

STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA ALAM AIR TERJUN BATU PELANGI DI KECAMATAN TORUE KABUPATEN PARIGI MOUTONG SULAWESI TENGAH DEVELOPMENT STRATEGY NATURAL TOURISM OF BATU PELANGI WATERFALL IN TORUE, PARIGI MOUTONG DISTRICT, CENTRAL SULAWESI

IRMAYANTI DIAH JATININGSIH
STAH Dharma Sentana Sulawesi Tengah
Irmayanti.89@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Torue, Kabupaten Parigi Moutong, Sulawesi Tengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi dan strategi pengembangan obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi. Desain penelitian menggunakan metode kualitatif. Instrumen penelitian berupa indept interview. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber informasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung atau wisatawan, masyarakat sekitar obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi, serta pemerintah setempat. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data Creswell: 1) mengolah dan mempersiapkan data, 2) membaca keseluruhan data, 3) meng-coding data, 4) menerapkan proses coding, 5) penyajian data, 6) menginterpretasikan data. Uji validitas menggunakan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi yang ditawarkan obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi adalah 1) keindahan bentang alam, 2) suasana obyek wisata yang nyaman, 3) kebersihan dan kelestarian lingkungan, 4) keramahan masyarakat lokal, dan 5) dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata. Adapun strategi yang dapat dilakukan adalah 1) melakukan promosi yang lebih intensif, 2) melakukan kerjasama dengan investor swasta, 3) perbaikan sarana prasarana, 4) melakukan pelatihan dan pendidikan terhadap tenaga SDM yang ada, 5) mengembangkan obyek wisata baru yaitu wisata edukasi dan agro wisata, 6) mengadakan festival rakyat.

Kata Kunci: *obyek wisata alam, potensi, strategi pengembangan*

ABSTRACT

This research is located in Torue District, Parigi Moutong Regency, Central Sulawesi. The purpose of this study was to determine the potential and strategies for developing natural attractions in Batu Pelangi Waterfall. The research design uses qualitative methods. The research instrument was in the form of indept interview. Data collection techniques consist of observation, interviews, and documentation. The source of information in this study is visitors or tourists, people around the natural attractions of Batu Pelangi Waterfall, and local government. Data analysis techniques use Creswell data analysis techniques: 1) processing and preparing data, 2) reading the entire data, 3) coding data, 4) applying the coding process, 5) presenting data, 6) interpreting data. Test the validity using triangulation. The results showed that the potential offered by Batu Pelangi Waterfall is 1) the beauty of the landscape, 2) the atmosphere of a comfortable tourist attraction, 3) cleanliness and environmental sustainability, 4) the friendliness of the local community, and 5) the support of the local community for development tourism. The strategies that can be carried out are 1) conducting more intensive promotions, 2) cooperating with private investors, 3) improving infrastructure, 4) conducting training and education on existing human resources, 5) developing new tourism objects namely educational tourism and agro tourism, 6) hold folk festivals.

Keywords : natural attractions, potential, development strategies

1. PENDAHULUAN

Pembangunan daerah merupakan salah satu bagian dari pembangunan nasional yang tidak dapat dilepaskan dari prinsip otonomi daerah. Untuk mendukung

penyelenggaraan otonomi daerah tersebut dibutuhkan kewenangan yang luas, nyata, dan bertanggungjawab di tiap-tiap daerah tersebut. Sebagai tindak lanjut penyelenggaraan otonomi daerah

dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah yang merupakan kebijakan yang lahir dalam rangka menjawab dan memenuhi tuntutan reformasi dan semangat pembaharuan tentang demokratisasi antara hubungan pusat dan daerah serta upaya pemberdayaan daerah. Negara Indonesia seperti yang kita ketahui merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki berbagai macam potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya karena Indonesia memiliki bermacam-macam suku, adat-istiadat, dan kebudayaan serta karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis dengan segala keindahan alam dan keanekaragaman satwa yang cukup potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata.

Kecamatan Torue merupakan Kecamatan yang memiliki sejumlah daya tarik wisata yang sangat berpotensi sekali akan perkembangannya. Banyaknya potensi wisata di Kecamatan Torue namun belum terkelola dengan baik. Pengelolaan yang baik akan berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan pariwisata daerah juga akan meningkat. Perbaikan pengelolaan, diperlukan juga ide kreatif untuk pengembangan sebuah obyek wisata, mengingat sekarang banyak bermunculan obyek wisata baru yang menawarkan keunikan dan ciri khas masing-masing.

Pengembangan potensi obyek wisata agar mampu menjadi obyek wisata yang unggul dan menarik tentunya diperlukan adanya daya tarik dari wisata tersebut agar mampu menarik wisatawan yang ingin berkunjung. Daya tarik dari sebuah obyek wisata dapat meliputi kualitas obyek wisata, fasilitas dan sarana penunjang yang ada, aksesibilitas menuju tempat tersebut serta kondisi dari obyek wisata tersebut. Potensi wisata yang ada di Kecamatan Torue memiliki keunikan

dan ciri yang khas untuk potensi berkembang yang tinggi, namun hal itu tentunya diperlukan strategi pengembangan yang bagus dan sesuai dengan arah dan prioritas pengembangan obyek wisata yang ada di setiap daerah tujuan wisata.

2. KAJIAN PUSTAKA

a) Konsep Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya (Pendit, 1999). Pariwisata merupakan salah satu industri gaya baru yang mampu menjadikan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sektor-sektor produksi lain didalam negara penerima wisatawan. Selain itu pariwisata juga sebagai suatu sektor yang kompleks, meliputi industri-industri dalam arti yang klasik, seperti misalnya industri kerajinan tangan dan industri cenderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai industri (Wahab, 1996).

Industri mencakup berbagai kegiatan yang bersifat produktif dan bernilai ekonomi, sehingga pariwisata dapat digolongkan sebagai kegiatan industri. Menurut Ismayanti (2010), pariwisata merupakan gabungan dari produk barang dan produk jasa, keduanya penting dibutuhkan dan dihasilkan oleh industri pariwisata. Lebih jauh dirinci oleh Marpaung (2000) dalam (Arjana, 2016), mengemukakan bahwa yang termasuk dalam industri pariwisata adalah industri yang terkait dengan penyelenggaraan kegiatan wisata untuk melayani wisatawan sejak keberangkatan dari tempat asal hingga tiba di daerah tujuan, seperti biro perjalanan wisata, transportasi, hotel, toko cenderamata, dan lain-lain.

Industri pariwisata sesungguhnya cakupannya luas, sebab jika pariwisata di suatu daerah sudah berkembang, kegiatan ini bisa dianalogikan sebagai lokomotif yang sanggup menarik sejumlah gerbong berbagai kegiatan di hilir dan di sektor hulu, sehingga sifatnya berefek ganda (*multiplier effect*), di sinilah keunggulan dari kegiatan pariwisata yang berimplikasi pada beragam sektor ekonomi dan bisnis. Sektor-sektor perekonomian yang bergerak jika pariwisata sudah berkembang adalah sektor pertanian seperti (subsektor pertanian pangan, perkebunan, perikanan dan peternakan, bahkan juga subsektor kehutanan), sektor perindustrian umumnya kerajinan, industri rumah tangga dan ekonomi kreatif, serta pembangunan infrastruktur. Sektor transportasi mencakup transportasi darat, transportasi laut dan sungai, transportasi udara (Arjana, 2016).

b) Obyek Wisata

Obyek dan daya tarik wisata erat hubungannya dengan travel motivation dan travel fashion, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman dalam kunjungannya (Marpaung (2000) dalam Arjana (2016). Menurut PP. RI No. 9 Tahun 2010 tentang kepariwisataan, obyek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Obyek wisata juga meliputi:

- 1) Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna.
- 2) Obyek dan daya wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

Obyek dan daya tarik wisata merupakan dasar kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah, aktivitas kepariwisataan boleh dikatakan tidak ada. Pariwisata berkembang jika dalam suatu daerah

terdapat lebih dari satu obyek dan daya tarik dan memiliki sarana fasilitas pendukung. Obyek dan daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian besar yaitu: 1) obyek dan daya tarik wisata alam, 2) obyek wisata dan daya tarik wisata budaya, 3) obyek dan daya tarik minat khusus (Arjana, 2016: 87). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa wisatawan sangat mengharapkan objek wisata yang tujuannya bisa memuaskan kegiatan pariwisata wisatawan yang mengunjungi obyek wisata tersebut.

Pengembangan obyek wisata sangat ditentukan oleh kemampuan pihak-pihak pengelola wisata daerah yang bersangkutan, dengan kata lain berhasil atau tidaknya suatu daerah dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata ditentukan oleh pihak pengelola dan sikap masyarakat. Faktor alam yang mendukung pengembangan pariwisata, lokasi, topografi, iklim dan air. Berhasilnya pengembangan obyek wisata suatu daerah harus ditunjang pula oleh kerjasama yang baik antar unsur-unsur kepariwisataan (pemerintah, swasta, pengelola) dan partisipasi masyarakat di daerah tujuan wisata).

c) Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan obyek wisata agar obyek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan

dan manfaat bagi masyarakat banyak.

Pengembangan pariwisata menjadi pilihan penting bagi suatu negara atau daerah karena multiefek yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata. Pertumbuhan ekonomi merupakan dampak utama yang dicirikan oleh terbukanya lapangan kerja, stimulasi investasi sehingga berkembang produk wisata baik barang maupun berbagai jasa sehingga pariwisata terus berkembang (Arjana, 2016).

Pengembangan destinasi pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik pengembangan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek – aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, serta tingkat resistensi komunitas lokal (Pitana, 2009).

Selanjutnya menurut Arjana (2016), perencanaan pengembangan pariwisata yang baik, tentu harus didahului dengan kajian awal untuk mengetahui potensi dan prospeknya ke depan. Kajian yang relevan dengan hal tersebut adalah studi kelayakan atau *feasibility study*. Menurut Warnell (1986), studi kelayakan menyangkut berbagai kegiatan, yakni: 1) mengevaluasi kondisi nyata suatu produk atau layanan, 2) mengevaluasi peluang pengembangan produk dan jasa baru, 3) mengevaluasi peluang penciptaan produk dan jasa baru, 4) mengidentifikasi penyandang dana yang potensial bagi proyek.

Menurut Suryono (2004) strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena

itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.

Berbagai kisi-kisi pemahaman mengenai destinasi pariwisata seperti halnya diadaptasikan dari banyak batasan pengertian yang telah diberikan oleh para pakarnya, pada intinya mengandung tujuan yang sama bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut: 1) Objek dan daya tarik (atraksi) yang mencakup: daya tarik yang berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan. 2) Aksesibilitas, yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi lainnya. 3) Amenitas, yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi akomodasi, rumah makan, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, agen perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya. 4) Fasilitas pendukung, yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, layanan kesehatan, dan sebagainya. 5) Kelembagaan, yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah (Sunaryo, 2013).

d) Penelitian Terdahulu

Marceilla Hidayat (2011) melakukan penelitian terkait Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). Penelitian ini bersifat

deskriptif, dilakukan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi tentang penilaian aspek-aspek pengembangan wisata bahari yang dilakukan melalui perhitungan statistic, kemudian dilakukan analisis pengembangan objek wisata yang dilakukan menggunakan teknik analisis SWOT, yaitu analisis untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap produk, pasar, kebijakan dan program pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dimana informasi diperoleh dari responden yang dikumpulkan secara empirik untuk memperoleh pendapat dari sebagian populasi terhadap obyek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa obyek wisata pantai Pangandaran merupakan objek wisata yang sangat populer di kalangan wisatawan domestik (Nusantara) sebagai daerah tujuan wisata yang sangat kuat, sehingga objek wisata pantai Pangandaran masih memiliki peluang untuk menjadi sebuah destinasi wisata unggulan di Jawa Barat. Berdasarkan hasil evaluasi terhadap kondisi produk wisata dan pasar aktual, objek wisata pantai Pangandaran, dalam hal kerusakan sarana prasarana, kesemerawutan pantai cukup kompleks, pantai Pangandaran tengah mencapai fase stagnasi dalam daur siklus hidup objek wisata, dimana fase stagnasi ini harus dapat diperbaiki sehingga tidak terjerembab dalam waktu singkat dalam fase kemunduran (decline), Berdasarkan hasil evaluasi terhadap kondisi produk wisata dan pasar aktual, objek wisata pantai Pangandaran dalam hal kerusakan sarana dan prasarana kesemerawutan pantai cukup kompleks, pantai Pangandaran tengah mencapai fase stagnasi dalam daur siklus hidup objek wisata. Optimalisasi penyiapan sarana dan prasarana untuk mendukung pengembangan wisata bahari, seperti penyediaan alat selam, papan penunjuk tempat

wisata, alat snorkeling, penjaga/polisi pantai, termasuk *information center*, penyediaan toilet, dan tempat sampah yang memadai bagi pengunjung yang membutuhkan.

e) Kerangka Konsep Penelitian

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa setiap obyek alam berpotensi menjadi destinasi pariwisata. Namun obyek tidak akan menjadi destinasi wisata apabila tidak memiliki perencanaan maupun strategi terkait pengembangan obyek tersebut. Usaha pengembangan pariwisata tentunya akan melibatkan kawasan dan melibatkan berbagai institusi sehingga perlunya memahami berbagai regulasi terkait kepariwisataan. Selain itu pengembangan pariwisata harus dilengkapi dengan perencanaan yang baik, dalam skala mikro maupun skala makro. Dalam penelitian ini digunakan analisis SWOT untuk mengetahui berbagai faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman dalam mengembangkan obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi. Faktor-faktor tersebut jika dikaji lebih dalam akan terbagi menjadi dua sumber utama yaitu sumber yang berasal dari dalam obyek tersebut (sumber internal) maupun yang berasal dari luar obyek tersebut (sumber eksternal).

Hasil kajian yang dilakukan secara baik dan benar akan memberikan informasi tentang faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang ada dalam suatu obyek atau kawasan wisata. Jika kekuatan yang lebih tinggi skornya tentu dapat memberi sinyal untuk ditindaklanjuti perencanaannya. Di sisi lain jika peluang skornya tinggi dan ancaman lebih kecil tentu juga merupakan isyarat untuk melakukan pengembangan. Jika kondisi sebaliknya terjadi dimana skor tantangan dan ancaman lebih tinggi, tentu akan menjadi penghambat dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata (Arjana, 2016).

Pendekatan kualitatif matriks SWOT sebagaimana dikembangkan oleh Kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (Peluang dan Tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal

(Kekuatan dan Kelemahan). Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal.

Tabel 1: Matriks Analisis SWOT

Eksternal	<i>Opportunity</i>	<i>Treaths</i>
Internal		
<i>Strength</i>	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
<i>Weakness</i>	<i>Divestment/Investment</i>	<i>Damage Control</i>

Keterangan:

- Sel A: *Comparative Advantages*
Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.
- Sel B: *Mobilization*
Sel ini merupakan interaksi antara ancaman dan kekuatan. Di sini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.
- Sel C: *Divestment/Investment*
Sel ini merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi seperti ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).
- Sel D: *Damage Control*
Sel ini merupakan kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan antara kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan

karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi. Strategi yang harus diambil adalah *damage control* (mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

3. METODOLOGI

Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Torue, Kabupaten Parigi Moutong, Sulawesi Tengah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bermaksud untuk memberikan uraian mengenai Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Batu Pelangi sebagai daerah tujuan wisata di Kecamatan Torue. Penelitian ini menggunakan empat konsep esensial geografi yaitu konsep lokasi, jarak, keterjangkauan, dan nilai guna. Bidang ilmu yang terkait dalam penelitian ini yaitu geografi pariwisata.

Sumber informasi dalam penelitian ini terdiri dari pengunjung atau wisatawan, masyarakat sekitar obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi, serta pemerintah setempat. Instrumen dalam penelitian ini berupa pedoman wawancara, terdiri dari beberapa daftar pertanyaan yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan wawancara secara mendalam kepada informan. Teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini mengacu pada teknik analisis data Creswell adapun tahapan analisis data menurut Creswell (2012) adalah sebagai berikut: 1) Mengolah

dan mempersiapkan data untuk dianalisis, 2) Membaca keseluruhan data, 3) Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data. 4) Menerapkan proses coding untuk mendeskripsikan setting, orang-orang, kategori-kategori, dan tema-tema yang akan dianalisis. 5) Deskripsi dan tema-tema informasi disajikan kembali dalam bentuk narasi atau laporan. 6) Langkah terakhir dalam analisis data pada penelitian ini adalah menginterpretasikan atau memaknai data.

Uji keabsahan menggunakan triangulasi. William Wiersma (Sugiyono, 2013) mengatakan bahwa, *“triangulation is a qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the covergence of multiple data sources or multiple collection procedures.”*

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2013).

4. HASIL PEMBAHASAN

a) Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan dan wawancara dengan pengunjung (wisatawan), masyarakat sekitar obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi, dan Kepala Desa Tolai, ada dua faktor yang mempengaruhi perkembangan lokasi obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 2: Faktor Internal

No	Kekuatan (Strength)	No	Kelemahan (Weakness)
1	Keindahan bentang alam dimana pengunjung dapat menikmati panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta aliran air yang jernih.	1	Promosi obyek wisata yang belum optimal
2	Suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan.	2	Program pengembangan obyek wisata yang masih sederhana
3	Kebersihan dan kelestarian lingkungan	3	Jalan menuju lokasi banyak yang rusak
4	Mayoritas masyarakat bercocok tanam	4	Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana obyek wisata.
5	Keramahan masyarakat lokal	5	Kekurangan tenaga kerja profesional dalam pengelolaan obyek wisata.
6	Dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata	6	Masih ada potensi wisata yang belum intensif dikembangkan
		7	Dana pengembangan obyek wisata yang terbatas

Sumber: Data Primer Tahun 2018 (diolah oleh peneliti)

Tabel 3: Faktor Eksternal

No	Peluang (Oppotunity)	No	Ancaman (Threat)
1	Sektor pariwisata berbasis alam yang semakin berkembang dan semakin diminati	1	Berkembangnya obyek wisata lain yang meningkatkan persaingan
2	Penyerapan tenaga kerja di daerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran	2	Terjadinya bencana alam seperti banjir dan tanah longsor
3	Perkembangan teknologi	3	Pencemaran lingkungan akibat rendahnya kepedulian pengunjung terhadap lingkungan
	Peranan word of mouth dari wisatawan ke orang lain.	4	Kondisi jalan yang minim penerangan

Sumber: Data Primer Tahun 2018 (diolah oleh peneliti)

b) Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Batu Pelangi

Ada tiga hal penting dalam perencanaan dan ditetapkan prioritasnya dalam pengembangan

destinasi pariwisata adalah bidang infrastruktur, bidang akomodasi, dan bidang obyek wisata itu sendiri (Arjana, 2016). Perumusan strategi pengembangan obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis SWOT dimana menurut Rangkuti (2009) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat

meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan dengan cara ini dilakukan dengan cara membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) guna menetapkan formulasi strategi (perencanaan strategi) dalam upaya penyusunan strategi jangka panjang. Adapun strategi yang dapat dilakukan terhadap pengembangan obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi, yakni sebagai berikut:

Tabel 4: Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Batu Pelangi

<p>Faktor Eksternal</p> <p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keindahan bentang alam dimana pengunjung dapat menikmati panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta aliran air yang jernih. 2. Suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan. 3. Kebersihan dan kelestarian lingkungan 4. Mayoritas masyarakat bercocok tanam 5. Keramahan masyarakat lokal 6. Dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran wisata yang belum optimal 2. Program pengembangan obyek wisata yang masih sederhana 3. Jalan menuju lokasi banyak yang rusak 4. Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana obyek wisata. 5. Kekurangan tenaga kerja profesional dalam pengelolaan obyek wisata. 6. Masih ada potensi wisata yang belum intensif dikembangkan 7. Dana pengembangan yang terbatas
<p>Peluang (Oppurtunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sektor pariwisata berbasis alam yang semakin berkembang dan semakin diminati 2. Penyerapan tenaga kerja di daerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran 3. Perkembangan teknologi 4. Peranan word of mouth dari wisatawan ke orang lain. 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keamanan di obyek wisata 2. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) 3. Meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap wisatawan 4. Mengembangkan obyek wisata baru yaitu wisata edukasi dan agro wisata 5. Memberdayakan masyarakat menjadi <i>guide</i> untuk menyusuri jalur <i>track</i>. 6. Mengadakan festival rakyat agar memiliki variasi wisata 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi yang lebih intensif terhadap obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi 2. Melakukan kerjasama dengan investor swasta 3. Perbaikan sarana dan prasarana. 4. Melakukan pelatihan dan pendidikan terhadap tenaga SDM yang ada 5. Mendirikan toko-toko cinderamata untuk mengembangkan UKM lokal
<p>Ancaman (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya obyek wisata lain yang 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan peninjauan kembali untuk 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program

<p>meningkatkan persaingan</p> <p>2. Terjadinya bencana alam seperti banjir dan tanah longsor</p> <p>3. Pencemaran lingkungan akibat rendahnya kepedulian pengunjung terhadap lingkungan</p> <p>4. Kondisi jalan yang minim penerangan</p>	<p>menambah daya tarik wisatawan</p> <p>2. Meningkatkan kesadaran masyarakat dengan memberikan penyuluhan tentang manfaat obyek wisata bagi masyarakat</p> <p>3. Mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam menjaga kelestarian hutan dan obyek wisata yang ada di dalamnya</p> <p>4. Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan obyek wisata untuk menghadapi persaingan antar obyek wisata</p>	<p>pengembangan dan inovasi yang baru sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar obyek wisata</p> <p>2. Peningkatan kualitas tenaga kerja profesional dalam pengelolaan obyek wisata sehingga mengurangi kerusakan lingkungan</p> <p>3. Memperbaiki sarana dan prasarana yang sudah ada agar terlihat menarik bagi wisatawan</p> <p>4. Menjalin kerjasama dengan pemerintah terkait pengelolaan obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi</p>
--	--	--

5. KESIMPULAN

Potensi yang ditawarkan obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi adalah 1) keindahan bentang alam dimana pengunjung dapat menikmati panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta aliran air yang jernih, 2) suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan, 3) kebersihan dan kelestarian lingkungan, 4) mayoritas masyarakat bercocok tanam, 5) keramahan masyarakat lokal, dan 6) dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata.

Adapun strategi yang dapat dilakukan adalah 1) melakukan promosi yang lebih intensif terhadap obyek wisata alam Air Terjun Batu Pelangi, 2) meningkatkan keamanan di obyek wisata, 3) meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap wisatawan, 4) mengembangkan obyek wisata baru yaitu wisata edukasi dan agro wisata, 5) memberdayakan masyarakat menjadi *guide* untuk menyusuri jalur *track*, 6) mengadakan festival rakyat agar memiliki variasi wisata, 7) melakukan kerjasama dengan investor swasta, 8) perbaikan sarana dan prasarana, 9) melakukan pelatihan dan pendidikan terhadap tenaga SDM yang ada, dan 10) mendirikan toko-toko cinderamata untuk mengembangkan UKM lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan artikel ini tidak terlepas dari keterlibatan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan arahan bagi penulis. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang sangat mendalam penulis sampaikan kepada Ayahanda I Nyoman Sujana dan Ibunda tercinta Samsusiami, Suamiku I Kadek Suarsana serta Putriku tercinta Anara Kinandari. Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada segenap Tim Redaksi Jurnal PaRama.

DAFTAR RUJUKAN

- Arjana, I Gusti Bagus., 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, ISBN: 9789797698553.
- Creswell, John, W., (2012). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Ismayanti., 2010. *Pengantar Pariwisata*. PT Gramedia Widya Sarana, Jakarta.
- Hidayat, Marceilla., 2011. *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)*, Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, Vol. I, No. 1, 2011 – 33.

- Pendit, Nyoman S. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT Pradnya Paramita, Jakarta.
- Pitana, I Gde., 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, ISBN : 9789792909289.
- PP. RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_10_2009.pdf diunduh 21 Juni 2019.
- Rangkuti, Freddy., (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Edisi Keenam Belas*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono., (2013), *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Sunaryo, Bambang., (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Gava Media, Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.
<http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/33.pdf> diunduh: 21 Juni 2019.
- Wahab, Salah., (1996). *Manajemen Kepariwisataaan*. PT Pradnya Paramita, Jakarta.