



Volume 9 No. 3 Juli 2024

p-ISSN: 2477-8192 dan e-ISSN: 2502-2776

## Strategi Pengembangan Potensi Puncak Wakila Sebagai Objek Wisata Alam

Hendra Tamrin<sup>1</sup>, La Ode Amaluddin<sup>2</sup>, Surdin<sup>3</sup>, La Harudu

<sup>1</sup> Program Studi Pendidikan Geografi  
Universitas Halu Oleo

Email: [hendratamrinfkip@gmail.com](mailto:hendratamrinfkip@gmail.com)

<sup>2</sup> Program Studi Pendidikan Geografi  
Universitas Halu Oleo

Email: [amaluddin.75@gmail.com](mailto:amaluddin.75@gmail.com)

<sup>3</sup> Program Studi Pendidikan Geografi  
Universitas Halu Oleo

Email: [bahisurdin@gmail.com](mailto:bahisurdin@gmail.com)

<sup>4</sup> Program Studi Pendidikan Geografi  
Universitas Halu Oleo

Email: [harudu9@gmail.com](mailto:harudu9@gmail.com)

(Received: 11 Oktober 2023; Accepted: 20 Juni 2024; Published: 1 Juli 2024)



©2019 – Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi. Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah licensi CC BY-NC-4.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>).

### ABSTRACT

*The development of tourism potential often arises problems such as the lack of precise strategies used in its development. Therefore researchers aim to know: 1) internal factors in efforts to develop potential; 2) external factors in efforts to develop potential; and 3) an efficient strategy for the potential development of Puncak Wakila as a natural tourist attraction in Kondongia Village, Lohia District, Muna Regency. This type of research uses qualitative research using descriptive methods. Data analysis techniques used to find internal and external factors based on development theory, and IFAS-EFAS analysis. SWOT matrix are used to formulate a suitable strategy for the development of Puncak Wakila potential. The results of this study that suitable strategies used in the development of the potential of Puncak Wakila are: 1) policy strategy, namely policy making related to the development of tourism potential; 2) facility strategies related to the provision of adequate facilities; and 3) promotion strategies are related to tourism marketing.*

**Keywords:** *development strategy; tourism development; Kondongia Village.*

### ABSTRAK

*Pengembangan potensi pariwisata sering memunculkan permasalahan seperti kurang tepatnya strategi yang digunakan dalam pengembangannya. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk mengetahui: 1) faktor internal dalam upaya pengembangan potensi; 2) faktor eksternal dalam upaya pengembangan potensi; dan 3) strategi yang efisien untuk pengembangan potensi Puncak Wakila sebagai objek wisata alam di Desa Kondongia, Kecamatan Lohia, Kabupaten Muna. Jenis Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan untuk menemukan faktor internal dan eksternal berdasarkan teori pengembangan dan analisis IFAS-EFAS. Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan strategi yang cocok untuk pengembangan potensi Puncak Wakila. Hasil dari penelitian ini bahwa strategi yang cocok digunakan dalam pengembangan potensi Puncak Wakila yaitu: 1) strategi kebijakan yaitu pembuatan kebijakan terkait pengembangan potensi pariwisata; 2) strategi fasilitas terkait penyediaan fasilitas yang memadai; dan 3) strategi promosi yaitu terkait pemasaran pariwisata.*

**Kata kunci:** *strategi pengembangan; pengembangan pariwisata; Desa Kondongia.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menggerakkan perekonomian daerah baik sebagai destinasi wisata maupun penyumbang pendapatan daerah dan devisa. Indonesia memiliki potensi alam dan budaya yang cukup banyak untuk dijadikan tujuan wisata, baik nasional maupun internasional. Namun dengan keindahan alam dan keanekaragaman budaya belum tentu menjamin potensi ini dapat menggerakkan sektor ekonomi di suatu daerah. Dibutuhkan peran serta pemerintah dan elemen yang terkait dalam memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang pentingnya kelestarian alam maupun budaya sebagai objek potensial pengembangan pariwisata yang mendukung perekonomian dan pembangunan nasional.

Pariwisata memiliki potensi berupa daya tarik yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Daya tarik tersebut dapat berupa keadaan alam sekitar tempat wisata maupun sarana prasarana yang menjadi pendukung suatu objek wisata. Keduanya dapat memberikan kenyamanan kepada para pengunjung hingga membuat pengunjung betah untuk berlama-lama di tempat wisata. Objek wisata memiliki daya Tarik yang didasarkan atas potensi sumberdaya dan menimbulkan rasa senang, indah, nyaman, dan bersih. Selain itu, aksesibilitas, spesifikasi, dan ketersediaan sarana dan prasarana penunjang juga dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung. Pada objek wisata alam, biasanya objek wisata alam dijadikan primadona kunjungan karena pesona eksotik sehingga dapat merangsang wisatawan untuk menciptakan kegiatan tambahan, rekreatif dan reflektif, terapis dan lapang, faktor sejarah maupun atraktifnya.

Menurut Mulyo dan Khadijanto (2005) secara garis besar daya tarik wisata diklasifikasikan ke dalam tiga klasifikasi: 1) daya tarik wisata alam bersumber dari keadaan alam yang ada termasuk juga kedekatan dengan alam sekitar atau lingkungan seperti wisata pantai, wisata bahari, wisata alam pegunungan, wisata daerah liar dan terpencil, wisata taman dan daerah konservasi; 2) daya tarik budaya memiliki obyek yang bersumber dari kondisi sosial budaya masyarakat ataupun peninggalan seperti kondisi adat istiadat masyarakat, kondisi sosial masyarakat, dan acara tradisional; dan 3) daya tarik buatan manusia yang mengembangkan sesuatu yang bersumber dari

buatan manusia, atau termasuk sebagai daya tarik khusus seperti spot berfoto, kegiatan festival layang-layang dan lain-lain.

Pengembangan tempat wisata membutuhkan strategi yang tepat. Strategi secara umum adalah tindakan yang dilakukan secara terus menerus yang sesuai dengan sudut pandang tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Strategi ini dilakukan secara bertahap sesuai dengan tujuan yang ditargetkan. Strategi ini juga berkaitan dengan penerapan ide, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Strategi juga harus dijalankan tanpa mengabaikan prinsip-prinsip yang ada. Hal ini penting dalam meminimalisir pengeluaran biaya sehingga menghemat pengeluaran dalam pengembangan pariwisata.

Strategi pengembangan pariwisata pada prinsipnya sangat berkaitan dengan kebijakan dari pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan metode penggunaan sarana dan prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan tiga hal yaitu cara, tujuan dan sarana. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Pada pelaksanaan fungsi dan peranan dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata (Sabana dkk., 2019).

Menurut Yoeti (1993), pengembangan objek wisata harus memenuhi tiga syarat yaitu: 1) *something to see* dimana suatu objek wisata harus memiliki daya tarik khusus yang berbeda sehingga dapat memberikan pengalaman berbeda bagi wisatawan yang tidak dapat diperoleh dari objek wisata di daerah lain; 2) *something to do* dimana saat berkunjung ke objek wisata, wisatawan dapat betah dan tinggal lebih lama sehingga harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat digunakan oleh wisatawan; dan 3) *something to buy*, dimana suatu daerah destinasi wisata harus menyediakan fasilitas belanja, terutama barang souvenir dan kerajinan sebagai oleh-oleh yang dapat di bawah pulang ke tempat daerah masing-masing.

Kabupaten Muna yang terletak di Sulawesi Tenggara memiliki luas wilayah 2.05,69 km<sup>2</sup> yang secara geografis dan topografi terbentuk oleh daratan berbatu dan berbukit. Hal ini menjadikan Kabupaten Muna memiliki potensi yang bisa dijadikan kawasan wisata puncak terbanyak di Sulawesi Tenggara. Namun hal ini belum dikembangkan secara maksimal.

Kabupaten Muna menawarkan panorama yang indah tanpa campur tangan manusia. Oleh karena itu Kabupaten Muna memiliki modal besar untuk dikembangkan sebagai sentral wisata dengan menambah sejumlah fasilitas di lokasi wisata alam. Kawasan Kabupaten Muna sesuai dengan karakteristik geografisnya memiliki beberapa objek wisata alam yang salah satunya yaitu Puncak Wakila yang terletak di Desa Kondongia. Kawasan ini bisa dijadikan sebagai tempat wisata unggulan. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) faktor internal dalam upaya pengembangan potensi objek wisata; 2) faktor eksternal dalam upaya pengembangan potensi objek wisata; dan 3) strategi yang efisien untuk pengembangan potensi Puncak Wakila sebagai objek wisata alam di Desa Kondongia Kecamatan Lohia Kabupaten Muna.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode yang bersifat deskripsi dan tidak terikat pada aturan-aturan tertentu (Sugiyono, 2016). Penggunaan metode deskriptif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang telah berlangsung dan memahami sebab-sebab dari gejala yang timbul seperti strategi pengembangan objek wisata.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Puncak Wakila, Desa Kondongia, Kecamatan Lohia, Kabupaten Muna (Gambar 1). Penelitian ini dilaksanaka pada bulan Januari hingga Februari 2023.



**Gambar 1.** Peta Lokasi Penelitian (Google Earth, 2022)

### Subjek Penelitian

Subjek merupakan individu yang menjadi fokus penelitian dalam memberikan deskripsi mengenai objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari: 1) kepala pengelola wisata sebagai informan kunci; 2) kepala desa sebagai informan utama dalam penelitian; dan 3) para wisatawan yang berjumlah lima orang sebagai informan tambahan. Informan dari wisatawan dipilih menggunakan teknik *random sampling*.

### Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal yang dicatat pada saat penelitian yaitu tentang fenomena yang dilihat, diamati, disaksikan dan dialami sendiri oleh peneliti di lapangan. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti di lapangan terkait kondisi, daya tarik dan aktivitas kepariwisataan. Wawancara merupakan suatu pengumpulan data dengan

cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak terkait mengenai objek wisata yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait dengan pengembangan objek wisata seperti kepala pengelola, dan kepala desa. Adapun dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto-foto objek wisata, daya tarik wisata dan kunjungan dari wisatawan.

### Teknik Analisis Data

Penelitian ini berfokus pada dua aspek yaitu: 1) menemukan faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata alam Puncak Wakila; dan 2) merumuskan strategi pengembangan potensi Puncak Wakila. Perumusan strategi dianalisis menggunakan analisis *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS), *External Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS) dan matriks SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunities-Threats*).

Penemuan faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata dianalisis berdasarkan teori pengembangan suatu objek wisata. Menurut Yoeti (1993) terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi yaitu *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*.

Teknik analisis data pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga prosedur dalam memperoleh data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, data yang dikumpulkan akan dipilih dan dirangkum untuk memfokuskan pada hal-hal pokok mengenai objek kajian. Hal-hal pokok yang dimaksud mengenai tempat, waktu dan cara pandang terhadap fenomena yang terjadi di lapangan untuk dikaitkan dengan landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini. Penyajian data merupakan langkah selanjut-

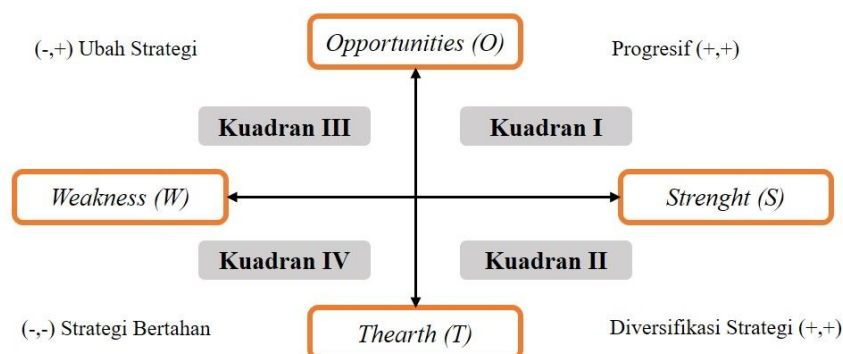
nya dari reduksi data. Pada penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian dan tabel. Penarikan kesimpulan difokuskan untuk menjawab rumusan masalah. Data yang telah diperoleh di lapangan digunakan sebagai bukti yang valid kemudian ditarik kesimpulan untuk melihat hubungan antara data, informasi yang bersifat aktual atau menarik serta informasi dari informan terkait.

Perumusan strategi pengembangan potensi objek wisata dilakukan menggunakan analisis IFAS, EFAS dan matriks SWOT, diuraikan sebagai berikut:

#### a. Analisis IFAS dan EFAS

Analisis IFAS dan EFAS adalah analisis yang digunakan untuk mencari faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal berdasarkan pemberian bobot dan *rating* pada setiap faktor strategis yang ada. Analisis IFAS dan EFAS digunakan dengan mengevaluasi setiap aspek SWOT yang ada dalam faktor internal dan eksternal. Hal ini berkaitan dengan variabel dan memberikan skor rentang antara 0,00 hingga 1,00. Hasil dari total skor masing-masing faktor adalah 1. Tahap selanjutnya mengalikan skor semua faktor dengan kriteria (*rating*) yang telah dibuat sebelumnya.

Kriteria dalam analisis IFAS-EFAS untuk pengembangan pariwisata Puncak Wakila didasarkan pada asumsi sebagai berikut: a) kriteria 1 diberi *rating* 1 (rendah); b) kriteria 2 diberi *rating* 2 (cukup); dan c) kriteria 3 diberi *rating* 3 (tinggi). Hasil total dari perkalian skor dan kriteria atau *rating*, kemudian menentukan hasil faktor X (kekuatan dan kelemahan) dan faktor Y (peluang dan ancaman) kemudian hasilnya dimasukkan dalam kuadran IFAS-EFAS untuk memberikan gambaran arah strategi yang dibuat. Berikut Gambar 2 pedoman kuadran IFAS dan EFAS.



**Gambar 2.** Pedoman Kuadran IFAS dan EFAS (Rangkuni, 2014)

## b. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi keselarasan berbagai faktor sehingga bisa merumuskan strategi dalam perusahaan. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas mengenai peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan atau wilayah yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuni 2014). Penggunaan analisis SWOT ini dapat membantu *stakeholder* mengembangkan empat tipe strategi yaitu: 1) strategi SO (*Strenght-Opportunities*) ini memanfaatkan

kekuatan internal untuk mencapai peluang yang ada diluar perusahaan (eksternal); 2) strategi WO (*Weakness-Opportunities*) memiliki tujuan untuk meminimalisir kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal; 3) strategi ST (*Strenght-Thearth*) digunakan untuk meminimalisir dampak ancaman dari factor eksternal; dan 4) strategi WT (*Weakness-Thearth*) merupakan suatu strategi bertahan dengan mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Pedoman Matriks SWOT disajikan pada Tabel 1 dibawah ini.

**Tabel 1.** Pedoman Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (S) Daftar Kekuatan	Kelemahan (W) Daftar Kelemahan
<b>Peluang (O) Daftar Peluang</b>	<b>S-O</b> Strategi Digunakan Kekuatan untuk Mencapai Peluang	<b>W-O</b> Strategi Digunakan Meminimalisir Kelemahan dengan Memanfaatkan Peluang
<b>Ancaman (T) Daftar Ancaman</b>	<b>S-T</b> Strategi Digunakan Kekuatan untuk Menghindari Ancaman	<b>W-T</b> Strategi Digunakan Meminimalisir Kelemahan dan Menghindari Ancaman

Sumber: Rangkuni, 2014.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan peneliti menemukan faktor internal dan eksternal dalam pengembangan potensi Puncak Wakila. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan. Kekuatan dalam faktor internal meliputi: 1) aksesibilitas Puncak Wakila yang mudah; 2) desa Kondongia sebagai kampung Ekowisata; 3) *event* wisata yang selalu diadakan; 4) akomodasi yang memadai; 5) daya tarik yang menarik; dan 6) faktor lokasi yang strategis. Adapun kelemahan pada faktor internal meliputi: 1) keterbatasan anggaran; dan 2) kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap pariwisata.

Faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Peluang dalam faktor eksternal

meliputi: 1) tingginya wisatawan yang berkunjung; 2) perkembangan ekonomi yang stabil; dan 3) banyaknya pemuda desa yang kreatif. Sedangkan ancaman dalam faktor eksternal meliputi: 1) kesadaran wisatawan menjaga objek wisata; dan 2) wisata sejenis dengan daerah lain (persaingan antar wisata).

### 2. Analisis IFAS, EFAS, dan Matriks SWOT

Analisis IFAS dan EFAS adalah analisis yang mengkaji berbagai faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan cara memberikan penilaian bobot dan *rating* pada faktor strategis yang telah ditetapkan. Perhitungan IFAS dan EFAS disajikan pada Tabel 2 dan Tabel 3 dibawah ini.

**Tabel 2.** Penghitungan Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)

No.	Kekuatan	B	R	B × R	Kelemahan	B	R	B × R
1	Akses jalan menuju Puncak Wakila	0,18	3	0,54	Keterbatasan anggaran	0,3	1	0,3
2	Daya tarik alam	0,12	2	0,24	Masyarakat yang kurang pengetahuan tentang pariwisata	0,7	2	1,4
3	Faktor lokasi	0,15	2,5	0,38				
4	Atraksi wisata	0,12	2	0,24				
5	<i>Event</i>	0,12	2	0,24				

No.	Kekuatan	B	R	B × R	Kelemahan	B	R	B × R
6	Akomodasi	0,09	1,5	0,14				
7	Minat masyarakat terhadap pengembangan tempat wisata	0,18	3	0,54				
	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>2,32</b>	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1,70</b>

Keterangan: B=Bobot; dan R=Rating.

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2023.

Sesuai dengan analisis IFAS pada Tabel 2 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa skor untuk kekuatan dan kelemahan yaitu 2,32 dan 1,70, bisa dilihat bahwa skor kekuatan lebih besar dari total skor kelemahan. Oleh karena itu langkah yang bisa dilakukan dalam merumuskan strategi pengembangan potensi.

Puncak Wakila sebagai objek wisata alam adalah mengidentifikasi kekuatan internal untuk mengoptimalkan lebih lanjut agar tetap membarikan dampak yang baik bagi pertumbuhan ekonomi dan mengidentifikasi sumber dari kelemahan.

**Tabel 3.** Perhitungan Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS)

Peluang	B	R	B × R	Ancaman	B	R	B × R
Tingginya wisatawan yang berkunjung	0,37	3	1,11	Wisata yang serupa	0,7	2	1,4
Perkembangan ekonomi	0,25	2	0,5	Kesadaran pengunjung dalam membuang sampah	0,3	1	0,3
Pemuda yang kreatif	0,37	3	1,11				
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>2,72</b>	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1,70</b>

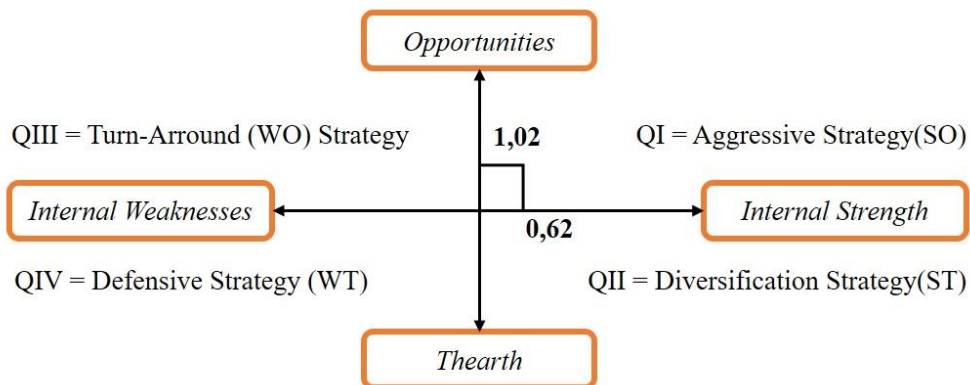
Keterangan: B=Bobot; dan R=Rating.

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2023.

Sesuai dengan analisis EFAS pada Tabel 3 bahwa total skor untuk peluang dan ancaman adalah 2,72 dan 1,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa total dari skor peluang lebih besar dari skor ancaman. Berdasarkan hasil dari analisis IFAS dan EFAS pada Tabel 2 dan Tabel 3, persamaan berikut ini digunakan untuk menentukan faktor X dan Y yang menjadi input dalam Matriks Strategi. Persamaan diuraikan sebagai berikut

$$\begin{aligned}
 X &= \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} \\
 &= 2,32 - 1,70 \\
 &= 0,62 \\
 Y &= \text{Peluang} - \text{Ancaman} \\
 &= 2,72 - 1,70 \\
 &= 1,02
 \end{aligned}$$

Berdasarkan persamaan diatas maka disimpulkan bahwa X=0,62 dan Y=1,02 yang dijelaskan pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Kuadran IFAS dan EFAS

Berdasarkan pada Gambar 3 kuadran IFAS-EFAS menunjukkan bahwa pengembangan potensi Puncak Wakila sebagai objek wisata alam di Desa Kondongia Kecamatan Lohia Kabupaten Muna berada pada kuadran 1 (I). Oleh karena itu strategi yang harus diterapkan adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Pariwisata Puncak Wakila memiliki kelemahan dan ancaman yang cukup besar, namun kondisi pariwisata Puncak Wakila dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk membuat wisata lebih bertahan dan berkembang. Berdasarkan Gambar 3 menghasilkan strategi agresif yang dijelaskan pada Tabel 4 Strategi Matriks SWOT di bawah.

**Tabel 4.** Strategi Matriks SWOT

<b>Internal</b>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses jalan ke Puncak Wakila mudah</li> <li>2. Pemandangan yang indah</li> <li>3. Daya tarik yang tinggi berupa buatan manusia dan hasil alam</li> <li>4. <i>Event</i> rutin bulan Agustus</li> <li>5. Akomodasi yang memadai</li> <li>6. Tingginya minat wisatawan untuk berkunjung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anggaran yang terbatas</li> <li>2. Pengembangan atraksi yang rendah</li> <li>3. Masyarakat minim pengetahuan mengenai pariwisata</li> </ol>
<b>Eksternal</b>		
<b>Peluang (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingginya wisatawan</li> <li>2. Perkembangan ekonomi</li> <li>3. Pemuda yang kreatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengajak masyarakat dalam membangun pariwisata yang berkelanjutan</li> <li>2. Menjalani kerja sama dengan pemuda yang kreatif dalam membangun atraksi wisata Puncak Wakila</li> <li>3. Menata <i>event</i> agar rutin diadakan</li> <li>4. Melakukan promosi melalui media sosial</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah anggaran pembangunan pariwisata</li> <li>2. Membangun SDM dalam meningkatkan pariwisata yang berkelanjutan</li> </ol>
<b>Ancaman (T)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesadaran wisatawan</li> <li>2. Wisatawan sejenis daerah lain</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kerjasama dengan masyarakat setempat dalam menjaga dan melestarikan kawasan wisata Puncak Wakila agar terus berkembang</li> <li>2. Menciptakan produk unggulan wisata Puncak Wakila agar memiliki keunikan tersendiri dari tempat wisata daerah lain.</li> </ol>	Melakukan sosialisasi dalam meningkatkan pariwisata.

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan hasil temuan peneliti mengenai strategi hasil perhitungan dari *rating* dan bobot IFAS dan EFAS, Kuadran SWOT dan Matriks SWOT. Diperoleh bahwa strategi yang cocok diterapkan pada pengembangan potensi Puncak Wakila yaitu strategi agresif yang dimana memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mempertahankan pariwisata. Oleh karena itu dalam mempertahankan wisata Puncak Wakila yang berkelanjutan strategi cocok digunakan yaitu strategi kebijakan,

strategi fasilitas dan strategi promosi. Dalam pengembangan potensi Puncak Wakila maka perlu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada di Puncak Wakila.

## PEMBAHASAN

### 1. Strategi Kebijakan

#### a. Pengembangan Atraksi Wisata

Pengembangan atraksi wisata didasarkan pada sumber-sumber alam seperti ciri fisik,

alam, iklim, dan keindahan alam serta budaya yang ada dalam masyarakat yang berkaitan dengan wisata yang bisa membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Strategi kebijakan dalam pengembangan atraksi wisata yang memanfaatkan strategi S-O yaitu dengan menjalin kerja sama dengan komunitas pemuda yang kreatif di Desa Kondongia dalam pengembangan atraksi wisata Puncak Wakila. Hal ini bisa memberikan daya tarik tersendiri sebagai objek wisata yang memiliki atraksi wisata yang banyak dari wisata daerah lain.

Hal ini selaras dengan penelitian Slamet (2019) yang mengkaji strategi pengembangan potensi Bukit Satu Pohon sebagai objek wisata alam. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keindahan Bukit Satu Pohon yang eksotis berupa barisan bukit tidak terlalu tinggi dan ditumbuhi rumput pendek membuat terlihat seperti Bukit Teletubbies. Sarana dan prasarana Bukit Satu Pohon perlu dikelola lebih serius lagi seperti tempat parkir yang sempit dan toilet yang hanya 4 unit. Sebagai destinasi wisata di Bukit Satu Pohon terdapat fasilitas belanja namun tidak ada barang atau souvenir sebagai oleh-oleh khas Bukit Satu Pohon yang bisa dibawa pulang.

#### **b. Pengembangan Aksesibilitas**

Aksesibilitas merupakan faktor yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata baik itu melalui darat, laut dan udara. Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan dalam menjangkau tempat wisata seperti akses jalan raya, sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk jalan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Listianigrum (2020) yang mengkaji pengaruh daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Muarareja Indah, dengan analisis korelasi *rank spearman* 0,682 yang berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara aksesibilitas dengan keputusan berkunjung.

Penggunaan strategi kebijakan dalam pengembangan aksesibilitas dengan menggunakan strategi S-O di Puncak Wakila yaitu dengan menjalin kerja sama dengan masyarakat setempat dengan membuka pangkalan ojek sebagai bentuk kerja sama dengan BUMDES

dan masyarakat. Hal ini juga mempermudah wisatawan yang tidak menggunakan kendaraan untuk berkunjung ke Puncak Wakila.

#### **2. Strategi Fasilitas**

Sebuah tempat wisata membutuhkan sebuah fasilitas agar bisa dimanfaatkan oleh wisatawan sehingga bisa memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama melakukan perjalanan ke tempat wisata. Fasilitas tersebut berupa hotel, villa, tempat makan, papan petunjuk jalan, toilet, mushola, tempat parkir, gazebo, pengamanan, penjaga kebersihan, tempat sampah, dan lainnya.

Fasilitas berfungsi untuk memenuhi segala keinginan wisatawan untuk berkunjung dalam waktu singkat, sehingga wisatawan bisa bersantai untuk menikmati alam tempat wisata. Keberadaan fasilitas tentu akan memberikan kemudahan kepada para wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu, wisatawan bisa memperoleh pengalaman selama berwisata ditempat tersebut.

Hal ini sesuai dengan fasilitas yang tersedia di Puncak Wakila yang cukup memadai seperti gazebo, spot berfoto, taman, pusat pembelanjaan oleh-oleh, dan souvenir. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Safi'I (2020) yang mengkaji strategi pengelolaan dan pengembangan objek wisata Cowindo dalam upaya meningkatkan perekonomian di wilayah Sendang Kabupaten Tulungagung. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengembangan wisata Cowindo dilakukan dengan menyediakan tempat parkir, pembuatan cafe, pembangunan panggung seni, dan menyediakan tempat untuk diadakan pasar tradisional.

Penggunaan strategi fasilitas dengan menggunakan strategi S-O yaitu dengan menjalin kerja sama dengan masyarakat dan pemuda kreatif dalam menjaga fasilitas yang ada dan mengembangkan kerajinan tangan masyarakat setempat dalam membuat barang-barang souvenir khas Kabupaten Muna.

#### **3. Strategi Promosi**

Promosi merupakan aktivitas memperkenalkan dan menyebarluaskan suatu informasi mengenai objek wisata dengan bantuan teknologi informasi. Hal ini dibuktikan bahwa objek wisata Puncak Wakila dipromosikan dengan menggunakan media sosial seperti youtube, facebook, instagram dan website. Di samping itu juga di Puncak Wakila



dipromosikan melalui perlombaan layang-layang diatas Puncak Wakila. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin (2019) yang mengkaji strategi pariwisata Pantai Sine. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa strategi pengembangan dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan di Pantai Sine dilakukan dengan pengelolaan dan pengembangan tempat pariwisata, pengembangan sumber daya manusia, menambah sarana dan prasarana, dan dilakukan promosi di media internet.

Penggunaan strategi promosi dalam pengembangan wisata Puncak Wakila dengan menggunakan strategi S-O yaitu dengan mengadakan *event* rutin seperti *event* layang-layang dan perlombaan *E-sport* di bulan Agustus. Hal ini bisa menjadi sebuah bentuk promosi tempat wisata yang memiliki daya tarik tersendiri. Selain itu, pengembangan *event* layang-layang menjadi *event* regional juga sangat berpotensi terhadap pengembangan wisata Puncak Wakila.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu dilakukan oleh Yulianto dan Kumalaningrum (2020) yang mengkaji potensi pengembangan destinasi wisata Umbul Pluneng di Kabupaten Klaten. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Umbul Pluneng sangat berpotensi untuk dikembangkan lagi dengan beberapa strategi, antara lain disimpulkan melalui strategi pengembangan dengan memanfaatkan kreatifitas budaya masyarakat dalam sebuah agenda wisata (festival) yang didukung kesenian modern untuk mendorong motivasi berkunjung masyarakat melalui promosi digital.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut: 1) ditemukan bahwa faktor internal pariwisata Puncak Wakila berupa kekuatan yaitu akses jalan yang mudah, atraksi wisata yang menarik, *event* wisata, daya tarik yang tinggi, akomodasi yang memadai dan minat masyarakat yang tinggi terhadap pengembangan pariwisata. Selanjutnya faktor internal kelemahan Puncak Wakila berupa keterbatasan anggaran, pengembangan atraksi yang kurang akibat kekurangan anggaran dan kurangnya SDM masyarakat dalam pariwisata; dan 2) ditemukan juga berupa faktor eksternal dalam strategi pengembangan potensi objek Wisata Puncak Wakila berupa peluang dan tantangan. Aspek peluang yang ditemukan

peneliti perkembangan ekonomi yang bisa membuat pariwisata lebih berkembang. Selanjutnya, tantangan pengembangan potensi Puncak Wakila sebagai Objek wisata alam yaitu kesadaran pariwisata dalam menjaga tempat wisata, dan wisata yang sejenis dengan daerah lain; dan 3) sesuai dengan temuan peneliti faktor internal dan eksternal yang analisis menggunakan penghitungan IFAS dan EFAS ditemukan bahwa strategi yang cocok digunakan di Puncak Wakila adalah strategi agresif. Berdasarkan penggabungan faktor internal dan eksternal matriks SWOT disimpulkan alternatif strategi yaitu strategi kebijakan, strategi fasilitas dan strategi promosi.

## SARAN

Melalui penelitian ini diharapkan untuk dilakukan kajian lebih rinci dalam mengimplementasikan strategi hasil penelitian ini. Harapannya dengan adanya strategi pengembangan potensi Puncak Wakila ini dapat memetakan arah pengembangan potensi objek wisata secara berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Dr. La Ode Amaluddin, S.Pd.,M.Pd. selaku pembimbing I dan Drs. H. Surdin, M.Pd. selaku pembimbing II. Ucapan terima kasih juga kepada kepada tim editor Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S, A. (2019). Strategi Pengembangan Wunawisata Puncak Damar sebagai Daya Tarik Wisata di Jatigede Sumedang. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Listianingrum, A. (2020). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal. *Skripsi*. Tegal: Universitas Pancasakti Tegal.
- Mulyo, D. S., dan Khadijanto, P. (2005). Identifikasi Faktor-Faktor Pembentuk Daya Tarik Wisata Pantai Teluk Penyu Kabupaten Cilacap Berdasarkan Prepesi Dan Preferensi. *Jurnal Tata Loka*, 7(1).
- Rangkuni, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sabana, C., Baroroh, I., Hartati, L., Madusari B. D., Pratikwo, S., Satrio, D., Suraji, I., dan Suryani. (2019). Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Pasir Kencana Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 16, 10-18.
- Safi'i, D, N. (2020). Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Objek Wisata Cowindo dalam Upaya Meningkatkan Perkonomian di Wilayah Sendang Kabupaten Tulungagung. *Skripsi*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negri Tulungagung.
- Slamet, I, N. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Bukit Satu Pohon Sebagai Objek Wisata Alam. *Jurnal Pariwisata PARAMA*, 1(1), 51-59.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Yoeti, O. A. (1993). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yulianto, A., dan Kumalaningrum, A. (2020). Potensi Pengembangan Destinasi Wisata Umbul Pluneng di Kabupaten Klaten Jawa Tengah. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(1), 50-60.