



STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA CEMORO SEWU DI KABUPATEN SELUMA

Siti Hanila^{a,*}, Zahrah Indah Ferina^b

^{a,b}Universitas Dehasen Bengkulu, Jl. Meranti No. 32 Sawah Lebar, Ratu Agung, Kota Bengkulu, Indonesia

*st.hanila@gmail.com

Diterima: Juli 2020. Disetujui: November 2020. Dipublikasikan: Desember 2020.

ABSTRACT

Bengkulu Province is one of the Tourism Destination Areas (DTW) of Indonesia in Sumatra. As a tourist destination. Cemoro Sewu attractions see the need to improve services to tourists, both in terms of improving the quality of human resources, as well as improving tourist facilities and infrastructure as an effort to attract tourists to visit. Transferring the status of tourist sites from nature reserves to natural tourism parks (TWA) will bring a positive impact on tourism in Seluma Regency. The purpose of this study is to study and analyze what internal and external factors support and hinder the development of Cemoro Sewu Tourism Obejek and determine how the development strategy will be. Data collection methods used are literature study methods and questionnaires by completing the questionnaire list to respondents. Sampling is done randomly or random sampling without regard to strata that are in the population, if members of the population are considered homogeneous. Assumptions of effective strategies to maximize the power and opportunities for enhancing tourism objects and opportunities and challenges. The analytical method used in this study is the SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats) analysis method. Data obtained from the results of the study will be analyzed the strengths, weaknesses, opportunities and risks of the application of marketing strategies in the context of developing Cemoro Sewu Tourism Objects. To determine future development strategy formulations, the combined marketing strategy formulations are approved through the SWOT matrix.

Keywords: *Cemoro Sewu tourism; development strategy.*

ABSTRAK

Provinsi Bengkulu adalah salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) Indonesia di Sumatera. Sebagai tujuan wisata. Objek wisata Cemoro Sewu melihat perlunya meningkatkan pelayanan kepada wisatawan, baik dari segi peningkatan kualitas sumber daya manusia, maupun peningkatan sarana dan prasarana wisata sebagai upaya menarik wisatawan untuk berkunjung. Memindahkan status lokasi wisata dari cagar alam ke taman wisata alam (TWA) akan membawa dampak positif bagi pariwisata di Kabupaten Seluma. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari dan menganalisis faktor internal dan eksternal apa yang mendukung dan menghambat pengembangan Wisata Cemoro Sewu Obejek dan menentukan bagaimana strategi pengembangan akan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode studi literatur dan kuesioner dengan melengkapi daftar kuesioner kepada responden. Pengambilan sampel dilakukan secara acak atau acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, jika anggota populasi dianggap homogen. Asumsi strategi yang efektif untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang untuk meningkatkan objek dan peluang dan tantangan pariwisata. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats*). Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan risiko penerapan strategi pemasaran dalam konteks pengembangan

Objek Wisata Cemoro Sewu. Untuk menentukan formulasi strategi pengembangan masa depan, formulasi strategi pemasaran gabungan disetujui melalui matriks SWOT.

Kata Kunci: wisata Cemoro Sewu; strategi pengembangan.

PENDAHULUAN

Sebagai sektor andalan, pariwisata diharapkan mampu menjadi salah satu sumber pendapatan, pemicu pertumbuhan ekonomi, dan membuka peluang kerja serta berusaha, terutama bagi masyarakat sekitar objek wisata, juga diharapkan dapat memperkenalkan dan memasarkan produk hasil industri rumah tangga ketingkat regional. Pengembangan pariwisata yang terencana akan memberi manfaat bagi masyarakat. Ketersediaan fasilitas serta infrastruktur yang baik dan lengkap di sekitar objek wisata merupakan factor penting dalam rangka Pengembangan Daerah Tujuan Wisata (DTW).

Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memanfaatkan daya tarik objek wisata yang berbentuk kekayaan alam, keragaman flora fauna, dan seni budaya. Provinsi Bengkulu adalah salah satu daerah wisata yang cukup berpotensi untuk dijadikan sektor unggulan dalam pembangunan perekonomian yang diikuti dengan pembangunan sektor lain.

Desa Kungkai baru merupakan salah satu desa yang ada di kabupaten seluma memiliki pesona alam dan budaya yang indah. Penduduk desa Kungkai Baru lebih kurang berjumlah 1.890 jiwa yang tersebar dalam 5 (lima) wilayah dusun, terletak di Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma dengan luas wilayah sebesar 10.040 ha dan berada pada ketinggian $\pm 1,5$ m di atas permukaan laut yang berbatasan langsung dengan daerah konservasi cagar alam. Suasana Pantai yang indah ini mendapatkan pemeliharaan dari BKSDA Provinsi Bengkulu, Pohon-pohon cemara yang terdapat di sepanjang pantai Kungkai Baru yang ditanam oleh BKSDA Propinsi Bengkulu bertujuan untuk mengurangi tingkat abrasi ombak. Keindahan Pantai/laut serta Seni dan Budaya Bali yang

ada di Desa Kungkai Baru sangat tepat untuk ditawarkan kepada wisatawan. Rumah Ibadah (Pura) seperti di Bali yang biasa dipergunakan oleh umat beragama Hindu untuk beribadah dapat dijadikan sebagai spot berfoto yang menarik, semua potensi tersebut dapat dijadikan salah satu prioritas Pemerintah Kabupaten Seluma dalam rangka pengembangan pariwisata.

Tujuan penulisan ini adalah untuk memberikan alternatif strategi pengembangan bagi insdutri pariwisata di desa Kungkai Baru, yang diharapkan dapat membantu perkembangan dan kemajuan objek wisata "Cemoro Sewu" secara khusus dan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa Kungkai Baru dan sekitarnya secara umum.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah Ojek Wisata Cemoro Sewu. Aspek penelitian ini difokuskan pada strategi pengembangan objek wisata Comoro Sewu di Kabupaten Seluma. Sedangkan unit analisis dalam penelitian ini adalah kawasan pantai Kungkai Baru dan Cagar alam hutan Cemara dan adat istiadat masyarakat Bali sebagai objek daya tarik wisata di Desa Kungkai Baru.

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

penelitian. Berdasarkan jenis data dan analisisnya,

Populasi adalah objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek tersebut (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan pengunjung objek wisata, pengelola Objek Wisata serta pemerintah setempat.

Pengambilan sampel dilakukan secara random atau penentuan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, Jika anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono 2012: 82).

Data primer adalah data diperoleh dari jawaban responden yang ada di objek Wisata Cemoro Sewu terhadap wawancara pengisian kuesioner yang disampaikan langsung oleh peneliti. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data tersebut diperoleh dari Instansi terkait, Pengelola Objek Wisata Cemoro Sewu, jurnal ekonomi dan literatur lain yang membahas mengenai materi penelitian berupa peta, data jumlah pengunjung dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan objek wisata Cemoro Sewu.

Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu dengan menelaah semua data dari berbagai sumber, baik dari hasil kuesioner, pengamatan di lapangan, dokumen-dokumen yang berkaitan. Pengelompokan dan pengklasifikasian data dilakukan berurutan sesuai dengan permasalahan kemudian dilakukan analisis sesuai dengan faktor internal dan eksternal serta juga dilakukan analisis berdasarkan faktor yang mendukung dan faktor yang menghambat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats*). Yaitu data yang diperoleh

dianalisa kekuatan dan kelemahannya serta peluang dan ancaman terhadap penerapan strategi dalam rangka meningkatkan minat wisatawan. Agar dapat memformulasikan strategi pemasarannya, maka digunakan penggabungan formulasi strategi pemasaran yang dihubungkan melalui matriks SWOT.

Udaya, dkk (2013: 40) Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan atau organisasi. Melalui analisis ini pemimpin atau manajer dapat menciptakan tujuan sepintas (*overview*) secara cepat mengenai situasi stratejik organisasi. *Stength* adalah kekuatan internal yang dimiliki perusahaan, daya saing dan kemampuan memenuhi permintaan pasar. Yang didukung oleh Kemampuan Finansial, Kualitas SDM yang baik, Tehnologi yang digunakan, Brand perusahaan, *Market leader* dan hubungan perusahaan dengan konsumen.

- a. *Weakness* adalah kelemahan internal perusahaan, seperti keterbatasan dan kekurangan dalam finansial, sumber daya manusia, penerapan tehnologi sehingga menghambat kinerja perusahaan.
- b. *Opportunity* adalah peluang atau situasi penting yang menguntungkan dari luar perusahaan. Sumber dari situasi penting dari luar perusahaan yaitu masyarakat dan Gaya Hidup, Pertumbuhan jumlah penduduk dan pendapatan masyarakat.
- c. *Threats* adalah ancaman dari luar Perusahaan (*external*) yang menghambat perusahaan. Misalnya pesaing baru (*New Competitor*), Perkembangan tehnologi yang belum dikuasai, laju pertumbuhan pertumbuhan pasar yang relatif lambat dan peraturan perundangan selalu berubah.

Tahap-tahap Analisis SWOT:

- A. Menyusun dan menentukan Faktor – faktor Strategis Eksternal dan Internal suatu perusahaan.

Dengan tehnik skala maka dapat dihitung bobot nilai, rating nilai, dan skor nilai untuk tabel eksternal dan internal dibuat sebagai berikut:

1) Bobot nilai

- 1,00 = Sangat Setuju (SS)
- 0,75 = Setuju (S)
- 0,50 = Netral (N)
- 0,25 = Tidak Setuju (TS)
- 0,10 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2) Rating nilai

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Netral (N)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

3) Skor Nilai

Untuk skor nilai dihitung dengan mempergunakan formula Sebagai berikut: Peraturan perundang undangan dan budaya.

$$\text{Skor Nilai} = \text{Bobot Nilai} \times \text{Rating Nilai}$$

Tabel 1. Format Analisis SWOT untuk Faktor Eksternal dan Internal

	Uraian	Bobot	Rating	Skor
I	<i>Strengths</i> (Kekuatan)			
	Item, DSt	Nilai	Nilai	Nilai
II	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)			
	Item, DSt	Nilai	Nilai	Nilai
III	<i>Opportunity</i> (Peluang)			
	Item, DSt	Nilai	Nilai	Nilai
IV	<i>Threats</i> (Ancaman)			
	Item, DSt	Nilai	Nilai	Nilai

Sumber: Rangkuti (2010: 18)

B. Menganalisa dan menemtukan Keputusan strategi dengan pendekatan Matrik SWOT.

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan

alternatif strategis, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Menganalisa dan menemtukan Keputusan strategi dengan pendekatan Matrik SWOT.

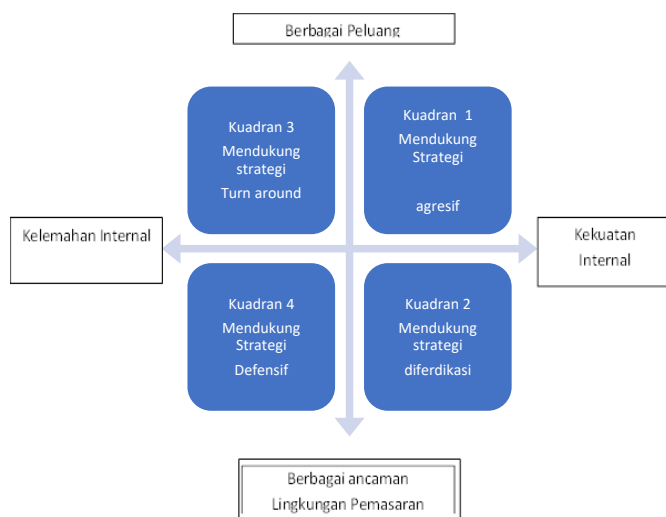
IFE	Kekuatan <i>Strengths</i> (S)	Kelemahan <i>Weaknesses</i> (W)
EFE	Faktor-faktor yang menentukan kekuatan internal	Faktor-faktor yang Menentukan kekuatan internal
Peluang <i>Opportunity</i> (O)	Strategi SO Strategi yang disusun dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dengan sebaik-baiknya	Strategi WO strategi yang diciptakan untuk meminimalisirkan kelemahan dengan memanfaatkan Kelemahan yang ada
Ancaman <i>Threats</i> (T)	Strategi ST Strategi yang dicitakan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Strategi yang di buat untuk meminimalisir kelemahan

Sumber: Rangkuti (2009: 31)

Keterangan:

1. Strategi SO
Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk merebut peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST
Strategi ini adalah kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada diluar dari perusahaan.
3. Strategi WO
Strategi ini diterapkan dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada di dalam perusahaan.
4. Strategi WT
Strategi ini didasarkan ada kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman.

- C. Menentukan Diagram Analisis SWOT
Berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal didapatkan posisi strategi perusahaan saat ini. Pada posisi strategi inilah yang akan menentukan letak kuadran strategi. Letak kuadran tersebut akan dijadikan dasar analisis yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Rangkuti (2010: 199)

Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Keterangan:

Kombinasi faktor internal dan eksternal yang baik akan menentukan Kinerja perusahaan. Kedua faktor tersebut harus menjadi pertimbangan dalam analisis SWOT.

Kuadran 1

Gambaran situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan agresif

Kuadran 2

Gambaran berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang harus dilaksanakan adalah: kemampuan memanfaatkan peluang dalam jangka panjang dengan strategi promosi dalam rangka pengembangan objek wisata

Kuadran 3

Gambaran pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/ internal. Strategi yang harus

diterapkan perusahaan adalah meminimalisir kendala internal perusahaan.

Kuadran 4

Gambaran yang paling tidak menguntungkan, dimana perusahaan menghadapi berbagai ancaman-ancaman. Perusahaan dapat mengetahui kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, kelemahan yang harus dihindari, peluang yang harus diambil dengan sebaik mungkin, serta ancaman yang harus dapat dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Letak Geografis

Desa Kungkai Baru terletak di Kecamatan Air Periukan Kabupaten Sewu dengan pesona alam dan budaya yang indah. Penduduk Desa Kungkai Baru berjumlah 1.890 jiwa yang tersebar dalam 5 (lima) wilayah dusun. Dengan luas 10.040 ha dan berada pada ketinggian $\pm 1,5$ m di atas permukaan laut berbatasan langsung dengan daerah konservasi cagar alam. Suasana Pantai yang indah dengan hutan cemara disekitarnya berfungsi untuk mengurangi abrasi pantai dan Masyarakat Bali yang berdomisili di Desa kungkai Baru dengan seni budayanya yang menarik serta Rumah Ibadah Umat Hindu (Pure) yang dapat dijadikan spot photo wisata dan letak wilayah desa yang berada di tepi laut merupakan unggulan potensi wisata bagi Desa Kungkai Baru. Potensi tersebut merupakan modal yang dapat dieksplorasi untuk dijadikan Daerah Tujuan Wisata (DTW) yaitu Objek Wisata "Cemoro Sewu"

Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan, kelemahan, dan peluang serta tantangan yang dihadapi dalam Pengembangan Objek Wisata Cemoro Sewu.

Analisis SWOT merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk menganalisis *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (kesempatan), dan *threats* (ancaman atau hambatan) yang dapat digunakan untuk

mentukan strategi pengembangan objek wisata Cemoro Sewu.

Faktor Internal

Identifikasi faktor-faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki objek wisata Cemoro Sewu. Informasi mengenai kondisi internal objek wisata Cemoro Sewu diperoleh melalui kuesioner dengan wisatawan dan pengelola objek wisata Cemoro Sewu. Faktor-faktor internal yang terkait dengan variabel daya tarik wisata, sarana dan prasarana diperoleh dari wisatawan, sedangkan SDM, promosi diperoleh dari pengelola objek wisata.

a. Kekuatan (*Strength*)

1. Kondisi objek wisata Cemoro Sewu yang menarik, terletak di pinggir pantai yang landai
2. Kental Dengan Nuansa Bali dengan adat istiadatnya (Seperti Tari Bali, dan Pura)
3. Lokasi Strategis terletak ditengah-tengah, antara ibukota kabupaten dan Ibu Kota Provinsi
4. Sikap penduduk sekitar kawasan wisata yang ramah
5. Stabilitas Keamanan yang memadai
6. Dikelola masyarakat Desa Kungkai Baru Melalui BumDesa.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Kegiatan promosi wisata yang belum maksimal
2. Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang wisata
3. Hutan Cemara di Desa Kungkai Baru merupakan Kawasan Hutan Lindung.
4. Belum ada investor yang ingin berinvestasi pada Objek wisata Cemoro Sewu
5. Daerah tujuan wisata yang belum terkenal

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor kekuatan dan kelemahan dalam usaha pengembangan objek wisata Cemoro Sewu sebagaimana terlihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Faktor Kekuatan Dan Kelemahan Dalam Usaha Pengembangan Objek Wisata Cemoro Sewu

FAKTOR INTERNAL	
a. Kekuatan (<i>Strength</i>)	b. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Kondisi objek wisata Cemoro Sewu yang menarik, terletak di pinggir pantai yang landai	1. Kegiatan promosi wisata yang belum maksimal
2. Kental Dengan Nuansa Bali dengan adat istiadatnya (Seperti Tari Bali, dan Pura)	2. Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang wisata
3. Lokasi Strategis terletak ditengah-tengah, antara ibukota kabupaten dan Ibu Kota Provinsi	3. Hutan Cemara di Desa Kungkai Baru merupakan Kawasan Hutan Lindung.
4. Sikap penduduk sekitar kawasan wisata yang ramah	4. Belum ada investor yang ingin berinvestasi pada Objek wisata Cemoro Sewu
5. Stabilitas Keamanan yang memadai	5. Daerah tujuan wisata yang belum terkenal
6. Dikelola masyarakat Desa Kungkai Baru Melalui Bum Desa.	

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Faktor Eksternal

Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui kekuatan peluang dan ancaman bagi Objek Wisata Cemoro Sewu. Informasi mengenai kondisi eksternal objek wisata Cemoro Sewu diperoleh menggunakan kuesioner yang disebar kepada wisatawan dan pengelola objek wisata. Data primer yang didapat dari kecamatan Air Periukan dan Dinas Pariwisata Kabupaten Seluma. Faktor-faktor eksternal meliputi akses dan fasilitas penunjang yang dimiliki Objek Wisata Cemoro Sewu.

a. Peluang (*Opportunities*)

1. Perubahan Status Hutan Lindung menjadi Hutan Wisata
2. Perhatian Pemerintah terhadap Sektor Pariwisata

3. Berdekatan dengan desa lain sebagai desa penyanggah
 4. Atraksi Seni Budaya yang diadakan dilokasi wisata pada hari-hari Besar
 5. Adanya Media cetak, Interne, televisi dan media elektronik sebagai sarana promosi
 6. Mendorong perkembangan Industri kreatif di desa Kungkai Baru dan Desa Penyanggah
- b. Ancaman (*Threatment*)
1. Persaingan Wisata / Banyak Pilihan tujuan wisata
 2. Objek Wisata Cemoro terletak di dalam wilayah Hutan Lindung
 3. Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah
 4. Fasilitas Umum yang belum memadai
 5. Daerah lain melakukan promosi yang lebih gencar.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor Peluang dan ancaman dalam usaha pengembangan objek wisata Cemoro Sewu sebagaimana dapat dilihat dalam Tabel 4.

Tabel 4. Faktor Peluang Dan Ancaman Dalam Usaha Pengembangan Objek Wisata Cemoro Sewu

FAKTOR EKSTERNAL	
a. Peluang (<i>Opportunities</i>)	b. Ancaman (<i>Threatment</i>)
1. Perubahan Status Hutan Lindung menjadi Hutan Wisata	1. Persaingan Wisata / Banyak Pilihan tujuan wisata
2. Perhatian Pemerintah terhadap Sektor Pariwisata	2. Objek Wisata Cemoro terletak di dalam wilayah Hutan Lindung
3. Berdekatan dengan desa lain sebagai desa penyanggah	3. Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah
4. Atraksi Seni Budaya yang diadakan dilokasi wisata pada hari-hari Besar	4. Fasilitas Umum yang belum memadai
5. Adanya Media cetak, Interne, televisi dan media elektronik sebagai sarana promosi	5. Daerah lain melakukan promosi yang lebih gencar.
6. Mendorong perkembangan Industri kreatif di desa Kungkai Baru dan Desa Penyanggah	

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Setelah dilakukan indentifikasi maka selanjutnya dilakukan Analisis Faktor Internal (AFI) dan Analisis Faktor Eksternal (AFE) dengan memberikan bobot dan rating pada masing-masing faktor tersebut. Berkenaan dengan hal ini, pemberian bobot dan rating bersifat subjektif, (Rangkuti 2011: 18) artinya peneliti diberikan kebebasan dan kewenangan. Namun pertimbangan yang digunakan, jika faktor tersebut sangat penting maka diberi bobot tertinggi dan rating yang tinggi. Dari hasil perkalian antara bobot dan rating diperoleh total skor masing-masing faktor. Dari hasil indentifikasi faktor internal dan eksternal diperoleh perhitungan AFI dan AFE sebagaimana terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Kekuatan Faktor Internal Objek Wisata Cemoro Sewu

No	Pertanyaan	Bobot	Rating	Score
1	Kondisi objek wisata Cemoro Sewu yang menarik, terletak di pinggir pantai yang landai	0.09	4	0,36
2	Kental Dengan Nuansa Bali dengan adat istiadatnya (Seperti Tari Bali, dan Pura)	0.09	5	0,45
3	Lokasi Strategis terletak ditengah-tengah, antara ibukota kabupaten dan Ibu Kota Provinsi	0.09	5	0,45
4	Sikap penduduk sekitar kawasan wisata yang ramah	0.10	5	0,50
5	Stabilitas Keamanan yang memadai	0.10	5	0,50
6	Dikelola masyarakat Desa Kungkai Baru Melalui BumDesa	0.10	5	0,50
TOTAL SKOR				2.76

Sumber: Data Hasil Penelitian 2020, Diolah

Tabel 6. Hasil Analisis Kelemahan Faktor Internal Objek Wisata Cemoro Sewu

No	Pertanyaan	Bobot	Rating	Score
1	Kegiatan promosi wisata yang belum maksimal	0.08	4	0,34
2	Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang wisata	0.09	5	0,47
3	Hutan Cemara di Desa Kungkai Baru merupakan Kawasan Hutan Lindung.	0.08	4	0,33
4	Belum ada investor yang ingin berinvestasi pada Objek wisata Cemoro Sewu	0.08	4	0,34
5	Daerah tujuan wisata yang belum terkenal	0.10	5	0,48
TOTAL SKOR				1,96
SKOR TOTAL				4,72
(Kekuatan + Kelemahan)				
SKOR RATA-RATA				0,43

Sumber: Data Hasil Penelitian 2020, Diolah

Tabel 7. Hasil Analisis Peluang Faktor Eksternal (AFE) Objek Wisata Cemoro Sewu

No	Pertanyaan	Bobot	Rating	Score
1	2	3	4	5
1	Perubahan Status Hutan Lindung menjadi Hutan Wisata	0.11	4	0,44
2	Perhatian Pemerintah terhadap Sektor Pariwisata	0.11	4	0,44
3	Berdekatan dengan desa lain sebagai desa penyanggah	0.08	3	0,24

1	2	3	4	5
4	Atraksi Seni Budaya yang diadakan dilokasi wisata pada hari-hari Besar	0.06	2	0,12
5	Adanya Media cetak, Interne, televisi dan media elektronik sebagai sarana promosi	0.08	3	0,24
6	Mendorong perkembangan Industri kreatif di desa Kungkai Baru dan Desa Penyanggah	0.11	4	0,44
TOTAL SKOR				1,92

Sumber: Data Hasil Penelitian 2020, Diolah

Tabel 8. Hasil Analisis Ancaman Faktor Eksternal (AFE) Objek Wisata Cemoro Sewu

No	Pertanyaan	Bobot	Rating	Score
1	Persaingan Wisata / Banyak Pilihan tujuan wisata	0.11	4	0,44
2	Objek Wisata Cemoro terletak di dalam wilayah Hutan Lindung	0.08	3	0,24
3	Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah	0.09	3	0,27
4	Fasilitas Umum yang belum memadai	0.09	3	0,27
5	Daerah lain melakukan promosi yang lebih gencar.	0.09	3	0,27
TOTAL SKOR				1,49
SKOR TOTAL				3,41
SKOR RATA-RATA				0,31

Sumber: Data Hasil Penelitian 2020, Diolah

Dari hasil pada Tabel 3 matriks AFI diperoleh total skor kekuatan adalah 2,71 dan total skor kelemahan adalah 1,96.

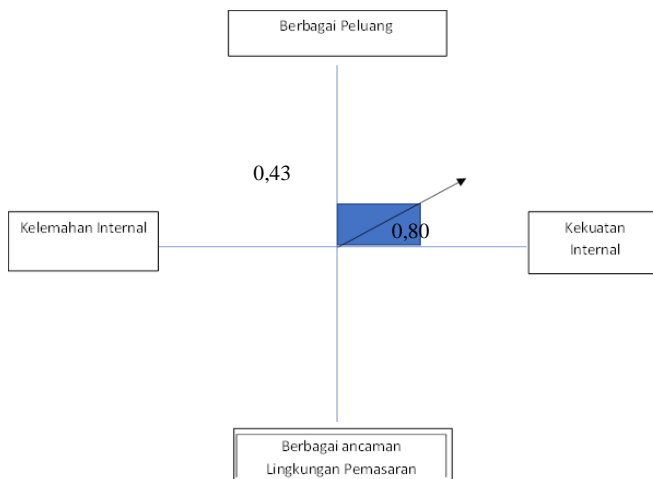
Sedangkan pada Tabel Hasil AFE diperoleh total skor peluang 1,89 dan ancaman adalah 1,49, yang di rangkum dalam Tabel 9.

Tabel 9. Skor AFI – AFE Objek Wisata Cemoro Sewu

Kategori	Skor Total	Kategori	Skor Total
Kekuatan (Strength) S	2,76	Peluang (Opportunities) O	1,92
Kelemahan (Weaknesses) W	1,96	Ancaman (Threatment) T	1,49
(S-W)	0,80	(O-T)	0,43

Sumber: Data Hasil Penelitian 2020, Diolah

Hasil IFAS dan EFAS kemudian disajikan kedalam grafik kuadran SWOT atau diagram kartesius. Titik pada sumbu X menunjukkan faktor internal (AFI) sedangkan titik pada sumbu Y menunjukkan nilai dari faktor eksternal (AFE). Kemudian ditarik garis pertemuan diantara keduanya. Grafik ini menunjukkan posisi atau kedudukan Objek Wisata Cemoro Sewu pada saat sekarang, terlihat pada Gambar 2.



Sumber: Data Hasil Penelitian 2020, Diolah

Gambar 2. Grafik Kuadran SWOT

Berdasarkan Gambar diatas dapat diketahui titik fokus dalam menyusun strategi pengembangan objek wisata Cemoro Sewu berada pada kuadran I, pada titik (x 0,80 dan y 0,43). Posisi ini menunjukkan sebuah organisasi yang

memiliki peluang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Progresif, artinya organisasi dalam kondisi yang sangat baik sehingga sangat berpeluang untuk terus melakukan perluasan, meningkatkan pertumbuhan dan memperoleh kemajuan secara maksimal. Kuadran ini terletak antara peluang eksternal dan kekuatan internal (strategi pertumbuhan) yaitu strategi yang dirancang untuk merangsang pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan, daya tarik objek wisata Cemoro Sewu, sarana dan prasarana pendukung), pendapatan. Strategi untuk objek wisata Cemoro Sewu termasuk pada strategi *Rapid growth strategy* (strategi pertumbuhan cepat), yaitu suatu strategi untuk memacu pertumbuhan kunjungan wisatawan dalam jangka pendek, peningkatan kualitas yang menjadi factor kekuatan (hutan Cemara, Wisata Pantai, adat istiadat dan Budaya Bali) untuk menggunakan semua peluang dengan maksimal.

STRATEGI PENGEMBANGAN

Analisis SWOT untuk pengembangan objek wisata Cemoro Sewu dengan strategi S-O (*strenght-opportunities*), strategi W-O (*weak-opportunities*), strategi S-T (*strenght-thread*) dan strategi W-T (*weakness-thread*), mendapat hasil sebagai berikut:

Faktor Kekuatan (Strategi S-O)

1. Kondisi objek wisata Cemoro Sewu yang menarik, terletak di pinggir pantai yang landai
2. Kental Dengan Nuansa Bali dengan adat istiadatnya (Seperti Tari Bali, dan Pura)
3. Lokasi Strategis terletak ditengah-tengah, antara ibukota kabupaten dan Ibu Kota Provinsi
4. Sikap penduduk sekitar kawasan wisata yang ramah
5. Stabilitas Keamanan yang memadai
6. Dikelola masyarakat Desa Kungkai Baru Melalui BumDesa

Faktor Kelemahan (Strategi W-O)

1. Pengembangan perkembangan Industri kreatif di desa Kungkai Baru dan Desa Penyanggah
2. Pengembangan bauran promosi khusus produk wisata unggulan
3. Promosi tentang kawasan wisata melalui promosi terpadu
4. Peningkatan kualitas SDM di bidang pariwisata oleh instansi terkait
5. Dukungan program kerja dan kegiatan instansi terkait

Faktor Eksternal**Faktor Peluang (Strategi S-T)**

1. Perubahan Status Hutan Lindung menjadi Hutan Wisata
2. Manarik Perhatian Pemerintah terhadap Sektor Pariwisata
3. Bekerjasama dengan desa lain sebagai desa penyanggah
4. Atraksi Seni Budaya yang diadakan dilokasi wisata pada hari-hari Besar
5. Memanfaatkan Media cetak, Internet, televisi dan media elektronik sebagai sarana promosi
6. Mendorong perkembangan Industri kreatif di desa Kungkai Baru dan Desa Penyanggah

Faktor Ancaman (Strategi W-T)

1. Meningkatkan daya saing untuk menghadapi Persaingan Wisata/ Banyaknya Pilihan tujuan wisata
2. Percepatan alih status Objek Wisata Cemoro terletak di dalam wilayah Hutan Lindung (cagar alam) menjadi Cagar Wisata
3. Meningkatkan Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah terhadap pariwisata.
4. Pembangunan Fasilitas Umum yang lebih baik.
5. Pelakukan promosi yang lebih gencar untuk memperkenalkan potensi objek wisata Cemoro Sewu

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka secara keseluruhan dari hasil analisis

SWOT diatas dapat disimpulkan sebagai berikut: Objek Wisata Cemara Sewu memiliki peluang besar untuk dikembangkan walaupun masih ada kelemahan-kelemahan. Salah satu kekurangan yang sangat menonjol bahwa Objek Wisata Cemara Sewu belum memiliki kekuatan sarana dan prasarana penunjang seperti transportasi dan fasilitas umum serta masih kurangnya sosialisasi dan promosi sehingga objek wisata Cemoro Sewu belum dikenal secara luas.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Objek Wisata Cemara Sewu sebenarnya memiliki kekuatan (potensi alam, seni budaya dan keramah tamahan masyarakat), kelemahannya adalah belum memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, sarana prasana penunjang yang belum memadai, dan lain-lain) sehingga harus segera diperbaiki.

Objek Wisata Cemoro Sewu adalah salah satu objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu objek wisata dan menjadi daya tarik wisata yang berada di Desa Kungkai Baru Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu Disamping memiliki pantai yang landai dan indah, hutan Cemara, udara yang sejuk adat istiadat dengan nuansa balinya. Namun masih perlu mendapatkan perhatian yang layak dari Pemerintah Kabupaten Seluma. Pengembangan objek wisata Cemoro Sewu haruslah melibatkan banyak pihak untuk membantu memperkenalkan objek wisata ini misalnya biro pejalan wisata (tour and travel), dengan memasukkannya kedalam sebuah paket wisata. Disamping itu perlu juga diadakan seminar mengenai pengembangan pariwisata dengan menitik beratkan terhadap potensi objek wisata Cemoro Sewu dan memperkenalkan objek wisata tersebut melalui media elektronik, seperti iklan, video, internet, brosur dan lain-lain. Oleh karena itu perlu adanya kerja sama yang baik antara Pemerintah Kabupaten Seluma dengan pihak pengelola dan masyarakat setempat agar

pengembangan objek wisata Cemoro Sewu dapat berjalan dengan baik.

REFERENSI

- Ismayanti. *Pengantar Pariwisata*. (2010) Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Mulyadi, A. J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Naldi, Hendra, dkk. (2014). *Strategi Bertahan Ojek Sebagai Sarana Transportasi Di Limau Manis Kecamatan Pauh Kota Padang*. STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Nurfadilah, Khairunisa Afsari. (2017). *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran)* Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Rangkuti, F. (2010). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyama, A. Gima. (2013). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Edisi Pertama, Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijayanto, A. Prihartini, and S. Listyorini, (2013). *Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Loyalitas Konsumen Di Supermarket Sri Ratu Peterongan*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 0, Mar.
- Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 *Tentang Kepariwisata*
- Udaya, Jusuf, dkk. (2013). *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yoeti, Oka A. (2000). *Ekowisata pariwisata berwawasan lingkungan hidup*. Jakarta. PT. Pertja.