

ANALISIS PENGEMBANGAN DESA HALIAU SEBAGAI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA

*Haliau Village Development Analysis as an
Object and a Tourist Attraction*

Indah Komala Sari, Abdi Fithria dan Khairun Nisa

Program Studi Kehutanan

Fakultas Kehutanan Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRACT. *The purpose of this study was to analyze the development of the village of Haliau as an object and tourist attraction, in Batu Benawa sub-district, Hulu Sungai Tengah Regency, South Kalimantan. Sampling for interviews using the Slovin formula based on the number of family heads with an error tolerance of 10%. Haliau village has two attractions, Haluhang Haliau and Outbound Bunga Water Park and Water Park which need to be developed with the right strategy seen from the SWOT analysis (Strengths Weaknesses Opportunities Threats) by evaluating using IFAS and EFAS matrices by determining strategies based on position in the matrix awareness. The results of IFAS and EFAS show that the absolute number of strength and opportunity factor scores ($S + O$) = $1.80 + 1.85 = 3.65$. The absolute number of strength and threat factor scores ($S + T$) = $1.80 + 1.65 = 3.45$. The absolute number of weakness and threat scores ($W + T$) = $1.10 + 1.65 = 2.75$. The absolute number of weaknesses and opportunities scores ($W + O$) = $1.10 + 1.85 = 2.95$. The greatest value is found in the sum of strength and opportunity factors. Reduction value of internal factors strengths and weaknesses ($S-W$) = $1.80 + 1.10 = 2.90$. The value of reduction from external factors of opportunity and threat ($O-T$) = $1.85 + 1.65 = 3.5$. The sum of internal and external factor values shows that the internal value is 0.75 and the external value is 0.15 from that value, so the SO strategy is in quadrant I, so from this value the strategy chosen is an aggressive strategy. Aggressive strategy is a strategy that utilizes all the strengths to take advantage of the greatest opportunities.*

Keywords: *SWOT analysis; Haliau Village; Objects and Attractions Natural tourism*

ABSTRAK. Tujuan penelitian ini yaitu analisis pengembangan desa Haliau sebagai objek dan daya tarik wisata, di Kecamatan Batu Benawa Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kalimantan Selatan. Pengambilan sampel untuk wawancara menggunakan rumus slovin berdasarkan jumlah kepala keluarga dengan toleransi error 10 %. Desa Haliau mempunyai dua objek wisata yaitu Limbuhang Haliau dan Baruh Bunga *Outbound* dan *WaterPark* yang perlu dikembangkan dengan strategi yang tepat dilihat dari analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) dengan evaluasi menggunakan matriks EFAS dan IFAS dengan penentuan strategi berdasarkan posisi pada kuadran matriks. Hasil EFAS dan IFAS diketahui jumlah absolut skor faktor kekuatan dan peluang ($S+O$) = $1,80 + 1,85 = 3,65$. Jumlah absolut skor dari faktor kekuatan dan ancaman ($S+T$) = $1,80 + 1,65 = 3,45$. Jumlah absolut skor kelemahan dan ancaman ($W+T$) = $1,10 + 1,65 = 2,75$. Jumlah absolut skor kelemahan dan peluang ($W+O$) = $1,10 + 1,85 = 2,95$. Nilai terbesar ditemukan pada penjumlahan faktor kekuatan dan peluang. Nilai pengurangan dari faktor internal kekuatan dan kelemahan ($S-W$) = $1,80 + 1,10 = 2,90$. Nilai pengurangan dari faktor eksternal peluang dan ancaman ($O-T$) = $1,85 + 1,65 = 3,5$. Penjumlahan dari nilai faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa nilai internal 0,75 dan nilai eksternal 0,15 dari nilai tersebut maka strategi SO berada pada kuadran I, sehingga dari nilai ini strategi yang dipilih adalah strategi agresif. Strategi agresif adalah strategi yang memanfaatkan semua kekuatan untuk menggunakan besarnya peluang.

Kata Kunci: Analisis SWOT; Desa Haliau; Objek dan Daya Tarik Wisata; Wisata Alam

Penulis Untuk Korespondensi, surel: indahbarabai9@gmail.com

PENDAHULUAN

Wisata alam yaitu perjalanan ke tempat alami yang masih belum terganggu (tercemar), yang bertujuan untuk mengagumi, menikmati pemandangan dan mempelajari tumbuh-

tumbuhan dan satwa liar, serta bentuk budaya masyarakat dari masa lampau maupun masa sekarang (Handayawati *et al*, 2010). Wisata alam ialah kegiatan rekreasi dan pariwisata dengan memanfaatkan sumber daya alam, dalam keadaan alami atau setelah ada usaha budidaya, yang memungkinkan wisatawan

mendapatkan kebugaran jasmaniah maupun rohaniyah, pengetahuan dan pengalaman serta menciptakan inspirasi dan cinta alam (Saragih, 1998).

Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan serta dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah/tempat tertentu. Daya tarik wisata yang tidak gatau belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu (Marpaung, 2002). Perumusan strategi adalah pengembangan rencana panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan (Hunger, J David dan Thomas L Wheelen. 2003).

Daya tarik wisata yang unggul dan berkualitas merupakan faktor kunci yang menentukan motivasi wisatawan untuk berwisata, serta sebagai alasan fundamental yang menjadi pertimbangan mengapa seseorang memilih destinasi. Daya Tarik juga sangat menentukan kepuasan dan loyalitas wisatawan, yang nantinya akan berdampak secara ekonomi terhadap keberlanjutan destinasi wisata (Brahmanto, 2017).

Peluang pengembangan destinasi wisata masih sangat terbuka lebar mengingat perkembangan ekonomi, sosial budaya, teknologi, serta permintaan produk pariwisata yang sangat baik. Peluang ditinjau pada sudut pandang teknologi sekarang, yaitu tumbuhnya masyarakat online atau netizen (pengguna internet), (Hermawan, 2017). Pembangunan dan pengembangan pariwisata yang telah dilakukan hendaknya, mampu berkelanjutan dan dipertahankan dimasa yang akan datang. Keberlanjutan pariwisata tidak hanya di wacanakan, kometmen dari berbagai pihak untuk mempertahankan keberlanjutan alam, sosial ekonomi maupun budaya masyarakat sebagai modal dasar pariwisata (Atmoko, 2014). Kalimantan Selatan salah satu provinsi yang memiliki objek-objek wisata yang menarik mulai dari keindahan alam, pegunungan,

keindahan pantai, keindahan air terjun, wisata satwa khas kalimantan hingga wisata religi (Sufiadi, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di Desa Haliau, Kecamatan Batu Benawa, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan, selama kurang lebih 6 (enam) bulan, dimulai bulan Agustus 2019 sampai bulan Maret 2020. Meliputi persiapan penulisan usulan penelitian, pelaksanaan, pembuatan data, analisis data dan pembuatan laporan akhir penelitian. Alat yang digunakan dalam penelitian yaitu Laptop (semua type), Hp (*Handphone*) android, aplikasi Avenza Maps, alat tulis menulis untuk mencatat data dan Kuesioner.

Metode pengambilan sampel untuk wawancara dengan masyarakat menggunakan rumus Slovin, dimana sampel yang diambil disesuaikan dengan jumlah KK (Kepala Keluarga), kepala keluarga di desa Haliau 460 KK (Kepala Keluarga) dengan toleransi error 10 %, sehingga sampel yang diambil sebanyak 83 KK (Kepala Keluarga). Data persepsi masyarakat diperoleh dengan wawancara secara langsung menggunakan kuisisioner (Khairuddin, 2019).

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan 10% (*error tolerance*)

Data dan informasi yang diperoleh pada objek wisata yang potensial dan dapat dikembangkan, untuk pengelolaannya dilakukan analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat*). Data dan informasi didapatkan dari wawancara mendalam kepada masyarakat atau instansi-instansi yang terkait dengan objek wisata. Kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan dideskripsikan (Wahyuningsih *et al.*, 2019).

Faktor Internal

Faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam objek wisata yang turut

mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) kebijakan diobjek wisata yang bersangkutan. Faktor internal meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, koperasi, sumber daya manusia penelitian dan pengembangan, system informasi manajemen dan budaya.

Faktor eksternal

Faktor eksternal menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar. Faktor ini mencakup lingkungan sekitar objek wisata dan lingkungan objek lain, ekonomi, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

Tabel 1. Analisis SWOT Internal dan Eksternal

| IFAS | Strengths (S) | Weaknesses (W) |
|--|--|--|
| EFAS | Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal | Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal |
| Opportunities (O) | Strategi S-O | Strategi W-O |
| Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal | Ciptakan strategi Menggunakan kekuatan yang memanfaatkan peluang | Ciptakan Strategi meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk mendapatkan peluang |
| Threats (T) | Strategi S-T | Strategi W-T |
| Tentukan 5-10 Faktor ancaman eksternal | Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman | Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan-kelemahan dan mengatasi ancaman |

Strategi SO (*Strengths Opportunities*) yaitu kekuatan diubah menjadi sebuah peluang. Strategi ST (*Strengths Threats*) yaitu menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal. Strategi WO (*Weaknesses Opportunitie*) memperkecil kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WT (*Weaknesses Threats*) yaitu taktik bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman.

Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Faktor kekuatan yang dipergunakan dan faktor kelemahan untuk mengatasi masalah adalah factor dari analisis internal, sedangkan faktor peluang yang dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari adalah factor dari analisis eksternal. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*). Penentuan faktor strategi internal dan eksternal dilakukan sebelum membuat matriks IFAS dan EFAS (Wahyuningsih *et al.*, 2019).

Pembobotan dilakukan pada setiap faktor, pemberian bobot berdasarkan besar

atau kecil pengaruhnya terhadap objek wisata. Total pemberian bobot pada setiap faktor yaitu 0,1. Penentuan rating dari 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan (faktor internal), peluang dan ancaman (faktor eksternal), yaitu nilai sangat lemah untuk nilai 1, tidak begitu lemah untuk nilai 2, cukup lemah untuk nilai 3, sangat kuat untuk nilai 4. Nilai tersebut berpedoman pada keadaan objek wisata.

Positioning Kuadran SWOT

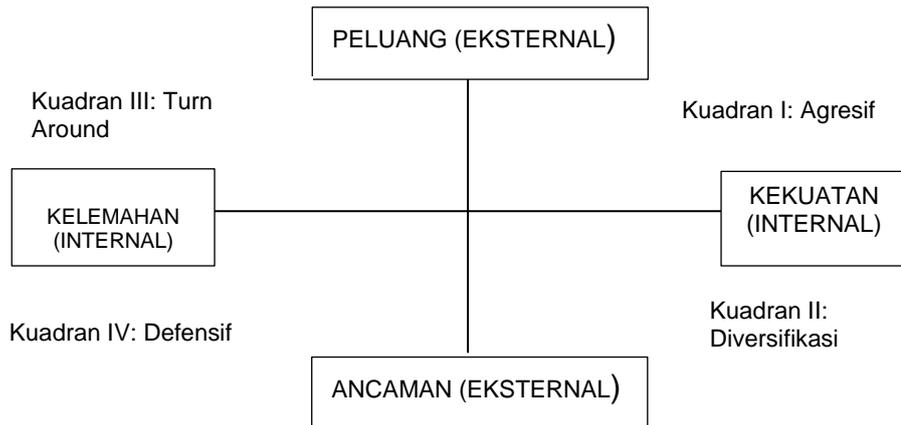
Data dimasukkan ke dalam matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) dan memberi bobot dan rating untuk masing-masing point. Tahapan kerja yang selanjutnya dikerjakan oleh peneliti adalah menghitung jumlah skor yangdi dapat dari kedua matrikst tersebut untuk mengetahui positioning suatu wilayah atau kawasan dilihat dari potensi yang ada. Positioning yang dimaksud disini adalah positioning untuk mengetahui posisi potensi ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata) dimana posisi ini menentukan letak potensi ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata) di desa Haliu. Berikut tahapan kerja untuk menentukan Positioning Kuadran SWOT. Setelah sebelumnya membahas matriks IFAS (*Internal*

Factors Analisis Summary) dan EFAS (External Factors Analisis Summary) maka dapat diketahui posisi suatu perusahaan yang sesungguhnya. Dari matriks IFAS (Internal Factors Analisis Summary) dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus sebagai berikut Sedangkan untuk matriks EFAS (External Factors Analisis Summary) dapat diketahui posisi sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

$$Y = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman}$$

Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS posisi kuadran SWOT dapat ditentukan dengan mengetahui posisi sumbu X dan sumbu Y terlebih dahulu. Dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kuadran Matriks IFAS dan EFAS

Rumusan setiap kuadran yang secara khusus untuk pariwisata dan beberapa pengertian yang melalui proses adopsi, adaptasi dari penggunaan SWOT untuk perusahaan sehingga diadaptasi dari rumusan sebagai berikut:

1. Kuadran I (Positif, Positif) menandakan suatu organisasi yang berpeluang dan kuat. Rekomendasi strategi diberikan yaitu Progresif, artinya dalam kondisi mantap dan prima sehingga sangat mungkin untuk melakukan ekspansi, meraih kemajuan secara maksimal dan memperbesar pertumbuhan.
2. Kuadran II (Positif, Negatif) menandakan organisasi yang kuat tetapi menghadapi rintangan yang besar. Rekomendasi yang di sarankan yaitu Diversifikasi Strategi, artinya organisasi dalam kondisi bagus namun menghadapi beberapa rintangan berat, sehingga diprediksi lingkaran organisasi akan menghadapi kesulitan untuk berputar kalau hanya bertumpu dengan strategi sebelumnya. Maka organisasi disarankan agar memperbanyak strategi.

3. Kuadran III (Negatif, Positif) menandakan suatu organisasi yang lemah tetapi sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang disarankan yaitu Mengubah Strategi, artinya organisasi disarankan agar mengubah strategi sebelumnya. Karena, strategi lama dikhawatirkan sulit menangkap kesempatan, sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.
4. Kuadran IV (Negatif, Negatif) menandakan suatu organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang disarankan yaitu Strategi Bertahan, yaitu kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Dengan demikian organisasi disarankan menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal supaya tidak semakin terpuruk. Strategi dipertahankan namun tetap berupaya memperbaiki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dan Daya Tarik Wisata Desa Haliau

Tabel 2. Objek dan Daya Tarik Wisata di Desa Haliau

| No | Nama ODTW | Koordinat | Keterangan |
|----|--|---------------------------|--|
| 1 | Limbuhan Haliau | -2°38.250' 115°25.740' | Wisata yang menawarkan keindahan Gua dengan akar yang bergelantungan seperti ayunan, dengan kedalaman 50 meter dan luas ±20 meter. |
| 2 | Baruh Bunga <i>Outbound</i> dan <i>WaterPark</i> | -2°38.182' 115°25.732' | Kegiatan <i>Outbound</i> yang menguji adrenalin dijadikan sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan untuk pengunjung serta <i>Water Park</i> untuk berenang dengan ukuran sesuai usia. |

Objek Wisata Limbuhan Haliau

Jarak objek wisata Limbuhan Haliau dari pusat kota Barabai 10 km². Wisata Limbuhan Haliau adalah wisata yang berada di desa Haliau, terletak di tanah milik pribadi (ada 3 pemilik tanah yang berbeda). Pemilik tanah bekerjasama dan berinisiatif untuk membuat wisata, kemudian membentuk Karang Taruna bersama masyarakat sekitar, setelah wisata mulai berkembang mereka membentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Objek wisata Limbuhan Haliau memiliki luas ±1 ha dan wisata Limbuhan Haliau sudah berdiri selama 1 tahun sejak tahun 2018, objek wisata ini menawarkan wisata alami, saat pengunjung memasuki wisata Limbuhan Haliau, pengunjung sudah ditawarkan bentang alam yang indah, spot-spot foto bagus dan menarik sehingga tidak mudah dilewatkan.

Tarif masuk wisata Limbuhan Haliau sangat terjangkau, pengunjung hanya perlu mengeluarkan uang Rp5000 saja, parkir untuk motor Rp3000, mobil Rp10.000, bis Rp20.000 dan pengunjung dapat menikmati wisata tersebut sepuasnya, selain spot-spot foto, wisata Limbuhan Haliau mempunyai destinasi andalannya yaitu Gua Limbuhan. Gua Limbuhan berjarak 100 meter dari loket masuk wisata, Pengunjung yang pertama kali berkunjung akan terpesona dengan keindahan Gua yang terdapat aliran air di bawahnya. Pengunjung yang beruntung jika pada saat cuaca bagus matahari tepat berada diatas kepala (tengah hari sekitar pukul 11.00 Wita sampai 14.00 Wita), pengunjung akan mendapati warna air Gua berwarna biru, yang terlihat cantik seperti berada di dunia fantasi. Selain Gua ada juga kolam renang dewasa dan anak-anak, jika pengunjung ingin berenang tarif yang harus dikeluarkan sebesar Rp10.000.

Fasilitas yang tersedia di wisata Limbuhan Haliau yaitu, warung makan, toilet umum,

mushola, gazebo, balai pertemuan, panahan, ayunan, pelampung dan penunjuk arah. Pengunjung yang memasuki Gua akan merasakan segarnya udara yang keluar dari mulut Gua menerpa wajah dengan begitu lembutnya, setelah pengunjung memasuki Gua, pengunjung akan bertemu 2 orang penjaga, jika pengunjung ingin berfoto, menikmati dan bersantai sambil duduk diatas akar yang bergelantungan, pengunjung harus mengeluarkan tarif lagi untuk jasa antar (menggunakan perahu karet) menuju ayunan yang terletak ditengah Gua, sebesar Rp 5000 saja, namun jika hari libur pengunjung tidak dapat bersantai terlalu lama. Hari libur biasanya banyak pengunjung yang antri hanya untuk berayun-ayun sambil mengabadikan momen berfoto diatas air sambil duduk diatas akar yang menggantung. Pengunjung yang datang kewisata Limbuhan Haliau tidak hanya dari Kalimantan Selatan tetapi, ada yang berasal dari Jawa, Kalimantan Timur, Kalimantan Tengah, bahkan ada yang dari mancanegara seperti Arab Saudi, Korea Selatan, Malaysia, Belanda dan Amerika Serikat. Wisata Limbuhan Haliau bisa dijadikan tempat pertemuan, rapat, *Pre-wedding* dan acara pernikahan. Pemesanan tempat wisata tersedia dalam bentuk paket. Paket yang tersedia bervariasi sesuai waktu acara ditentukan dan kesepakatan dengan pengelola.

Salah satu kendala atau permasalahan yang mungkin terjadi untuk objek wisata alam yaitu, kondisi alam dan kondisi musim yang tidak menentu (Liestya Maya, 2018). Gua Limbuhan bergantung kepada kondisi alam dan kondisi musim, jika kondisi alam berubah karena dipengaruhi kondisi musim seperti, pada saat musim kemarau air dalam Gua Limbuhan surut. Keadaan air yang surut mempengaruhi keindahan dari Gua Limbuhan. Air yang surut akan membuat air Gua berwarna hijau dan banyak lumut yang bermunculan ke permukaan air.

Objek Wisata Baruh Bunga *Outbound* dan *Water Park*

Wisata Baruh Bunga adalah wisata milik pribadi yang dibangun diatas tanah dengan luas 2 ha. Wisata Baruh Bunga sudah berdiri selama 5 tahun sejak tahun 2014, pada awalnya pemilik tanah hanya ingin membangun tempat berlibur untuk keluarga dikala jenuhnya berada di kota, namun dengan berjalannya waktu Wisata Baruh Bunga dibuka untuk umum dan ditambah lagi beberapa wahana seperti *Outbound* dan *Water Park*, sehingga sekarang diberi nama Wisata Baruh Bunga *Outbound* dan *Water Park*. Jarak dengan pusat kota Barabai sekitar 10 objek wisata Baruh Bunga membutuhkan 30 menit perjalanan, dapat ditempuh dengan berbagai alat transportasi (motor, mobil, mini bus dan bus). Wisata Baruh Bunga menyediakan wahana *outbound* yang terdiri dari *Flying Fox River High Rope Challenge*, selain itu terdapat Ayunan, Arung Jeram dan *Water Park*.

Tarif masuk wisata Baruh Bunga untuk parkir motor (kendaraan roda 2) Rp3.000 rupiah, mobil Rp10.000 rupiah, mini bis Rp15.000 rupiah dan bus besar Rp20.000 rupiah. Jarak Parkir menuju wahana *outbound*

dan *Water Park* 50 meter. Tarif dari setiap wahana berbeda, untuk *Water Park* perorangnya Rp30.000, untuk Arung Jeram disesuaikan dengan jarak tempuh, ada dua jarak dalam wahana arung jeram, yaitu jarak terdekat sekitar ± 2 km dengan tarif Rp 350.000 (dari desa Waki menuju desa Haliau, maksimal 4 orang). Jarak terjauh sekitar ± 4 km dengan tarif Rp 550.000 (dari desa Manggasang menuju desa Haliau, maksimal 4 orang). Disewakan pergrup, dalam satu grup 5 sampai 6 orang, dan ditambah 2 orang penjaga. *High Rope* perorangnya. Wahana *Flying Fox River* tarif yang harus dikeluarkan sebesar Rp 30.000, *High Rope Challenge* sebesar Rp 30.000, dan ayunan hanya Rp 10.000. Wisata Baruh Bunga juga menyediakan wisata dalam bentuk paket beserta tarif-tarifnya, biasanya paket diperuntukan untuk pengunjung dalam skkala besar, paket-paket beserta tarifnya bisa dilihat di lampiran. Wisata Baruh Bunga banyak dikunjungi di hari akhir pekan dan hari libur nasional. Hari biasanya pengunjung yang datang hanya pada satu wahana yaitu *Water Park*. Wisata Baruh Bunga bergantung kepada kondisi air sungai khususnya arung jeram, karena jika air surut, wahana arung jeram ditutup sementara.



Gambar 2. Objek Wisata Baruh Bunga dan Water Park



Gambar 3. Objek Wisata Limbuhang Haliau

Strategi Analisis Pengembangan ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata) di Desa Haliau

Sikap dan tingkah laku masyarakat sekitar objek wisata sangat berpengaruh terhadap persepsi wisatawan yang datang untuk berwisata, maka dibutuhkan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal agar menghindari faktor ancaman eksternal dengan melakukan wawancara dengan masyarakat mengenai ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata) (Fitra et al., 2012). Hasil wawancara lapangan diperoleh informasi tentang kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Thread*).

Strategi yang digunakan untuk pengembangan adalah analisis SWOT, dalam strategi SWOT dapat diketahui S sebagai kekuatan (*Strength*), W sebagai kelemahan (*Weaknesses*), O sebagai peluang (*Opportunity*) dan T sebagai ancaman (*Thread*).

Faktor Internal

Kekuatan (*Strength*)

- a. Letaknya strategis dan mudah dijangkau

- b. Masyarakat ramah dan terbuka untuk semua kalangan yang mau berkunjung ke wisata di desa Haliau
- c. Memiliki tempat wisata yang alami dan menyatu dengan alam
- d. Adanya dukungan dari lembaga pemerintah untuk ODTW seperti mempromosikan ODTW dan memberikan pelatihan kepada pengelola untuk pengembangan ODTW
- e. Memberikan suasana yang nyaman
- f. Udara yang sejuk

Kelemahan (*Weaknesses*)

- a. Bergantung pada kondisi alam
- b. Milik swasta/pribadi
- c. Kurangnya petunjuk jalan
- d. Banyak tempat yang belum dimanfaatkan
- e. Terbatasnya dana untuk mengembangkan wisata, karena wisata milik pribadi, sehingga pengelolaan dan pengembangan bertahap dan bergantung kepada pendapatan wisata.

Faktor Eksternal

Peluang (*Opportunity*)

- a. Wisata yang unik dan tidak ada di desa lain
- b. Dapat dikembangkan lagi
- c. Menambah pendapatan masyarakat

- d. Mengurangi pengangguran karena ada lapangan pekerjaan
- e. Masyarakat sangat mendukung pengembangan desa Haliau sebagai ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata)
- f. Wisata akan dimasukkan ke BUMDES (Badan Usaha Milik Desa)

Ancaman(Threat)

- a. Bersaing dengan wisata yang ada di desa lain
- b. Rusaknya fasilitas karena tidak permanen
- c. Adanya pertambangan lokal oleh masyarakat
- d. Adanya pergeseran wisata
- e. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar ODTW bahwa pentingnya adanya suatu tempat berwisata.

Tabel 3. Matriks SWOT Pengembangan Objek Wisata desa Haliau

| | Kekuatan (Strengths-S) | Kelemahan (Weaknesses-W) |
|--|---|---|
| INTERNAL | <ul style="list-style-type: none"> a. Letaknya strategis dan mudah dijangkau b. Masyarakat ramah dan terbuka untuk semua kalangan yang mau berkunjung kewisata di desa Haliau c. Memiliki tempat wisata yang alami dan menyatu dengan alam d. Adanya dukungan dari lembaga pemerintah untuk ODTW seperti mempromosikan ODTW dan memberikan pelatihan kepada pengelola untuk pengembangan ODTW | <ul style="list-style-type: none"> a. Bergantung pada kondisi alam b. Milik swasta/pribadi c. Kurangnya petunjuk jalan d. Banyak tempat yang belum dimanfaatkan e. Terbatasnya dana untuk mengembangkan wisata, karena wisata milik pribadi, sehingga pengelolaan dan pengembangan bertahap dan bergantung kepada pendapatan wisata. |
| EKSTERNAL | <ul style="list-style-type: none"> e. Memberikan suasana yang nyaman f. Udara yang sejuk | |
| | Strategi S-O | Strategi W-O |
| Peluang (Opportunities-O) | <ul style="list-style-type: none"> a. Memberdayakan masyarakat lokal desa Haliau dalam kegiatan wisata tersebut. b. Pemanfaatan wisata alam yang masih alami demi mewujudkan peningkatan pendapatan daerah dan masyarakat sekitar. c. Dengan keunikan wisata alam dapat menjadi primadona dan daya tarik bagi pengunjung. d. Memanfaatkan kondisi jalan untuk transportasi sebagai kekuatan | <ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan dana desa yang sudah ada untuk pengembangan wisata, karena wisata akan dimasukkan ke program desa yaitu BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) sehingga pengembangan wisata dapat dilaksanakan menggunakan dana desa untuk pengelolaannya. b. Menambah destinasi wisata seperti spot foto, area panahan, area memancing, dan susur sungai. Karena banyak tempat yang berpotensi untuk dikembangkan. c. Swasta atau pemilik lahan bekerja sama dengan aparat desa untuk mengembangkan desa wisata d. Peningkatan sarana, prasarana dan aksesibilitas |
| <ul style="list-style-type: none"> a. Wisata yang unik dan tidak ada di desa lain b. Dapat dikembangkan lagi c. Menambah pendapatan masyarakat d. Mengurangi pengangguran karena ada lapangan pekerjaan e. Masyarakat sangat mendukung pengembangan desa Haliau sebagai ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata) f. Wisata akan dimasukkan ke BUMDES (Badan Usaha Milik Desa), rencana di tahun 2020 | | |

| Ancaman (Threats-T) | Strategi S-T | Strategi W-T |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> a. Bersaing dengan wisata yang ada di desa lain b. Rusaknya fasilitas karena tidak permanen c. Adanya pertambangan lokal oleh masyarakat d. Adanya pergeseran wisata e. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar ODTW bahwa pentingnya adanya suatu tempat berwisata | <ul style="list-style-type: none"> a. Objek wisata yang alami di desa Haliau dapat di kembangkan dan dibuat berbeda dengan wisata lainnya. Dengan arti ada perubahan dan perbedaan dengan wisata yang diluar sana. b. Adanya peraturan bagi pengunjung untuk membuang sampah pada tempatnya dan pada saat berkunjung tidak membawa makanan ke dalam wisata. c. Peningkatan pemeliharaan untuk sarana yang telah ada. d. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat dampak dampak pertambangan terhadap lingkungan di desa Haliau. e. Meningkatkan kesadaran masyarakat melalui forum diskusi tentang wisata. | <ul style="list-style-type: none"> a. Penambahan fasilitas yang ada diobjek wisata b. Menjalin kerja sama dengan pemerintah setempat. c. Melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata tersebut. d. Pengembangan lebih di tingkatkan lagi karena di desa Haliau banyak destinasi yang bisa menjadi objek wisata. e. Wisata yang ada di desa Haliau unik dan tidak ada kesamaan ditempat lain sehingga dapat bersaing dengan wisata di tempat lain f. Mengembangkan konsep ekowisata. g. Pengelolaan di optimal untuk meningkatkan kepuasan pengunjung |

Strategi SO (Strength dan Opportunities)

Strategi SO yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan (*Strenght*) dari adanya Peluang (*Opportunities*), pilihan dari strategi SO yaitu:

- a. Memberdayakan masyarakat lokal desa Haliau dalam kegiatan wisata tersebut.
- b. Pemanfaatan wisata alam yang masih alami demi mewujudkan peningkatan pendapatan daerah dan masyarakat sekitar.
- c. Dengan keunikan wisata alam dapat menjadi primadona dan daya tarik bagi pengunjung.
- d. Memanfaatkan kondisi jalan untuk transfortasi sebagai kekuatan.

Strategi WO (Weaknesses dan Opportunities)

Strategi WO adalah strategi yang mengatasi kelemahan (*Weaknesses*) dengan adanya peluang (*Opportunities*) adalah:

- a. Memanfaatkan dana desa yang sudah ada untuk pengembangan wisata, karena wisata akan dimasukkan ke program desa yaitu BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) sehingga pengembangan wisata dapat dilaksanakan menggunakan dana desa untuk pengelolaannya.
- b. Menambah destinasi wisata seperti spot foto, area panahan, area memancing, dan susur sungai. Karena banyak tempat yang berpotensi untuk dikembangkan.

- c. Swasta atau pemilik lahan bekerja sama dengan aparat desa untuk mengembangkan desa wisata
- d. Peningkatan sarana, prasarana dan aksesibilitas.

Strategi ST (Strength dan Threats)

Strategi ST (*Strength* dan *Threats*) ialah strategi yang memanfaatkan kekuatan (*Strength*) untuk menghadapi ancaman (*Threats*) adalah:

- a. Objek wisata alam di desa Haliau dapat di kembangkan dan dibuat berbeda dengan wisata lainnya. Dengan arti ada perubahan dan perbedaan dengan wisata yang diluar sana.
- b. Adanya peraturan bagi pengunjung untuk membuang sampah pada tempatnya dan pada saat berkunjung tidak membawa makanan ke dalam wisata.
- c. Peningkatan pemeliharaan untuk sarana yang telah ada.
- d. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat dampak dampak pertambangan terhadap lingkungan di desa Haliau.
- e. Meningkatkan kesadaran masyarakat melalui forum diskusi tentang wisata.

Strategi WT (Weaknesses dan Threats)

Strategi WT (*Weaknesses* dan *Threats*) adalah strategi yang mengatasi kelemahan

(Weaknesses) dan menghindari ancaman (Threats):

- a. Penambahan fasilitas yang ada di objek wisata
- b. Menjalin kerja sama dengan pemerintah setempat.
- c. Melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata tersebut.

- d. Pengembangan lebih ditingkatkan lagi karena di desa Haliau banyak destinasi yang bisa menjadi objek wisata.
- e. Wisata yang ada di desa Haliau unik dan tidak ada kesamaan ditempat lain sehingga dapat bersaing dengan wisata di tempat lain
- f. Mengembangkan konsep ekowisata.
- g. Pengelolaan di optimal untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

Tabel 4. Rekapitulasi Matriks EFAS dan IFAS

| | Faktor Kunci | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
|--|--|-------|-------------|----------------|
| ksternal | Peluang | | | |
| | a. Wisata yang unik dan tidak ada di desa lain | 0,15 | 4 | 0,60 |
| | b. Dapat dikembangkan lagi | 0,10 | 3 | 0,30 |
| | c. Menambah pendapatan masyarakat | 0,05 | 4 | 0,20 |
| | d. Mengurangi pengangguran karena ada lapangan pekerjaan | 0,05 | 3 | 0,15 |
| | e. Masyarakat sangat mendukung pengembangan desa Haliau sebagai ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata) | 0,05 | 3 | 0,15 |
| | f. Wisata akan dimasukkan ke BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) | 0,10 | 4 | 0,40 |
| | Jumlah | | | 1,80 |
| | Ancaman | | | |
| | a. Bersaing dengan wisata yang ada di desa lain | 0,20 | 4 | 0,80 |
| | b. Rusaknya fasilitas karena tidak permanen | 0,05 | 1 | 0,05 |
| | c. Adanya pertambangan lokal oleh masyarakat | 0,05 | 2 | 0,10 |
| d. Adanya pergeseran wisata | 0,15 | 4 | 0,60 | |
| e. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar ODTW bahwa pentingnya adanya suatu tempat berwisata | 0,05 | 2 | 0,10 | |
| Jumlah | | | 1,65 | |
| Peluang - Ancaman | | | | |
| Kekuatan | | | | |
| a. Letaknya strategis dan mudah dijangkau | 0,05 | 3 | 0,15 | |
| b. Masyarakat ramah dan terbuka untuk semua kalangan yang mau berkunjung ke wisata di desa Haliau | 0,10 | 4 | 0,80 | |
| c. Memiliki tempat wisata yang alami dan menyatu dengan alam | 0,10 | 2 | 0,10 | |
| d. Adanya dukungan dari lembaga pemerintah untuk ODTW seperti mempromosikan ODTW dan memberikan pelatihan kepada pengelola untuk pengembangan ODTW | 0,15 | 4 | 0,60 | |
| e. Memberikan suasana yang nyaman | 0,05 | 2 | 0,10 | |
| f. Udara yang sejuk | 0,05 | 2 | 0,10 | |
| Jumlah | | | 1,85 | |
| Internal | Kelemahan | | | |
| | a. Bergantung pada kondisi alam | 0,10 | 1 | 0,10 |
| | b. Milik swasta/pribadi | 0,10 | 3 | 0,30 |
| | c. Kurangnya petunjuk jalan | 0,05 | 2 | 0,10 |
| | d. Banyak tempat yang belum dimanfaatkan | 0,10 | 3 | 0,30 |
| | e. Terbatasnya dana untuk mengembangkan wisata, karena wisata milik pribadi, sehingga pengelolaan dan pengembangan bertahap dan bergantung kepada pendapatan wisata. | 0,10 | 3 | 0,30 |
| | Jumlah | | 1 | 1,10 |
| | Kekuatan - Kelemahan | | | |
| | 0,75 | | | |

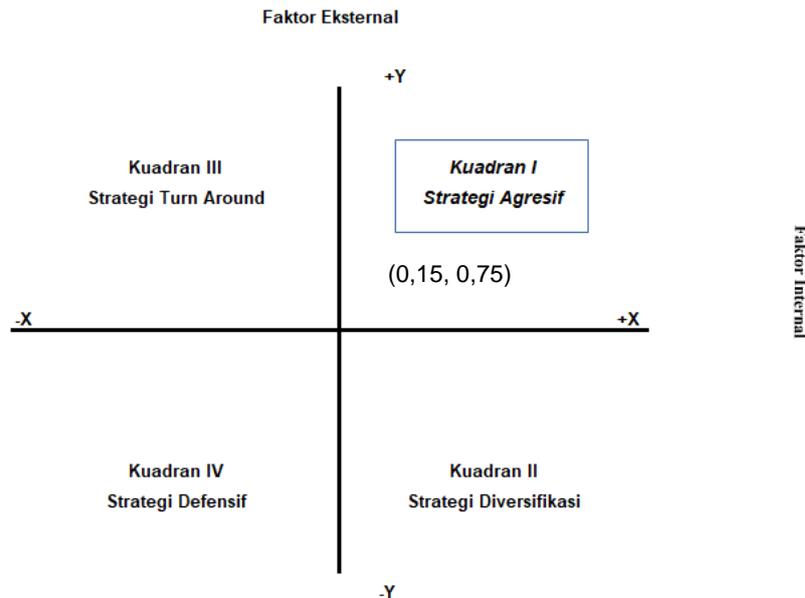
Hasil IFAS dan EFAS didapatkan jumlah absolute skor dari faktor kekuatan dan peluang (S+O) = 1,80 + 1,85 = 3,65. Jumlah absolute skor faktor kekuatan dan ancaman (S+T) = 1,80 + 1,65 = 3,45. Jumlah absolute skor kelemahan dan ancaman (W+T) = 1,10 + 1,65

= 2,75. Jumlah absolute skor kelemahan dan peluang (W+O) = 1,10 + 1,85 = 2,95. Nilai terbesar ditemukan pada penjumlahan faktor kekuatan dan peluang. Nilai pengurangan dari faktor internal kekuatan dan kelemahan (S-W) = 1,80 + 1,10 = 2,90. Nilai pengurangan dari

faktor eksternal peluang dan ancaman (O-T) = $1,85 + 1,65 = 3,5$. Penjumlahan dari nilai faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa nilai internal 0,75 dan nilai eksternal 0,15 sehingga dari nilai ini strategi yang dipilih adalah strategi agresif. Strategi agresif yaitu strategi yang memanfaatkan semua kekuatan agar mendapatkan peluang yang besar. Pada

diagram, strategi SO berada pada kuadran I. diagram strategi disajikan pada gambar berikut

Tahap terakhir dari analisis SWOT adalah menentukan faktor kunci keberhasilan dengan melihat keterkaitan strategi tersebut dengan tindakan strategis atau aksi strategis.



Gambar 4. Kuadran Matriks

Berdasarkan gambar di atas dan tabel SWOT, strategi yang tepat yaitu strategi Agresif, dengan memanfaatkan semua kekuatan untuk mendapatkan peluang terbesar. Strategi ini adalah strategi prioritas dibandingkan strategi lainnya (Tabel 4. Kuadran Matriks diatas). Dimana pemerintah, pengelola (pihak swasta) dan masyarakat harus menjadi orang pertama untuk pengembangan objek wisata di desa Haliau mengingat masih adanya kelemahan pada keterbatasan dana pengelolaan, kurangnya sarana dan prasarana serta aksesibilitas, sementara peluang untuk mengembangkan kawasan wisata terbuka lebar. Peran pemerintah, pihak pengelola dan masyarakat yang paling penting adalah pembangunan kerjasama pengembangan dan pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata yang ada di desa Haliau, karena masih ada tempat yang belum dimanfaatkan, dengan adanya kerjasama pemerintah dengan pengelola, Objek dan Daya Tarik Wisata yang ada di desa Haliau akan dimasukkan ke BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) sehingga hasil yang diperoleh dialokasikan untuk pembangunan

desa Haliau dan kesejahteraan masyarakat desa Haliau.

Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga alam, sehingga mereka tidak lagi melakukan pertambangan lokal, karena terbukanya peluang untuk berdagang dan bekerja di sekitar objek wisata. Namun dilain pihak, pemerintah harus mendukung pengelola agar objek wisata terus berkembang melalui penyediaan sarana prasarana dan aksesibilitas objek wisata dan mempromosikan objek wisata. Promosi yang tepat saat ini melalui sistem online, karena lebih mudah penyebaran informasinya, sehingga mampu menjadi daya tarik untuk pengunjung, kemudian dapat mengatasi pergeseran wisata dan persaingan dengan wisata yang ada di tempat lain, sekaligus akan meningkatkan pendapatan daerah dan jumlah pengunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi yang tepat dalam pengembangan desa Haliau sebagai ODTW (Objek dan Daya Tarik Wisata) dari hasil analisis IFAS dan EFAS adalah strategi agresif, bahwa dengan kekuatan dapat memperbaiki kelemahan dan adanya peluang dapat mengatasi berbagai ancaman.

Saran

Desa Haliau merupakan desa yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai ODTW, karena masih banyak sumberdaya yang belum dikembangkan. Tempatnya yang strategis dan juga akses masuknya yang mudah serta objek wisatanya yang unik, tidak ada ditempat lain, menambah daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Pengembangan desa Haliau sebagai ODTW juga membantu perekonomian masyarakat setempat dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada tanpa merusaknya. Kerjasama sangat dibutuhkan dalam pengembangan terutama pemerintah daerah (pemda) untuk pengelolaan ODTW yang ada di kabupaten Hulu Sungai Tengah seperti membuat paket wisata terpadu kabupaten Hulu Sungai Tengah. Pengelola ODTW di desa Haliau perlu membuat paket pendidikan lingkungan terkait ODTW di desa Haliau kepada siswa SD, SMP, dan SMA, agar mereka memiliki kesadaran akan pentingnya menjaga alam tanpa merusaknya. Peningkatan fasilitas pada ODTW sangat diharapkan terutama penambahan toilet umum dan kebersihan toiletnya harus diperhatikan. Kemudian perlu dilakukan kegiatan seperti diskusi bersama, untuk mengaktifkan kelompok sadar wisata (pokdarwis), serta pemasaran ekowisata melalui media online dapat memudahkan penyebaran informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, H.P.T., 2014. *Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman*. Jurnal Media Wisata. Vol.12, No. 2, p.146.
- Brahmanto, E., Hermawan, H., Hamzah F. 2017. *Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik*

Wisata Minat Khusus. Jurnal Media Wisata. Vol. 15, No. 2, p. 598.

Handayawati, Budiono, dan Soemarno. 2010. *Potensi Wisata Alam Pantai Bahari, PM PSLP PPSUB Malang*.

Hermawan, H. 2017. *Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis SWOT Desa Sidomulya, Kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Abdimas BSI. ISSN: 2355-6587, e-ISSN: 2528-2220. Vol. IV, No. 2, p.68.

Hunger, J David dan Thomas L Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset

Khairuddin, Nisa, K., Asyisyifa, 2019. *The Feasibility Analysis Of Ecotourism Of Mandin Mangapan Waterfall Paramasan Village, Banjar Regency, South Kalimantan Province*. Jurnal Sylva Scienteeae. ISSN:2622-8963 (online). Vol. 02, No. 3, p.495.

Marpaung, 2002. *Pengentahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta

Saragih, Bangaran. 1998. *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Bogor: Yayasan Mulia Persada.

Sufiadi, U.A., Udiansyah, Asyari, M. 2019. *Enveronmental Development And Enveronmental Development Planning In Forestry Plantation, Forestry And Farming River In Villages Of Swarangan District Of Jorong Land Sea*. Jurnal Sylva Scienteeae. ISSN 2622-8963 (online). Vol. 02, No. 3, p. 578.

Wahyuningsih, E.B., Fithria, A., Kissinger, 2019. *Strategy for enchanging the role of the community in the ecotourism development effort in the Tambela Subdistrict of Aranio Village, Banjar District*. Journal of Biodiversity and Environmental Sciences (JBES). ISSN: 2220-6663 (print) 2222-3045 (online). Vol. 14, No. 2, p. 34-45.