



STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR TERJUN SANGGILIPAN DI KECAMATAN DELANG KABUPATEN LAMANDAU

Antonius Triyadi¹, Yuni Setiawati²

¹Fakultas Pertanian, Jurusan Kehutanan, Universitas Palangka Raya
Jl. Yos Sudarso, Kampus UPR, 73111

²Dinas Pendidikan Provinsi Kalimantan Tengah

ABSTRACT

This research aimed to identify the driving factors and obstacles as well as analyzing strategic options might be taken by Lamandae, Central Kalimantan Province in order to manage Sanggilipan waterfall at the site. The research was carried out at Sanggilipan waterfall in Jojabo Hulu Village, Delang sub-District, Lamandau District. The research was conducted using SWOT as its analytical tool, and based on the fact that Sanggilipan waterfall has plenty of natural potential but has not been optimally utilized, this research proposes SO (Strength and Opportunity) as alternative strategy for its further development. Therefore, the development of Sanggilipan waterfall should consider the Strength and utilize the opportunities it has.

Keywords: Strategic options, Sanggilipan waterfall, SWOT analysis

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh

meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Yuwana, 2010).

Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003).

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Untuk menjamin supaya

pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yakni dengan melakukan penelitian terhadap semua sumber daya pendukungnya (Wardiyanta, 2006). Dari sudut sosial, kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotifasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa, selain itu juga pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan. Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kabupaten Lamandau khususnya Kecamatan Delang memiliki berbagai macam obyek wisata diantaranya wisata alam dan wisata budaya, yang apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik maka akan menjadi daerah tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi. Selain itu, dengan meningkatnya wisatawan yang berkunjung maka secara langsung akan menambah Pendapatan Asli Daerah

(PAD) dan pendapatan masyarakat sekitar objek wisata. Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014, Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah. Dengan adanya Undang-undang tersebut pemerintah memiliki keleluasaan untuk mengembangkan obyek wisata. Kabupaten Lamandau khususnya sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang strategis dan potensial untuk dikelola, dikembangkan dan dipasarkan.

Salah satu potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Lamandau adalah Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan di Kecamatan Delang. Obyek Wisata ini belum dikelola secara optimal sehingga keberadaan aset wisata belum mendapat respon positif wisatawan dalam bentuk kunjungan wisatanya. Salah satu tolok ukur perkembangan pariwisata adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan karena dengan peningkatan jumlah wisatawan yang datang secara langsung akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, pembangunan wilayah yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan.

Berdasarkan pada potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Lamandau saat ini, diharapkan adanya pengembangan/ investasi pada Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan supaya dapat dikelola dengan baik yang nantinya diharapkan dapat berpengaruh pada peningkatan PAD Kabupaten Lamandau dimasa yang akan datang.

Hal ini seharusnya sudah menjadi perhatian utama bagi pemerintah Kabupaten Lamandau melalui dinas Pariwisata. Untuk itu, maka berbagai perubahan yang terjadi harus disikapi dan diantisipasi secara dini oleh Pemerintah Daerah dengan menerapkan strategi yang efektif guna memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki dan mempertimbangkan pengaruh eksternalnya. Atas dasar inilah perlu adanya kajian mengenai strategi yang tepat untuk mengembangkan potensi Obyek Wisata Air Terjun sanggilipan di Kecamatan Delang Kabupaten Lamandau, sehingga diperoleh alternatif strategi pengembangannya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 1999).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah *stakeholders* yang terkait dengan pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan di Kecamatan Delang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* ini dipilih karena obyek sampel memenuhi kriteria yang diinginkan dalam penelitian ini. Kriteria obyek yang dipilih adalah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lamandau, Tokoh masyarakat yang berada di desa sekitar obyek wisata Air Terjun Sanggilipan dan pengunjung (wisatawan) yang dijumpai.

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sumber data sekunder. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi, wawancara dan kuesioner. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah dengan metode analisis Deskriptif untuk menjawab faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan Obyek Wisata Sanggilipan di Kecamatan Delang

Tabel 1. Kekuatan obyek wisata air terjun Sanggilipan

No	Kekuatan	Mean	Keterangan
1.	Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli	4	Sangat Tinggi
2.	Sumber air yang melimpah	3,90	Sangat Tinggi
3.	Kondisi keamanan yang baik	3,60	Sangat Tinggi
4.	Suasana obyek wisata air terjun Sanggilipan yang memberikan kenyamanan	4	Sangat Tinggi
5.	Jarak tempuh obyek wisata yang dekat dengan Desa dan Kecamatan	3,9	Sangat Tinggi
	Mean	3,88	Sangat Tinggi

Kabupaten Lamandau. Sedangkan untuk menjawab strategi pengembangan obyek wisata Sanggilipan di Kecamatan Delang menggunakan analisis SWOT.

III. HASIL PENELITIAN

Faktor Kekuatan

Kekuatan dari Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan dapat dilihat dari panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli, sumber air yang melimpah,

Sanggilipan adalah 3,88 pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan kekuatan yang dimiliki Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan termasuk sangat tinggi.

Faktor Kelemahan

Dalam pengembangan obyek wisata Air Terjun Sanggilipan menuju yang lebih baik, tentunya terdapat kelemahan-kelemahan di berbagai sektor yang harus diatasi. Kelemahan tersebut antara lain promosi obyek wisata yang kurang maksimal, Program pengembangan obyek

Tabel 2. Kelemahan obyek wisata air terjun Sanggilipan

No	Kelemahan	Mean	Keterangan
1.	Promosi obyek wisata air terjun Sanggilipan yang kurang maksimal	1,80	Tinggi
2.	Program pengembangan obyek wisata air terjun Sanggilipan yang masih sederhana	1,90	Tinggi
3.	Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana	1,20	Sangat Tinggi
4.	obyek wisata air terjun Sanggilipan	1,70	Sangat Tinggi
5.	Keadaan jalan masuk ke lokasi obyek wisata yang kurang baik	1,30	Sangat Tinggi
	Belum ada tenaga profesional dalam pengelolaan obyek wisata air terjun Sanggilipan		
	Mean	1,58	Sangat Tinggi

kondisi keamanan yang baik, suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan, jarak tempuh obyek wisata yang dekat dengan Desa Hulu Jojabo dan Kecamatan Delang. Untuk jelasnya dapat dilihat dari rata-rata tanggapan dari Responden pada Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan seperti terlihat pada Tabel 1.

Secara keseluruhan rata-rata kekuatan yang dimiliki Obyek Wisata Air Terjun

wisata yang masih sederhana, Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana obyek wisata, keadaan jalan yang kurang baik, kurangnya tenaga profesional dalam pengelola obyek wisata. Tanggapan rata-rata dari responden pada Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan terlihat pada Tabel 2.

Berdasarkan tabel diatas rata-rata kelemahan yang ada dalam

pengembangan obyek wisata Air Terjun Sanggilipan termasuk sangat tinggi yaitu 1,58 pada interval 1,00 – 1,75 maka perlu diperhatikan dan penanganan secara serius agar tidak menghambat dalam pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan.

Faktor Peluang

Dalam pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan terdapat berbagai peluang yang mampu mendorong pengembangan diantaranya otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata, tingkat aksesibilitas mudah, banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung, peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada, seperti tertuang pada Tabel 3.

Secara keseluruhan rata-rata perolehan skornya adalah 3,15 berada pada interval 2,51 – 3,25 yang termasuk kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan mempunyai peluang yang tinggi bila dapat memanfaatkan potensi-potensi yang ada.

Faktor Ancaman

Dalam setiap upaya pengembangan pasti terdapat ancaman yang mampu menghambat proses pengembangan bila tidak dicari jalan keluarnya. Berikut adalah beberapa ancaman yang terdapat di Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan: berkembangnya obyek wisata lain yang meningkatkan persaingan, kesadaran wisatawan untuk menjaga obyek wisata, kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang seenaknya, banjir bandang dan tanah longsor, dan

Tabel 3. Peluang obyek wisata air terjun Sanggilipan

No	Peluang	Mean	Keterangan
1.	Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi obyek wisata air terjun Sanggilipan	3,25	Tinggi
2.	Tingkat aksesibilitas yang mudah	3,75	Sangat
3.	Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung	3,35	Tinggi
4.	Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada	2,70	Sangat Tinggi
5.	Meningkatnya investasi swasta	2,70	Tinggi
	Mean	3,15	Tinggi

meningkatnya peraturan pemerintah. Dan hasil tanggapan rata-rata dari pengunjung Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan ditampilkan pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa skor rata-rata faktor ancaman 3,03 yang terletak pada interval 2,51 -3,25 termasuk dalam kategori rendah.

dilakukan dengan tujuan faktor-faktor tersebut dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Pembobotan dalam faktor-faktor strategis Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan diperoleh dari bobot = mx/mt , mx : mean dari faktor x dan mt : mean total faktor strategis internal.

Tabel 4. Ancaman obyek wisata air terjun Sanggilipan

No	Ancaman	Mean	Keterangan
1.	Berkembangnya obyek wisata lain yang meningkatkan	3,25	Rendah
2.	persaingan	2,70	Rendah
3.	Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga obyek wisata air terjun Sanggilipan	2,65	Rendah
4.	Kerusakan lingkungan sekitar obyek wisata akibat pengembangan yang seenaknya	3,25	Rendah
5.	Bencana alam	3,30	Rendah
	Meningkatnya peraturan pemerintah (Perijinan)		
	Mean	3,03	Rendah

Hal ini menunjukkan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan mempunyai tingkat ancaman yang rendah sehingga memudahkan pengelola dalam pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan.

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat diketahui bobot dan rating faktor strategis internal Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan dimana pembobotan

Sedangkan tujuan rating adalah memberikan skala mulai dari 4 sampai 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan, dan untuk skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Tabel 5. Faktor strategis internal obyek wisata air terjun Sanggilipan

Faktor Strategis Internal	Skor		
	Bobot	Rating	(Bobot x Rating)
1. KEKUATAN			
a. Panorama alam yang indah, sejuk, masih asli	0,147	4	0,586
b. Sumber air yang melimpah	0,143	4	0,571
c. Kondisi keamanan yang baik	0,132	4	0,527
d. Suasana obyek wisata air terjun Sanggilipan yang memberikan kenyamanan	0,147	4	0,586
e. Jarak tempuh obyek wisata yang dekat dengan Desa dan Kecamatan	0,143	4	0,571
Jumlah Skor Kekuatan			2,841
2. KELEMAHAN			
a. Promosi obyek wisata air terjun Sanggilipan yang kurang maksimal	0,066	2	0,132
b. Program pengembangan obyek wisata air terjun Sanggilipan yang masih sederhana	0,070	2	0,139
c. Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana obyek wisata air terjun Sanggilipan	0,044	1	0,044
d. Keadaan jalan masuk ke lokasi obyek wisata yang kurang baik	0,062	2	0,125
e. Belum ada tenaga profesional dalam pengelolaan obyek wisata air terjun Sanggilipan	0,048	1	0,048
Jumlah Skor Kelemahan			0,488
Jumlah Keseluruhan			3,330

Tabel 6. Faktor strategis eksternal obyek wisata air terjun Sanggilipan

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
1. PELUANG			
a. Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi obyek wisata air terjun Sanggilipan	0,105	3	0,316
b. Tingkat aksesibilitas yang mudah	0,121	4	0,485
c. Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung	0,108	3	0,325
d. Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada	0,087	3	0,262
e. Meningkatnya investasi swasta	0,087	3	0,262
Jumlah Skor Peluang			1,650
2. ANCAMAN			
a. Berkembangnya obyek wisata lain yang meningkatkan persaingan	0,105	3	0,316
b. Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga obyek wisata air terjun Sanggilipan	0,087	3	0,262
c. Kerusakan lingkungan sekitar obyek wisata akibat pengembangan yang seenaknya	0,086	3	0,257
d. Bencana alam	0,105	3	0,316
e. Meningkatnya peraturan pemerintah (Perijinan)	0,107	3	0,320
Jumlah Skor Ancaman			1,471
Jumlah Keseluruhan	1		3,121

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bobot dan rating faktor strategis internal Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan dimana pembobotan dilakukan dengan tujuan faktor-faktor tersebut dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Pembobotan dalam faktor-faktor strategis Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan diperoleh dari bobot = mx/mt , mx : mean dari faktor x dan mt : mean total faktor strategis internal. Sedangkan tujuan rating adalah memberikan skala mulai dari 4 sampai 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan, dan untuk skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan melalui analisis SWOT, diperoleh nilai akhir dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman seperti terlihat pada Tabel 7.

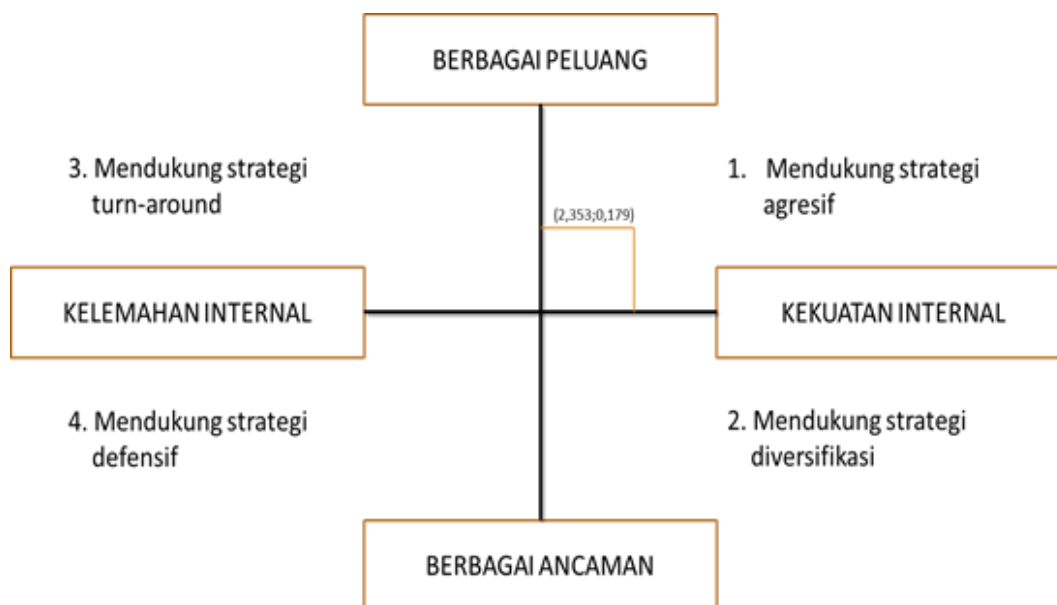
Dari uraian diatas tentang SWOT analisis, bahwa dalam kerangka strategi keseluruhan, strategi dasar yang dapat direncanakan adalah menggunakan kesempatan sebaik-baiknya, mencoba mengantisipasi dan menanggulangi ancaman, menggunakan kekuatan sebagai modal dasar operasi dan memanfaatkannya semaksimal mungkin, serta mengusahakan untuk mengurangi dan menghilangkan kelemahan yang masih ada. Terlihat dari hasil perhitungan tersebut bahwa Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan memiliki kekuatan yang dominan dibanding kelemahannya dan peluang yang lebih besar dibanding ancamannya dengan nilai sebagai berikut :

- Kekuatan - Kelemahan (faktor internal) :
 $2,841 - 0,488 = 2,353$
- Peluang - Ancaman (faktor eksternal) :
 $1,650 - 1,471 = 0,179$

Apabila nilai-nilai tersebut dimasukkan dalam *Matrix Grand Strategy* terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan berada di posisi Strategi Pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Tabel 7. Rekapitulasi asil perhitungan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan

No	Uraian	Nilai
1.	Faktor Internal	
	• Kekuatan	2,841
	• Kelemahan	0,488
2.	Faktor Eksternal	
	• Peluang	1,650
	• Tantangan	1,471



Gambar 1. *Matrix grand strategy* obyek wisata air terjun Sanggilipan

Berdasarkan gambar pada diagram diatas menunjukkan bahwa titik potong (2,353;0,179) berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seperti panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli, sumber air yang melimpah, kondisi keamanan yang baik, suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan, jarak tempuh obyek wisata yang dekat dengan desa dan kecamatan serta peluang yang dimiliki antara lain otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata, tingkat aksesibilitas mudah, banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung, peningkatan produk dan atraksi 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 Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan pada dasarnya adalah menjadikan obyek wisata Air Terjun Sanggilipan sebagai obyek unggulan di Kabupaten Lamandau dan sebagai salah satu andalan di sektor pariwisata serta mendorong pelestarian dan konservasi lingkungan fisik alam melalui pengolahan dan pengembangan yang terkontrol. Dari analisis SWOT menghasilkan empat (4) kemungkinan strategi alternatif, yaitu :

1. Strategi SO (*Strength and Opportunities*), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*), ialah :

- a. Mengelola potensi obyek wisata yang dimiliki (panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli; sumber air melimpah dan suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan) dengan otonomi daerah yang memberikan kewenangan pemerintah daerah untuk mengelola potensi daerahnya masing-masing.
 - b. Meningkatkan keamanan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan 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 meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*), ialah :
 - a. Dengan otonomi daerah diharapkan dapat memberikan keluasaan pemerintah daerah untuk mempromosikan potensi yang dimiliki Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan.
 - b. Aksesibilitas yang mudah menuju Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan 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 obyek-obyek yang belum dikelola secara profesional.
 - d. Banyaknya wisatawan serta peningkatan produk dan atraksi wisata mendorong peningkatan kualitas SDM.
3. Strategi ST (*Strength and Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threats*), ialah :
 - a. Dengan adanya panorama alam yang indah dan suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan yang dimiliki Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan maka pengunjung tidak akan bosan dalam berkunjung. Sehingga tidak terpengaruh dengan munculnya obyek wisata baru serta persaingan antar obyek wisata.
 - b. Kondisi keamanan obyek wisata yang baik membantu obyek wisata dari pengunjung yang kurang 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 antar obyek wisata.
 - b. Peningkatan kualitas tenaga kerja profesional dalam pengelolaan obyek wisata sehingga mengurangi kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang seenaknya.

Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan, Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan ke dalam Kuadran Pertama pada diagram SWOT, adapun alternatif strategi yang digunakan, adalah SO (*Strength and Opportunities*), dengan pertimbangan bahwa Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan mempunyai potensi

alam yang banyak dan besar untuk dikembangkan, akan tetapi belum dimanfaatkan secara optimal, untuk itu dalam mengembangkan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan harus menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*). Oleh karenanya atas dasar hasil analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal tersebut di atas, maka kebijakan pengembangan pariwisata Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan adalah:

1. Meningkatkan promosi mengenai Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan melalui berbagai media baik media cetak maupun elektronik, pameran-pameran wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Lamandau.
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. Disamping itu perbaikan jalan yang rusak dan pelebaran jalan menuju obyek wisata Air Terjun Sanggilipan dapat memudahkan akses bagi pengunjung.
3. Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan memang perlu ditingkatkan apalagi semakin bertambahnya obyek-obyek wisata lain dan bertambahnya persaingan antar obyek wisata maka Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan memerlukan inovasi baru supaya dapat berkembang lebih baik. Pihak pengelola dalam mengembangkan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan sangat terkendala oleh dana maka perlu bantuan dari pemerintah dan investor swasta.
4. Dalam mengembangkan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan perlu segera dilaksanakan pengembangan dan pembangunan terhadap potensi yang terdapat di Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan secara bertahap sesuai prioritas dengan memperhatikan nilai keunggulan saing dan keunggulan banding, kekhasan obyek, kebijaksanaan pengembangan serta ketersediaan dana dan tenaga.
5. Memanfaatkan potensi yang dimiliki Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan yaitu sumber air yang melimpah sekaligus meengembangkan peluang yang dapat dijual dan dapat menarik pengunjung.

Tabel 8. Matriks SWOT Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli. ➤ Sumber air yang melimpah ➤ Kondisi keamanan yang baik ➤ Suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promosi obyek wisata yang kurang baik ➤ Program pengembangan obyek wisata yang masih sederhana ➤ Keterbatasan anggaran
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jarak tempuh obyek wisata yang dekat dengan desa dan kecamatan 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ untuk biaya sarana dan prasarana obyek wisata ➤ Keadaan jalan yang kurang baik ➤ Kurangnya tenaga kerja professional dalam pengelolaan obyek wisata
Peluang	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Otonomi daerah member keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata. ➤ Tingkat aksesibilitas yang mudah ➤ Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung ➤ Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada ➤ Meningkatnya investasi swasta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Memanfaatkan otonomi daerah untuk mengelola potensi alam dan obyek wisata yang menarik ➤ Inovasi produk dan atraksi wisata seperti permainan air, area outbond dan fasilitas-fasilitas penunjang lain. ➤ Meningkatkan keamanan di obyek wisata guna menjaga kenyamanan dan menarik pengunjung. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menjalin kerjasama dengan investor guna membantu pengembangan. ➤ Aksesibilitas yang mudah menuju obyek wisata Air Terjun Sanggilipan dapat dicapai dengan perbaikan jalan yang rusak dan pelebaran jalan. ➤ Banyaknya wisatawan serta perlunya inovasi produk dan atraksi wisata mendorong peningkatan kualitas SDM dalam pengelolaannya.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor pendorong yang memperoleh kategori sangat tinggi adalah panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung obyek wisata. Sedangkan faktor penghambat yang memperoleh kategori sangat tinggi yaitu keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana obyek wisata dan belum ada tenaga profesional dalam pengelolaan obyek wisata.
2. Alternatif strategi yang dapat digunakan, adalah SO (*Strength and Opportunities*), dengan pertimbangan bahwa Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan mempunyai potensi alam yang banyak dan besar untuk dikembangkan, akan tetapi belum termanfaatkan secara optimal, untuk itu dalam mengembangkan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan harus menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran-saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Supaya pengelolaan obyek wisata Air Terjun Sanggilipan dapat berjalan dengan maksimal sebaiknya pengelola harus bekerja sama dengan Pemerintah Daerah Kabupaten

Lamandau khususnya Dinas Pariwisata dan pihak Swasta.

2. Pemanfaatan teknologi informasi seperti pemanfaatan website, memanfaatkan media sosial berupa *Facebook dan WA* serta siaran televisi Nasional perlu ditingkatkan untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi-potensi wisata kepada masyarakat luas. Selain memperkenalkan kepada masyarakat luas, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor-investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha peningkatan Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan.
3. Bagi Pemerintah Daerah, untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dan berkaitan dengan tujuan peningkatan PAD, pajak, perluasan kesempatan kerja atau peningkatan tenaga kerja, dengan memberikan pelayanan kepada wisatawan seperti peningkatan atau perbaikan infrastruktur dengan menyediakan rumah singgah, *resort*, toko souvenir.
4. Masih perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut lagi tentang bagaimana kontribusi obyek wisata Air Terjun Sanggilipan dalam upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Lamandau.

Batasan Penelitian

Penelitian ini telah mengidentifikasi faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan serta telah mendapatkan strategi pengembangan untuk Obyek Wisata Air Terjun Sanggilipan di Kecamatan Delang. Namun masih belum mengetahui bagaimana kontribusi obyek wisata tersebut dalam peningkatan

Pendapatan Asli Daerah (PAD)
Kabupaten Lamandau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Soejono. (1999). *Metode Penelitian: Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Andi Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta : PT Pradnya.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bahar, Herman. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Burhan Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Burkart, A. J. dan Medlik, S. 1981. *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Depdikbud. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Dodi Widiyanti, dkk. 2008. *Pengembangan Pariwisata Pedesaan*. Jurnal Bumi Lestari, Vol 8. No.2, hal. 205-210.
- Effendi. 1991. *Metode penelitian survai*. MET Publisher: Jakarta : LP3ES.
- Fariz Arwin Abdullah. 2015. *Pendekatan SWOT dalam Pengembangan Obyek Wisata Telaga Ngebel Di Kabupaten Ponorogo*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Frete, Richard A. 2013. *Strategi Perencanaan dan pengembangan industry pariwisata dengan menggunakan metode SWOT dan metode QSPM*. Universitas Brawiaya.
- Gretzel, U., Mithsce, N., Hwang, Y. H., Fesenmaier, D. R., 2004, "Tell Me Who You Are and I Will Tell You Where to Go: Use of Travel Personalities in Destination Recommendation Systems" *Information Technology and Tourism*, Vol. 7. pp. 3- 12.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Lituhayu, Heri. 2011. *Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati*. Universitas Diponegoro.
- Oka, A. Yoeti. 2005. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Pendit, Nyoman. 2002. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT Pradnya Paramiata.
- Petia Petrova and Dean Hristov. 2014. *Collaborative Management and Planning of Urban eritage Tourism: Public Sector Perspective* International Journal of Tourism Research, Int. J. Tourism Res., 18: 1-9
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pradikta A. 2013. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*. Universitas Diponegoro.
- Presenza A. 2014. *The performance of a tourism destination. Who manages the destination? Who plays the audit role? University of Molise*. Department of Economics, Management and Social Science Via

- De Sanctis, 86100 Campobasso, Italy
- Saladin, Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung : Linda Karya.
- Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto, 2012. *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)*. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 4, Hal. 135-143.
- Setianingsih, Wahyu. 2005. *Pengembangan Obyek Wisata Serulingmas Sebagai Salah Satu Sumber Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banjarnegara*. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Siswantoro. 2004. *Metode Penelitian Sastra Analisis Psikologi*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Soebagyo, 2012. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia*. *Jurnal Liquidity*, Vol. 1, No. 2, Hal. 153-158.
- Sudjana. 1992. *Metode Statistika*. Edisi kelima. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Hani Handoko. 1996, *Manajemen Perencanaan dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : PT. BPF.
- Mappi A. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang RI Nomor 34 Tahun 2000. *Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta.
- Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2014. *Tentang Pemerintah Daerah*. Jakarta.
- Undang-Undang RI No.9 Tahun 1990. *Tentang Kepariwisata*. Jakarta.
- Veithzal Rivai, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Jakarta: Grafindo.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta. Pradnya Paramitha.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta :
- Yuwana, Deva Milian S. 2010. *Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara*. Universitas Diponegoro.