



# STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN BAWIN KAMELOH DI TAMAN HUTAN RAYA LAPAK JARU DI KABUPATEN GUNUNG MAS

*(Developing Tourists Area of Bawin Kameloh Waterfall at the Grand Forest Parks of  
Lapak Jaru in Gunung Mas District)*

I Kadek Septiady Putra<sup>1</sup>, Yanarita<sup>2</sup> dan Antonius Triyadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa Jurusan kehutanan Faperta UPR

<sup>2</sup> Staf Pengajar Jurusan Kehutanan Faperta UPR

Jl. Yos Sudarso Kampus UPR, Palangka Raya 73111.

CP. Email: [antoniustriyadi80@gmail.com](mailto:antoniustriyadi80@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mendeskripsi atau memberikan gambaran potensi objek wisata khususnya kondisi prasarana dan sarana, manajemen pengelolaan Obyek Wisata Air Terjun Bawin Kameloh, mengetahui strategi pengembangan tentang faktor pendorong dan penghambat pengembangan wisata serta menganalisis potensi dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Dengan menggunakan analisis Deskriptif, dengan menghasilkan strategi pengembangan tentang faktor pendorong dan penghambat pengembangan wisata dimana yang menjadi faktor utama yaitu keterbatasan anggaran untuk biaya pengembangan sarana dan prasarana serta belum ada tenaga profesional dalam pengelolaan objek wisata. Sedangkan yang menjadi faktor pendorongnya adalah panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung objek wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh berada pada kuadran I dengan nilai X (faktor internal) = 2,197, dan nilai Y (faktor eksternal) = 0,176, dengan menghasilkan alternative strategi yang dapat digunakan, adalah SO (*Strength and Opportunities*).

**Kata kunci:** Objek wisata air terjun, Bawin Kameloh, Analisis SWOT.

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau khususnya pemerintah daerah tempat objek wisata berada, akan mendapatkan pemasukan pendapatan. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan setiap individu karena aktivitas berwisata dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah

dan budaya suatu etnik tertentu (Yuwana, 2010).

Pengembangan pariwisata akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangan pariwisata tidak dipersiapkan dan tidak dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan permasalahan. Pengembangan kegiatan pariwisata di dalam kawasan hutan secara prinsip merupakan upaya untuk mengoptimalkan

fungsi jasa lingkungan dari ekosistem hutan. Fungsi jasa lingkungan hutan yang dapat menjadi objek pariwisata karena memiliki keindahan dan keunikan, antara lain Taman Nasional, Taman Hutan Raya, Taman Wisata Alam, Taman Buru dan Hutan Lindung (Direktorat Pemanfaatan Alam dan Jasa Lingkungan, 2002).

Salah satu cara untuk mengembangkan potensi objek wisata air terjun Bawin Kameloh di TAHURA “Lapak Jaru” di Kecamatan Kurun Kabupaten Gunung Mas, sehingga diperoleh alternatif pengembangannya. yakni dengan melakukan analisis SWOT, yaitu dengan menggali kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), diimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

## METODOLOGI

### Tempat dan Waktu

Penelitian dilaksanakan di kawasan objek wisata air terjun Bawin Kameloh di TAHURA “Lapak Jaru” Kecamatan Kurun, Kabupaten Gunung Mas pada bulan Juli sampai September 2018.

### Prosedur Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan cara menggali faktor pendorong dan faktor penghambat pengembangan obyek wisata air terjun Bawin Kameloh di TAHURA Kabupaten Gunung Mas. Responden penelitian terdiri dari Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gunung Mas, Kepala Dinas Kehutanan dan Pertanahan, tokoh masyarakat serta pengunjung obyek wisata air terjun Bawin Kameloh yang

dijumpai sebanyak 30 orang. Data yang dikumpulkan kemudian ditabulasi. Tabulasi data dilakukan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh.

Analisis strategi pengembangan Objek Wisata di Kecamatan Kurun menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling populer untuk analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan anatara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan Ancanman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) (Rangkuti, 2006).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi perusahaan, menurut Freddy Rangkuti 2006. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) serta lingkungan eksternal *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) yang dihadapi di dunia bisnis. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan,

misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*Strategic Planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Penyusunan strategi pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh peneliti melakukan analisis SWOT dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman seperti terlihat pada Tabel 1.

Skala yang digunakan setiap item kuesionernya menggunakan rating atau skor dimana 1 menunjukkan skor paling rendah yang berarti kualitasnya paling rendah, sedangkan skor 4 adalah menunjukkan bahwa kualitas jawaban yang paling tinggi. Maka apabila skornya 3 dan 4 menunjukkan bahwa kualitasnya paling tinggi bagi kekuatan dan peluang, sebaliknya jika skor 1 dan 2 menunjukkan bahwa kualitasnya paling tinggi untuk

Tabel 1. Matrik faktor internal dan eksternal objek wisata air terjun Bawin Kameloh

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p><b>1. Kekuatan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli</li> <li>b. Sumber air yang melimpah</li> <li>c. Kondisi hutan yang baik</li> <li>d. Kondisi keamanan yang baik</li> <li>e. Suasana objek wisata yang dekat dengan desa</li> </ul>	<p><b>3. Peluang</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan Kameloh potensi objek wisata air terjun Bawin</li> <li>b. Tingkat aksesibilitas yang mudah</li> <li>c. Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung</li> <li>d. Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada</li> <li>e. Meningkatnya investasi swasta</li> </ul>
<p><b>2. Kelemahan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Promosi objek wisata air terjun Bawin Kameloh yang belum ada</li> <li>b. Program pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh yang masih sederhana</li> <li>c. Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana objek wisata air terjun Bawin Kameloh</li> <li>d. Keadaan jalan yang kurang baik</li> <li>e. Belum ada tenaga profesional dalam pengelolaan objek wisata air terjun Bawin Kameloh</li> </ul>	<p><b>4. Ancaman</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan</li> <li>b. Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga objek wisata air terjun Bawin Kameloh</li> <li>c. Kerusakan lingkungan sekitar objek wisata akibat pengembangan yang seenaknya</li> <li>d. Bencana alam</li> <li>e. Meningkatnya peraturan pemerintah (perizinan)</li> </ul>

Sumber : Analisis Primer 2018

ancaman dan kelemahan bagi objek wisata tersebut. Karena setiap aspek diukur menggunakan angket sebanyak 5 item, maka untuk mengetahui tingkat kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman untuk objek wisata air terjun Bawin Kameloh diinterpretasikan menggunakan analisis deskriptif.

Skor tertinggi (xt) : 4,

Skor terendah (xr) : 1.

Rumus rentang:  $R = xt - xr$   
 $\rightarrow R = 4 - 1 = 3$ . Panjang kelas interval :  $p = R/xt$

Dimana  $P = \frac{3}{4} = 0,75$

Dengan menggunakan panjang kelas interval 0.75 dan skor terendah 1 maka dapat dibuat kriteria seperti tertera pada Tabel 2.

dilakukan dapat diketahui bahwa kekuatan utama yang ada di objek wisata air terjun Bawin Kameloh adalah panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta kondisi hutan yang baik karena nilai bobotnya paling tinggi dari 3 faktor kekuatan yaitu 0,586. sedangkan kelemahan utama yang ada pada objek wisata air terjun Bawin Kameloh adalah keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana objek wisata air terjun Bawin Kameloh yang masih minim dengan nilai 0,110. Pada tabel 5.7 posisi objek wisata air terjun Bawin Kameloh berada pada sumbu X dengan nilai sebesar 2,197; dapat disimpulkan bahwa objek wisata air terjun Bawin Kameloh memiliki kekuatan yang dapat dijadikan

Tabel 2. Kriteria kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

No	Interval	Kekuatan dan Peluang	Kelemahan dan Ancaman
1	3.26 – 4.00	Sangat Tinggi	Sangat Rendah
2	2.51 – 3.25	Tinggi	Rendah
3	1.76 – 2.50	Rendah	Tinggi
4	1.00 – 1.75	Sangat Rendah	Sangat Tinggi

### Matriks Faktor Strategi Internal

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal objek wisata air terjun Bawin Kameloh diperoleh Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknees*). Setelah dilakukan kuesioner atau wawancara dengan narasumber dan dilakukan pembobotan diperoleh bobot masing-masing variabel internal seperti diuraikan pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bobot dan rating faktor strategi internal objek wisata air terjun Bawin Kameloh dimana pembobotan dilakukan dengan tujuan faktor tersebut dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Hasil pembobotan yang

sebagai pijakan awal dalam pengembangan, namun melihat kekuatan yang ada tidak menutup kemungkinan kelemahan anggaran dana sarana dan prasarana penunjang yang masih minim yang ada akan terselesaikan apabila kekuatan yang ada telah dimanfaatkan sebaik-baiknya.

### Matriks Faktor Strategi Eksternal

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi eksternal objek wisata air terjun Bawin Kameloh diperoleh Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threat*). Pembobotan masing-masing variabel internal diuraikan pada Tabel 4.

Tabel 3. Faktor strategi internal objek wisata air terjun Bawin Kameloh

Faktor Strategi internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>1. KEKUATAN</b>			
A Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli	0,147	4	0,586
B Sumber air yang melimpah	0,132	4	0,527
C Kondisi hutan yang baik	0,147	4	0,586
D Kondisi keamanan yang baik	0,139	4	0,557
E Suasana objek wisata yang dekat dengan desa	0,136	4	0,542
Jumlah Skor kekuatan ( <i>Strength</i> )			2,798
<b>2. KELEMAHAN</b>			
A Promosi objek wisata air terjun Bawin Kameloh yang Kurang Maksimal	0,062	2	0,125
B Program pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh yang masih sederhana	0,059	2	0,117
C Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana objek wisata air terjun Bawin Kameloh	0,055	2	0,110
D Keadaan jalan yang kurang baik	0,066	2	0,132
E Belum ada tenaga profesional dalam pengelolaan objek wisata air terjun Bawin Kameloh	0,059	2	0,117
Jumlah Skor Kelemahan ( <i>Weaknees</i> )			0,601
Jumlah Keseluruhan	1		3,399
$S - W = 2,798 - 0,601$			2,197

Hasil pembobotan yang dilakukan dapat diketahui bahwa peluang utama yang ada di objek wisata air terjun Bawin Kameloh adalah Tingkat aksesibilitas yang mudah dengan skor 0,468 paling tinggi dari 4 faktor peluang, sedangkan yang menjadi ancaman utama dalam pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh adalah kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga objek wisata air terjun Bawin Kameloh.

Posisi objek wisata air terjun Bawin Kameloh berada pada sumbu Y dengan nilai sebesar 0,176, hal ini menunjukkan bahwa objek wisata air terjun Bawin Kameloh memiliki peluang terkait pengembangannya, namun melihat peluang yang ada tidak menutup kemungkinan ancaman yang ada akan terselesaikan apabila kekuatan yang ada dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pihak pengelola objek wisata tersebut.

Tabel 4. Faktor strategis eksternal objek wisata air terjun Bawin Kameloh

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>1. PELUANG</b>			
A Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan Kameloh potensi objek wisata air terjun Bawin	0,110	3	0,331
B Tingkat aksesibilitas yang mudah	0,117	4	0,468
C Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung	0,110	3	0,331
D Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada	0,088	3	0,263
E Meningkatnya investasi swasta	0,084	3	0,253
Jumlah Skor peluang ( <i>Opportunities</i> )			1,646
<b>2. ANCAMAN</b>			
A Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan	0,107	3	0,321
B Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga objek wisata air terjun Bawin Kameloh	0,081	3	0,244
C Kerusakan lingkungan sekitar objek wisata akibat pengembangan yang seenaknya	0,084	3	0,253
D Bencana alam	0,110	3	0,331
E Meningkatnya peraturan pemerintah (Perizinan)	0,107	3	0,321
Jumlah Skor Ancaman ( <i>Threat</i> )			1,470
Jumlah Keseluruhan	1		3116
O – T = 1,646 – 1,470			0,176

### Analisis Grand Strategy

Berdasarkan analisis dari matrik faktor strategi internal dan matrik faktor strategi eksternal diperoleh kuadran dari SWOT terletak pada nilai  $X = 2,197$  dan nilai  $Y = 0,176$ , dengan demikian posisi strategi pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh berada pada kuadran I (S-O) yakni strategi memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang

ada dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa objek wisata air terjun Bawin Kameloh menunjukkan bahwa titik potong ( $2,197 ; 0,176$ ) berada pada kuadran I (*Agresif*) analisis SWOT, dimana situasi tersebut dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan objek wisata air terjun Bawin Kameloh. Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seperti panorama alam yang

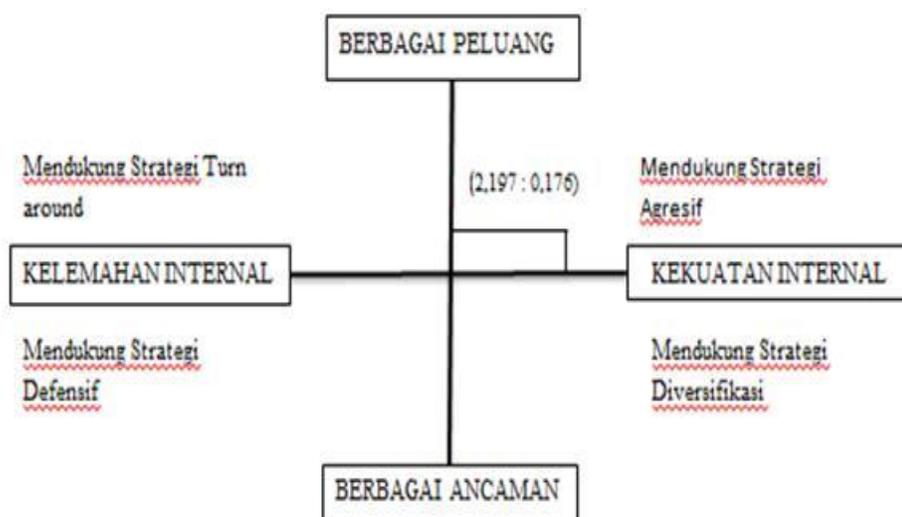
indah, sejuk dan masih asli, sumber air yang melimpah, kondisi keamanan yang baik, suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan, jarak tempuh objek wisata yang dekat dengan desa dan Kecamatan serta peluang yang dimiliki antara lain otonomi daerah keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata, tingkat aksesibilitas mudah, banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung, peningkatan produk dan antraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada agar dapat mempercepat pengembangan. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*).

**Kebijakan dan Strategi**

Pembangunan dan pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh pada dasarnya adalah menjadikan objek wisata sebagai objek unggulan di Kabupaten Gunung Mas dan sebagai salah satu andalan di sektor pariwisata serta mendorong pelestarian dan konservasi lingkungan fisik alam melalui pengelolaan yang terkontrol.

Analisis SWOT menghasilkan empat (4) kemungkinan strategi alternative.

1. Strategi SO (*Strength and Opportunities*), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (*Strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*), ialah :
  - a. Mengelola potensi objek wisata yang dimiliki (panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli, sumber air yang melimpah serta suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan) dengan otonomi daerah yang memberikan kewenangan Pemerintahan Daerah untuk mengelola potensi daerahnya masing-masing.
  - b. Meningkatkan keamanan objek wisata air terjun Bawin Kameloh guna menjaga kenyamanan dan menarik pengunjung.
  - c. Peningkatan produk dan permainan wisata dalam pengembangannya sehingga mampu menarik investor.
2. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*), yaitu strategi yang menimbulkan kelemahan (*Weaknesses*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*), ialah :



Gambar 1. Matrix grand strategy objek wisata air terjun Bawin Kameloh

- a. Dengan otonomi daerah diharapkan dapat memberikan keluasaan pemerintah daerah untuk mempromosikan potensi yang dimiliki objek wisata air Bawin Kameloh.
  - b. Aksesibilitas yang mudah menuju objek wisata air terjun Bawin Kameloh dapat dicapai dengan memperbaiki jalan yang rusak dan pelebaran jalan sehingga meningkatkan jumlah pengunjung.
  - c. Meningkatnya investasi swasta dapat membantu membangun fasilitas yang masih kurang memadai dan objek-objek yang belum dikelola secara profesional.
  - d. Banyak wisatawan serta peningkatan produk dan atraksi wisata mendorong peningkatan kualitas SDM.
3. Strategi ST (*Strenght and Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk mengatasi ancaman (*Threats*), yaitu :
- a. Dengan adanya panorama alam yang indah dan suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan yang dimiliki objek wisata air terjun Bawin Kameloh maka pengunjung tidak akan bosan dalam berkunjung. Sehingga tidak terpengaruh dengan munculnya objek wisata baru serta persaingan antar objek wisata.
  - b. Kondisi keamanan objek wisata yang baik membantu objek wisata dari pengunjung yang sadar dalam menjaga keindahan.
  - c. Sumber-sumber daya yang dikembangkan secara hati-hati dan diupayakan tidak merusak lingkungan.
4. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan

(*Weaknesses*) dan menghindari ancaman (*Threats*), ialah :

- a. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan lebih bagus untuk menarik pengunjung sehingga siap untuk menghadapi persaingan antara objek wisata.
- b. Peningkatan kualitas tenaga kerja profesional dalam pengelolaan objek wisata sehingga mengurangi kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang seenaknya.

Hasil analisis SWOT yang dilakukan kawasan objek wisata air terjun Bawin Kameloh ke dalam kuadran pertama pada diagram SWOT, adapun alternative strategi yang digunakan adalah SO (*Strength and Opportunities*), dengan pertimbangan bahwa objek wisata air terjun Bawin Kameloh mempunyai potensi alam yang banyak dan besar untuk dikembangkan, akan tetapi belum termanfaatkan secara optimal, untuk itu dalam mengembangkan objek wisata air terjun Bawin Kameloh harus menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*). Oleh karena itu atas dasar hasil analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal tersebut di atas, maka kebijakan pengembangan pariwisata objek wisata air terjun Bawin Kameloh adalah :

1. Meningkatkan promosi mengenai objek wisata air terjun Bawin Kameloh melalui berbagai media baik media cetak maupun elektronik.
2. Meningkatkan sarana dan prasarana serta infrastruktur yang menunjang seperti membangun wahana permainan air, area outbond dan fasilitas-fasilitas penunjang lain sehingga menarik dan kenyamanan bagi pengunjung.

3. Pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh memang perlu ditingkatkan apalagi semakin bertambahnya objek wisata lain dan bertambahnya persaingan antar objek wisata maka memerlukan inovasi baru. Hal ini dilakukan agar dapat berkembang lebih baik. Pihak pengelola dalam mengembang kan objek wisata air terjun Bawin Kameloh sangat terkendala oleh dana maka perlu bantuan dari investor swasta dan lain-lain.
4. Mengembangkan objek wisata air terjun ini perlu segera dilaksanakan pengembangan dan pembangunan terhadap potensi yang terdapat di objek wisata secara bertahap sesuai prioritas dengan memperhatikan nilai keunggulan saing dan keunggulan banding, kebijakan pengembangan serta ketersediaan dana dan tenaga.
5. Memanfaatkan potensi yang dimiliki objek wisata air terjun Bawin Kameloh yaitu sumber air yang melimpah, dapat dilihat pada Tabel 5. Hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa pengembangan kawasan objek wisata air terjun Bawin Kameloh sangat berpotensi untuk dikembangkan dan dapat mengetahui potensi alamnya serta dilakukan guna meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan. Pendapatan retribusi dari objek wisata air terjun Bawin Kameloh sangat dipengaruhi oleh jumlah pengunjung. Semakin besar jumlah pengunjung maka pendapatan retribusi dari objek wisata tersebut akan ikut naik. Di lain pihak, besar kecilnya jumlah pengunjung sangat dipengaruhi oleh upaya yang dilakukan pihak pengelola terhadap kawasan wisata. Dalam hal ini, pihak pengelola dan pemerintah daerah harus mampu mengemas kawasan wisata sedemikian

rupa agar dapat mengembangkan atau meningkatkan citra, pengembangan fasilitas, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Bagi pemerintah, berkaitan dengan tujuan peningkatan devisa, pajak, perluasan kesempatan kerja atau peningkatan tenaga kerja dan perbaikan infrastruktur.

### **Strategi Pengembangan Objek Wisata**

Perumusan strategi pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang mengkombinasikan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh objek wisata air terjun Bawin Kameloh maka diperoleh strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah.

1. Meningkatkan promosi kawasan objek wisata, pemasaran atau promosi dan inovasi kegiatan-kegiatan pariwisata penting untuk dilakukan karena hal tersebut dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Promosi dan inovasi harus didukung dengan ketersediaan sarana dan prasarana yang menarik dalam pengembangan objek wisata, sehingga mampu mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung.
2. Meningkatkan sarana dan prasarana serta infrastruktur yang menunjang seperti membangun wahana permainan air, areal outbond dan fasilitas-fasilitas penunjang lain sehingga menarik dan memberi kenyamanan bagi pengunjung. Disamping itu perbaikan jalan yang rusak dan pelebaran jalan tentunya dapat memudahkan akses bagi pengunjung ke kawasan objek wisata.

Tabel 5. Matriks SWOT analisis lingkungan internal dan eksternal objek wisata air terjun Bawin Kameloh

Faktor Eksternal	Faktor Internal	<b>Kekuatan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Panorama alam yang indah dan masih asli.</li> <li>➤ Sumber air yang melimpah</li> <li>➤ Kondisi keamanan yang baik</li> <li>➤ Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan</li> <li>➤ Jarak tempuh objek wisata dekat dengan desa dan kecamatan</li> </ul>	<b>Kelemahan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promosi objek wisata yang kurang baik</li> <li>➤ Program pengembangan objek wisata yang sederhana</li> <li>➤ Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana objek wisata</li> <li>➤ Keadaan jalan kurang baik</li> <li>➤ Kurangnya tenaga kerja professional dalam pengelolaan objek wisata</li> </ul>
	<b>Peluang</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata</li> <li>➤ Tingkat aksesibilitas yang mudah</li> <li>➤ Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung</li> <li>➤ Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada</li> </ul>	<b>Strategi SO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Memanfaatkan otonomi daerah untuk mengelola potensi alam dan objek wisata yang menarik</li> <li>➤ Inovasi produk dan atraksi wisata seperti permainan air, area outbond dan fasilitas-fasilitas penunjang lain</li> <li>➤ Meningkatkan keamanan di objek wisata guna menjaga kenyamanan dan menarik pengunjung.</li> </ul>	<b>Strategi WO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menjalin kerjasama dengan investor guna membantu pengembangan</li> <li>➤ Aksesibilitas yang mudah menuju objek wisata air terjun bawin Kameloh</li> <li>➤ Banyaknya wisatawan serta perlunya inovasi produk dan atraksi wisata mendorong peningkatan kualitas SDM dalam pengelolaannya.</li> </ul>
	<b>Ancaman</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Berkembangnya objek wisata yang lain yang meningkatkan persaingan</li> <li>➤ Kesadaran wisatawan untuk menjaga objek wisata</li> <li>➤ Kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang seenaknya</li> </ul>	<b>Strategi ST</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata</li> <li>➤ Pengembangan dan pembangunan objek wisata yang ramah lingkungan</li> </ul>	<b>Strategi WT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Meningkatkan promosi dan mempertimbangkan program pengembangan dengan inovasi yang baru sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek wisata</li> <li>➤ Peningkatan kualitas tenaga kerja professional dalam</li> </ul>

3. Memanfaatkan potensi yang ada yang dimiliki objek wisata air terjun Bawin Kameloh, mengingat bertambahnya objek wisata lain dan bertambahnya persaingan-persaingan antar objek wisata maka memerlukan inovasi baru untuk berkembang yang lebih baik dan menjalin kerjasama dengan pihak swasta.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT strategi pengembangan objek wisata air terjun Bawin Kameloh berada pada kuadran I dengan nilai X (faktor internal) = 2,197, dan nilai Y (faktor eksternal) = 0,176, dengan menghasilkan alternative strategi yang dapat digunakan, adalah SO (*Strength and Opportunities*) dengan pertimbangan bahwa objek wisata air terjun Bawin Kameloh mempunyai potensi alam yang banyak dan besar untuk dikembangkan, akan tetapi belum termanfaatkan secara optimal, untuk itu dalam mengembangkan objek wisata air terjun Bawin Kameloh harus menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*).

### Saran

Perlu adanya peningkatan fasilitas dan infrastruktur pendukung seperti penambahan jumlah sarana dan prasarana, atraksi wisata yang berbeda dengan objek wisata lain dan hanya dapat ditemui di objek wisata air terjun Bawin Kameloh untuk meningkatkan daya tarik wisata sehingga pengunjung lebih memilih air terjun Bawin Kameloh sebagai destinasi utama dalam mengisi liburan serta perlu

dilakukan perawatan, pengawasan, serta pemeliharaan di lokasi objek wisata air terjun Bawin Kameloh oleh pemerintah maupun masyarakat setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Soejono. (1999). Metode Penelitian : Suatu Pemikiran dan Penerapan. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Arikunto, 2006 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunung Mas. 2017. Statistik Daerah Kecamatan Kurun. BPS Kab. Gunung Mas, Gunung Mas.
- Budiarto, 2002. Statistik Untuk Penelitian. Bandung: CV. ALFABETA
- Burhan Bungil. 2007. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana
- Direktorat Kehutanan. 2002. Penilaian Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam. Laporan Akhir. Dirjen PHKA. Bogor.
- Effendi. 1991. Metode Penelitian Survei. MET Pblisher: Jakarta: LP3ES
- Irham Fahmi, 2013. Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam, Liberti. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta : PT. Prehallindo
- Nasution, S. 2000. Metode Research. Bumi Aksara : Jakarta
- Pitana, I GEDE. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: ANDI
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT : Tehnik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Granmedia Pustaka Utama
- Rahmawaty, 2006. Persepsi Masyarakat Terhadap Upaya Konservasi di Taman Hutan Raya Bukit Barisan.

- Departemen Kehutanana Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT :Teknik Membedah Kasus Bisnis . Jakarta : PT Granmedia Pustaka Utama.
- Richard L. Daft, 2010. Era Baru Manajemen, Edward Tanujaya, Edisi 9,Salemba Empat
- Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya.
- Umar, 2009 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preseps Masyarakat. Fakultas Kehutanan Dan Ilmu Lingkungan. Universitas Halu Oleo. Kendari.
- Widiyantis, 2008. Pendekatan SWOT dalam Pengembangan Objek Wisata Telaga Ngebel Di Kabupaten Ponorogo. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.