICT***

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



OLEH

**PUTRI FITRIANI
NIM. 217120027**

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
“STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN DI DESA BALA
KECAMATAN WERA KABUPATEN BIMA”

Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui

Tanggal: february 2021

Menyetujui:

Dosen Pembimbing



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN: 0806066891

Dosen Pembimbing II



Sulhan Hadi, SE, MM
NIDN:0813038202

Mengetahui
Ketua Program Studi



Lulu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN : 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN
DI DESA BALA KECAMATAN WERA KABUPATEN BIMA

Oleh :

Putri Fitriani

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal: 13 Febuari 2021
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim penguji

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

(PU)

(.....)

Sulhan Hadi, SE,MM
NIDN. 0813038202

(PP)

(.....)

Selva, S.E., M.Sc
NIDN. 0811118604

(PN)

(.....)

Mengetahui Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan,

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya mahasiswa Program Studi Ilmu Adminitrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram menyatakan bahwa:

Nama : Putri Fitriani

Nim : 217120027

Alamat : Dusun Gendapati Desa Mandala Kecamatan Wera Kabupaten Bima

Menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun di Desa Bala Kecamatan Wera Kabupaten Bima”, ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa rekayasa dari pihak manapun.

Mataram, 13 Februari 2021
Yang membuat pernyataan,



PUTRI FITRIANI
NIM: 217120027



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723-Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Fitriani
NIM : 217120027
Tempat/Tgl Lahir : Sori, Nunggi, 23-maret-1997
Program Studi : Administrasi bisnis
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 085.233.345.796 / fitrianiiiiPutri@gmail.com
Judul Penelitian : -

STRATEGI PEMBANGUNAN OBJEK WISATA AIR TERJUN DI DESA
BALA, KECAMATAN WERA, KABUPATEN BIMA

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 77% 61% 53% 35%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 24-februari-2021

Penulis

METERAI
TEMPEL
6000
Putri Fitriani
NIM. 217120027

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Fitriani
NIM : 217120027
Tempat/Tgl Lahir : Sori. Nunggi. 22- maret - 1997
Program Studi : Administrasi bisnis
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 085332345796 / @ FitrianiiiiPutri@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN DI DESA BALA
KECAMPAHAN WERA KABUPATEN BIMA

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 24- februari 2021

Penulis

METERAI
TEMPEL
6000
Putri Fitriani
NIM. 217120027

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

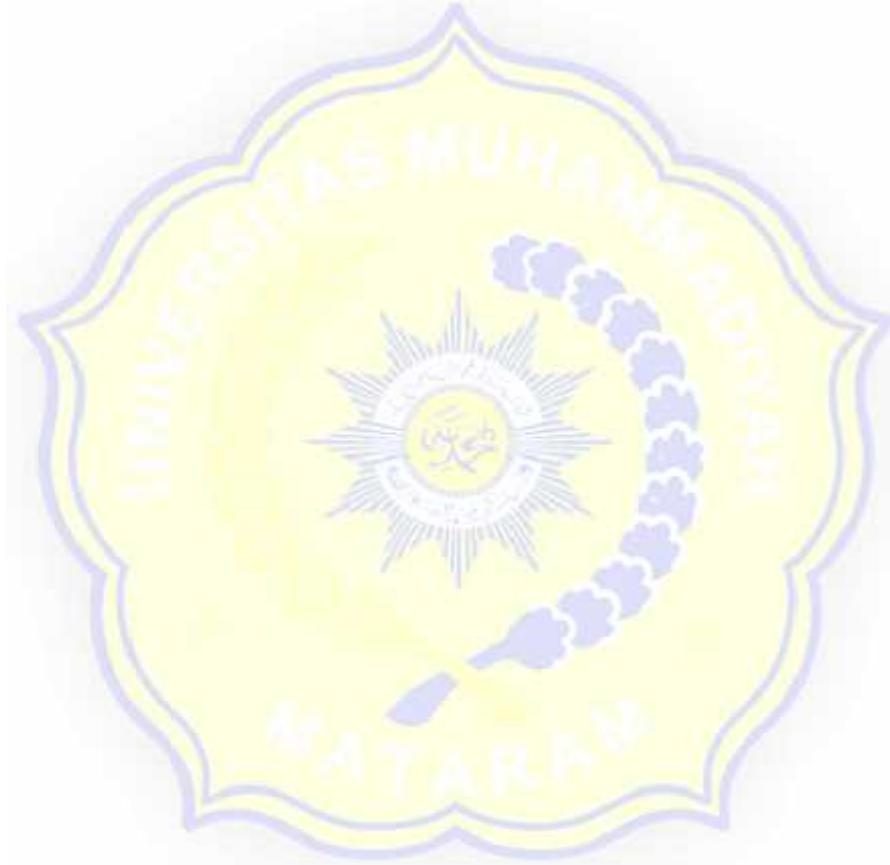
Iskandar, S.Sos, M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

tak ada kata lain kali. jangan menya-nyiakan hari ini hanya karna hari esok.

hargai hari ini lebih daripada hari esok. (ma dong-wook—falling for innocence)

saat kau berada di titik terendah, yakinlah Allah slalu ada bersamamu.



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang senantiasa mendo'akan seta selalu memberikan semangat sehingga anaknda putri fitriani mendapatkan gelar sarjana S1.

Teruntuk kakak ku Anisah dan abangku Amirullah, saya juga mengucapkan terima kasih karna selalu memotivasi saya untuk selalu bangkit dan berjuang.

Untuk keluarga besar dan teman teman seperjuangan ku Luluk Raudatul Istiqomah, Nuhraini, Nispumasila, Suci Rahmadani, Nana Meliana Ningtias, Desi Siska Dewi Yanti, Septi Sholawatiah terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungannya selama ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia beserta rahmat-nya, sehingga penyusun skripsi dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN DI DESA BALA KECAMATAN WERA KABUPATEN BIMA”**.

Skripsi penyusunan penelitian ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dalam tugas akhir.

Skripsi penelitian ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd Gani, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Ibu Baiq Reinalda Tri Yunarni, S.E.,M.Ak selaku sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan baik hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Sulhan Hadi, SE,MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dengan baik hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Orang tua yang tak henti-hentinya mendoakan dan memotivasi untuk senantiasa bersemangat dan tak mengenal kata putus asa. Terimakasih atas segala dukungannya, baik secara material maupun spiritual hingga terselesainya skripsi ini.

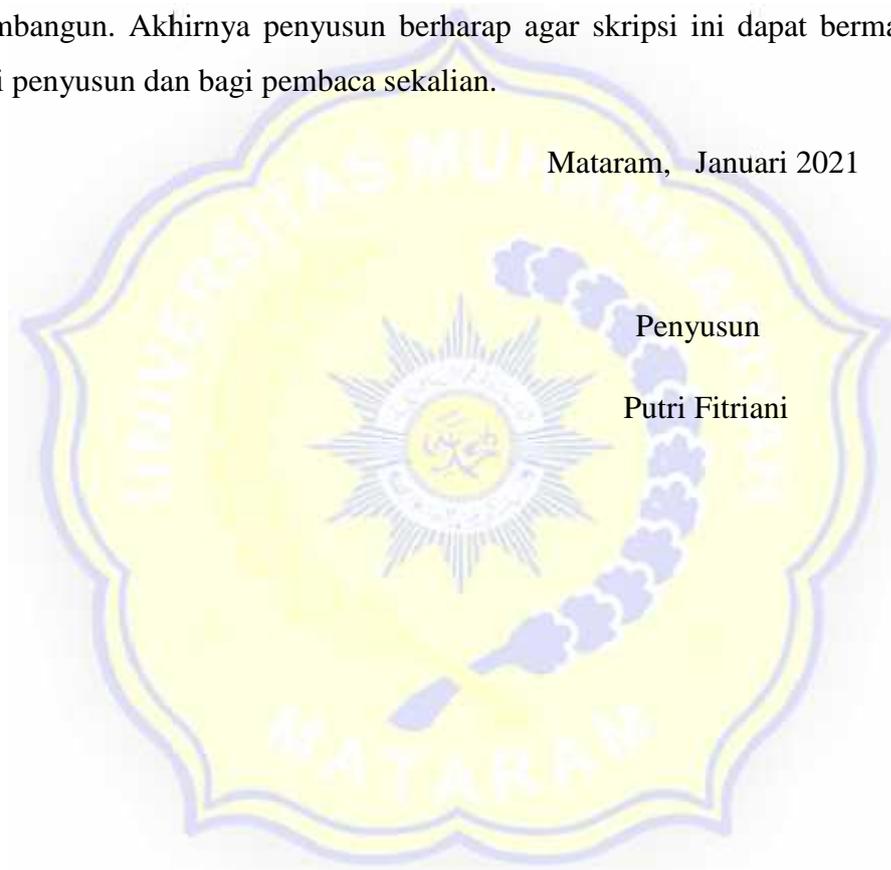
8. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Penyusun menyadari adanya keterbatasan di dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Besar harapan penyusun akan saran dan kritik yang bersifat membangun. Akhirnya penyusun berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun dan bagi pembaca sekalian.

Mataram, Januari 2021

Penyusun

Putri Fitriani



**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN
DI DESA BALA KECAMATAN WERA KABUPATEN BIMA**

Oleh:

Putri Fitriani

217120027

Pembimbing I : Dr.H.Muhammad Ali, M.Si

Pembimbing II : Sulhan Hadi , S.E.,M.M

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor andalan di berbagai daerah di Indonesia. Perencanaan pariwisata memerlukan konsep pengembangan untuk meningkatkan potensi pariwisata dengan mengoptimalkan atraksi, amenities, aksesibilitas dan aktifitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kawasan wisata Oi Nca Tongga dan menentukan strategi pengembangan objek wisata air terjun Oi Nca Tongga di Kabupaten Bima. Penelitian ini menggunakan survey, teknis analisis yang digunakan deskriptif kualitatif dan analisis swot

Berdasarkan deskriptif kualitatif di peroleh hasil bahwa potensi wisata kawasan Oi Nca Tongga adalah aspek fisik dasar kawasan, faktor budaya, infrastruktur dan pola penggunaan lahan. Maka strategi pengembangan objek wisata Oi Nca Tongga dengan menganalisis faktor internal dan eksternal, peluang dan ancaman yang ada serta dihadapi dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dan di buat alternatif strategi. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang menunjukkan skor dari skala 4 sampai 1. Dengan demikian, strategi pengembangannya adalah dengan meningkatkan kualitas infrastruktur, memaksimalkan pengelolaan potensi wisata, mengoptimalkan peran serta masyarakat dalam melestarikan alam, dan meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi sarana sosial ekonomi untuk mendukung peningkatan kegiatan masyarakat dalam melakukan kunjungan wisata

Kata Kunci: Objek Wisata, Strategi, Pengembangan

Putri Fitriani. 2021. Development Strategy of Waterfall Tourism Object in The Village Bala, Wera, Bima. Thesis. Muhammadiyah University of Mataram.

First Supervisor: Dr. H. Muhammad Ali, M.Si

Second Supervisor: Sulhan Hadi, S.E., M.M

Abstract

Tourism is a reliable sector in various regions in Indonesia. Tourism planning requires a development concept to increase tourism potential by optimizing attraction, amenities, accessibility, and activities. This study aims to identify the Oi Nca Tongga tourism area's potential and determine the development strategy for the Oi Nca Tongga waterfall tourism object in Bima Regency. This study used a survey. The analysis technique used qualitative descriptive and SWOT analysis. Based on the qualitative description, the results showed that the Oi Nca Tongga area's tourism potential was the basic physical aspects of the area, cultural factors, infrastructure, and land use patterns. So, the strategy for developing Oi Nca Tongga tourism objects by analyzing internal and external factors, opportunities, and threats faced and adjusted to the strengths and weaknesses that are owned and created the alternatives strategic. Based on the results of the SWOT analysis that indicated a score from 4 to 1 scale. Thus, the development strategy is to improve the quality of infrastructure, maximize the management of tourism potential, optimize community participation in preserving nature, and improve tourism managers' performance by completing socio-economic facilities to support increased community activities in making tourist visits.

Keywords: Tourism Objects, Strategy, Development.



DAFTAR ISI

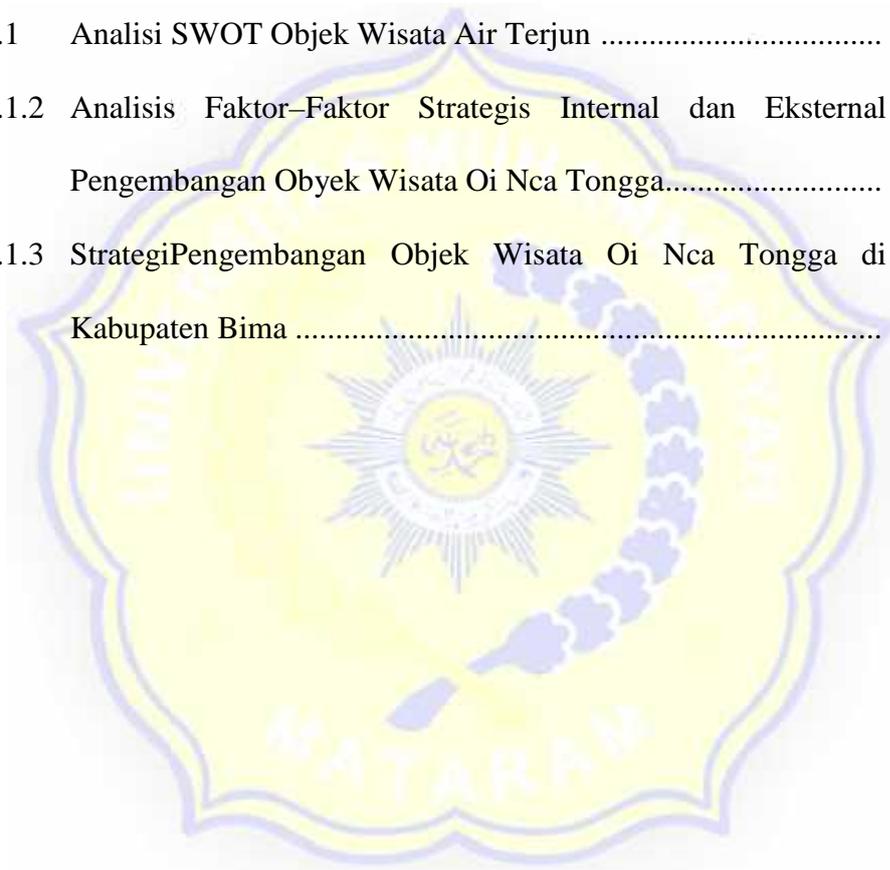
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Strategi.....	9

2.3 Pengembangan Pariwisata	15
2.4 Objek Wisata	19
2.5 Analisis SWOT	20
2.6 Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi Penelitian	25
3.3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	25
3.3.3 Teknik Penentuan Informan	26
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.5 Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Desa Bala.....	32
4.1.1 Sejarah Desa Bala	32
4.1.2 Gambaran kehidupan sosial, agama dan budaya	34
4.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
5.1.1 Sejarah Air Terjun Oi Nca	36
5.1.2 Lokasi Penelitian.....	37
5.1.3 Kondisis Umum Lokasi Wisata Air Terjun Oi Nca.....	37
5.1.4 Letak Geografis Air Terjun Oi Nca	37
4.3 Daya Tarik Wisata	38
4.3.1 Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Oi Nca Tongga	38
4.3.2 Aksesibilitas	40
4.3.3 Fasilitas (Sarana dan Prasarana)	40

4.3.3.1 Aspek Sarana Desa Bala	40
4.3.3.2 Aspek prasarana Desa Bala	41
4.4 Analisis Strategis Pengembangan Obyek Wisata Oi Nca Tongga.....	43
4.4.1 Analisis SWOT	43
a. Kekuatan (<i>Strength</i>).....	44
b. Kelemahan (<i>Weakness</i>)	45
c. Peluang (<i>Oppurtunities</i>)	46
d. Ancaman (<i>Threats</i>)	48
4.4.2 Analisis Faktor-Faktor Strategis Internal dan Eksternal Pengembangan Obyek Wisata Oi Nca Tongga.....	50
4.4.3 Strategi Pengembangan Objek Wisata Oi Nca Tongga di Kabupaten Bima.....	52
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2	Model Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS).....	23
Tabel 3.3	Model Analisis Faktor Strategis Eksternal (EFAS).....	23
Bagan 2.1	Kerangka Berfikir	24
Tabel 2.3	Jumlah penduduk menurut Agama	35
Tabel 4.1	Analisi SWOT Objek Wisata Air Terjun	43
Tabel 4.1.2	Analisis Faktor–Faktor Strategis Internal dan Eksternal Pengembangan Obyek Wisata Oi Nca Tongga.....	52
Tabel 4.1.3	StrategiPengembangan Objek Wisata Oi Nca Tongga di Kabupaten Bima	51



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Republik Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah/budaya. 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, disamping bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap suatu bangsa. Pariwisata adalah hal yang diminati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan, berkembangnya kreativitas dan mampu menunjang produktivitas suatu individu. (Ian Asriady, 2016:1)

Pariwisata juga merupakan salah satu hal yang menjadi andalan dan prioritas pengembangan bagi suatu daerah. Dengan adanya pariwisata suatu daerah atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu

berada mendapat pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu daerah akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya. Mata rantai kegiatan yang terkait dengan industri pariwisata tersebut mampu menghasilkan devisa dan dapat pula digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja. (Maisarah.2018: 1)

Menurut Anisah (2013:1) Peran pariwisata dalam rangka pembangunan nasional sangat besar, peran tersebut berupa memperluas dan menciptakan lapangan kerja baru, menurunkan angka pengangguran. Indonesia yang kaya akan potensial dan sumber daya mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan terutama untuk industri pariwisata. Karna industri pariwisata mampu menghasilkan pendapatan yang tinggi, sehingga mampu dijadikan sebagai modal dalam pembangunan baik tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mempertimbangkan hal tersebut maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan obyek-obyek wisata di Indonesia. Para pelaku pariwisata mulai melakukan tindakan pengembangan dengan penelitian, observasi terhadap obyek-obyek wisata di Indonesia. Langkah tersebut dilakukan guna mengetahui potensi dan

permasalahan yang ada pada setiap obyek untuk kemudian mencari solusinya. Langkah lainnya adalah promosi dengan media cetak, elektronik, maupun multimedia agar masyarakat juga mengetahui akan keberadaan obyek-obyek tersebut dan turut berpartisipasi dalam pengembangannya. Pariwisata di Indonesia pada dasawarsa ini mulai menunjukkan perkembangan dan pertumbuhan menjadi sebuah industri yang berdiri sendiri. Namun yang masih harus diperhatikan bersama bahwa sampai sejauh ini kesadaran dan pengertian tentang pariwisata belum sampai menyentuh masyarakat secara umum (Maisarah. 2018:1).

Dalam hal ini para masyarakat kepariwisataan yang menyadari besarnya potensi kepariwisataan di daerah berusaha menggali, mengembangkan serta membangun aset obyek dan daya tarik wisata, yang merupakan modal awal untuk bangkitnya kegiatan pariwisata. Keputusan ini harus ditindak lanjuti dengan memikirkan dan mengusahakan serta membenahi potensi obyek dan daya tarik wisata. Pengembangan sektor pariwisata hakikatnya merupakan interaksi antara proses sosial, ekonomi, dan industri. Oleh karena itu, unsur-unsur yang terlibat di dalam proses tersebut mempunyai fungsi masing-masing. Peran masyarakat diharapkan mempunyai andil yang sangat besar dalam proses ini. Untuk itu masyarakat ditempatkan pada posisi memiliki, mengelola, merencanakan dan memutuskan tentang program yang melibatkan kesejahteraannya (Maisarah. 2018:2).

Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke

tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Di NTB (Nusa Tenggara Barat) sendiri memiliki dua pulau yang terdiri dari pulau lombok dan pulau sumbawa yang memiliki pesona keindahan alam dan budaya yang tidak kalah dengan provinsi lainnya di Indonesia. Potensi pariwisata yang dimiliki NTB menjadi daya tarik dan diminati oleh wisatawan untuk datang ke NTB, tidak heran jika kunjungan wisata di NTB selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya (Nur ahmad gifari. 2017:1).

Pariwisata di NTB memiliki potensi yang melimpah dan sangat beragam mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner dan sebagainya. Pariwisata air terjun NTB, khususnya di kota Bima kecamatan Wera Desa Bala merupakan salah satu dari banyaknya destinasi pariwisata di pulau sumbawa yang diminati oleh para pecinta traveling saat ini. Namun, karena minimnya informasi dari masyarakat setempat menjadikannya kurang wisatawan yang berkunjung. Untuk itu, diperlukan rencana yang strategis sebagai langkah mengembangkan potensi wisata di Desa Bala salah satunya dengan menyusun sebuah strategi komunikasi yang efektif untuk mengembangkan pariwisata di Desa Bala, strategi komunikasi pengembangan pariwisata yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata diharapkan mampu menarik kunjungan wisatawan sampai diluar Kota Bima bahkan sampai keluar pulau lombok untuk datang berwisata ke NTB khususnya di

Desa Bala Kecamatan Wera sebagai tujuan wisata. Strategi komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan objek wisata adalah cara yang digunakan masyarakat untuk menginformasikan air terjun sebagai daerah tujuan wisata (Nur ahmad gifari. 2017:2).

Terlepas dari itu di Kecamatan Wera khususnya di Desa Bala sendiri memiliki tempat wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi. Tidak heran jika pemerintah kabupaten setempat sangat menaruh perhatian terhadap pariwisata. Pembangunan kepariwisataan pada hakikat merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah.

Air Terjun (oi nca tongga) yang terletak di Desa Bala dapat ditempuh menggunakan kendaraan dengan waktu lebih kurang satu jam dari Desa Bala dan melewati jalan menanjak dan berkelok-kelok. Airnya yang sangat jernih dan perpaduan panorama alam disekitar kawasan itu terdiri dari pegunungan dan banyak ditumbuhi pepohonan membuat hawa di daerah itu semakin sejuk dan dingin.

Dari observasi awal yang dilakukan oleh penulis setelah memasuki obyek wisata Air Terjun, akses jalan untuk mencapai tujuan wisata tersebut cukup membahayakan karna harus melewati bebatuan yang licin, dan jalan yang setapak untuk dilalui dan tidak mempunyai pembatas jalan yang dapat mencegah para pengunjung ketika berpapasan dengan pengunjung lainnya, maka dari itu para pengunjung diharapkan harus berhati-hati untuk melewati bebatuan serta jalan yang masih sedikit curam tersebut. Meskipun jalur untuk

menuju tempat tujuan sedikit sulit tapi tak lepas dari itu semua kita bisa menikmati keindahan alam dan sejuknya suasana yang memberikankenyamanan tersendiri bagi para pengunjung.

Oleh karena itu, penulis memilih judul penelitian sebagai berikut: **“Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Di Desa Bala Kecamatan Wera Kabupaten Bima”**.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimanakah identifikasi strategi pengembangan objek wisata Air Terjun di Desa Bala

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengidentifikasi strategi yang bisa digunakan dalam pengembangan objek wisata Air Terjun di desa Bala.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satubahan acuan untuk digunakan sebagai berikut :

1.4.1 Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak lain yang tertarikdalam bidang penelitian yang sama.

1.4.2 Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pemerintah daerah khususnya pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bima dalam upaya pengembangan kawasan obyek wisata.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk menunjukkan penelitian yang terkait dengan objek pariwisata, peneliti menggunakan beberapa jurnal atau skripsi sebagai dasar penelitian yang relevan seperti berikut:

No	Judul	Nama Penulis	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati	Angga Pradikta (2013)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam Matrix Grand Strategy terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah berada di posisi Strategi.	<ul style="list-style-type: none">- Keindahan objek wisata air terjun- Dukungan dinas pariwisata- Letak strategis objek wisata
2	Strategi Pengembangan Obyek Wisata Batik Kota Pekalongan.	Ardhika Sukmasakti Hasworo (2012)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga aspek pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan, menghasilkan aspek promosi sebagai prioritas utama dengan strategi pengembangan menggelar festival batik nasional dan internasional. wisatawan di Kota Pekalongan.	<ul style="list-style-type: none">- Dukungan dinas pariwisata- Minat dari pengunjung yang berkunjung- Objek wisata air terjun yang ditampilkan mampu menarik pengunjung untuk berkunjung kembali.
3	Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng.	Ian Asriandy (2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng adalah Strategi sebagai Rencana.	-

4	Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Teroh-Teroh Desa Rumah Galuh Kecamatan Sei Bingai, Kabupaten Langkat Sumatera Utara.	Uli Irawati Panjaitan (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Potensi yang ditawarkan oleh obyek wisata air terjun Teroh-teroh adalah adanya flora dan fauna, panorama alam yang indah, air terjun, sungai, sumber mata air, dan hutan rakyat.	<ul style="list-style-type: none"> - Keindahan objek wisata air terjun. - Dukungan dinas pariwisata. - Minatnya para pengunjung - Letak lokasi objek wisata air terjun yang strategis.
---	--	------------------------------	---	--

2.2 Strategi

Banyak pendapat para ahli tentang pengertian strategi, dalam hal ini dikemukakan oleh Wahab (1989:226) strategi adalah metode operasional yang dipergunakan untuk mencapai sasaran atau tujuan perang secara keseluruhan dalam suatu pertempuran yang luas atau dalam suatu tenggang waktu yang lama.

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya Quinn (1999:10) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan

perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.

Dari kedua pendapat di atas, maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif.

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2006:3) menyatakan strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah (2007:14-17) berpendapat bahwa konsep dasar manajemen strategi berdasarkan prosesnya yaitu :

- a. Analisis Lingkungan
- b. Menentukan dan Menetapkan Arah Organisasi
- c. Implementasi Strategi
- d. Pengendalian Strategi

Menurut Anthony, Parrewe dan Kacmar (1999 : 10) strategi dapat didefinisikan sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk di dalamnya adalah rencana aksi (*action plans*) untuk mencapai tujuan tersebut dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh-

pengaruh kekuatan di luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi (Nainggolan, 2008 : 10).

Menurut Heene dalam Asriandy (2016 : 10) “strategi” bersumber dari kata Yunani Klasik, yakni “strategos” (jenderal), yang pada dasarnya diambil dari pilahan kata-kata Yunani untuk “pasukan” dan “memimpin”. Penggunaan kata kerja Yunani yang berhubungan dengan “strategos” ini dapat diartikan sebagai “perencanaan dan pemusnahan musuh-musuh dengan menggunakan cara yang efektif berdasarkan sarana-sarana yang dimiliki”.

Salusu dan Young (2015 : 11) menawarkan suatu definisi yang lebih sederhana, yaitu : “strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumberdaya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan”.

Strategi pengembangan obyek wisata Air Terjun dianalisis dengan menggunakan Analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2006 : 18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi.

Menurut Rangkuti (2006 : 19) SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) serta lingkungan eksternal *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) yang dihadapi di

dunia bisnis. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Kotler (2002 : 62) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT.

Menurut Irham Fahmi, (2015 : 975)SWOT adalah akronim dari *Strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi pada profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Menurut Pearce (2013 : 206) analisis SWOT didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman).

Menurut Rais (2009:4) mengungkapkan metode analisa *SWOT* dianggap sebagai metode analisa yang paling dasar, berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari 4 (empat) sisi yang berbeda. Hasil analisa biasanya adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisa

SWOT akan membantu kita untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau selama ini tidak terlihat.

Menurut (Tripono 2005:6), analisis *SWOT* adalah penilaian/assessment terhadap hasil identifikasi situasi untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman.

- 1) Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupakan kompetisi/kapabilitas/sumber daya yang dimiliki organisasi yang dapat digunakan sebagai alternative untuk menangani peluang dan ancaman.
- 2) Kelemahan (*weaknees*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetisi/kapabilitas/sumber daya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.
- 3) Peluang (*opportunities*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasakan diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.
- 4) Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organiasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum aka merasa dirugikan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.

Menurut Yusanto dan Widjajakusumo (2013:20) analisis *SWOT* merupakan salah satu instrumen internal dan eksternal perusahaan yang telah dikenal luas. Analisis ini bertumpu pada basis data tahunan dengan pola 3-1-

5. Maksudnya, data yang ada diupayakan mencakup data perkembangan organisasi pada tiga tahun sebelum dilakukan analisis serta kecendrungan organisasi untuk kedepan pasca analisis. Hal ini dimaksudkan agar strategi yang akan diambil memiliki dasar dan fakta yang dapat dipertanggung jawabkan.

Menurut Freddy (1997:21), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan(strength) dan peluang(opportunities). Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan(weaknesses) dan peluang(threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (strategy planner) harus menganalisis faktor-faktor perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini dinamakan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Menurut Udaya, Dkk (2013:40), analisis SWOT adalah analisis kekuatan(*Strength*), kelemahan(*weakness*), peluang(*opportunities*), ancaman(*threats*) yang dihadapi perusahaan.

Analisis SWOT merupakan sebuah alat analisis yang cukup baik efektif, dan efisien serta sebagai alat yang cepat dalam menemukan kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan awal program-program inovasi baru dalam kepariwisataan. Sifat analisis SWOT sangat situasional

dalam artian hasil analisis tahun sekarang tentu belum akan sama dengan hasil tahun yang akan datang, pengaruh faktor ekonomi, politik, keamanan, dan keadaan social yang melatar belakanginya menyebabkan adanya perubahan (Yulita, 2008:31).

2.3 Pengembangan Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.

Pada hakikatnya pengembangan adalah upaya pendidikan baik informal maupun formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk dan meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal serta pribadi mandiri (Wiryokusumo, 2011:7).

Menurut Gagne dan Brings dalam Warsita, (2003: 266) Pengembangan adalah suatu sistem pembelajaran yang bertujuan untuk membantu proses belajar peserta didik, yang berisi serangkaian peristiwa yang dirancang untuk mempengaruhi dan mendukung terjadinya proses belajar yang bersifat

internal atau segala upaya untuk menciptakan kondisi dengan sengaja agar tujuan pembelajaran dapat tercapai.

Menurut Seels & Richey (Alim Sumarno, 2012 : 07) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran.

Menurut Tessmer dan Richey (Alim Sumarno, 2012: 07) pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.

Menurut Iskandar Wiryokusumo, (2011 : 08). Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan, sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal serta pribadi mandiri.

Menurut Cooper dkk dalam Sunaryo (2013:159) menjelaskan bahwa kerangka pengembangandestinasipariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut:

- a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/*artificial*.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
- d. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata.
- e. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

Menurut Spillane (2002:51) pengembangan pariwisata memiliki dampak positif maupun dampak negatif, maka diperlukan perencanaan untuk menekan sekecil mungkin dampak yang ditimbulkan.

Dampak positif yang diambil dari pengembangan pariwisata meliputi :

- a. Penciptaan lapangan kerja, dimana pada umumnya pariwisata merupakan industri padat karya, dimana tenaga kerja tidak dapat digantikan dengan modal atau peralatan.
- b. Sebagai sumber devisa asing.
- c. Pariwisata dan distribusi pembangunan spiritual, disini pariwisata secara wajar cenderung mendistribusikan pembangunan dari pusat industri kearah wilayah desa yang belum berkembang, bahkan pariwisata disadari dapat menjadi dasar pembangunan regional. Struktur perekonomian regional sangat penting untuk menyesuaikan dan menentukan dampak ekonomis dari pariwisata.

Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan pariwisata adalah :

- a. Pariwisata dan *vulnerability* ekonomi, karena di negara kecil dengan perekonomian terbuka, pariwisata menjadi sumber mudah kena serang, khususnya jika daerah tersebut hanya bergantung pada satu pasar asing.
- b. Polarisasi spesial dari industri pariwisata dimana perusahaan besar mempunyai kemampuan untuk menerima sumber daya modal yang besar dari kelompok besar perbankan atau lembaga keuangan lain, sedangkan perusahaan kecil harus tergantung pada pinjaman atau subsidi dari pemerintah dan tabungan pribadi. Hal ini menjadi hambatan dimana terjadi konflik antara perusahaan kecil dan perusahaan besar.
- c. Sifat dalam pekerjaan industri pariwisata cenderung menerima gaji yang rendah, menjadi kerja yang musiman.
- d. Dampak industri pariwisata terhadap alokasi sumber daya ekonomi industri ini dapat menaikkan harga tanah, dimana kenaikan harga tanah ini dapat menimbulkan kesulitan bagi penghuni daerah tersebut yang tidak bekerja di sektor pariwisata yang ingin membangun rumah atau mendirikan bisnis disini.
- e. Dampak terhadap lingkungan, bisa terhadap polusi air dan udara, kekurangan air, keramaian lalu lintas, dan kerusakan dari pemandangan yang tradisional.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka penulis dapat memberikan pengertian pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang mempunyai daya tarik wisata untuk melakukan rekreasi atau liburan.

2.4 Obyek Wisata

Menurut Ridwan (2012:5) obyek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Gamal Suwanto (1997:19) menyebutkan obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah. Selanjutnya obyek wisata ini dikelompokkan menjadi tiga golongan yaitu :

- a. Obyek wisata dan daya tarik wisata alam.
- b. Obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan dan kekayaan alam.
- c. Obyek wisata dan daya tarik budaya.
- d. Obyek dan daya tarik bersumber pada kebudayaan, seperti peninggalan sejarah, kesenian, dan obyek lain yang berkaitan dengan budaya.
- e. Obyek wisata dan daya tarik minat khusus.

Obyek wisata dan daya tariknya bersumber pada minat khusus wisatawan itu sendiri, misalnya eksplor alam dan lain-lain.

Menurut Mappi (2001:30-33) dalam skripsi Angga Pradikta (2013:15) Obyek wisata dikelompokkan kedalam tiga jenis, yaitu :

- a. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun kesawah, upacara panen, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah instrumen yang digunakan untuk melakukan analisis strategis. Menurut Robert Simbolon, (1999), analisis SWOT merupakan suatu alat yang efektif dalam membantu menstrukturkan masalah, terutama dengan melakukan analisis alas lingkungan strategis, yang lazim disebut sebagai lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dalam lingkungan internal dan eksternal pada dasarnya terdapat empat unsur yang selalu dimiliki dan dihadapi, yaitu secara internal sejumlah Kekuatan (*Strengths*) atau sumberdaya, keterampilan atau keunggulan lain yang relative terhadap pesaing yang berasal dari dalam dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) atau keterbatasan/kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu sistem, dan secara eksternal akan berhadapan dengan berbagai Peluang (*opportunities*) atau situasi/kecenderungan utama yang menguntungkan berasal dari luar, dan ancaman - ancaman (*threats*) situasi/kecenderungan utama yang tidak menguntungkan berasal dari luar.

Faktor - faktor strategis internal dan eksternal diberi bobot dan nilai (rating) berdasarkan pertimbangan professional (Professional Juggment).Pertimbangan professional adalah pertimbangan berdasarkan kelebihan, kompeten dengan sesuatu yang dipertimbangkannya (R.Simbolon, 1999).

Dalam melakukan pertimbangan profesional pada analisis factor strategis internal dan eksternal memiliki pembatas. Pembobotan pada lingkungan internal tingkat kepentingannya didasarkan pada besarnya pengaruh faktor strategis terhadap posisi strategisnya, sedangkan pada lingkungan eksternal didasarkan pada kemungkinan memberikan dampak terhadap faktor strategisnya (Freddy Rangkuti` 2001 : 22 - 24).

Jumlah bobot pada masing - masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah = 1 (satu) :

Skor total internal → total bobot kekuatan + total bobot kelemahan = 1

Skor total eksternal → total bobot peluang + total bobot ancaman = 1

Sedangkan nilai bobot menurut Freddy Rangkuti (2001 : 22-24) dan Diklat

Spama (2000 1 13 - 14) berdasarkan ketentuan sebagai berikut :

“Skala 4 (sangat penting) sampai dengan 1 (tidak penting)”

Besarnya rata - rata nilai bobot tergantung pada jumlah faktor strategisnya (5-10 faktor strategis) yang dipakai. Nilai rating berdasarkan besarnya

pengaruh faktor strategis terhadap kondisi dirinya (Freddy Rangkuti, 2001 : 22- 24) dengan ketentuan sebagai berikut ;

Skala mulai dari 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (kurang kuat) sampai dengan 1 (tidak kuat / lemah).

Variabel yang bersifat positif (variabel kekuatan dan peluang) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan dengan rata - rata pesaing utama/kondisi wilayah didaerahlain. Sedangkan variable yang bersifat negative kebalikannya, jika kelemahan dan ancaman besar sekali (dibanding dengan rata rata pcsaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan ancaman kecil di bawah rata - rata pesaingnya nilainya adalah 4.

Matrik SWOT adalah matrik yang mengintraksikan faktor strategis internal dan eksternal.Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (internal) yang dimiliki.Hasil dari interaksi faktor strategis internal dengan eksternal menghasilkan alternative-alternative strategi.

Matrik SWOT menggambarkan berbagai altemative strategi yang dilakukan didasarkan hasil analisis SWOT. Strategi SO adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan/ mngoptimalkan kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan sebagai peluang yang ada.Sedang strategi WO adalah strategi yang digunakan seoptimal mungkin untuk meminimalisir kelemahan. Strategi ST adalah strategi yang digunakan dengan

memanfaatkan/mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi berbagai ancaman. Strategi WT adalah strategi kelemahan dalam untuk mengurangi kelemahan dalam rangka yang digunakan meminimalisir/menghindari ancaman.

a. Analisis faktor- faktor strategis internal dan eksternal (IFAS - EFAS)

Tabel 3.2 Model Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS)

No.	Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Ranting/nilai	Jumlah pembobotan
1	Kekuatan dan kelemahan (faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan)	Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total 100.	masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi kawasan pariwisata bersangkutan.	Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
	Jumlah	Jumlah bobot kekuatan dan kelemahan	jumlah nilai kekuatan dan kelemahan	(Jumlah bobot X nilai kekuatan dan kelemahan)

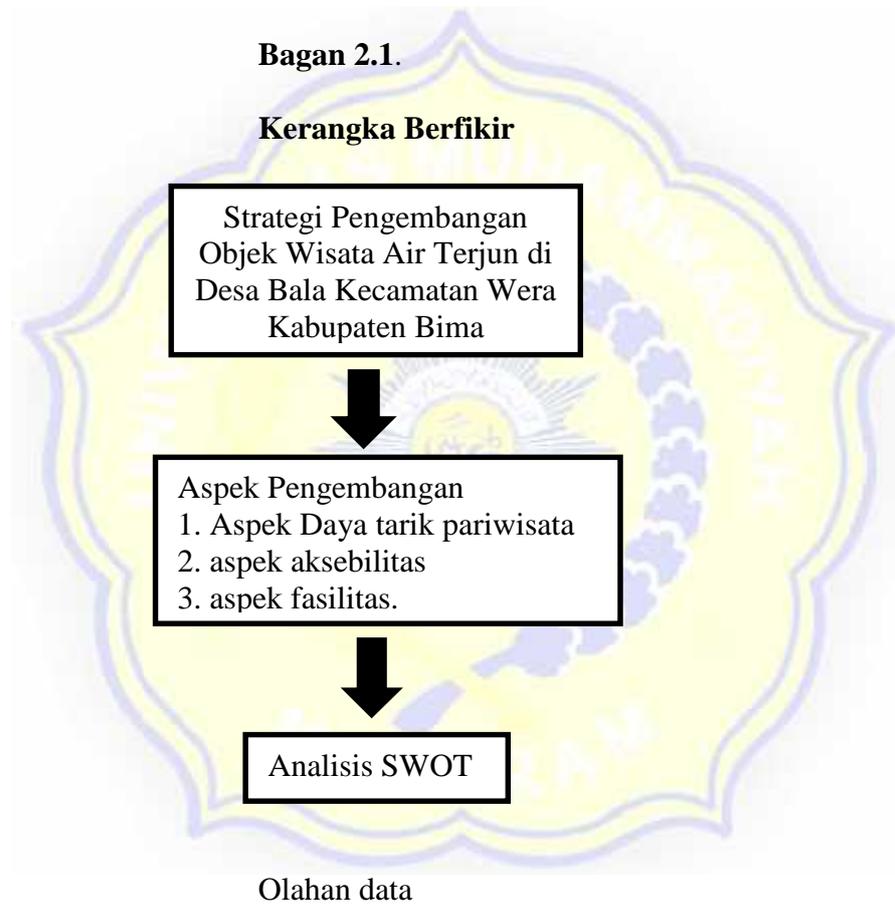
Tabel 3.3 Model Analisis Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

No.	Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Ranting/nilai	Jumlah pembobotan
1	Peluang dan Ancaman: (faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman)	Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total 100.	masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi kawasan pariwisata	Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang

			bersangkutan.	nilainya bervariasi.
	Jumlah	Jumlah bobot peluang dan Ancaman	jumlah nilai peluang dan Ancaman	(Jumlah bobot X nilai peluang dan Ancaman)

2.6 Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah bentuk kerangka pemikiran yang dibuat penulis untuk sumber pemahaman tentang peneliti yang peneliti interpretasikan adalah sebagai berikut :



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Air Terjun di Desa Bala Kecamatan Wera Kabupaten Bima. Alasan memilih lokasi Air Terjun karena dilihat dari kondisi topografi banyak sekali memiliki potensi wisata alam, khususnya wisata air yang sangat berpotensi untuk dikembangkan namun masih sangat membutuhkan perhatian dari pemerintah daerah.

3.3.1. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif Kualitatif, dimana metode yang digunakan adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian yaitu perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. “Data yang dikumpulkan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu semua yang dikumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti”. (Lexy J. Moleong, 2007:06-11).

3.3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

- a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang dihasilkan dari penelitian melalui beberapa teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berupa kata-kata dan tindakan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berupa sumber data sekunder merupakan data pelengkap atau pendukung dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi sumber data sekunder ini bersumber dari literatur buku, jurnal dan internet.

3.3.3 Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, peran informan sangat penting dan perlu. Untuk menentukan informan dalam konteks obyek penelitian diklarifikasikan berdasarkan kompetensi tiap-tiap informan. Teknik penentuan informan dilakukan secara purposif. Peran informan menjadi salah satu kunci untuk memperoleh informasi yang memadai. Jumlah informan menjadi pengecualian ketika informan yang diperoleh sudah dipandang memadai sehingga pencarian informasi atau data dapat dihentikan. Adapun informan yang terlibat dalam melakukan penelitian ini yaitu pihak dari desa bala dan masyarakat setempat.

3.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dan lengkap sebagaimana yang diharapkan mengenai variabel Strategi Pengembangan Objek Wisata Air

Terjun di Desa Bala Kecamatan Wera Kabupaten Bima, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam meneliti ini antara lain :

b. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung dengan cara mengumpulkan data serta mencatat gejala-gejala yang nampak pada obyek penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data dimana peneliti terjun langsung sebagai partisipan atau non partisipan. Dengan teknik observasi peneliti dapat memperoleh gambaran langsung dan mengetahui keadaan yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Alat yang digunakan dalam observasi adalah daftar catatan (*checklis*).

c. Interview (wawancara)

Teknik wawancara atau lisan yaitu penulis mewawancarai langsung dengan informan yang mengetahui permasalahan yang diteliti *Interview* menggunakan *Interview guide* (pedoman wawancara) yang ditujukan kepada key informan. Alat yang digunakan dalam wawancara adalah berupa pedoman wawancara.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui buku-buku ataupun literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian. Alat yang digunakan dalam dokumentasi adalah kamera.

3.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami. Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis secara kualitatif dengan menggunakan model analisis interaktif. Aktifitas dalam analisis data yaitu :

a. Redukasi Data (Pemilihan/Sortir)

Redukasi data merupakan bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat membuat kesimpulan akhir

b. Penyajian Data

Merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskriptif dalam bentuk narasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan sajian data harus mengacu pada rumusan masalah sehingga dapat menjawab permasalahan-permasalahan yang diteliti.

c. Penarikan Kesimpulan

Dari awal pengumpulan data, peneliti harus sudah memahami apa arti dari berbagai hal yang ditemui dengan melakukan pencatatan peraturan-peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, arahan, sebab-akibat, dan berbagai proporsi, kesimpulan perlu diverifikasi agar penelitian yang dilakukan benar dan bisa dipertahankan.

Analisa strategi pengembangan obyek wisata Air Terjun di Desa Bala Kecamatan Wera Kabupaten Bimadengen melihat potensi obyek wisata tersebut melalui aspek-aspek pengembangan sebagai berikut :

a. Daya Tarik Pariwisata

Berdasarkan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) ada beberapa faktor yang terdapat di kawasan Air Terjun yang dijadikan sebagai daerah tujuan wisata, antara lain sebagai berikut :

1) Aktivitas

Yang dimaksud aktivitas disini adalah segala hal yang dilakukan wisatawan selama berkunjung di objek wisata serta aktivitas masyarakat setempat yang menjadi hal yang menarik untuk diikuti oleh wisatawan. Berbagai aktivitas wisata yang bisa dilakukan oleh para pengunjung yang datang ke Air Terjun (oinca) antara lain : *Tracking*, pemandian, dan menikmati keindahan Air Terjun yang memiliki kontur berundak-berundak sebanyak 1 (satu) tingkat.

2) Amenitas

Merupakan sarana dan prasarana yang mendukung kenyamanan wisatawan pada saat menikmati obyek dan daya tarik wisata yang disajikan seperti: gazebo. Ketersediaan fasilitas-fasilitas pendukung merupakan hal yang harus diperhatikan, agar wisatawan merasa nyaman dan memperoleh kepuasan dalam kegiatan wisatanya. Air

Terjun (oinca) adalah tempat wisata yang berpotensi sebagai obyek wisata alam unggulan. Hal tersebut dipengaruhi oleh keadaan Air Terjun yang masih bersifat alami dan berpemandangan indah serta memungkinkan untuk penyediaan fasilitas yang baik untuk wisatawan. Air Terjun tersebut masih dalam proses pengembangan dan pengolahan oleh warga setempat.

3) Aksesibilitas

Aksesibilitas untuk menuju kawasan Air Terjun (oinca tongga) sebagian jalantelah diaspal dengan kondisi baik, dan sebagian masih jalan tanah dan berbatu, dapat diakses dalam waktu 1 (satu) jam menggunakan motor.

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan cara untuk menyediakan sarana transportasi publik bagi wisatawan yang berpengaruh terhadap biaya, waktu dan jarak tempuh serta kenyamanan ketika berwisata. Objek wisata Air Terjun sudah mempunyai akses dengan kondisi jalan yang sudah memadai.

Objek wisata Air Terjun (oinca) dapat ditempuh melalui jalur darat. ketika ditempuh melalui jalur darat biasanya pengunjung menggunakan sepeda motor yang jarak tempuhnya diperkirakan sekitara satu jam dengan menggunakan sepeda motor. Perjalanan ini akan melewati Kampung Tongga, sebelum sampai ke lokasi air terjun.

Ketersediaan jalan sudah mampu mendukung arus pergerakan penduduk serta kendaraan dimana jalan yang ada sebagian besar sudah beraspal dengan lebar rata-rata 4 meter. Dilihat dari kondisinya, terdapat beberapa ruas jalan yang mengalami kerusakan baik berat maupun ringan, dan juga belum adanya angkutan umum untuk mengantar pengunjung menuju obyek wisata.

c. Fasilitas (Sarana dan Prasarana)

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan. Orang melakukan perjalanan ke suatu tempat karena ada beberapa pertimbangan, salah satunya karena ketersediaan fasilitas yang lebih lengkap di tempat tujuannya. Ketersediaan fasilitas pendukung mempengaruhi perkembangan jumlah wisatawan di objek wisata Air Terjun (Oinca Tongga). Dari observasi peneliti, di kawasan Air Terjun terdapat 1 (satu) gazebo atau tempat peristirahatan, dan area parkir yang tidak cukup luas.

