
Strategi Pengembangan Wisata Lewu Bue Upaya Merangsang Pertumbuhan Pariwisata di Kecamatan Bukit Batu, Palangka Raya

Muhammad Gojali*, Rizali

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

*gojali017@gmail.com

Abstract

This research analyzes the potential of Lewu Bue Tourism in Bukit Batu District, Palangka Raya City, focusing on its strengths, weaknesses, opportunities, and threats. A quantitative descriptive approach was employed, with data collection through direct observation, interviews, field documentation, and questionnaires. Purposive sampling method was used to select research samples. SWOT analysis was employed to assess the internal and external factors influencing Lewu Bue Tourism. The results indicate that Lewu Bue Tourism possesses strengths and opportunities that can be leveraged for further development. The recommended development strategy is the SO strategy, utilizing existing strengths to optimize available opportunities. To stimulate tourism growth in Bukit Batu District through the development of Lewu Bue Tourism, several policies are recommended, including enhancing tourism attractions, utilizing digital technology, setting competitive and affordable prices, and marketing the affordability advantage through digital media. With the implementation of appropriate development strategies, Lewu Bue Tourism can become a competitive and sustainable tourist destination.

Keywords: SWOT analysis; Development strategy; Tourism policies.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis potensi Wisata Lewu Bue di Kecamatan Bukit Batu, Kota Palangka Raya, dengan fokus pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimilikinya. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dokumentasi lapangan, dan kuesioner. Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel penelitian. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Wisata Lewu Bue. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wisata Lewu Bue memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan lebih lanjut. Strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah strategi SO, yaitu memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengoptimalkan peluang yang tersedia. Untuk merangsang pertumbuhan pariwisata di Kecamatan Bukit Batu melalui pengembangan Wisata Lewu Bue, beberapa kebijakan direkomendasikan, termasuk peningkatan daya tarik wisata, pemanfaatan teknologi digital, penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau, dan pemasaran keunggulan dari segi harga melalui media digital. Dengan implementasi strategi pengembangan yang tepat, Wisata Lewu Bue dapat menjadi objek wisata menarik yang bersaing dan berkelanjutan.

Kata kunci: Analisis SWOT; Strategi Pengembangan; Kebijakan Pariwisata.

PENDAHULUAN

Potensi pariwisata Indonesia sangat besar berkat kekayaan budaya, alam, dan satwa yang menakjubkan. Pemerintah bekerja sama dengan lembaga terkait untuk mengembangkan pariwisata melalui perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan yang baik. Kepariwisataan

dapat mencakup berbagai kegiatan yang terkait dengan pariwisata, yang memiliki dimensi yang beragam dan melibatkan berbagai disiplin ilmu. Kepariwisataan juga berfungsi untuk memenuhi kebutuhan individu dan negara. Selain itu, dalam kepariwisataan terjadi interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, wisatawan lain, pemerintah daerah, dan pengusaha (Indonesia, 2011). Pariwisata memberikan manfaat ekonomi, memperkuat pemahaman antarbudaya, dan meningkatkan kesadaran akan keberagaman Indonesia. Penting untuk menjaga keseimbangan antara pembangunan dan pelestarian lingkungan. Dengan pengembangan yang terencana, berkelanjutan, dan bertanggung jawab, sektor pariwisata dapat menjadi pilar ekonomi yang kuat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Provinsi Kalimantan Tengah, khususnya Kecamatan Bukit Batu, menawarkan potensi wisata alam yang indah. Salah satu tempat menarik di daerah tersebut adalah Wisata Lewu Bue, yang baru-baru ini diresmikan. Tempat ini menawarkan pemandangan sungai merah yang memukau, suasana yang sejuk di tengah pepohonan lebat, dan fasilitas yang menarik. Untuk mengembangkan objek wisata ini, perlu strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan minat wisatawan. Hal ini akan mendorong pertumbuhan industri pariwisata dan ekonomi daerah. Berdasarkan Buku Profil Kecamatan Bukit Batu Tahun 2022, berikut data wisata alam yang ada di Kecamatan Bukit Batu (Batu, 2022).

Tabel 1. Wisata Alam di Kecamatan Bukit Batu

No.	Nama Wisata	Alamat
1.	Susur Sungai Danau Marang	Jl. Marang
2.	Tahura Marang	Jl. Nyaru Menteng
3.	Danau Nyaru Menteng	Jl. Nyaru Menteng
4.	Arborethum Nyaru Menteng	Jl. Nyaru Menteng
5.	Susur Sungai Danau Nyarmen	Jl. Tjilik Riwut Km. 28
6.	Borneo Argo Wisata Insani (BAWI) Km. 28	Jl. Tjilik Riwut Km. 28
7.	Jembatan Km. 28	Jl. Tjilik Riwut Km. 28
8.	Wisata Sungai Surung Danum	Jl. Sidomulyo
9.	Argowisata Manasa/Bukit Buhis	Jl. Pariwisata
10.	Taman Wisata Alam Bukit Tangkiling	Jl. Pariwisata
11.	Bukit Baranahu	Jl. Pariwisata
12.	Matan Andau	Jl. Pariwisata
13.	Bukit Cinta	Jl. Bukit Tunggal
14.	Sei. Batu	Jl. Gereja
15.	Kahui	Jl. Poros Trans Km. 38
16.	Danum Bahandang	Jl. Poros Trans Km. 38
17.	Wisata Lewu Bue	Jl. Poros Trans Km. 38

Sumber: Buku Profil Kecamatan Bukit Batu Tahun 2022. Diolah Kembali

Beberapa penelitian tentang strategi pengembangan objek wisata menunjukkan bahwa memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki objek wisata, serta peran pemerintah dalam pengembangan dan promosi, sangat penting. Strategi diversifikasi, penambahan fasilitas,

pengembangan kualitas, inovasi produk, dan kerja sama dengan investor juga merupakan langkah penting dalam pengembangan pariwisata.

Oleh karena itu, sangat penting untuk strategi pengembangan objek wisata di Indonesia, termasuk Wisata Lewu Bue yang terletak di Kecamatan Bukit Batu, Kota Palangka Raya. Objek wisata ini masih tergolong baru, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap Wisata Lewu Bue, serta menciptakan kebijakan dengan memanfaatkan strategi pengembangan yang diperoleh. Kebijakan tersebut termasuk upaya merangsang pertumbuhan pariwisata yang berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi daerah.

PENELITIAN TERDAHULU

Menurut Yoeti (2009), pariwisata bisa dijelaskan sebagai sesuatu yang tidak berwujud yang menawarkan kesenangan dan hiburan melalui berbagai layanan. (Sylvia, 2017). Menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, kepariwisataan dapat dijelaskan sebagai suatu keseluruhan kegiatan yang terkait dengan sektor pariwisata, yang memiliki dimensi dan disiplin ilmu yang beragam. Hal ini muncul sebagai respons terhadap kebutuhan individu dan negara, serta melibatkan interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, antara wisatawan sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. (Abdilah & Rahmini, 2020).

Wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan ke tempat-tempat pariwisata dengan niat utama untuk berlibur, bersantai, atau menikmati kegiatan rekreasi. Mereka melakukan perjalanan ini untuk jangka waktu lebih dari 24 jam namun kurang dari satu tahun, dan berakhir ketika mereka kembali ke tempat asal mereka. (Hidayah, 2023). Menurut Yoeti (1996), wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan ke tempat atau wilayah yang sepenuhnya baru baginya untuk sementara waktu. Oleh karena itu, sebelum seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata, penting bagi kita untuk menyediakan fasilitas dan sarana pariwisata. (Nurhadi et al., 2014).

Menurut Fandeli (2000), objek wisata merupakan hasil karya manusia, gaya hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa, juga termasuk tempat atau kondisi alam yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. (Afenpah et al., 2023). Sementara itu, menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, objek wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai, termasuk beragam budaya, kekayaan alam, serta benda-benda

yang diciptakan oleh manusia yang menjadi target atau tujuan seseorang dalam melakukan kunjungan. (Indriani & Rahmini, 2019).

Menurut The Ecotourism Society (1990), menjelaskan ekowisata sebagai jenis perjalanan wisata ke alam yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan dan mempromosikan kehidupan serta kesejahteraan masyarakat lokal. Dalam ekowisata, pentingnya konservasi alam dan pelestarian lingkungan menjadi fokus utama, sementara penduduk lokal juga berperan penting dalam menjaga kelestarian ekosistem dan mendapatkan manfaat ekonomi dari aktivitas wisata tersebut. (As-Syahri et al., 2018).

Menurut *World Tourism Organization* (2007), destinasi pariwisata terdiri dari enam elemen dasar yang harus dipertimbangkan dalam peningkatan kualitas produk pariwisata, yaitu *Attractions, Amenities, Accessibility, Human resources, Image*, dan *Price*. (As-Syahri et al., 2018). Sementara itu, menurut Cooper dkk (1995), ada empat komponen utama yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu atraksi (keunikan yang menarik wisatawan), aksesibilitas (kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata), amenities (fasilitas dan layanan yang diperlukan oleh wisatawan), dan ancillary (layanan tambahan yang disediakan oleh pemerintah daerah untuk mendukung kepariwisataan). (Setiawan, 2015).

Menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor KM.5/UM.209/MPPT-89, sapta pesona adalah konsep yang terdiri dari tujuh elemen yang ada dalam setiap produk wisata dan digunakan sebagai standar untuk meningkatkan kualitas produk pariwisata. Dalam Pasal 2 disebutkan bahwa tujuh elemen tersebut meliputi keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan. (Aneiqbal.com, 2023).

Strategi adalah suatu pendekatan yang menghubungkan semua keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan yang ada, dan dapat direncanakan untuk memastikan pencapaian tujuan perusahaan dengan melakukan tindakan yang tepat. Glueck dalam. (Indriani & Rahmini, 2019). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002, pengembangan merupakan suatu kegiatan yang menggunakan prinsip-prinsip dan teori-teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya, dengan tujuan meningkatkan fungsi, manfaat, dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada atau menciptakan teknologi baru. (Nurdianshah et al., 2019). Menurut Barreto dan Giantari (2015), pengembangan pariwisata merupakan upaya untuk meningkatkan dan memperbaiki objek wisata agar lebih menarik dan berkualitas baik, baik dari segi lokasi maupun fasilitas yang tersedia di dalamnya, dengan

tujuan untuk menarik minat para wisatawan untuk mengunjunginya. (Riantoro & Aninam, 2021).

Dampak ekonomi dalam pengembangan objek wisata bisa bersifat positif maupun negatif. Dampak positif langsungnya termasuk menciptakan lapangan kerja baru untuk masyarakat lokal. Masyarakat lokal dapat bekerja dalam berbagai peran seperti kebersihan, keamanan, atau berjualan makanan, minuman, dan voucher hp di sekitar objek wisata. Selain itu, dampak ekonomi juga berpengaruh pada pendapatan pajak pemerintah daerah. Selain dampak langsung, terdapat juga dampak ekonomi yang tidak langsung seperti kemajuan pemikiran dan emansipasi wanita. Penting untuk mengatur, mengelola, dan mengawasi pengembangan objek wisata dengan baik agar tidak menimbulkan dampak negatif pada sektor ekonomi. Kurangnya pengaturan dapat menyebabkan kerugian baik bagi pengembang objek wisata maupun komunitas lokal. (Priono, 2011).

Menurut Inskeep (1991) dalam konteks dampak sosial, terdapat dampak positif seperti pelestarian warisan budaya. Hal ini mencakup perlindungan benda-benda kuno, bangunan sejarah, seni tradisional, dan upacara adat. Selain itu, pariwisata juga dapat memperbaharui kebanggaan budaya masyarakat dan menciptakan pertukaran budaya antara wisatawan dan masyarakat setempat. Namun, terdapat juga dampak sosial negatif. Overcrowding atau kepadatan wisatawan yang berlebihan dapat menghilangkan kenyamanan penduduk lokal. Selain itu, pengaruh budaya dari wisatawan dapat mengubah atau mengurangi nilai-nilai budaya lokal. Hal ini dapat terlihat dalam komersialisasi budaya yang mengurangi nilai religius, serta adanya masalah sosial seperti percampuran budaya negatif dan peningkatan perilaku yang merusak seperti penggunaan minuman keras, narkoba, dan seks bebas. (Priono, 2011).

Analisis SWOT adalah proses identifikasi sistematis terhadap berbagai faktor yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini membandingkan antara faktor internal (Keunggulan dan Kelemahan) dengan faktor eksternal (Peluang dan Ancaman). Untuk menganalisis faktor-faktor strategis suatu organisasi, digunakan alat yang disebut Matriks SWOT. Matriks ini dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana perusahaan dapat menghadapi peluang dan ancaman eksternal dengan memanfaatkan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Dengan menggunakan matriks ini, empat set alternatif strategi dapat dihasilkan (Rangkuti, 2006).

Beberapa penelitian terdahulu antara lain: Pertama, penelitian Purniawati dkk. (2022) menghasilkan strategi pengembangan yang digunakan adalah strategi SO (*Strength-*

Opportunity), dimana strategi ini memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mengembangkan objek wisata. (Purniawati et al., 2022). Kedua, penelitian Putranto dan Fafurida (2020) menghasilkan beberapa strategi pengembangan berasal dari strategi diversifikasi. (Putranto & Fafurida, 2020). Ketiga, penelitian Nurdianshah (2019) menghasilkan objek wisata yang diteliti memiliki faktor kekuatan yang mendukung pengembangannya dan ada juga ancaman yang perlu diatasi. (Nurdianshah et al., 2019)

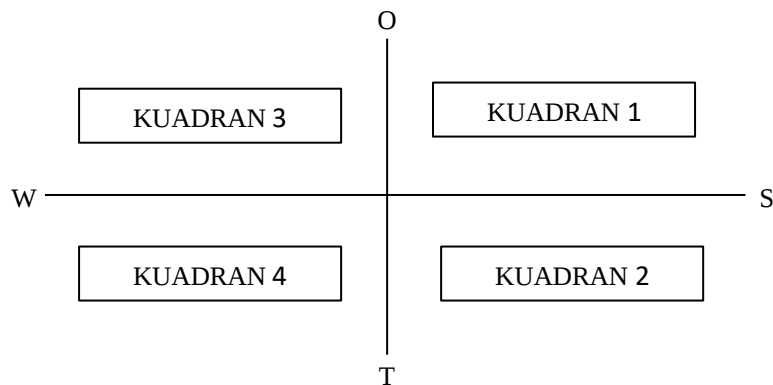
METODE

Penelitian berfokus pada Kecamatan Bukit Batu khususnya Wisata Lewu Bue, sebuah tempat wisata di Kecamatan Bukit Batu. Dikarenakan tempat ini memiliki keindahan alam yang menarik dan potensinya untuk dikembangkan lebih lanjut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015), metode kuantitatif adalah cara melakukan penelitian yang didasarkan pada pemikiran positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti jumlah populasi atau sampel tertentu, dengan mengumpulkan data menggunakan berbagai instrumen penelitian. Hasil dari analisis data yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. (Indriani & Rahmini, 2019). Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, merujuk pada jenis data yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya, seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan metode lainnya. Data primer ini dikumpulkan secara khusus oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data primer cenderung memiliki tingkat spesifik yang tinggi karena disesuaikan dengan tujuan dan fokus penelitian yang sedang dilakukan. (Salsabila, 2022).

Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode. Menurut Sugiyono (2015), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. (Hadadi & Muzdalifah, 2022). Menurut Fachrul (2007), dalam metode ini titik pengambilan sampel ditentukan dengan sengaja untuk memastikan bahwa data yang ingin diteliti dapat terwakili. (Anisa et al., 2021). Untuk penelitian ini, jumlah sampel yang diperlukan adalah 3 orang wisatawan yang ada saat observasi, 1 orang pemilik Wisata Lewu Bue, 1 orang dari Kecamatan Bukit Batu, dan 1 orang dari Kelurahan Sei Gohong.

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, antara lain observasi langsung, wawancara, dokumentasi lapangan, dan kuesioner. Dan penelitian ini menggunakan analisis SWOT, yang membantu peneliti menganalisis faktor internal dan eksternal yang terdapat pada lokasi penelitian. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, peneliti dapat merumuskan strategi pengembangan untuk mencapai tujuan penelitian ini. Menurut Rangkuti

(2014) menyatakan bahwa berdasarkan matriks SWOT terdapat empat kuadran berbeda. (Kusbandono, 2019).



Gambar 1. Diagram SWOT

Sumber: (Kusbandono, 2019). Diolah Kembali

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wisata Lewu Bue merupakan hasil dari ide anak pemiliknya yang ingin menciptakan objek wisata di atas tanah warisan dari sang kakek. Nama “Wisata Lewu Bue” dipilih untuk menghormati sang kakek dan berasal dari Bahasa Dayak. Kata “Lewu” memiliki arti kampung, sedangkan “Bue” berarti kakek. Dengan demikian, objek wisata ini memiliki nama yang menggambarkan hubungan erat dengan warisan keluarga. Wisata Lewu Bue diresmikan pada 14 Januari 2022 yang dihadiri oleh Camat Bukit Batu, Lurah Sei Gohong, pemilik, dan masyarakat sekitar.

Wisata Lewu Bue adalah tempat wisata yang terletak di Kelurahan Sei Gohong, Kecamatan Bukit Batu, Kota Palangka Raya. Tempat wisata ini memiliki luas tanah sekitar 5 hektar. Alamatnya berada di Jl. Trans Kalimantan Km. 38 RT. 004 RW. 002, Kel. Sei Gohong, Kec. Bukit Batu, Kel. Sei Gohong, Kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah. Wisata Lewu Bue dapat ditempuh menggunakan mobil atau motor dari Kota Palangka Raya. Waktu tempuhnya sekitar 60 menit.

Berdasarkan observasi lapangan, dapat diketahui bahwa Wisata Lewu Bue dapat diakses melalui *google maps* dan media sosial. Kesannya adalah Lewu Bue menawarkan keindahan alam yang sangat memikat untuk dinikmati. Suasana di tempat ini sangat tenang dengan udara yang sejuk berkat keberadaan pepohonan yang melingkupi objek wisata tersebut. Keunikan sungai yang berwarna merah juga menambah daya tarik objek wisata ini. Biaya yang perlu dikeluarkan tidak banyak sebab harganya yang terjangkau. Namun, keamanan lingkungan

di sekitar objek wisata ini tidak terjamin dengan baik, karena tidak ada penjaga keamanan ataupun petugas parkir yang berjaga. Selain itu, sudah terdapat kedai-kedai di tempat ini, namun yang berjualan hanya pemilik objek wisata objek wisata. Terdapat juga beberapa area yang masih terdapat sampah, namun area utama objek wisata ini tetap bersih dan nyaman. Akses jalan menuju Lewu Bue sangat rusak dan membutuhkan perbaikan, begitu pula dengan kondisi jembatan yang memprihatinkan. Meskipun demikian, jalan tersebut dapat dilalui oleh kendaraan roda 2 maupun roda 4.

Berdasarkan wawancara dengan responden, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil mengenai Wisata Lewu Bue. Secara keseluruhan, Wisata Lewu Bue memiliki potensi sebagai objek wisata yang menarik, tetapi masih membutuhkan perbaikan akses jalan dan peningkatan fasilitas agar dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan. Dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait diharapkan untuk memajukan dan memperkenalkan objek wisata ini kepada masyarakat lebih luas.

Hasil analisis lingkungan menyatakan Wisata Lewu Bue memiliki beberapa kekuatan yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Pertama, memiliki daya tarik yang menarik perhatian wisatawan. Kedua, adanya *digital marketing* menggunakan Instagram. Ketiga, biaya yang terjangkau (ekonomis). Keempat, memiliki fasilitas yang cukup lengkap dan terjamin keamanannya. Terakhir, kebersihan dan kenyamanan lingkungan yang sudah cukup baik.. Namun, Wisata Lewu Bue juga memiliki beberapa kelemahan. Pertama, kondisi jalan menuju Wisata Lewu Bue kurang memadai. Kedua, kurangnya fasilitas pendukung seperti fasilitas bermain anak-anak. Ketiga, kurangnya penjual makanan dan minuman. Terakhir, kekurangan Sumber Daya Manusia terutama dalam hal penjaga keamanan dan petugas kebersihan.

Terdapat beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Wisata Lewu Bue. Pertama, memiliki potensi untuk bersaing dengan objek wisata lain. Kedua, adanya beberapa dukungan dari Pemda seperti perizinan, promosi, keamanan, dan kenyamanan. Ketiga, perkembangan teknologi digital. Terakhir, adanya promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh wisatawan. Namun, terdapat pula beberapa ancaman yang dihadapi oleh Wisata Lewu Bue. Pertama, banyaknya objek wisata pesaing. Kedua, kurangnya dukungan Pemerintah Daerah terutama pada infrastruktur, dana, dan pengelolaan. Ketiga, berkurang/hilangnya kealamian objek wisata akibat improvisasi Pemerintah.. Terakhir, adanya penggalian pasir yang mengakibatkan akses jalan rusak. Dalam menghadapi ancaman dan memanfaatkan peluang, Wisata Lewu Bue perlu menjaga keunikan dan kealamian objek wisata, serta menjalin

kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat setempat untuk mengatasi masalah infrastruktur dan pengelolaan yang ada.

Data kuesioner yang telah diperoleh kemudian diolah menjadi matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut.

Tabel 2. Matriks IFAS

No.	FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
	KEKUATAN (STRENGTH)			
1	Memiliki daya tarik yang menarik perhatian wisatawan.	0,155	4,67	0,72
2	Adanya <i>digital marketing</i> menggunakan Instagram.	0,105	4,83	0,51
3	Biaya terjangkau (ekonomis).	0,128	4,83	0,62
4	Memiliki fasilitas yang cukup lengkap dan terjamin keamanannya.	0,108	2,83	0,31
5	Kebersihan dan kenyamanan lingkungan yang sudah cukup baik.	0,132	4,33	0,57
	JUMLAH KEKUATAN	0,628		2,73
	KELEMAHAN (WEAKNESS)			
6	Kondisi jalan menuju Wisata Lewu Bue kurang memadai.	0,065	4,33	0,28
7	Kurangnya fasilitas pendukung seperti fasilitas bermain anak-anak.	0,102	3,67	0,37
8	Kurangnya penjual makanan dan minuman.	0,097	4,00	0,39
9	Kurangnya Sumber Daya Manusia.	0,108	3,50	0,38
	JUMLAH KELEMAHAN	0,372		1,42
	TOTAL	1,00		4,15

Sumber: Hasil Olah Data

Hasil dari Matriks IFAS menunjukkan bahwa kekuatan utama dari Wisata Lewu Bue adalah daya tarik yang menarik perhatian wisatawan dengan nilai skor 0,72. Namun, terdapat kelemahan pada kurangnya penjual makanan dan minuman dengan nilai skor 0,39. Secara keseluruhan, total skor mencapai 4,15 yang menunjukkan bahwa Wisata Lewu Bue memiliki kondisi internal yang kuat.

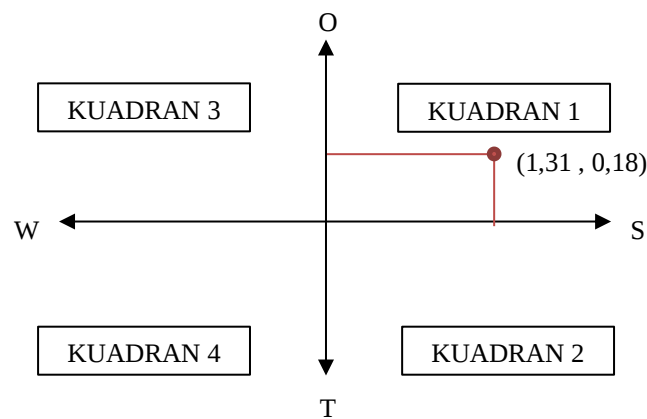
Tabel 3. Matriks EFAS

No.	FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
	PELUANG (OPPORTUNITY)			
1	Memiliki potensi untuk bersaing dengan objek wisata lain.	0,162	4,17	0,67
2	Adanya beberapa dukungan dari Pemda seperti perizinan, promosi, keamanan, dan kenyamanan.	0,112	3,67	0,41
3	Perkembangan teknologi digital	0,113	4,50	0,51
4	Adanya promosi secara tidak langsung yang dilakukan wisatawan.	0,105	2,33	0,46
	JUMLAH PELUANG	0,492		2,05
	ANCAMAN (THREAT)			
5	Banyaknya objek wisata pesaing.	0,148	4,33	0,64
6	Kurangnya dukungan Pemerintah Daerah terutama pada infrastruktur, dana, dan pengelolaan.	0,115	3,17	0,36
7	Berkurang/hilangnya kealamian objek wisata akibat improvisasi Pemerintah.	0,113	3,33	0,38
8	Adanya penggalan pasir yang mengakibatkan akses jalan rusak.	0,132	3,67	0,48
	JUMLAH ANCAMAN	0,508		1,87
	TOTAL	1,00		3,92

Sumber: Hasil Olah Data

Hasil dari Matriks EFAS menunjukkan bahwa peluang utama bagi Wisata Lewu Bue adalah memiliki potensi untuk bersaing dengan objek wisata lain dengan nilai skor 0,67. Namun, terdapat ancaman utama banyaknya objek dengan nilai skor 0,64. Secara keseluruhan, total skor mencapai 3,92 yang menunjukkan bahwa Wisata Lewu Bue dapat berkembang dengan memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Dari hasil Matriks IFAS dan EFAS akan dibuat Diagram SWOT yang di mana hasilnya akan menunjukkan posisi kuadran untuk strategi pengembangan yang tepat untuk Wisata Lewu Bue. Berikut diagram SWOT Wisata Lewu Bue yang diperoleh.



Gambar 2. Diagram SWOT Wisata Lewu Bue
Sumber: Hasil Olah Data

Diagram SWOT menunjukkan posisi strategi pengembangan untuk Wisata Lewu Bue terletak pada Kuadran I (Strategi SO). Artinya Wisata Lewu Bue memiliki keunggulan yang kuat dan banyak peluang untuk berkembang. Strategi ini juga disebut startegi agresif, di mana Wisata Lewu Bue sedang berada dalam keadaan yang kuat untuk berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa Wisata Lewu Bue memiliki potensi untuk berkembang dan mencapai kemajuan yang optimal dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Matriks SWOT berisikan 2 poin dengan skor tertinggi dari masing-masing variabel pada matriks IFAS dan EFAS, kemudian dirumuskan menjadi strategi pengembangan. Berdasarkan diagram SWOT yang diperoleh, berikut strategi SO dan strategi lainnya pada matriks SWOT.

Tabel 4
Matriks SWOT Wisata Lewu Bue

	IFAS	<u>Strength (S)</u>		<u>Weakness (W)</u>	
		1. Memiliki daya tarik yang menarik perhatian wisatawan.	2. Biaya terjangkau (ekonomis).	1. Kurangnya penjual makanan dan minuman.	2. Kurangnya Sumber Daya Manusia.
EFAS		<u>Opportunity (O)</u>		<u>Strategi SO</u>	
		1. Memiliki potensi untuk bersaing dengan objek wisata lain.	2. Perkembangan teknologi digital.	1. Peningkatan daya tarik Wisata Lewu Bue upaya meningkatkan daya saing.	2. Pemanfaatan teknologi digital upaya meningkatkan daya tarik Wisata Lewu Bue.
		<u>Threat (T)</u>		<u>Strategi ST</u>	
		1. Banyaknya objek wisata pesaing.	2. Adanya penggalian pasir yang mengakibatkan akses jalan rusak.	1. Pemaksimalan daya tarik upaya meningkatkan daya saing.	2. Perlindungan daya tarik Wisata Lewu Bue dengan meniadakan penggalian pasir.
		<u>Strategi WO</u>		<u>Strategi WT</u>	
		1. Penambahan penjual makanan dan minuman upaya meningkatkan daya saing.	2. Pemanfaatan teknologi digital upaya penambahan penjual makanan dan minuman.	1. Penambahan penjual makanan dan minuman upaya meningkatkan daya saing.	2. Penambahan penjual makanan dan minuman dengan meniadakan penggalian pasir.
		<u>Strategi WO</u>		<u>Strategi WT</u>	
		3. Penambahan dan pelatihan Sumber Daya Manusia upaya meningkatkan daya saing.	4. Pemanfaatan teknologi digital upaya penambahan dan pelatihan Sumber Daya Manusia.	3. Penambahan dan pelatihan Sumber Daya Manusia upaya meningkatkan daya saing.	4. Penambahan dan pelatihan Sumber Daya Manusia dengan meniadakan penggalian pasir.

Sumber: Hasil Olah Data

Untuk merangsang pertumbuhan pariwisata di Kecamatan Bukit Batu dengan pengembangan Wisata Lewu Bue, terdapat beberapa kebijakan yang perlu dilakukan dengan memanfaatkan strategi pengembangan yang diperoleh. Pertama, meningkatkan daya tarik Wisata Lewu Bue upaya peningkatan daya saing dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas fasilitas, meningkatkan pengalaman pengunjung, menambahkan atraksi baru, atau memperbaiki infrastruktur yang ada. Kedua, memanfaatkan teknologi digital upaya peningkatan daya tarik Wisata Lewu Bue dengan menggunakan platform online, destinasi ini

dapat mencapai masyarakat yang lebih luas, meningkatkan kesadaran dan minat terhadap objek wisata, dan memfasilitasi proses pemesanan atau informasi yang lebih mudah. Ketiga, memanfaatkan biaya yang terjangkau upaya peningkatan daya saing melalui penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau bagi wisatawan. Terakhir, memanfaatkan teknologi digital upaya pemasaran pada keunggulan biaya yang terjangkau dengan menggunakan iklan online, media sosial, atau situs web untuk mempromosikan Wisata Lewu Bue yang menjadi objek wisata menarik dengan harganya yang terjangkau bagi wisatawan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Wisata Lewu Bue memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan yang lebih baik. Strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah strategi SO yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengoptimalkan peluang yang tersedia. Dalam rangka merangsang pertumbuhan pariwisata di Kecamatan Bukit Batu melalui pengembangan Wisata Lewu Bue, beberapa kebijakan perlu dilakukan berdasarkan strategi pengembangan yang telah ditemukan. Pertama, perlu dilakukan peningkatan daya tarik Wisata Lewu Bue untuk meningkatkan daya saing. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas fasilitas, pengalaman pengunjung, menambahkan atraksi baru, atau memperbaiki infrastruktur yang sudah ada. Kedua, pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi upaya untuk meningkatkan daya tarik Wisata Lewu Bue. Dengan menggunakan platform online, destinasi ini dapat mencapai khalayak yang lebih luas, meningkatkan kesadaran dan minat terhadap objek wisata, serta memudahkan proses pemesanan dan informasi. Ketiga, penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau bagi wisatawan dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya saing Wisata Lewu Bue. Terakhir, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan iklan online, media sosial, atau situs web untuk mempromosikan Wisata Lewu Bue sebagai objek wisata menarik dengan harga yang terjangkau bagi wisatawan.

Namun, dalam pelaksanaan penelitian ini juga terdapat beberapa kendala. Jumlah responden terbatas karena beberapa dari mereka menolak untuk bekerja sama. Hal ini mungkin disebabkan oleh status Wisata Lewu Bue yang masih baru, sehingga beberapa responden merasa ragu untuk memberikan informasi yang akurat. Selain itu, keterlambatan dalam mendapatkan konfirmasi dari beberapa responden juga mempengaruhi waktu penelitian. Selain itu, keterbatasan data sekunder mengharuskan peneliti hanya mengandalkan data primer yang

telah diperoleh. Adapun saran dari peneliti bagi pemilik Wisata Lewu Bue, perlu menjalin kerja sama dengan Pemerintah Daerah untuk mendapatkan dukungan yang lebih besar dalam pengembangan tempat wisata ini. Perhatian juga perlu diberikan pada peningkatan daya tarik objek wisata, terutama sungai yang menjadi pusat perhatian wisatawan, serta penambahan sumber daya manusia untuk membantu pengembangan tempat wisata ini. Bagi Pemerintah Daerah, perlu memberikan dukungan terutama dalam perbaikan infrastruktur jalan. Dukungan dana dan pengelolaan juga diperlukan untuk pengembangan Wisata Lewu Bue. Bagi masyarakat sekitar, kesadaran akan lingkungan sekitar sangat penting. Pengurangan kegiatan penggalian pasir yang merusak lingkungan sekitar, terutama pada akses jalan, perlu diperhatikan. Terakhir, untuk penelitian mendatang, disarankan untuk memperbanyak pengumpulan data, terutama data sekunder yang saat ini masih terbatas.

BIBLIOGRAPHY

- Abdilah, S., & Rahmini, N. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Riam Kanan di Kabupaten Banjar. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 3(2), 390–406.
- Afenpah, O., Nalle, F. W., & Andari, I. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Faularan Desa Tuamese Kecamatan Biboki Anleu, Kabupaten Timor Tengah Utara. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 20–28.
- Aneiqbal.com. (2023). *Sapta Pesona - Pengertian, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya*. Aneiqbal.com. <https://www.aneiqbal.com/info/desa/sapta-pesona/>
- Anisa, N., Restu, I. W., & Wijayanti, N. P. P. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Pantai Kedungu, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali. *Jurnal Bumi Lestari*, 21(2), 36–42.
- As-Syahri, H., Sangen, M., & Rifani, A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata Bahari Pulau Laut Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 6(2), 115–130.
- Batu, K. B. (2022). *Buku Profil Kecamatan Bukit Batu Tahun 2022*. Website Resmi Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. <https://kec-bukitbatu.palangkaraya.go.id/profil-kecamatan/>
- Hadadi, N., & Muzdalifah. (2022). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan Terhadap Pendapatan Asli Desa Tiwingan Lama Kabupaten Banjar. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), 53–65.
- Hidayah, N. (2023). *Wisatawan, Excursionist, Travelers, Visitors: Konsep Lengkap*. pemasaranpariwisata.com. <https://pemasaranpariwisata.com/2023/01/10/wisatawan/>
- Indonesia, P. R. (2011). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025*. JDIH BPK RI. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/40694>
- Indriani, S. N., & Rahmini, N. (2019). Analisis Pengembangan Obyek Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Pengembangan Obyek Wisata Kampung Warna-Warni Di Desa Janju Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser). *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 2(2), 284–296.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis SWOT Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Stategi Bisnis (Study Kasus Pada UD . GUDANG BUDI , Kec. Lamongan). *Jurnal*

-
- Penelitian Ilmu Manajemen*, 4(2), 921–932.
- Nurdianshah, A., Riani, W., & Mafruhah, A. Y. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Tahura di Kota Bandung. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 5(2), 402–412.
- Nurhadi, F. D. C., Mardiyono, & Rengu, S. P. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokero). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 2(2), 325–331.
- Priono, Y. (2011). Studi Dampak Pariwisata Bukit Batu Kabupaten Kasongan Studi Dampak Pariwisata Bukit Batu Kabupaten Kasongan di Tinjau dari Aspek Ekonomi, Sosial, dan Budaya. *Jurnal Prespektif Arsitektur*, 6(2), 23–33.
- Purniawati, I., Aida, N., Ratih, A., & Murwiati, A. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Religi Pura Giri Sutra Mandala. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 381–390.
- Putranto, R. G., & Fafurida, F. (2020). Strategi Pengembangan Objek Wisata International Sport Club di Kota Semarang. *Indicators : Journal of Economic and Business*, 1(1), 48–55.
- Rangkuti, F. (2006). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riantoro, D., & Aninam, J. (2021). Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari. *Lensa Ekonomi*, 15(01), 151–172.
- Salsabila. (2022). *Catat! 4 Perbedaan Data Sekunder & Data Primer dalam Analisis Data*. DQLab.id. <https://tinyurl.com/3zx692cb>
- Setiawan, I. B. D. (2015). Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary) di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali. In *Universitas Udayana*. Universitas Udaya.
- Sylvia, R. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Tumpang Dua Di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 11(2), 253–259.