

Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Sangkar Burung Ditinjau dari Perspektif Wisatawan dan Masyarakat Lokal Kabupaten Dairi

Maria Kristina Situmorang¹⁾, Isabella Catarina Ketaren¹⁾

¹⁾Universitas Quality, Program Studi Manajemen Medan
Jl. Ngumban Surbakti No.16

*Korespondensi: maryakristina89@gmail.com

Abstrak. Obyek Wisata Sangkar Burung terletak di Kabupaten Dairi, Sumatera Utara. Kawasan wisata selalu mengupayakan perubahan dan pengembangan terhadap sarana dan prasarana. Berdasarkan pengamatan dan data dari petugas, kawasan objek wisata ini juga cenderung membosankan karena belum tersedianya fasilitas yang lain seperti souvenir, atraksi hiburan dan tempat menarik lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi pengembangan kawasan wisata ditinjau dari perspektif wisatawan dan masyarakat lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan sampel yang dipilih dengan teknik accidental sampling sebanyak 100 responden yang terdiri wisatawan lokal 50 responden dan masyarakat setempat 50 orang responden. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT serta matrik internal dan eksternal (IE). Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai IFAS 0,438 dan EFAS 1,647 yang menunjukkan objek wisata ini berada pada Kuadran I yaitu mendukung strategi pertumbuhan agresif yang menunjukkan Objek Wisata ini memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: *Objek Wisata, Strategi, Perspektif, SWOT, EFAS, IFAS*

Abstract. The Bird Cage Tourism Object is located in Dairi Regency, North Sumatra. The tourist area always strives for change and development of facilities and infrastructure. Based on observations and data from officers, the area of this tourist attraction is also likely boring because there are no other facilities such as souvenirs, entertainment attractions and other interesting places. This study aims to find a strategy for developing tourist areas in terms of the perspective of tourists and local communities. The research method used is descriptive research with a qualitative approach. This study uses a sample selected by accidental sampling technique as many as 100 respondents consisting of 50 local tourists and 50 local residents respondent. Data was collected by conducting interviews and distributing questionnaires. Furthermore the data collected has been analyzed using descriptive analysis and SWOT analysis as well as internal and external matrices (IE). Based on the results of data processing, the value of IFAS is 0.438 and EFAS 1.647, which shows that this attraction is in Quadrant I, which supports an aggressive growth strategy that shows that this attraction has the power to take advantage of existing opportunities

Kata Kunci: *Attraction, Strategy, Perspective, SWOT, EFAS, IFAS*

PENDAHULUAN

Pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai penghasil devisa negara di samping sektor migas. Sebagai sumber devisa, pariwisata menyimpan potensi yang sangat besar.[1]. Mengidentifikasi strategis merupakan suatu tahapan yang sangat menentukan dalam proses perencanaan strategis, yang dilakukan dengan berdasarkan dari analisis *SWOT*. Analisis *SWOT* adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan stakeholder dalam dan memeriksa secara objektif keuntungan operasi organisasi dan keefektifan Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis adalah dengan menggunakan Matriks *SWOT*. (Jan L. Ronchetti, 2011).

Tujuan pemilihan strategi adalah untuk menjamin ketepatan pencapaian sasaran. Suatu rancangan strategi dapat dipilih untuk menutup kesenjangan dalam mencapai sasaran. Sifat kesenjangan itu sendiri juga sangat situasional, kalau kesenjangan akibat prestasi dimasa lampau yang sangat buruk penciutan lebih mungkin dilakukan dan bila kesenjangan itu besar sebagai akibat dari peluang lingkungan yang diharapkan, maka akan lebih tepat bila dilakukan ekspansi.

Obyek wisata diharapkan mampu menempatkan strategi pengembangan untuk menghadapi persaingan, melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga terjadi peningkatan kunjungan. Berkenaan dengan pilihan strategi sebagaimana yang telah diungkapkan, maka akan mengkaji penentuan pilihan melalui matriks kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Melalui alat bantu ini suatu pendekatan dapat juga memandang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai suatu kesatuan yang integral dalam perumusan strategi. (Mario Barreto, 2015).

Merumuskan strategi adalah merumuskan program program strategis atau alternatif-alternatif kebijakan mendasar yang akan dilakukan organisasi untuk menanggapi strategis yang berada pada tahap sebelumnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perencanaan strategis merupakan suatu proses yang berkelanjutan yang melibatkan usaha-usaha untuk memadukan organisasi dengan perubahan lingkungan dengan cara yang paling menguntungkan organisasi. Perencanaan strategis meliputi adaptasi organisasi dengan memperhatikan lingkungan internalnya yaitu kekuatan (*strenghts*)–kelemahan (*weakness*) yang dimiliki organisasi terhadap lingkungan eksternal organisasi berupa peluang (*opportunities*)–ancaman (*threats*).

Kecamatan Sidikalang memiliki kawasan wisata di Kelurahan Sidiangkat yang merupakan panorama alam dengan keindahan latar hijau menonjolkan pariwisata dengan bertemakan sangkar burung. Ada tiga sangkar burung berukuran jumbo yang memikat pengunjung untuk berfoto, dua menggantung dan satu terletak di atas bukit. Ada pula rumah pohon dan gardu pandang. Dua sangkar burung yang berukuran jumbo bergantung di antara pohon pinus yang rindang. Sangkar tersebut berjarak lima meter dari permukaan tanah. Lokasi ini berada tepat di perbatasan antara Kabupaten Dairi dengan Pakpak Bharat. Pengembangan wisata kawasan Sidiangkat ini diharapkan mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan kesejahteraan masyarakat.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan faktor-faktor internal yang kekuatan dan kelemahan pengembangan pariwisata Sangkar Burung
2. Menjelaskan faktor-faktor eksternal yang peluang dan ancaman pengembangan pariwisata Sangkar Burung
3. Menjelaskan posisi bisnis objek wisata Sangkar Burung saat ini dan dimasa yang akan datang.

4. Menjelaskan strategi pengembangan kawasan Sangkar Burung.

METODE DAN BAHAN

Penelitian ini bersifat deskriptif. Populasi penelitian ini adalah pengguna obyek wisata (wisatawan) yang memanfaatkan obyek wisata Sangkar Burung serta masyarakat yang berlokasi di sekitar lokasi wisata. Hal ini dimungkinkan karena warga disekitar wisata dapat mengetahui dan merasakan manfaat langsung dari pengembangan objek wisata Sangkar Burung. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 100 responden yang terdiri: wisatawan 50 responden dan warga sekitar 50 responden. Jenis data yang digunakan sebagai pendukung terkait dengan penelitian ini adalah dapat dilihat pada Tabel 1. dibawah ini.

Tabel 1. Jenis Data

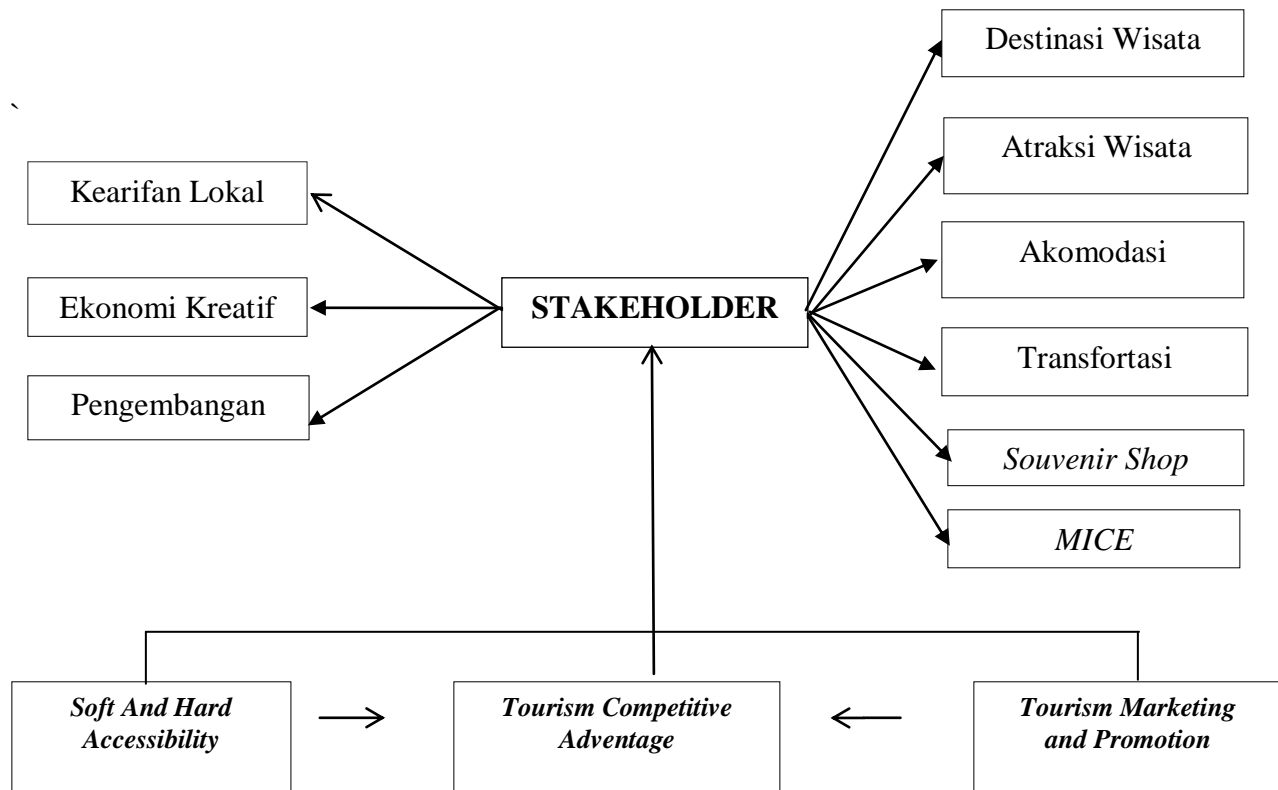
Jenis Data	Bentuk Data	Sumber Data	Kegunaan Analisis
Aspek fisik lanskap Lokasi (letak dan luas) dan kondisi geografis	Deskriptif dan spasial	Bappeda	Posisi Wilayah
Iklim	Deskriptif dan spasial	BMKG	Kualitas Lingkungan
Aspek sosial budaya, ekonomi dan kelembagaan	Deskriptif	Survei, Wawancara	Kesiapan Masyarakat
Aksesibilitas	Deskriptif	Survei dan spasial	Penunjang Objek Wisata
Fasilitas Pendukung	Deskriptif	Survei dan spasial	Penunjang Objek Wisata
Kebijakan pemerintah	Deskriptif	Bappeda	Penunjang Objek Wisata
Kualitas view	Deskriptif	Survei	Atraksi Objek Wisata
Kearifan loka	Deskriptif	Survei, wawancara	Atraksi Objek Wisata
Karakter dan preferensi pengunjung	Deskriptif	Survei dan kuesioner	Penunjang Objek Wisata

Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi tahapan inventarisasi, analisis dan evaluasi, dan konsep pengembangan.

1. Tahapan Inventarisasi
2. Analisis Data
3. Strategi Pengembangan Objek Wisata

Model Pengembangan Kawasan Wisata

Dalam upaya pengembangan kawasan wisata Sangkar Burung, yang perlu diperhatikan adalah adanya pengaruh antara *stakeholder* terhadap faktor yang mendukung perkembangan kawasan wisata. Gambar 1. menunjukkan model pengembangan Kawasan Wisata Sangkar Burung



Gambar 1. Model Pengembangan Objek Wisata

Tahap Penelitian

Penelitian ini meliputi tahapan inventarisasi, analisis dan evaluasi, dan konsep pengembangan

1. Tahapan Inventarisasi

Inventarisasi adalah pengumpulan data primer dan sekunder dari suatu lokasi pada saat ini. Data primer dan sekunder terdiri dari aspek fisik, biofisik, dan aspek sosial. Data diperoleh dengan cara berikut: a. Observasi lapang dilakukan untuk mengetahui kondisi tapak, meliputi kondisi fisik, kondisi biofisik, karakter lanskap, dan aktivitas masyarakat pengguna dan sekitarnya; 2) Wawancara yang dilakukan kepada pengunjung, masyarakat, dan pengelola;

2. Analisis Data

Untuk memetakan dan mengolah hasil penelitian dengan menggunakan Variabel, Dimensi, dan Indikator masing-masing Variabel untuk dalam menentukan strategi pengembangan kawasan wisata Sangkar Burung Sidiangkat menggunakan teknik analisis SWOT untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunitiess*), serta dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman(*treath*). Kemudian menentukan lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan sertamenganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman.

3. Strategi Pengembangan Objek Wisata

Tindakan tersebut ditentukan dengan Matriks IFE dan EFE. Kuadran I, II, dan IV dipersepsikan sebagai tindakan *grow* dan *build*. Strategi yang intensif dan integratif dapat dijadikan pendekatan yang sesuai. Penyusunan alternatif dilakukan dengan mengkombinasikan antara faktor internal dengan faktor eksternal. Kombinasi tersebut antara lain SO (kekuatan dan peluang), ST (kekuatan dan ancaman), WO (kelemahan dan peluang) dan WT (kelemahan dan ancaman). Penentuan prioritas alternatif strategi dilakukan dengan cara menjumlah semua skor dari faktor-faktor penyusunnya. Strategi yang memiliki skor paling tinggi menjadi prioritas utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penyusunan strategi pengembangan Objek Wisata Sangkar Burung peneliti melakukan analisis SWOT dengan terlebih dahulu dalam mengidentifikasi faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.[2] Dari kondisi faktor pendorong dan penghambat yang telah diidentifikasi dari Objek Wisata Sangkar Burung, selanjutnya digunakan sebagai rumusan strategi dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) sehingga dapat menyusun strategi perencanaan pengembangan yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan Objek Wisata Sangkar Burung.[3]

Faktor Internal dan Eksternal

Dalam penyusunan strategi pengembangan Objek Wisata Sangkar Burung peneliti melakukan analisis SWOT dengan terlebih dahulu dalam mengidentifikasi faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Dari kondisi faktor pendorong dan penghambat yang telah diidentifikasi dari Objek Wisata Sangkar Burung, selanjutnya digunakan sebagai rumusan strategi dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) sehingga dapat menyusun strategi perencanaan pengembangan yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan Objek Wisata Sangkar Burung.

Tabel 2. Faktor Internal dan Eksternal Objek Wisata

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Panorama alam yang indah,sejuk dan masih asri. b. Objek Wisata sangkar burung mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan. c. Objek wisata yang menarik dan unik d. Keramahan masyarakat sekitar <p>Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Fasilitas Wisata yang belum lengkap b. Promosi belum maksimal c. Potensi Wisata belum dikelola dengan 	<p>Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata b. Sektor pariwisata semakin berkembang dan diperhatikan pemerintah c. Tingkat aksesibilitas yang mudah d. Sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan objek wisata e. Menyerap tenaga kerja f. Opini positif dari wisatawan ke orang lain. <p>Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan b. Kesadaran wisatawan untuk menjaga

- | | |
|--|---|
| baik | objek wisata |
| d. Terbatasnya pengetahuan masyarakat setempat dalam pengembangan objek wisata | c. Kurangnya dukungan pemerintah dalam hal promosi dan sarana prasarana |
| e. Masih kurangnya sumber daya manusia dalam pengelolaan kepariwisataan. | d. Kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang seenaknya |
| f. Program pengembangan Objek Wisata yang masih sederhana | |
| g. Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana objek wisata | |

Perhitungan Rating

Untuk mengetahui rating dari faktor-faktor tersebut digunakan angket yang disebarakan kepada pengunjung Obyek Wisata Sangkar Burung. Skala yang digunakan setiap item angketnya 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 ancaman dan kelemahan bagi obyek wisata tersebut.

Skor tertinggi (Xt) : 4 Skor terendah (Xr) : 1 Rumus Rentang : $R = xt - xr$

$$R = 4 - 1 = 3$$

Panjang kelas interval $P = R / Xt$,

$$P = 3/4 = 0.75$$

Dengan menggunakan panjang kelas 0,75 dan skor terendah 1 maka dapat dibuat criteria sebagai berikut.

Tabel 3. Kriteria Kekuatan Kelemahan Dan Peluang 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

Faktor Kekuatan

Kekuatan dari Obyek Wisata Sangkar Burung dapat dilihat dari rata-rata tanggapan dari pengunjung pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4 Mean Kekuatan Obyek Wisata Sangkar Burung

No	Kekuatan	Mean	Keterangan
1	Panorama alam yang indah,sejuk dan masih asri.	3,49	Sangat Tinggi
2	Objek Wisata sangkar burung mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan.	3,35	Sangat Tinggi
3	Objek wisata yang menarik dan unik	3,41	Sangat Tinggi
4	Keramahan masyarakat sekitar	3,03	Tinggi

Faktor Kelemahan.

Dalam pengembangan obyek wisata sangkar Burung menjadi objek wisata yang lebih baik, tentunya terdapat kelemahan-kelemahan di berbagai sector yang harus diatasi. Tanggapan rata-rata dari pengunjung Obyek Wisata ini pada Tabel 5.berikut

Tabel 5. Mean Kelemahn Obyek Wisata Sangkar Burung

No	Kekuatan	Mean	Keterangan
1	Fasilitas Wisata yang belum lengkap	2,27	Tinggi
2	Promosi belum maksimal	2,07	Tinggi
3	Potensi Wisata belum dikelola dengan baik	2,24	Tinggi
4	Terbatasnya pengetahuan masyarakat setempat dalam pengembangan objek wisata	1,94	Tinggi
5	Masih kurangnya sumber daya manusia dalam pengelolaan kepariwisataan.	2,23	Tinggi
6	Program pengembangan Objek Wisata yang masih sederhana	2,31	Tinggi
7	Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana objek wisata	2,06	Tinggi

Faktor Peluang

Dalam pengembangan Obyek Wisata Sangkar Burung terdapat berbagai peluang yang mampu mendorong pengembangan objek wisata tersebut. Tabel 6. Berikut adalah tanggapan rata-rata dari pengunjung.

Tabel 6. Mean Peluang Obyek Wisata Sangkar Burung

No	Kekuatan	Mean	Keterangan
1	Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata	2,77	Tinggi
2	Sektor pariwisata semakin berkembang dan diperhatikan pemerintah	3,41	Sangat Tinggi
3	Tingkat aksesibilitas yang mudah	3,2	Tinggi
4	Sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan objek wisata	3,25	Tinggi
5	Menyerap tenaga kerja	2,88	Tinggi
6	Opini positif dari wisatawan ke orang lain	2,92	Tinggi

Faktor Ancaman

Hasil tanggapan rata-rata dari pengunjung Obyek Wisata Sangkar Burung dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Mean Peluang Obyek Wisata Sangkar Burung

No	Kekuatan	Mean	Keterangan
1	Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan	1,95	Tinggi
2	Kesadaran wisatawan untuk menjaga objek wisata	2,26	Tinggi
3	Kurangnya dukungan pemerintah dalam hal promosi dan sarana prasarana	2,22	Tinggi
4	Kerusakan lingkungan akibat pengembangan	2,04	Tinggi

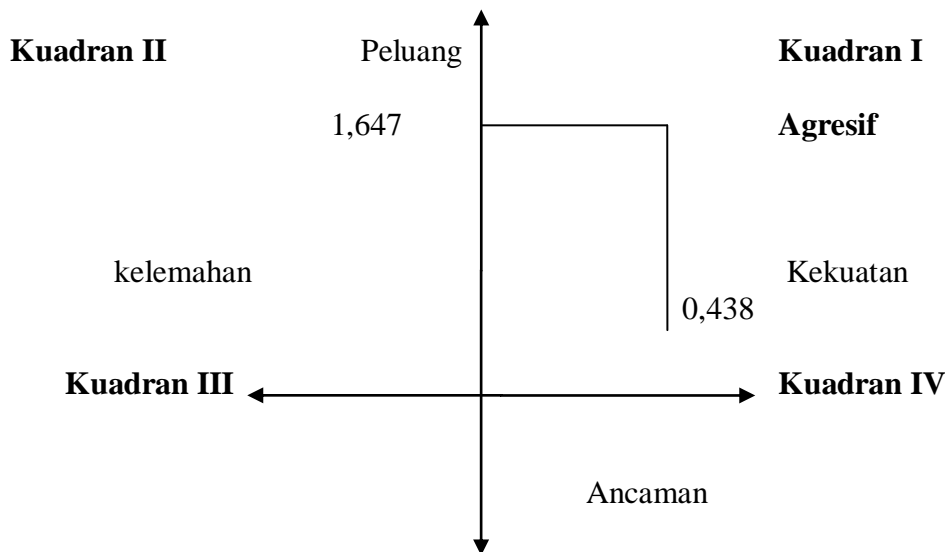
yang seenaknya

Diagram Matriks SWOT

Setelah melakukan analisis SWOT, dilanjutkan dengan membuat diagram matriks SWOT yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Diagram SWOT akan membentuk empat kemungkinan alternatif strategi. Untuk mencari koordinatnya dapat dicari dengan cara sebagai berikut:

1. Koordinat analisis Internal
 Koordinat analisis internal = Total Skor Kekuatan – Total Skor Kelemahan
 Koordinat analisis internal = 1,521 - 1,083
 Koordinat analisis internal = 0,438
2. Koordinat analisis eksternal
 Koordinat analisis eksternal = total Skor Peluang – Total Skor Ancaman
 Koordinat analisis eksternal = 2,277 - 0,63
 Koordinat analisis eksternal = 1,647

Maka titik koordinat diagram SWOT adalah (0,438;1,647)



Gambar 2. Diagram SWOT

Berdasarkan Gambar 2 di atas dapat dilihat bahwa Objek Wisata ini terletak pada kuadran I dimana memiliki bobot nilai yang baik dalam faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan faktor eksternal perusahaan yaitu peluang. Sehingga Objek Wisata ini berada pada kuadran I yaitu kuadran yang mendukung strategi pertumbuhan agresif yang menunjukkan perusahaan ini memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

SIMPULAN

1. Faktor Internal Objek Wisata Sangkar Burung panorama alam yang indah, sejuk dan asri menjadi kekuatan yang paling tinggi dalam upaya pengembangan objek Wisata dan untuk kelemahan program pengembangan yang masih sederhana. Dalam mengembangkan potensi Objek Wisata Sangkar Burung, diusahakan agar pemilik melakukan pembenahan.
2. Faktor Eksternal dari kawasan wisata ini peluang yang paling tinggi yang perlu diperhatikan adalah sektor pariwisata yang semakin diperhatikan pemerintah dan ancaman yang perlu diperhatikan adalah kesadaran wisatawan untuk menjaga objek wisata.
3. Posisi bisnis dari Objek Wisata sangkar burung ada pada Kuadran I yang menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

REFERENSI

- M. Dadan Mukhsin, ST., "Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung," *J. Perenc. Wil. dan Kota*, vol. 14, no. 1, pp. 1–11, 2015.
- Y. Sinambela, "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN CV KARUNIA MAKMUR PERSADA (KMP) DENGAN METODE SWOT," vol. 02, no. 02, 2018.
- A. K. T. dkk Meiwany, "STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DALAM UPAYA PENINGKATAN KUNJUNGAN (Studi Pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS," *J. Manag. Vol.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–20, 2018.
- U. I. Panjaitan *et al.*, "Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Teroh Teroh Desa Rumah Galuh Kecamatan Sei Bingai , Kabupaten Langkat Sumatera Utara Analysis of Potency and Strategy of Tourism Object Development of Waterfall of Teroh Teroh Desa Rum," *J. Nas. Pariwisata*, 2015