



ANALISIS POTENSI PARIWISATA DI NUSA TENGGARA TIMUR

Seri Buku
Kasus-Kasus
Manajemen 3

Apriana H. J. Fanggidae; Yuliana O. Soares; Ronald P. C. Fanggidae ;
Juita L. D. Bessie; Maria G. Pat Sabon; Rolland E. Fanggidae;
Herlinds A. P. Ora Pau; Rada Nabila Suharto; Markus Bunga;
Purnama Adji; Renerius Seran; Gabriel L. Jehau; Whelmina M. Ndoen;
Patrisius Fongo; Clarce Sarliana Maak





ANALISIS POTENSI PARIWISATA DI NUSA TENGGARA TIMUR

**Seri Buku
Kasus-Kasus
Manajemen 3**

Apriana H. J. Fanggidae; Yuliana O. Soares; Ronald P. C. Fanggidae ;
Juita L. D. Bessie; Maria G. Pat Sabon; Rolland E. Fanggidae;
Herdinds A. P. Ora Pau; Rada Nabila Suharto; Markus Bunga;
Purnama Adji; Renerius Seran; Gabriel L. Jehau; Whelmina M. Ndoen;
Patrisius Fongo; Clarce Sarliana Maak

ANALISIS POTENSI PARIWISATA DI NUSA TENGGARA TIMUR
Seri Buku Kasus-Kasus Manajemen 3

Penulis : Apriana H. J. Fanggalda; Yuliana O. Soares; Ronald P. C. Fanggalda ;
Juita L. D. Bessie; Maria G. Pat Sabon; Rolland E. Fanggalda;
Herdinds A. P. Ora Pau; Rada Nabila Suharto; Markus Bunga; Purnama Adji;
Renerius Seran; Gabriel L. Jehau; Whelmina M. Ndoen; Patrisius Fongo;
Clarce Sarliana Maak

ISBN : 978-623-329-292-4

Copyright © Juli 2021

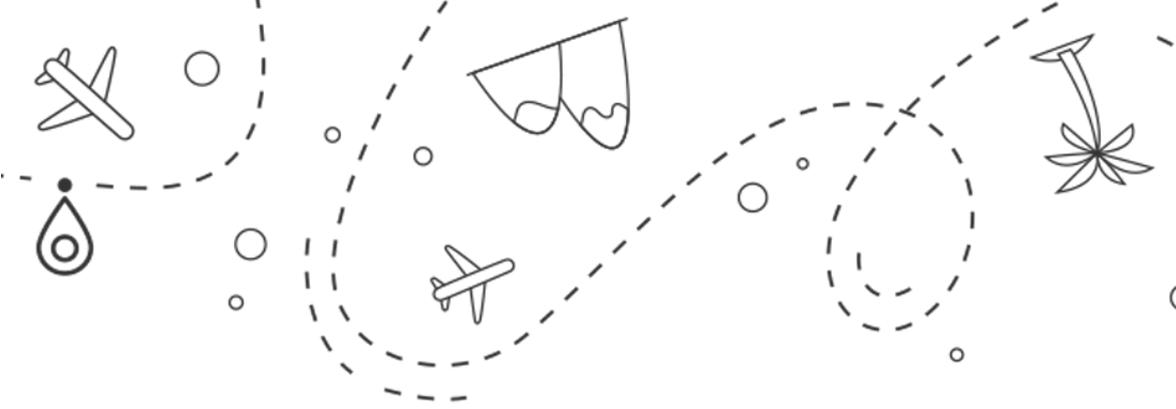
Ukuran: 15,5 cm x 23 cm; Hal: vi + 114

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Penata isi : Rosyiful Aqli
Desainer sampul : Ahmad Ariyanto
Editor : Antonio E L Nyoko, Clarce Sarliana Maak, Klaasvakumok J Kamuri.

Cetakan I, Juli 2021

Diterbitkan pertama kali oleh
CV. Literasi Nusantara Abadi
Perumahan Puncak Joyo Agung Regency Kav. B11 Kelurahan Merjosari
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang (65144)
Telp : +6285841411519
Email: penerbitlitnus@gmail.com



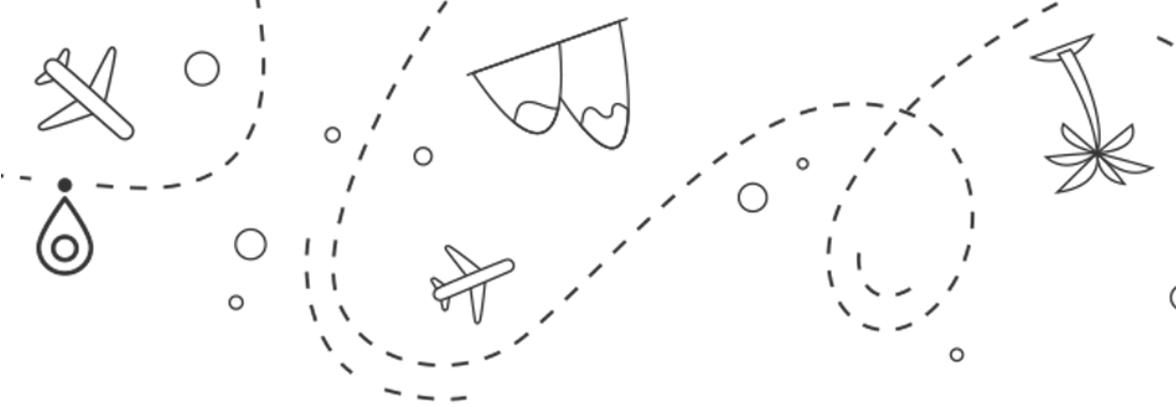
KATA PENGANTAR

Berbicara tentang kekayaan Indonesia tentu tidak akan ada habisnya. Sebagai Negara yang terdiri atas bergai pulau, Indonesia diberkati dengan aneka keberagaman alam yang indah serta budaya yang unik dan has. Keunikan alam dan kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia tersebut mengundang banyak wisatwan dan tidak sedikit dari mereka yang berdecak kaum dengan kekayaan alam dan budaya Indonesia. Pemerintah pun merespon cepat dengan menggalakan promosi wisata Indonesia ke berbagai Negara sahabat. Alhasil sektor pariwisata kini menjelma sebagai sektor penting yang menyokong perekonomian nasional Negara Indonesia dan turut berkontribusi dalam pemerataan kesejahteraan rakyat Indonesia.

Sadar akan pentingnya sektor pariwisata dalam menjaga kemaslatan banyak orang, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana kembali menghadirkan buku yang membahas berbagai fenomena dan tema menarik yang kali ini terkonsentrasi pada sektor pariwisata. Kehadiran buku ini tidak serta merta sebagai publikasi ilmiah saja tetapi juga sebuah kesempatan untuk membagikan pengetahuan kepada banyak orang tetnang pentingnya pengelolaan sektor wisata termasuk sektor wisata yang ada di Nusa Tenggara Timur. Dalam buku ini, terdapat tulisan yang memuat strategi pengembangan dan pengelolaan sektor wisata di Nusa Tenggara Timur hingga opini-opini kritis

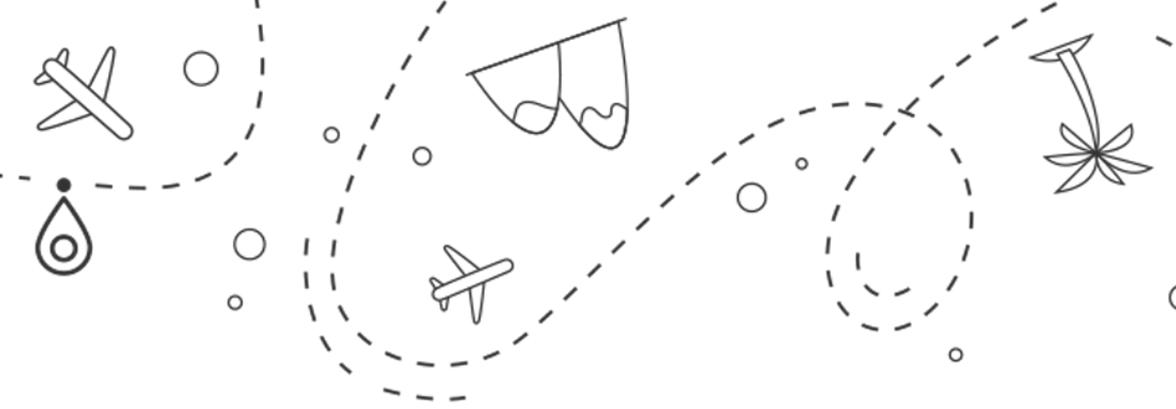
mahasiswa dalam melihat potensi wisata yang ada di daerah-daerah wilayah provinsi Nusa Tenggara Timur. Semoga buku ini dapat menjadi sumber ilmu bermanfaat dan diharapkan para pembaca dapat memberikan opini kritis tentang buku ini guna menyempurnakan terbitan-terbitan lain dimasa mendatang.

Editor



DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
I Pendahuluan	1
II Strategi Pengembangan Benteng Makes sebagai Obyek Wisata Budaya di Kabupaten Belu	3
III Analisis Potensi dan Pengembangan Obyek Wisata Alam Pantai Ina Burak Kecamatan Ile Bolong di Pulau Adonara	17
IV Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sulamanda dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan	27
V Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pantai Namosain	39
VI Pengembangan Objek Wisata Alam Gua Kristal, Desa Bolok, Kabupaten Kupang-NTT	49
VII Analisis Potensi Budaya Tebe Bei Mau Sali dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Malaka	59
VIII Analisis Potensi Rumah Adat Ruteng Pu'u sebagai Daya Tarik Wisata Budaya di Kabupaten Manggarai	69
IX Pemanfaatan Potensi Situs Ngadu dan Bhaga Sebagai Objek Wisata Budaya	79
X Penutup	95



BAB I

PENDAHULUAN

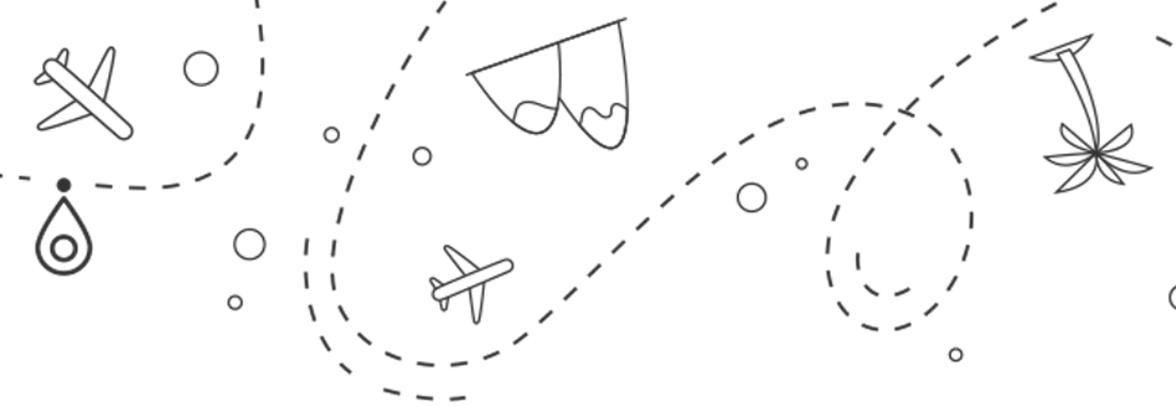
Indonesia konon dipuja banyak bangsa. Setidaknya begitulah lagu nasional Indonesia Tanah Air Beta menggambarkan Negara ini kepada generasi muda. Indonesia memang dipuja banyak bangsa. Bukan karena Indonesia memiliki kekuatan militer yang tangguh atau memiliki kekuatan ekonomi yang adikuasa seperti Amerika, Rusia atau Cina melainkan karena kekayaan alam yang terbentang luas dari Sabang sampai Merauke. Tanah yang subur dan juga kandungan bumi yang berharga dapat ditemui hampir disetiap jengkal lahan Negara Indonesia. Hal inilah yang membuat Indonesia dipuja tetapi juga membuat Indonesia mengalami sejarah panjang perbudakan oleh bangsa Eropa dan Jepang.

Setelah kemerdekaan Indonesia seluruh kekayaan yang ada di wilayah Negara Indonesia dimanfaatkan oleh Negara untuk keberlangsungan hidup Negara serta berusaha untuk menjaga, memelihara dan juga mensejahterakan rakyat Indonesia seperti yang tertang dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Pemerintah memiliki wewenang untuk mengelola kekayaan Negara agar cita-cita bangsa menuju kesejahteraan khalayak banyak dan keutuhan masyarakat madani dapat terwujud di Nusantara. Salah satu sektor yang menjadi perhatian saat ini adalah pariwisata.

Saat ini, banyak pihak yang semakin sadar bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian Negara. Semakin banyak objek wisata yang dimiliki suatu Negara maka dapat menarik minat berkunjung wisatawan asing dalam skala yang besar, kedatangan wisatawan ini tentu saja akan menyumbang pendapatan Negara. Tidak hanya itu, keberadaan objek wisata di sebuah daerah mendukung terjadinya kegiatan ekonomi masyarakat sehingga upaya pendistribusian kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan dengan efek tif dan efiseien. Singkatnya sektor pariwisata menjadi organ vital ekonomi Indonesia yang memacu perekonomian nasional dan juga perekonomian rakyat Indonesia. Oleh sebab itu, tidak berlebihan jika dalam buku ini, pariwisata dijuluki sebagai paru-paru perekonomian Indonesia saat ini.

Sebagai organ yang vital sudah seharusnya mempelajari pariwisata adalah sebuah keharusan. Bukan berarti setiap orang diwajibkan untuk terlibat langsung dalam sektor kepariwisataan tetapi buku ini lebih menajak dan menjelaskan betapa kaya potensi wisata Indonesia dan siapaun Anda yang membaca buku ini memiliki peluang untuk menjadi pemain utama dalam perekonomian nasional serta gerakan ekonomi kerakyatan. Pada bab-bab selanjutnya terdapat ulasan baik berupa strategi maupun analisis potensi wisata yang ada disekita kita. Semoga ilmu dalam buku ini bermafaat untuk anda.



BAB II

STRATEGI PENGEMBANGAN BENTENG MAKES SEBAGAI OBYEK WISATA BUDAYA DI KABUPATEN BELU

*Yuliana Olandina Soares; Ronald P. C. Fanggidae ;
Juita L. D. Bessie*

Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu provinsi yang sangat kaya akan keindahan pariwisata baik darat maupun laut yang sangat menarik untuk dinikmati oleh wisatawan nusantara sampai wisatawan mancanegara. Kabupaten Belu adalah salah kabupaten yang berada di Provinsi NTT tepatnya di Pulau Timor yang berbatasan langsung dengan negara tetangga Timor Leste. Kabupaten yang terdiri atas 12 kecamatan ini memiliki beragam obyek wisata yang tersebar disejumlah kecamatan yang ada di kabupaten Belu. Pengembangan terhadap obyek wisata yang berada di Kabupaten Belu terus dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Belu untuk menggali potensi wisata yang ada.

Pembangunan kepariwisataan merupakan penjabaran dari rencana pembangunan yang telah digariskan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Belu tahun 2016-2021 maupun Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Belu tahun 2005-2025. Obyek wisata yang dimiliki obyek wisata di Kabupaten Belu dapat dikatakan belum di kelola secara optimal sehingga kunjungan dari wisatawan mancanegara kurang mendapat respon positif dibandingkan dengan kunjungan wisatawan nusantara. Salah satu obyek wisata di Kabupaten Belu yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah Obyek Wisata Budaya Benteng Makes.



Benteng Makes Atambua (Sumber: Google)

Benteng Makes atau dalam Bahasa Tetun disebut Benteng Ranu Hitu yang memiliki arti benteng berlapis tujuh, namun lebih dikenal dengan nama Benteng Makes karena berada di atas bukit Makes. Benteng Makes ini berada di Kecamatan Lamaknen, Desa Dirun berjarak 2 kilometer dari Dusun Nuawa'in Desa Dirun. Sedangkan jarak dari Kota Atambua menuju Desa Dirun 40 kilometer, dengan waktu perjalanan 1,5 jam. Benteng Makes ini dibangun sebelum masa penguasaan Portugis dan digunakan pada perang tradisional di pedalaman yang pada masa itu sering terjadi perang antar suku. Benteng Makes yang telah berumur ribuan tahun ini beberapa kali dipindahkan tangan sampainya akhirnya dijaga oleh 3 pahlawan lokal dari 3 suku lokal yaitu Suku Loos, Suku Siri Gatal, dan Suku Monesogo (Kemdikbud, 2018).

Berdasarkan survey awal peneliti ke Obyek Wisata Budaya Benteng Makes yang menjadi daya tarik dari obyek wisata Benteng Makes yaitu Benteng Makes memiliki keunikan yang membedakan benteng ini dengan benteng yang lain dimana dalam benteng yang berbentuk pagar batu lingkaran tersusun rapi yang membentuk lingkaran berlapis tujuh terdapat pula sebuah meriam tua bekas peninggalan Bangsa Portugis, beberapa kuburan Raja didalam benteng serta batu-batu yang ada dengan fungsi tertentu. Dari ketinggian Benteng Makes yang berada diatas bukit tampak panorama alam yang sangat indah mulai dari keindahan Desa Dirun sampai dengan panorama negara tetangga Timor Leste. Benteng Makes yang merupakan peninggalan bersejarah ini mampu menarik kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara karena memiliki nilai sejarah serta budaya yang sampai saat ini masih dijaga dan dilestarikan oleh masyarakat setempat. Walaupun cukup menarik untuk dikunjungi wisatawan, namun pengembangan obyek wisata Benteng Makes masih belum optimal.

Pengembangan terhadap obyek wisata belum pada tahap optimal salah satunya karena sumber daya manusia baik dari pihak terkait yaitu Dinas Pariwisata dan masyarakat sekitar obyek wisata. Di lihat dari SDM yang ditempatkan di Dinas Pariwisata Kabupaten Belu dengan latar belakang spesialisasi bidang pariwisata masih sangat kurang dan untuk SDM di obyek wisata dalam hal ini masyarakat belum dikatakan siap dalam mendukung suatu destinasi, hal tersebut bisa dilihat dari kurangnya kesadaran masyarakat dalam melihat peluang yang ditawarkan dari obyek wisata disekitar mereka seperti masyarakat lebih cenderung untuk menjaga dan melestarikan obyek wisata tersebut, tanpa mulai berpikir bahwa dengan adanya obyek wisata tersebut dapat menjadi peluang dalam memperkenalkan dan menjual hasil tenun maupun cinderamata khas dari daerah tempat obyek wisata berada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan obyek wisata Benteng Makes sebagai Wisata Budaya di Kabupaten Belu.

Pariwisata

Menurut Muljadi (2012: 7) pariwisata adalah suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bias menghasilkan upah atau gaji. Selain itu, pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industry pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Pariwisata menurut Spillane (1987: 20) adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan/keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Pendit, 2003: 20). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan pengalaman atau kesan yang berbeda diluar tempat tinggal dan pekerjaannya.

Jenis atau bentuk produk pariwisata yang dibutuhkan secara lansung oleh wisatawan terdiri dari berbagai jasa pelayanan, antara lain: Jasa perjalanan wisata, jasa transportasi wisata, jasa penyediaan akomodasi, jasa makanan dan minuman, jasa daya tarik wisata, jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, jasa wisata tirta, jasa informasi pariwisata dan jasa pramuwisata. Sedangkan industry lain yan menghasilkan produk jasa juga dibutuhkan oleh wisatawan saat melakukan perjalanan wisata, antara lain: toko souvenir, bank, penukaran uang, rumah sakit, pos dan telekomunikasi, dan usaha perdagangan lainnya.

Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah hal-hal yang dapat menarik orang untuk berkunjung kesuatu tempat, karena adanya benda-benda yang tersedia di alam semesta, hasil ciptaan manusia dan tata cara hidup masyarakat (Yoeti, 1985: 28). Daya tarik wisata ialah produk wisata yang merupakan sesuatu yang meliputi obyek

fisik, jasa tempat, organisasi, gagasan maupun pribadi yang mampu ditawarkan untuk diminati, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan kemampuan (Saputra, 2012: 45). Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan sesuatu hal atau fasilitas yang memiliki unsure nilai dan daya tarik tersendiri, yang mampu menarik minat dari wisatawan untuk datang ketempat dimana terdapat obyek wisata tertentu. Daya tarik wisata menurut Kementerian Pariwisata Republik Indonesia atau Kemenpar RI nomor 19 tahun 2015 dibagi menjadi macam, yaitu:

1. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya. Potensi daya tarik wisata alam dibagi menjadi empat kawasan, yaitu:

- a) Flora dan Fauna
- b) Keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya eksositem pantai dan ekosistem hutan bakau.
- c) Gejala ala, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun, dan danau.
- d) Budidaya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, dan usaha perikanan.

2. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai obyek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan, dan kerajinan.

3. Daya Tarik Wisata Minat Khusus

Daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang harus dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya: berburu, mendaki gunung, arum jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan lain-lain.

Wisata Budaya

Istilah kebudayaan mengandung pengertian akan segala hasil olah pikir dan olah krida manusia, yang secara normative dimiliki oleh masyarakat. Untuk melestarikan kebudayaan perlu adanya eksistensi, upay-upaya yang perlu dilakukan adalah dengan adanya perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan. Perlindungan meliputi menjaga agar hasil budaya tidak hilang atau rusak. Pengembangan meliputi pengolahan yang menghasilkan peningkatan mutu dan perluasan. Pemanfaatan meliputi upaya untuk menggunakan hasil-hasil budaya untuk berbagai keperluan, seperti menekankan citra identitas suatu bangsa, untuk kesadaran budaya, dijadikan muatan industri budaya dan dijadikan daya tarik wisata (Yoeti, 2006: 21).

Wisata budaya merupakan jenis pariwisata yang berdasarkan pada mosaik tempat, tradisi, kesenian, upacara-upacara, dan pengalaman yang memotret suatu bangsa atau suku bangsa dengan masyarakat, yang mereflesikan keanekaragaman dan identitas dari masyarakat atau bangsa bersangkutan (Ismayanti, 2010:153). Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa wisata budaya adalah jenis wisata yang disebabkan karena daya tarik wisata berupa hasil-hasil budaya atau kehidupan yang berkaitan dengan kebudayaan yang ada pada suatu daerah yang dapat memberikan pengalaman atau nilai kepada wisatawan.

Pengembangan Pariwisata

Dalam UU RI No. 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7 tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pembangunan pariwisata meliputi: a) Industri pariwisata; b) Destinasi pariwisata; c) Pemasaran; d) Kelembagaan kepariwisataan.

Dalam GBHN 1999 disebutkan bahwa pengembangan pariwisata melalui pendekatan sistem yang utuh dan terpadu bersifat interdisipliner dan partisipatoris dengan menggunakan kriteria ekonomis, teknik, agronomis, sosial budaya, hemat energy, melestarikan alam, dan tidak merusak lingkungan.

Dari pendapat Yoeti (2008: 48-49) dan Cooper dkk dalam Sunaryo (2013:159) tentang aspek-aspek pengembangan

pariwisata maka peneliti menggabungkan kedua pendapat diatas menjadi suatu rumusan pengembangan pariwisata yang relevan dengan penelitian sebagai berikut:

1. Wisatawan (*Tourist*)
Melalui penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui karakteristik dari wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata. Dari mana wisatawan berasal, usia dari wisatawan, serta daerah tujuan wisata yang ingin mereka nikmati atau sukai.
2. Aksesibilitas (*accessibility*)
Bagaimana fasilitas transportasi dan rute yang ada atau tersedia dan dapat digunakan oleh para wisatawan dari berbagai daerah maupun negara untuk sampai ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi.
3. Atraksi/Obyek (*Attractions*)
Berkaitan dengan obyek atraksi yang akan dijual di daerah tujuan wisata, apakah memenuhi tiga syarat yaitu apa yang dapat dilihat, apa yang dapat dilakukan, dan apa yang dapat dibeli oleh wisatawan di daerah tujuan wisatawan yang dikunjungi.
4. Fasilitas Pelayanan (*Service Facilities*)
Berkaitan dengan fasilitas pelayanan apa saja yang dapat digunakan di daerah tujuan wisata tersebut, seperti akomodasi perhotelan yang ada disana, tempat makan, pelayanan umum seperti Bank/ money changer, Kantor pos, telepon/teleks yang mudah didapatkan ditempat daerah tujuan wisata.
5. Informasi dan Promosi (*Informations*)
Bagi calon wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata perlu memperoleh berbagai informasi mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Sehingga perlu dipikirkan cara-cara publikasi atau promosi yang dilakukan untuk memberikan informasi bagi para wisatawan. Iklan yang akan dipasang harus mampu menarik minat dari wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata.
6. Kelembagaan (*institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut suwantoro (1997:55) strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap. Langkah pokok strategi pengembangan pariwisata yaitu:

1. Dalam jangka pendek dititik-beratkan pada optimasi, terutama untuk: Mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, Meningkatkan mutu tenaga kerja, Meningkatkan kemampuan pengelolaan, Memanfaatkan produk yang ada, Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada.
2. Dalam jangka menengah dititik-beratkan pada konsolidasi, terutama dalam: Memantapkan citra kepariwisataan Indonesia, Mengkonsolidasi kemampuan pengelolaan, Mengembangkan dan diversifikasi produk, dan Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja.
3. Dalam jangka panjang dititik-beratkan pada pengembangan dan penyebaran dalam: Pengembangan kemampuan pengelolaan, Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan, Pengembangan pasar pariwisata baru, Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Wisata Budaya Benteng Makes

Benteng Makes dalam bahasa bunak berarti lapis tujuh nama ini mendefinisikan benteng yang memang memiliki tujuh lapisan. Namun Benteng ini lebih dikenal dengan nama Benteng Makes karena terletak di puncak bukit makes. Benteng Makes berada dalam Desa Dirun ini sudah ada sejak ribuan tahun yang lalu, benteng ini berjarak sekitar 2 km dari Dusun Nuawa'in Desa Dirun. Sedangkan jarak dari Kota Atambua menuju Desa Dirun kurang lebih 40 km, dengan waktu perjalanan sekitar 1.5 jam. Untuk sampai ke Obyek Wisata Budaya Makes dapat menggunakan dua rute yaitu rute pertama melewati Desa Dirun dan rute kedua dapat melewati Desa Halamodok dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Untuk memasuki harus didahului dengan upacara adat yaitu meminta izin untuk membuka jalan menuju benteng. Ritual ini dilakukan

oleh Tisi Antak Ne'an (Kepala-kepala suku setempat) ada 5 (lima) yang harus dilewati sambil membuat upacara adat untuk membuka jalan atau pintu menuju benteng.



Benteng Makes Atambua (Sumber: detik.com)

Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal dan eksternal yang didapatkan dari hasil kuesioner, wawancara dengan responden dan hasil pengamatan langsung di lapangan sebagai berikut:

1. Kekuatan
 - a) Pagar benteng yang terbuat dari batu alam
 - b) Keunikan benteng yang memiliki tujuh lapis
 - c) Panorama pemandangan obyek wisata lain dari ketinggian benteng
 - d) Dikelilingi jurang dan tebing batu
 - e) Meriam tua bekas peninggalan bangsa portugis
 - f) Peninggalan kuburan raja di dalam benteng
2. Kelemahan
 - a) Tidak adanya fasilitas parkir dan toilet umum
 - b) Akses ke obyek wisata yang jauh dari kota
 - c) Tidak tersedianya tempat sampah
 - d) Terbatasnya SDM dalam pengembangan obyek wisata
 - e) Lapak penjual makan yang jauh dari obyek wisata
 - f) Tidak tersedianya penginapan
3. Peluang
 - a) Adanya peran dari Dinas Pariwisata Kabupaten Belu
 - b) Letak Kabupaten Belu yang berbatasan dengan negara tetangga Timor Leste
 - c) Adanya kemajuan teknologi dan komunikasi

- d) Banyak wisatawan yang ingin berkunjung
 - e) Promosi yang dilakukan pemerintah daerah sudah maksimal
 - f) Kontribusi sektor pariwisata terhadap pendapatan Kabupaten Belu
4. Ancaman
- a) Berkembangnya obyek wisata lain meningkatkan persaingan
 - b) Iklim yang berubah pada bulan tertentu
 - c) Bencana alam
 - d) Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata
 - e) Gaya hidup masyarakat yang berubah
 - f) Pemerintah daerah kurang fokus pada pariwisata

Strategi Pengembangan Obyek Wisata Budaya Benteng Makes Di Kabupaten Belu

Faktor internal yang didapatkan dari hasil wawancara dengan responden dan hasil pengamatan langsung di lapangan. Berdasarkan jumlah skor komponen kekuatan adalah 3,53 dan jumlah skor kelemahan adalah 0,34. Maka selisih skor faktor-faktor internal adalah 3,19. Skor ini didapatkan untuk menentukan posisi strategi dalam grand strategy matrix. Berdasarkan jumlah skor komponen peluang adalah 3,61 dan jumlah skor komponen ancaman adalah 0,37. Maka selisih faktor-faktor eksternal adalah 3,24. Skor ini dapat digunakan untuk menentukan posisi strategi dalam grand matrix strategy. Apabila nilai akhir tersebut dimasukkan dalam Matrix Grand Strategi terlihat posisi strategis berada pada kuadran 1, posisi pengembangan sektor pariwisata Obyek Wisata Budaya Benteng Makes berada pada strategi pertumbuhan yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Penentuan Prioritas Strategi

Penentuan prioritas strategi dilakukan untuk melihat strategi yang paling tepat dan baik yang digunakan dalam pengembangan Obyek Wisata Budaya Benteng Makes pada Matriks SWOT analisis lingkungan internal dan eksternal. Berdasarkan hasil matriks SWOT dan penelitian di lokasi Obyek Wisata Budaya Benteng Makes maka prioritas strategi yang diterapkan yaitu strategi SO. Setelah didapatkan prioritas strategi

selanjutnya jumlah total skor yang didapat dari masing-masing strategi SO diurutkan berdasarkan nilai terbesar untuk dijadikan prioritas strategi dalam pengembangan Obyek Wisata Budaya Benteng Makes. Didapati strategi prioritas untuk pengembangan Obyek Wisata Budaya Benteng Makes di Kabupaten Belu sebagai berikut :

Potensi yang dimiliki oleh Obyek Wisata Budaya Benteng Makes dapat dijadikan sebagai destinasi unggulan dan dapat diandalkan untuk mendatangkan kunjungan wisatawan tidak hanya nusantara tapi sampai mancanegara apalagi letak Kabupaten Belu yang berbatasan dengan Negara Timor Leste sehingga berdampak pada pendapatan Kabupaten Belu. Dengan berbagai keunikan yang menjadi ciri khas di Obyek Wisata Budaya Benteng Makes pengembangan terhadap obyek wisata harus diperhatikan dan dikelola dengan baik sehingga dapat menarik wisatawan untuk dan berkunjung ke obyek wisata tersebut. Peluang yang harus tangkap pemerintah adalah dengan letak Kabupaten Belu yang berbatasan langsung dengan Negara Timor Leste dapat mendatangkan keuntungan tersendiri terhadap Kabupaten Belu dari kunjungan wisatawan mancanegara sehingga dengan kunjungan tersebut dapat memberikan sumbangan terhadap sektor pendapatan di Kabupaten Belu.

Potensi yang dimiliki juga harus terus gencar dikenalkan kepada wisatawan melalui promosi dengan menggunakan teknologi dan informasi yang ada. Pihak tidak hanya dari pemerintah saja namun masyarakat dan para wisatawan juga bisa turut berpartisipasi dalam memperkenalkan Obyek Wisata Budaya Benteng Makes. Promosi terhadap obyek wisata dengan menggunakan sosial media diharapkan tidak terbatas di Facebook saja tetapi bisa juga melalui instagram dan media sosial lain, melalui berbagai buku dan *leaflet* yang diterbitkan . Selain itu juga, dengan berbagai event yang dilakukan langsung di obyek wisata sehingga wisatawan langsung bisa menikmati keunikan dari obyek wisata sehingga bisa terjadi promosi juga dari mulut ke mulut untuk mendatangkan lebih banyak kunjungan.

Adanya peninggalan kuburan raja harus dilestarikan dan pariwisata juga berperan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat melalui UKM yang bisa dibuat masyarakat dengan penjualan cinderamata khas dari daerah obyek wisata tersebut.

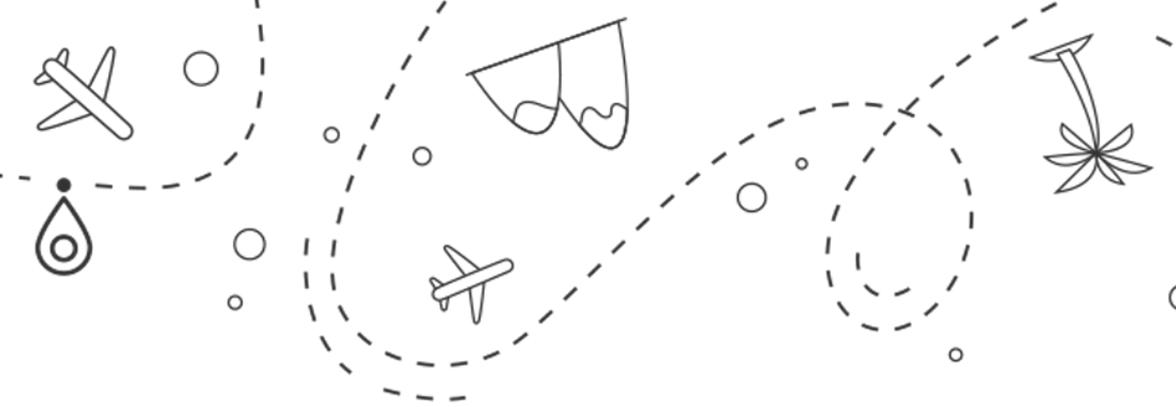
Jika dilihat terdapat berbagai peninggalan yang harus terus dijaga dan dilestarikan oleh pemerintah, masyarakat, dan juga wisatawan seperti pagar benteng yang terbuat dari batu alam, keunikan benteng yang memiliki tujuh lapisan, meriam tua bekas peninggalan bangsa portugis serta peninggalan kuburan raja di dalam benteng. Selain itu juga, dengan adanya peninggalan tersebut masyarakat bisa melihat peluang seperti pengembangan ekonomi dalam hal pembuatan UKM yang dapat menjual berbagai cinderamata khas dari daerah tersebut berupa kain tenun dan berbagai cinderamata lain sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kesimpulan

1. Berdasarkan penelitian terhadap faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal peluang dan ancaman terhadap strategi pengembangan Obyek Wisata Budaya Benteng Makes dapat dilihat bahwa *Matrix Grand Strategy* menunjukkan titik potong (3,19; 3,24) berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Obyek Wisata Budaya Benteng Makes.
2. Penentuan prioritas strategi dilakukan untuk melihat strategi yang paling tepat dan baik yang dalam digunakan dalam pengembangan Obyek Berdasarkan hasil matriks SWOT dan penelitian di lokasi Obyek Wisata Budaya Benteng Makes maka prioritas strategi yang diterapkan yaitu strategi SO (*strength opportunities*) yang terdiri atas 3 strategi yaitu Potensi yang dimiliki oleh Obyek Wisata Budaya Benteng Makes dapat dijadikan sebagai destinasi unggulan dan dapat diandalkan untuk mendatangkan kunjungan wisatawan tidak hanya nusantara tapi sampai mancanegara apalagi letak Kabupaten Belu yang berbatasan dengan Negara Timor Leste sehingga berdampak pada pendapatan Kabupaten Belu, Potensi yang dimiliki juga harus terus gencar dikenalkan kepada wisatawan melalui promosi dengan menggunakan teknologi dan informasi yang ada, dan adanya peninggalan kuburan raja harus dilestarikan dan pariwisata juga berperan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat melalui UKM yang bisa dibuat masyarakat dengan penjualan cinderamata khas dari daerah obyek wisata tersebut.

Referensi:

- Bessie, Juita I. D. (2019). Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Pengrajin Gula Lempeng Lasiana, Kota Kupang): Jurnal Universitas Nusa Cendana
- Cooper, Chris and Stephen Jackson. (1997). *Destination Life Cycle : The Isle Of Man Case Study. In Lesley France The Earthscan Reader In Sustainable Tourism*. Uk : Earthscan Publication Limited.
- Muljadi, Warman Andri. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Oematan, Mirna. (2018). *Strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Budaya Kampung Adat Benteng None Di Desa Tetat Kabupaten Timor Tengah Selatan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. Skripsi, Universitas Nusa Cendana
- Pendit, Nyoman. (2003). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Pradikta, Angga. (2013). *Strategi Pengembangan Obyekwisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati: Jurnal Universitas Negeri Semarang*
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Saputra, Arif. Dwi. (2012). *Strategi Pengembangan Taman Kuliner Condong Depok Sleman Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan*. Jurnal Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Yoeti, A. Oka. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Yoeti, A. Oka. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita



BAB III

ANALISIS POTENSI DAN PENGEMBANGAN OBYEK WISATA ALAM PANTAI INA BURAK KECAMATAN ILE BOLENG DI PULAU ADONARA

Maria Goreti Pat Sabon; Apriana H. J. Fanggida;
Rolland E. Fanggida

Pada masa sekarang pariwisata di Indonesia telah berkembang dari wisata massa menjadi pola berwisata individu atau kelompok kecil, yang lebih fleksibel dalam perjalanan berwisata dan wisatawan dapat berinteraksi lebih tinggi dengan alam dan budaya masyarakat, seiring dengan pergeseran bentuk pariwisata internasional pada awal dekade delapan puluhan (Fandeli, 1999 dalam Demartoto Argyo, 2008).

Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki ibu kota kupang yang menjadi pusat pemerintahan. Kupang merupakan kota madya yang berada pulau Timor dan terletak di pesisir teluk Kupang. Banyak tempat-tempat indah bisa dieksplor di Nusa Tenggara Timur yang dijamin akan membuat para pengunjung

betah, salah satunya pada Kabupaten Flores Timur pada Kecamatan Ile Boleng ini.



Pantai Ina Burak Adonara (Sumber: Google)

Kecamatan Ile Boleng pada Kabupaten Flores Timur, Provinsi Nusa Tenggara, Indonesia. Beriklim tropis dengan rata-rata kemarau yang panjang. Ibu kota Kecamatan terletak di Senadan. Luas wilayah 51,39 km² dengan jumlah penduduk 15.047 jiwa. Memiliki potensi daya tarik wisata alam yang sangat menunjang kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepariwisataan daerah yang secara kompetitif diharapkan mampu memiliki daya saing dan nilai lebih dari wilayah yang lainnya. Lokasi daya tarik wisata alam yang akan dibahas disini lebih berpusat pada keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut. Bukan hanya Lombok dan Bali saja yang terkenal dengan keindahan pantainya, Kabupaten Flores Timur juga mempunyai pantai yang tidak kalah cantik dan indah dari daerah lain yang ada di Indonesia yaitu Pantai Ina Burak di kecamatan Adonara, Kabupaten Flores Timur.

Keberadaan objek wisata alam Ina Burak tidak bisa dipungkiri oleh tiap wisatawan yang berkunjung karena memiliki panorama yang indah dan eksotis, namun sampai saat ini pengembangan yang dilakukan terhadap objek wisata alam di Ina Burak mengalami kendala. Beberapa kendala tersebut seperti daya tarik obyek wisata belum optimal dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, belum optimalnya upaya promosi dan pemasaran dari produk wisata, kurangnya pengembangan produk pariwisata, penyediaan sarana dan prasarana objek wisata belum memadai, dan aksesibilitas untuk transportasi menuju tiap objek wisata masih belum memadai.

Ina Burak pada Kecamatan Ile Boleng memiliki potensi daya tarik wisata alam yang sangat menunjang kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepariwisataan daerah yang secara kompetitif diharapkan mampu memiliki daya saing dan nilai lebih dari wilayah yang lainnya. Potensi wisata alam merupakan potensi yang dapat dikembangkan di Pantai Ina Burak karena potensi dibidang ini tidak akan pernah habis karena alamnya yang elok dan kaya akan potensi alami dan lainnya. Setiap Tahun pengunjung pada obyek wisata pantai Ina Burak ini mengalami peningkatan karena obyek wisata ini sangat menarik dan sangat diminati oleh wisatawan, dapat dilihat dari data di bawah ini:

Tabel 3.1 Tingkat Kunjungan Wisatawan Domestik Ke Obyek Wisata Pantai Ina Burak

No.	Tahun	Total Kunjungan Wisatawan Lokal dan Domestik
1	2017	3.722
2	2018	4.924
3	2019	12.827

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Flores Timur Timur (2017)

Jika melihat data kunjungan wisatawan yang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Jumlah pengunjung yang sangat banyak pada tahun 2019, ini terbukti bahwa tentunya diiringi juga dengan perkembangan fasilitas yang disediakan oleh pengelola, sehingga wisatawan merasa puas dan datang kembali berwisata di Pantai Ina Burak. Jika wisatawan merasa nyaman karena fasilitas yang tersedia memadai serta obyek wisatanya menarik maka harapan wisatawan saat akan berkunjung itu dapat terpenuhi ketika mereka berkunjung. Hal ini akan menimbulkan rasa puas dikarenakan harapannya terpenuhi.

Pengembangan Obyek Wisata

Perencanaan dan pengembangan pariwisata merupakan suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan menuju ketataran nilai yang lebih tinggi dengan cara melakukan penyesuaian dan koreksi berdasarkan pada hasil monitoring dan evaluasi serta umpan balik implementasi rencana sebelumnya yang merupakan dasar kebijaksanaan dan merupakan misi yang harus dikembangkan.

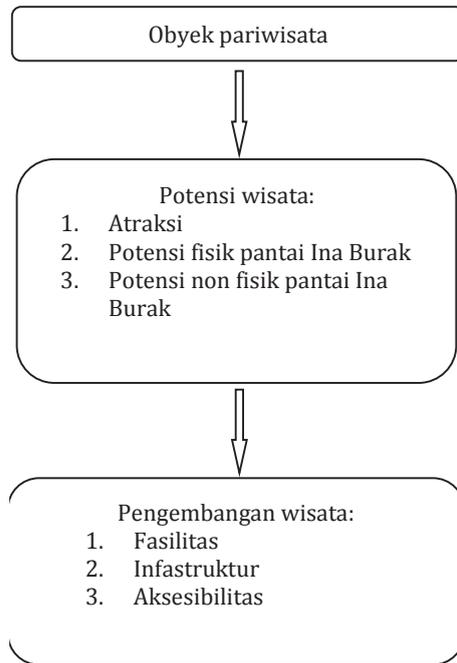
Pengembangan pariwisata dilakukan bertujuan untuk untuk menjadikan pariwisata maju dan berkembang kearah yang lebih baik dari segi kualitas sarana prasarana, memudahkan akses kemana saja, menjadi destinasi yang diinginkan, dan menjadikan manfaat yang baik secara ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Obyek Wisata

Menurut Suwantoro (1997:19) obyek wisata adalah merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan kesuatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara professional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Pada umumnya berdasar pada hal-hal sebagai berikut:

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman, dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
3. Adanya cirri khusus/spesifikasi yang bersifat langka
4. Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani wisatawan yang hadir
5. Untuk obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi keseniaan, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

Model Kerangka Berpikir Indikator-indikator Pengembangan Wisata



HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan potensi pantai Ina Burak yang menjadi faktor pendukung untuk dikembangkan menjadi obyek wisata alam. Potensi tersebut antara lain adalah kondisi pantai yang masih alami yang mampu menghipnotis para pengunjung dengan keindahannya, ditambah pantai ini memiliki lingkungan yang nyaman, masyarakat yang ramah terhadap pengunjung yang datang di pantai Ina Burak.

Keseluruhan strategi pengelolaan pariwisata pantai Ina Burak di kecamatan Ile Boleng kabupaten Flores Timur telah berjalan dengan baik tetapi disatu sisi masih banyak terdapat permasalahan yang di hadapi dalam pengelolaannya. Masih banyak kekurangan-kekurangan yang harus ditambah dan diperbaiki oleh pengelola, seperti fasilitas-fasilitas yang ingin dikembangkan yaitu area parkir, gazebo, warung makan, dan wahana anak-anak. Sarana dan prasarana yang masih belum lengkap akan dilengkapi dan yang sudah rusak bisa diperbaiki.

Retribusi yang masuk dikelola lebih baik lagi sehingga bisa memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada. Terlihat pengelola pariwisata Ina Burak masih terdapat kekurangan-kekurangannya, sehingga harus adanya kerjasama antar pengelola pemerintah untuk meningkatkan pengelolaan pariwisata pantai Ina Burak untuk lebih baik lagi. Proses pengembangan wisata di pantai Ina Burak ini masih menggunakan tahap yang sangat sederhana. Mereka menyusun rencana-rencana tersebut berdasarkan harapan, kebutuhan lingkungan, usulan- usulan dari pihak yang berkepentingan dan ambisi pengelola melalui musyawarah rencana dan pengembangan di desa Nihaone.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, selama inipemerintah desa Nihaone bersama tim pengelola pantai Ina Burak berupaya mewujudkan penyediaan sarana dan prasarana di obyek wisata pantai Ina Burak, seperti pembangunan fasilitas umum, pembangunan fasilitas pokok pariwisata sampai dengan pembangunan fasilitas pendukung usaha pariwisata. Khusus untuk penyediaan sarana dan prasarana atau penambahan fasilitas obyek wisata masih kurang karena pada realitanya sumber anggaran yang dimiliki oleh pemerintah desa Nihaone masih kurang jumlahnya, seperti perencanaan pembuatan wahana anak-anak, dan penyediaan transportasi khusus untuk pengunjung yang menggunakan kendaraan umum dari tempat tinggal menuju lokasi pantai Ina Burak.

Dalam rangka menjaring wisatawan dan menarik perhatian para wisatawan maka pada seksi promosi dan pemasaran Bapak Agustinus Daton Kopong melakukan promosi dengan baik. Dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut, membuat akun facebook dan instagram khusus untuk promosi obyek wisata alam pantai ina Burak dengan nama akunnya *@eksplor.Inaburak* dan melakukan berbagai kegiatan pembersihan dari anak-anak pelajar dari desa Nihaone, seperti pembersihan lokasi obyek wisata, penanaman pohon-pohon dan bunga di area panggung utama untuk tetap menjaga kebersihan dan keindahan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terdahulu maka peneliti memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

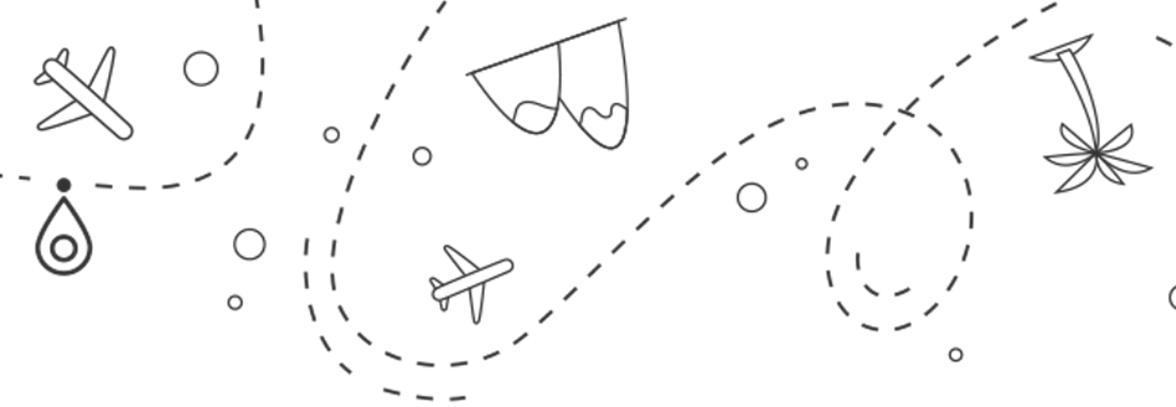
1. Daya tarik obyek wisata alam pantai Ina Burak merupakan salah satu obyek wisata alam yang menawarkan pemandangan alam di perairan laut yang masih sangat alami dengan udara yang sejuk yang membuat pengunjung benar-benar menikmati kesejukan dan kesegaran ketika berada di pantai Ina Burak. Pihak pengelola dan masyarakat berencana mengembangkan pantai Ina Burak agar lebih menarik lagi seperti, pembangunan *homestay*, gazebo dan warung makan secara permanen, membuat wahana bermain untuk anak-anak. Lokasi yang strategis membuat pantai Ina Burak ini tidak pernah sepi dari pengunjung karena terletak di jalur yang menghubungkan beberapa desa sehingga sangat mudah untuk di jangkau oleh pengunjung dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat.
2. Adapun faktor penghambat pengembangan obyek wisata alam pantai Ina burak meliputi beberapa aspek yaitu aspek sarana, aspek prasarana, aspek tata laksana/infrastruktur, aspek masyarakat serta aspek penelitian dan pengembangan.

Referensi:

- Argyo Demartoto, (2008). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pedesaan Oleh Pelaku Wisata di Kabupaten Boyololi*.Jurnal. Surakarta. FISIP UNS.
- Armin Subhani. (2010). *Potensi Obyek Wisata Pantai Di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2010*. Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Andhika Sutrisno Wibowo. (2016). *Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Chafid Fandeli. (1995). *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty Offset. Yogyakarta.
- Darsoprajitno, Soewarn. (2002). *Ekologi Pariwisata*. Angkasa. Bandung.
- Gita Amalia. (2014). *Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Pantai di Kecamatan Singkawang Selatan Kota Singkawang*

- Provinsi Kalimantan Barat. Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Ismail Lesi Roy G. (2011). *Peran Serta Masyarakat Dalam Pengelolaan Kawasan Wisata Bukit Gundaling Kabupaten Karo. Universitas Diponegoro.*
- Imam Nur Muchlas. (2018). *Analisis Potensi Pengembangan Ekowisata Di Danau Way Jepara Lampung Timur Berdasarkan Persepsi Stakeholders. Universitas Lampung.*
- Ibrahim, Taslim, Rijal. (2018). *Aplikasi Sistem Informasi Geografis Untuk Pengembangan Kawasan Strategis Pariwisata Pantai Bilato di Kabupaten Gorontalo. Universitas Muhammadiyah Gorontalo.*
- Musanef. (1996). *Manajemen Usaha Di Pariwisata Indonesia. Gunung Agung. Jakarta.*
- Pendit Paturui, Samsul A. (2001). *Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata. Materi Kuliah Perencanaan Kawasan Pariwisata, Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar, Bali.*
- Primadany, Madiyono, Riyanto. (2014). *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Ngajuk). Universitas Brawijaya, Malang*
- Riska Dian Arifyana. (2016). *Analisis Potensi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Di Kota Semarang. Universitas Muhammadiyah Surakarta*
- Spillane J.J. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah Dan Prospeknya, Yogyakarta*
- Sujali. (1989). *Geografi Pariwisata Dan Kepariwisataaan. Fakultas Geografi UGM. Yogyakarta.*
- Suwantoro Gamal. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta.*
- _____. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta.*
- Siti Maisyaroh. (2018). *Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Puncak Mas Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Masyarakat Kelurahan Sukadanaham Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung). Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung.*

- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Wibowo. (2016). *Manajemen kinerja*. Edisi kelima, PT.Rajagrafindo Persada Jakarta
- Yoeti. Oka. A. (1995). *Pengantar Ilmu Kepariwisata* (Edisi 1). Yogyakarta: ERLANGGA
- _____. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa Bandung
- _____.(2008). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya



BAB IV

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI SULAMANDA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

*Herdinds A. P. Ora Pau Apriana H. J. Fanggidae;
Juita L.D. Bessie*



Pantai Sulamanda (Sumber: Google)

Kabupaten Kupang menyimpan banyak keindahan alam, baik wisata alam maupun ekowisatanya yang luar biasa. Destinasi wisata baru yang ada di Kabupaten Kupang salah satunya adalah

Pantai Sulamanda. Pantai Sulamanda terletak di Kabupaten Kupang tepatnya di Desa Mata Air. Pantai Sulamanda berjarak 1000 meter dari pintu gerbang masuk Desa Mata Air, persis diujung Jembatan Tarus. Pantai Sulamanda adalah objek wisata pantai yang baru saja dibuka sejak tahun 2017 lewat pengelolaan Bumdes Desa Mata Air. Pantai Sulamanda memiliki Fasilitas Penunjang berupa gapura, spot foto, dan toilet. Selain dari fasilitas penunjang, Pantai Sulamanda juga memiliki Fasilitas Pelengkap berupa tempat beristirahat, pos informasi, pos keamanan, dan kolam pemancingan. Pantai Sulamanda merupakan objek wisata yang cukup menarik wisatawan untuk datang berkunjung dan menikmati berbagai keindahan alam yang ditawarkan hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Data Pengunjung Pantai Sulamanda Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah Pengunjung
2017	21.600
2018	20.440
2019	16.160

Sumber: Bumdes Mata Air (2020).

Data diatas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Sulamanda secara umum mengalami penurunan tiap tahunnya. Pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 5,37 % dan pada tahun 2019 mengalami penurunan yang sangat drastis. Hal tersebut disebabkan karena kalah saing dengan atraksi wisata lain.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya (Kuncoro, 2006:12). Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya (Kuncoro,2006:12). Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah:

1. *Goal-directed actions*, yaitu aktivitas yang menunjukkan apa yang diinginkan dan bagaimana mengimplementasikannya,
2. Mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan (Hunger & Wheelen, 2001: 12). Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap.

Tahap Pengembangan Pariwisata

Menurut Cooper and Jackson (1997: 121) umumnya pengembangan pariwisata selalu mengikuti siklus hidup pariwisata sehingga dapat menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan. Tahapan tersebut terdiri dari:

1. Tahap eksplorasi yang berkaitan dengan *discovery* yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Biasanya jumlah kunjungan sedikit, wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasi sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi berminat karena belum ramai dikunjungi.
2. Tahap keterlibatan yang diikuti oleh control local, dimana biasanya oleh masyarakat lokal. Pada tahap ini terdapat inisiatif dari masyarakat lokal, obyek wisata mulai dipromosikan oleh wisatawan, jumlah wisatawan meningkat, dan infrastruktur mulai dibangun.
3. Tahap pengembangan dengan adanya control local menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara drastis. Pengawasan oleh lembaga local agak sulit membuahkan hasil, masuknya industri wisata dari luar dan kepopuleran kawasan wisata menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan sosial budaya sehingga

- diperlukan adanya campur tangan control penguasa local maupun nasional.
4. Tahap konsolidasi ini ditunjukkan oleh penurunan tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan. Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai industri pariwisata berupa hiburan dan berbagai macam atraksi wisata.
 5. Tahap kestabilan, jumlah wisatawan tertinggi telah dicapai oleh kawasan ini mulai ditinggalkan karena tidak mode lagi, kunjungan ulang dan para pebisnis memanfaatkan fasilitas yang ada. Pada tahap ini terdapat upaya untuk menjaga jumlah wisatawan secara intensif dilakukan oleh industri pariwisata pada kawasan ini kemungkinan besar mengalami masalah besar yang terkait lingkungan alam maupun sosial budaya.
 6. Tahap penurunan kualitas, hamper semua wisatawan telah mengalihkan kunjungan ke daerah tujuan wisata lain. Kawasan ini menjadi obyek wisata kecil yang dikunjungi sehari atau akhir pekan. Beberapa fasilitas pariwisata telah diubah bentuk dan fungsinya menjadi tujuan lain. Dengan demikian pada tahap ini diperlukan upaya pemerintah untuk meremajakan kembali.
 7. Tahap peremajaan kembali, di mana dalam tahap ini perlu dilakukan pertimbangan mengubah pemanfaatan kawasan pariwisata menjadi pasar baru, membuat saluran pemasaran baru, dan mereposisi atraksi wisata ke bentuk lain. Oleh sebab itu diperlukan modal baru atau kerja sama antara pemerintah dengan pihak swasta.

Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) dalam menarik wisatawan di objek wisata. Analisis faktor internal dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal. Menurut (Maryam, 2011) kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan *relative* lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Sedangkan kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya

atau kapabilitas suatu perusahaan *relative* terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Berdasarkan pada pengertian faktor internal diatas dapat disimpulkan bahwa faktor internal adalah faktor-faktor yang ada dalam objek wisata dan merupakan daya tarik untuk wisatawan.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dalam menarik wisatawan. Analisis eksternal meliputi peluang dan ancaman dilakukan untuk mengetahui posisi daerah dalam berhadapan dengan lingkungan eksternal. Menurut (Maryam, 2011) peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, sedangkan ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Peluang sebagai suatu kondisi lingkungan yang menguntungkan bagi organisasi sedangkan ancaman didefinisikan sebagai faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi organisasi (Siagian, 2002). Berdasarkan pada pengertian faktor eksternal diatas dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal ialah faktor-faktor yang berasal dari luar yang berupa peluang dan ancaman untuk menarik wisatawan.

Kunjungan Wisatawan

Kunjungan wisatawan merupakan hasil akhir yang dicapai dari kegiatan pengembangan sebuah kawasan wisata. Dengan kata lain kunjungan wisatawan merupakan sebuah respon dari dampak pengembangan tersebut. Kunjungan wisatawan yang tinggi mengindikasikan berhasilnya upaya pengembangan obyek wisata. Keberhasilan pengembangan kawasan wisata akan menarik minat sejumlah wisatawan untuk berkunjung. Hal tersebut bisa dilihat dari presentase angka kunjungan pasca kegiatan pengembangan. Angka kunjungan wisatawan tinggi menunjukkan pengembangan kawasan wisata sudah memenuhi atau melebihi ekspektasi wisatawan; angka kunjungan wisatawan rendah menunjukkan pengembangan kawasan belum memenuhi ekspektasi wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor-faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal dan eksternal yang didapatkan dari hasil kuesioner, wawancara dengan responden dan hasil pengamatan langsung di lapangan sebagai berikut:

1. Kekuatan
 - a) Pemandangan sawah dikedua sisi jalan masuk lokasi Pantai Sulamanda
 - b) Pemandangan sunset yang indah di sore hari
 - c) Memiliki keindahan pantai yang dibentangi oleh bukit dan pegunungan
 - d) Pasir kecoklatan yang berada di bibir pantai
 - e) Memiliki potensi alam yang unik karena memiliki dua objek sekaligus yaitu alam persawahan dan alam pantai hutan bakau
 - f) Ketersediaan air bersih yang melimpah
2. Kelemahan
 - a) Ketersediaan lopo-lopo yang masih terbatas dan kurang memadai
 - b) Kurangnya tempat sampah
 - c) Lapak penjual makanan yang kurang memadai
 - d) Promosi yang dilakukan belum terlalu gencar
 - e) Kondisi badan jalan menuju lokasi pantai yang terlalu sempit
 - f) Pemkab Kupang yang belum terlalu fokus menggali potensi Pantai Sulamanda
4. Peluang
 - a) Sektor pariwisata menjadi sektor unggulan Pemda NTT
 - b) Objek wisata baru belum terlalu banyak di Kabupaten Kupang
 - c) Masyarakat Desa Mata Air mulai fokus ke sektor usaha pariwisata
 - d) Adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi
 - e) Lokasi objek wisata tidak jauh dari pusat kota
 - f) Trend *hunting* atraksi onjek wisata untuk dipublikasikan di MediaSocial (medsos)
5. Ancaman
 - a) Munculnya atraksi wisata lain
 - b) Iklim yang berubah pada bulan tertentu

- c) Kurangnya kesadaran masyarakat di sekitar Pantai Sulamanda untuk menjaga kebersihan
- d) Keterbatasan dana dari pihak Desa Mata air
- e) Gaya hidup masyarakat yang terus berubah-ubah
- f) Bencana alam

Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sulamanda di Kabupaten Kupang

Faktor internal yang didapatkan dari hasil wawancara dengan responden dan hasil pengamatan langsung dilapangan. Berdasarkan tabel 4 jumlah skor komponen kekuatan 3,16 dan jumlah skor kelemahan adalah 0,37. Maka selisih skor faktor-faktor internal adalah 2,79. Skor ini didapatkan untuk menentukan posisi strategi dalam grand strategy matrix. Berdasarkan tabel 5 jumlah skor komponen peluang 3,11 dan jumlah skor ancaman adalah 0,47. Maka selisih skor faktor-faktor eksternal adalah 2,64. Skor ini didapatkan untuk menentukan posisi strategi dalam grand strategy matrix. Apabila nilai akhir tersebut dimasukkan dalam Matrix Grand Strategi terlihat posisi strategis berada pada kuadran 1, posisi pengembangan sektor pariwisata Objek Wisata Pantai Sulamanda berada pada strategi pertumbuhan yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Penentuan Prioritas Strategi

Penentuan prioritas strategi yang dilakukan untuk melihat strategi yang paling tepat dan baik yang digunakan dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Sulamanda pada Matrix SWOT analisis lingkungan eksternal dan internal. Berdasarkan hasil Matrix SWOT dan penelitian dilokasi Objek Wisata Pantai Sulamanda maka prioritas strategi yang diterapkan yaitu strategi SO. Setelah didapatkan prioritas strategi selanjutnya jumlah total skor yang didapat dari masing-masing strategi SO diurutkan berdasarkan nilai terbesar untuk dijadikan prioritas strategi dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Sulamanda. Strategi prioritas untuk pengembangan Objek Wisata Pantai Sulamanda sebagai berikut:

Potensi keunikan yang dimiliki Pantai Sulamanda dapat dijadikan dalam menghadapi objek wisata baru yang akan datang, sekaligus menjadi poin yang unik untuk promosi ke

medsos secara gencar dengan kemajuan TIK selama sektor pariwisata menjadi sektor unggulan Pemda NTT. Dengan berbagai keunikan yang menjadi ciri khas di Objek Wisata Pantai Sulamanda pengembangan terhadap objek wisata harus diperhatikan dan dikelola dengan baik sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Peluang yang harus diambil dari pengelola adalah dengan lokasi objek wisata tidak jauh dari pusat kota dapat mendatangkan keuntungan tersendiri dari kunjungan wisatawan.

Lokasi objek wisata tidak jauh dari pusat kota menjadi stimulus bagi para pengunjung untuk hunting atraksi objek wisata dan potensi yang dimiliki juga harus terus gencar dikenalkan kepada wisatawan melalui promosi menggunakan teknologi informasi yang ada. Tidak dari pihak pengelola saja namun masyarakat dan para wisatawan bisa turut berpartisipasi dalam memperkenalkan Objek Wisata Pantai Sulamanda. Promosi terhadap objek wisata dengan menggunakan social media dilakukan tidak terbatas di Instagram saja tetapi bisa juga melalui Facebook dan media sosial lainnya.

Dengan memiliki potensi alam yang unik karna memiliki dua objek sekaligus dapat mengundang lebih banyak pengunjung untuk berkunjung, sehingga membuka peluang bagi penjual untuk turut serta dalam usaha penyediaan kebutuhan akan barang dan jasa bagi pengunjung. Desa Mata Air harus memiliki kualitas dalam upaya pengembangan Objek Wisata Pantai Sulamanda, dengan begitu bisa mendatangkan pengunjung yang lebih banyak datang berkunjung ke Pantai Sulamanda sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap Objek Wisata Pantai Sulamanda, faktor internal dibagi atas dua terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman terhadap strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Sulamanda dapat dilihat bahwa *Matrix Grand Strategy* menunjukkan titik potong (2,8;2,64) berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Objek Wisata Pantai Sulamanda.

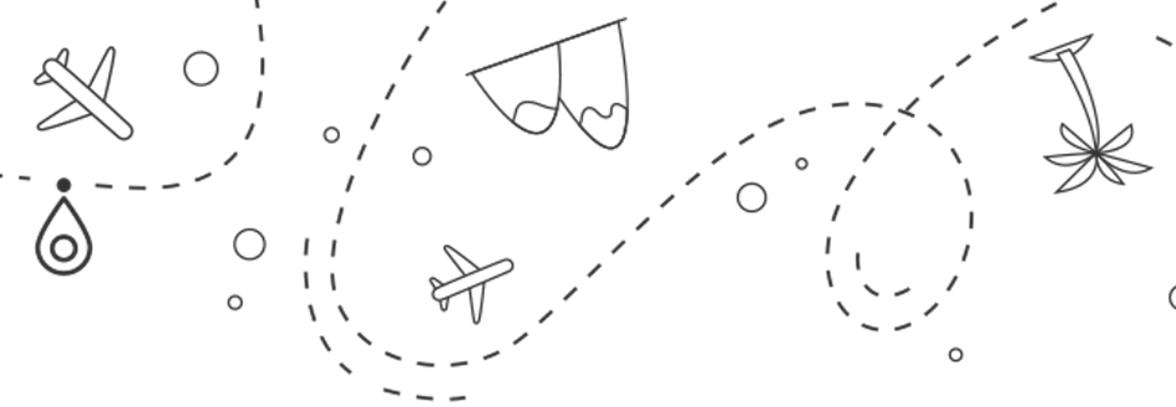
Penentuan prioritas strategi dilakukan untuk melihat strategi yang paling tepat dan baik yang digunakan dalam pengembangan objek berdasarkan hasil Matriks SWOT dan penelitian dilokasi Objek Wisata Pantai Sulamanda maka prioritas strategi yang diterapkan yaitu strategi SO (*Strength Opportunities*) yang terdiri atas 3 strategi yaitu Potensi keunikan yang dimiliki Pantai Sulamanda dapat dijadikan dalam menghadapi objek wisata baru yang akan datang, sekaligus menjadi poin yang unik untuk promosi ke medsos secara gencar dengan kemajuan TIK selama sektor pariwisata menjadi sektor unggulan Pemda NTT, Lokasi objek wisata tidak jauh dari pusat kota menjadi stimulus bagi para pengunjung untuk hunting atraksi objek wisata dan potensi yang dimiliki juga harus terus gencar dikenalkan kepada wisatawan melalui promosi menggunakan teknologi informasi yang ada, Dengan memiliki potensi alam yang unik karna memiliki dua objek sekaligus dapat mengundang lebih banyak pengunjung untuk berkunjung, sehingga membuka peluang bagi penjual untuk turut serta dalam usaha penyediaan kebutuhan akan barang dan jasa bagi pengunjung.

Referensi:

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *"Prosedur Penelitian Suatu PendekatanPraktik"*. Jakarta:Rineka Cipta
- Cooper, Chris and Stephen Jackson. (1997). *"Destination Life Cycle: The Isle Of Man Case Study. In:Lesley France The Earthscan Reader In Sustainable Tourism"*. Uk: Earthscan Publication Limited
- Heri, Larasati. (2011). *"Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati"*. Jurnal Universitas Diponegoro.
- Hunger, J David dan Thomas L Wheelen. (2001). *"Manajemen Strategis"*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Ismayanti. (2009). *"Pengantar Pariwisata"*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- _____. (2010). *"pengantar pariwisata"*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kuncoro, Mudrajad. (2006). *"Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif"*. Jakarta: Erlangga.
- Muljadi.A.J. (2009). *"Kepariwisataaan Dan Perjalanan"*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- _____. (2010). *"Kepariwisataaan Dan Perjalanan"*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____. (2012). *"Kepariwisataaan Dan Perjalanan"*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Muljadi, A & Warman Andri. (2014). *"Kepariwisataaan dan Perjalanan"*. Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada.
- Oematan, Mirna. (2018). *Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Budaya Kampung Adat Benteng None Di Desa Tetaf Kabupaten Timor Tengah Selatan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. Skripsi. Universitas Nusa Cendana
- Paturusi, Samsul A. (2001). *"Prencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata, Materi Kuliah Perencanaan Kawasan Pariwisata Program Magister Kajian Pariwisata"*. Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar.
- Pradikta, Angga. (2013). *"Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati"* Jurnal Universitas Negeri Semarang.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *"Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis"*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Saputra, Arif. Dwi. (2012). *"Strategi Pengembangan Taman Kuliner Condong Depok Sleman Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan"*. Jurnal Sekolah Tinggi PariwisataAMPTA.
- Simanjuntak, Bungaran, A, Flores Tanjung, dkk. (2017). *"Sejarah Pariwisata: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia"*. Jakarta: Buku Obor.
- Suryadana, M Liga & Octavia Vany. (2015). *"Pengantar Pemasaran Pariwisata"*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suwantoro, Gamal. (1997). *"Dasar-Dasar Pariwisata"*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012). *"Metode Penelitian Bisnis"*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sondang P. Siagian. 1995. *"Manajemen Strategik"*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tapatfeto, Meiwany. (2016). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Dalam Upaya Peningkatakan Kunjungan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS)*. Skripsi, Universitas Nusa Cendana.

- Toda. (2017). *"Arah Pembangunan Nusa Tenggara Timur Sebagai Provinsi Pariwisata Berkelas Dunia"*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Utama, Gusti dan Mahadewi Eka. (2012). *"Metodologi penelitian pariwisata dan perhotelan"*. Yogyakarta. CV ANDI.
- Yoeti, A.O. (1985). *"Pengantar Ilmu Pariwisata"*. Bandung: Angkasa.
- _____. (2008). *"Perencanaan dan pengembangan pariwisata"*. Jakarta PT. Pradnya Parami



BAB V

ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI NAMOSAIN

Rada Nabila Suharto; Markus Bunga; Apriana H. J. Fanggidae

Kota Kupang sebagai Ibu Kota dari Nusa Tenggara Timur memiliki sejumlah pantai yang menjadi perhatian khusus pemerintah daerah untuk dikembangkan menjadi tempat wisata antara lain Pantai Lasiana, Pantai Warna, Pantai Batu Kepala, Pantai Namosain, dan tempat lainnya. Pantai yang peneliti jadikan fokus penelitian adalah Pantai Namosain yang terletak di Jalan Pahlawan Kelurahan Namosain, Kecamatan Alak, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Rata-rata penduduk sekitar pantai berprofesi sebagai nelayan, dan kebanyakan penduduk disana berasal dari 4 etnis yaitu Buton, Rote, Timor, dan Sabu.



Pantai Namosain, NTT (Sumber: Google).

Pantai Namosain memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata di Kota Kupang. Karena selain lokasinya yang terletak di wilayah kota dan karakteristik alamiah dan kondisinya juga karena di Kota Kupang sendiri ketersediaan tempat refreshing keluarga masih terbatas. Dalam skala kecil badan PNPM Mandiri sudah melakukan pembenahan kawasan Pantai Namosain namun belum menjadi objek wisata yang terintegrasi dengan fasilitas-fasilitas wisata yang seharusnya ada. Pantai ini mulai dikembangkan oleh pemerintah pada tahun 2014 dan diresmikan pada tanggal 30 april 2016 oleh Walikota Kupang. Pantai ini memiliki fasilitas berupa lopo dan toilet. Pantai ini juga cocok dijadikan tempat rekreasi untuk anak-anak yang ingin bermain di pantai, karena di pantai ini ada tanggul sepanjang 300 meter yang dibangun untuk menahan gelombang ketika air laut sedang pasang dan di pantai ini juga pengunjung dapat menikmati pemandangan matahari terbenam yang indah.

Melihat belum adanya pengembangan berkelanjutan dari pantai ini, perlu adanya pendekatan dari pihak pengelola dan pemerintah kepada masyarakat setempat agar bisa bekerjasama dalam mengembangkan dan merawat pantai. Pantai ini sudah dibuat beberapa fasilitasnya oleh pemerintah tapi belum dikelola dengan baik. Melalui penelitian ini diharapkan dapat membuka pola pikir masyarakat dalam melihat peluang usaha bisnis guna meningkatkan pendapatan perekonomian mereka seperti membuka usaha kuliner di daerah pantai. Mengingat lokasi pantai yang strategis dan berada di pinggiran Kota yang berarti

dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat Kota Kupang. Semua ini perlu diperhatikan karena lengkapnya fasilitas saja tidak cukup untuk menjadikan suatu obyek wisata mempunyai nilai lebih di mata wisatawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi dan strategi pengembangan pantai Namosain sebagai obyek wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Namosain merupakan salah satu kelurahan pesisir dalam wilayah kecamatan Alak, yang terletak di sebelah selatan kota Kupang, provinsi Nusa Tenggara Timur. Sebagian besar penduduknya berasal dari etnis Rote, Timor, Sabu, dan Buton. Wilayah kelurahan Namosain terbagi menjadi 6 wilayah Rukun Warga (RW) dan 24 wilayah Rukun Tetangga (RT). Kelurahan Namosain terletak di sebelah selatan Kota Kupang, dengan luas wilayah 206.250 ha. Kelurahan Namosain terletak antara $10^{\circ} 10' 29.6''$ (10.1749°) Lintang Perairan Selatan dan $123^{\circ} 33' 18.4''$ (123.5551°) Bujur Timur. Rata-rata elevasi 56 meter. Masyarakat Namosain merupakan masyarakat heterogen karena terdiri dari beragam suku/etnis dan lebih didominasi oleh empat etnis daerah yakni: Rote dengan sebutan Rumah Tujuh, Buton, Bugis dengan sebutan Namosain Tengah, Solor dan Flores Timur dengan sebutan Kampung Maleset dan Timor Namosain atas dengan sebutan Osmok.



Pantai Namosain, NTT (Sumber: Google)

Pada penelitian dengan menggunakan teknik analisis SWOT ini, peneliti membagikan 30 kuisisioner kepada pengunjung pantai Namosain agar dapat mengetahui bobot dari masing-masing faktor sehingga didapat angka untuk matriks *Grand Strategy* untuk ditentukan strategi apa yang sebaiknya diterapkan untuk pengembangan pantai Namosain. Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin perempuan, yaitu responden laki-laki berjumlah 17 orang atau 57 persen dan responden perempuan berjumlah 13 orang atau 43 persen. Sementara itu karakteristik responden dengan usia terbanyak adalah pada usia 18-28 tahun yaitu sebanyak 54 persen atau berjumlah 16 responden. Sedangkan responden berusia 29-39 tahun sebanyak 13 persen atau 4 responden, 40-50 tahun sebanyak 20 persen atau 6 responden, dan 51-61 tahun sebanyak 13 persen atau 4 responden. Berdasarkan hasil data kuisisioner, diperoleh mean dari masing-masing faktor sebagai berikut:

1. Faktor Kekuatan

Kekuatan dari Pantai Namosain antara lain lokasinya yang strategis, pemandangan sunset yang indah, panorama bawah laut yang indah, memiliki tanggul sepanjang 300m, fasilitas yang sudah tersedia berupa lopo dan toilet, kebudayaan masyarakat sebagai atraksi budaya dan pantainya yang luas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari rata-rata tanggapan pengunjung pantai Namosain

2. Faktor Kelemahan

Kelemahan dari pantai Namosain antara lain fasilitasnya tidak dijaga oleh masyarakat, masyarakat membuang sampah di pantai, belum adanya campur tangan pemerintah, pengelolaan dan kepengurusan yang tidak jelas, belum ada atraksi pendamping dan kurangnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan pantai Namosain.

3. Faktor Peluang

Dalam pengembangan pantai Namosain, terdapat peluang yang dapat mendorong berkembangnya pantai Namosain antara lain rencana pemerintah untuk berpartisipasi dalam pengembangan, masyarakat sekitar dapat membuka usaha untuk meningkatkan pendapatan, dapat menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat untuk berekreasi, pantai Namosain juga dapat menjadi ikon dari kelurahan Namosain, event

pemerintah sebagai bentuk promosi dan menambah pendapatan daerah, rata-rata tanggapan pengunjung atas peluang-peluang tersebut.

4. Faktor Ancaman

Ancaman yang dimiliki pantai Namosain antara lain berkembangnya obyek wisata lain dapat meningkatkan persaingan, kurangnya kesadaran masyarakat akan pariwisata, aktivitas nelayan membuang jangkar yang dapat merusak terumbu karang dan pantai yang kotor dapat menurunkan minat wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dilihat potensi pantai Namosain dari segi aksesibilitas terbilang sangat berpotensi karena letaknya yang berada di daerah kota Kupang sehingga memudahkan akses bagi wisatawan yang ingin berkunjung tetapi berdasarkan hasil observasi peneliti di Pantai Namosain, karena letaknya yang strategis dan berada pada pinggiran kota yang langsung berhadapan dengan Jalan Raya Utama Yos Sudarso menjadi penghambat dalam pengembangan Pantai ini karena akan sulit dalam pembuatan lahan parkir karena jalan Yos Sudarso sendiri merupakan akses langsung ke Pelabuhan Tenau sehingga dilalui kendaraan-kendaraan besar. Selain itu berdasarkan hasil observasi peneliti, letak Pantai Namosain langsung dengan kawasan tempat tinggal masyarakat sehingga jika dikembangkan nanti perlu adanya kerjasama dengan masyarakat yang tinggal berseblahan langsung dengan Pantai.

Kemudian potensi pantai Namosain dilihat dari segi fasilitas, di pantai Namosain telah terdapat Lopo dan toilet sebagai fasilitas penunjang yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk bersantai. Kemudian potensinya dilihat dari segi atraksi, yang pertama atraksi alamnya dimana pantai Namosain memiliki panorama alam maupun panorama bawah laut yang indah, pemandangan sunset di sore hari yang indah. Yang kedua atraksi minat khusus, dalam hal ini perlu didukung dengan partisipasi masyarakat agar terciptanya sesuatu yang menarik di pantai Namosain diluar dari atraksi alamnya misalkan kuliner.

Dari hasil penelitian diatas juga dapat disimpulkan bahwa pantai Namosain memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi obyek wisata namun juga terdapat berbagai faktor kekurangan

sehingga perlu adanya pertimbangan lain dalam pengembangan pantai tersebut. dan strategi pengembangan sesuai dengan hasil matriks Grand Strategy yaitu pengembangan menggunakan strategi agresif. Penelitian ini sejalan dengan teori menurut Suwanto (2017) yaitu strategi pengembangan obyek wisata agar atraksi menarik dan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih, adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya, adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan; Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain-lain).

Dilihat dari aspek-aspek pengembangan dari Suwanto (2017), tidak semua aspek telah dipenuhi oleh pantai Namosain, untuk lebih jelasnya dilakukan perbandingan sebagai berikut:

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih. Pantai namosain memiliki panorama alam berupa pantai yang indah, namun ada beberapa kawasan pantai yang kotor disebabkan oleh sampah masyarakat pesisir sehingga merusak nilai estetika dari pantai tersebut.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
3. Pantai Namosain terletak di pinggiran Kota Kupang sehingga sangat mudah diakses baik menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.
4. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan.
5. Di pantai Namosain telah tersedia fasilitas berupa lopo dan toilet yang dapat digunakan pengunjung untuk bersantai.
6. Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain-lain)
7. Pantai Namosain memiliki pantai berpasir putih dengan bentuk pantainya yang berupa teluk sehingga memiliki panorama alam yang indah.

Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wibowo (2016) tentang analisis potensi dan pengembangan obyek wisata, yaitu hasil dari penelitian ini menunjukkan potensi yang dimiliki oleh pantai Namosain sebagai obyek wisata yang dapat dikembangkan secara

tidak langsung dapat membangun ekonomi masyarakat sekitar objek wisata Gua Kristal.

Kesimpulan

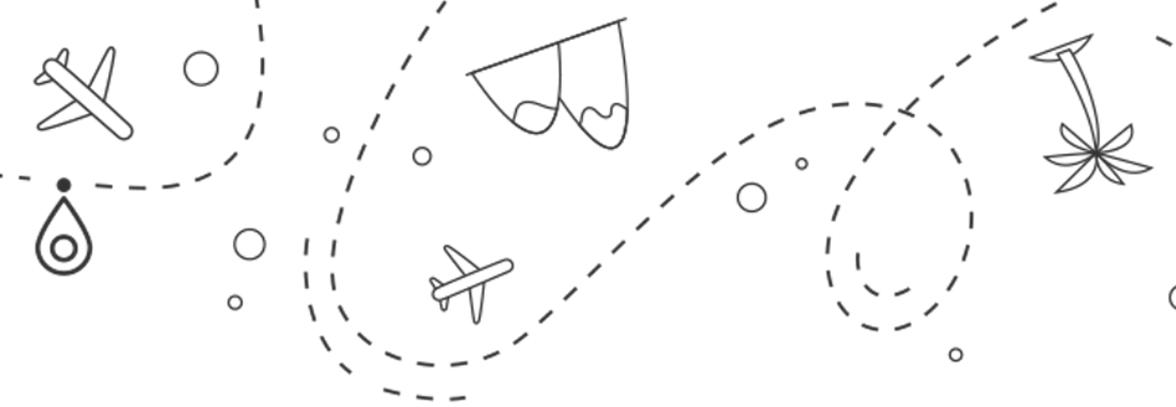
Pantai Namosain memiliki potensi untuk dikembangkan antara lain letak pantai Namosain yang terletak di daerah perkotaan, memiliki pemandangan sunset yang indah, memiliki panorama bawah laut yang indah, memiliki tanggul sepanjang 600m, fasilitas penunjang yang telah tersedia berupa lopo dan toilet, kebudayaan masyarakat dapat diangkat sebagai atraksi budaya serta wilayah pantainya yang luas tetapi ada beberapa hambatan dalam pengembangan pantai antara lain letaknya yang langsung dengan jalan raya besar Yos Sudarso dan juga pantainya yang berseblahan langsung kawasan pemukiman warga pesisir. Strategi yang dapat dikembangkan dalam pengembangan pantai Namosain berdasarkan matriks *grand strategy* yang menunjukkan titik potong pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan untuk mendukung perkembangan dari Pantai Namosain sebagai obyek wisata. Strategi yang dapat diterapkan antara lain membangun dan memperbaiki fasilitas yang ada di obyek wisata, mengembangkan atraksi wisata baik atraksi alam maupun buatan manusia, bekerja sama dengan masyarakat sekitar dan mempromosikan obyek wisata dengan membuat event-event wisata atau event olahraga.

Referensi:

- Akbar, M. (2018). *Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan Pembangunan Di Desa Jatimulya*. Vol 6. No 2.
- Aprilia, E. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balakembang Kabupaten Malang*. Vol 51. No 2.
- Budiman, A. (2017). *Identifikasi Potensi Dan Pengembangan Produk Wisata Serta Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata*. Vol 50. No 4.
- Budiman, L. (2000). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata: Perpustakaan Indonesia*
- Dyah, M. Muktiali, M. (2018). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Prasarana Lingkungan Pada Program Penataan*

- Lingkungan Pemukiman Berbasis Komunitas Di Kelurahan Tambaktejo*. Vol 6. No 2.
- Fitrah, S. (2017). *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung*. Vol 42. No 2
- J.,Spilane, James. (1987). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Kadarwati, A. (2008). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Kota Lama Semarang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Semarang*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Lubis, N. (2019). *Analisis Portofolio Produk Pariwisata Dalam Rangka Menentukan Prioritas Destinasi Wisata Di Provinsi Lampung*
- Meyers, Koen. (2009). *Pengertian Pariwisata*. Jakarta: Unesco Office.
- Nisrina, A. (2018). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Dan Pengembangan Obyek Wisata Dam Morgotirto*: Universitas Lampung.
- Primadany, S. Mardiyono, R. (2013). *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Vol 1. No 4
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riyani, E. (2018). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Jumog Dan Dampaknya Terhadap Kondisi Ekonomi*: Universitas Negeri Yogyakarta
- Sandu, S. Sodak, Ali, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Santoso, J. (2009). *Potensi dan Pengembangan Obyek Wisata Pantai Klayar*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Sari, D. (2011). *Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang*: Universitas Diponegoro.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta..
- Suwena, I. Widyatmaja I. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Pradaya Paramita.

- Wahyuddin. 2008. *Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa Tanah Karaeng Kecamatan Mamuju*: Universitas Makassar
- Wardana. 2017. *Potensi dan Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Barat*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Yoeti, Oka, A. 1996. *Pengantar Ilmu Kepariwisataaan*. Bandung: Angkasa Yanti.
- Yoeti, Oka, A. (2018). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Penebar Swadaya
- Zaenal, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah*. Yogyakarta: E-Publishing.



BAB VI

PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM GUA KRISTAL, DESA BOLOK, KABUPATEN KUPANG-NTT

*Purnama Adji, Apriana H.J. Fanggalda, dan
Rolland E. Fanggalda*

Secara umum Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003:9). Saat ini Indonesia sebagai salah satu negara berkembang mulai mempromosikan negaranya guna menarik pandangan mata dunia, hal ini dimaksudkan agar Indonesia semakin terkenal bagi warga/penduduk negara lain untuk berkunjung ke Indonesia. Sebagai sektor strategis nasional, pariwisata mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktifitas pariwisata baik yang sifatnya langsung berupa penyerapan tenaga kerja disektor pariwisata maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi.

Provinsi Nusa Tenggara Timur yang merupakan provinsi dengan potensi pariwisata yang besar dan menawarkan berbagai obyek wisata alam yang menarik untuk dikunjungi. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya dalam memajukan pariwisata NTT, sesuai dengan Undang Undang Kepariwisataan No. 3 Tahun 2009, pengembangan objek wisata perlu didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kabupaten Kupang adalah kabupaten yang letaknya Sangat dekat dengan Kota Kupang yang merupakan ibu kota provinsi Nusa Tenggara Timur, Kabupaten Kupang memiliki beberapa objek wisata alam yang memiliki potensi besar dan menarik untuk dikunjungi. Kabupaten Kupang memiliki 26 objek wisata alam yang telah dikelola dan dikembangkan oleh pemerintah daerah sebagai kekuatan pariwisata di Kabupaten Kupang. Gua Kristal merupakan salah satu objek wisata alam yang diunggulkan oleh Pemerintah daerah dalam rangka menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke objek wisata yang ada di Kabupaten Kupang. Gua Kristal terletak di desa Bolok, Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang, objek wisata ini ditemukan masyarakat pada tahun 1999 dan mulai dikenal tahun 2010 setelah diliput oleh salah satu acara TV dan cukup banyak wisatawan lokal dan internasional yang berkunjung, jumlah wisatawan juga semakin meningkat setiap tahun.



Gua Kristal di Bolok, NTT (Sumber: Google)

Berdasarkan survei awal peneliti ke Obyek Wisata, Gua Kristal memiliki beberapa kekuatan yang menjadi daya tarik tersendiri. Gua Kristal memiliki panorama stalaktit dan stalakmit yang merupakan hasil endapan kapur berwarna-warni dengan suasana pelangi yang sudah tercipta sejak ribuan tahun yang lalu, selain dapat menikmati keindahan gua, berenang dan menyelam merupakan aktivitas lainnya yang dapat dilakukan, karena Gua Kristal juga memiliki lubang yang menjorok ke dalam sekitar 20 meter di bawah permukaan tanah, dibawah gua terdapat kolam berair jernih sejernih kristal dan menyejukan.

Pada tahun 2018 Camat Kabupaten Kupang Barat dan masyarakat sekitar sebagai pengelola mulai bekerja sama mengembangkan dan mempromosikan objek wisata Gua Kristal, karena mempunyai keyakinan bahwa Gua Kristal dapat berkembang, akan tetapi belum dikelola dengan maksimal. Dalam hal fasilitas Gua Kristal dikatakan belum memadai karena tidak tersediannya lahan parkir, tidak tersediannya toilet yang layak bagi wisatawan, kios-kios kecil yang letaknya terbilang cukup jauh dari obyek wisata dan aksesibilitas yang kurang mendukung karena kurangnya rambu-rambu di jalan dapat dilihat untuk membantu para wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata dan juga akses disekitar objek wisata sudah dipadati pemukiman warga dan juga kurang maksimalnya promosi maupun informasi tentang objek wisata Gua Kristal, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui tentang gua kristal. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat & mengetahui pengembangan objek wisata Gua Kristal serta menganalisis potensi yang dimiliki objek wisata Gua Kristal untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gua Kristal terletak di Desa Bolok, Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang. Tepatnya berjarak 20 km dari Bandara El Tari atau 15 km dari pusat kota Kupang, sehingga hanya butuh waktu perjalanan sekitar 20-40 menit dengan kendaraan roda dua atau mobil sewaan untuk sampai ke Objek Wisata Alam Gua Kristal. Letak Objek Wisata Gua Kristal cukup strategis, selain tidak terlalu jauh dari pusat Kota Kupang, objek wisata ini juga sangat dekat dengan 2 pelabuhan kapal laut yaitu Pelabuhan Bolok dan Pelabuhan Tenau. Dalam bahasa setempat

gua ini dinamakan Ui Amnesi, Ui memiliki arti Air, sedangkan Amnesi merupakan nama dari penemu Gua tersebut yaitu Bapa Nesi. Namun gua ini lebih dikenal dengan nama Gua Kristal karena air dalam gua ini yang berkilau kebiru-biruan seperti kristal. Gua Kristal terbentuk secara alami dari bongkahan batu besar yang menyerupai gua, jika hendak masuk kedalam gua, wisatawan harus berhati-hati, selain karena terjal dipenuhi bebatuan namun juga suasana gelap saat memasuki mulut gua, sehingga wisatawan harus membawa penerangan sendiri atau menyewa senter dari masyarakat sekitar untuk menelusuri jalan menuju kolam di dasar gua. Di dasar gua terdapat kolam air yang sangat jernih kebiru-biruan yang dimanfaatkan wisatawan maupun masyarakat untuk mandi atau sekedar berfoto selfie.



Gua Kristal di Bolok, NTT (Sumber: Google)

Dalam penyusunan strategi pengembangan Objek Wisata Gua Kristal, peneliti melakukan analisa SWOT dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Untuk mengetahui rating dari faktor-faktor tersebut digunakan kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung Objek Wisata Gua Kristal. Skala yang digunakan pada setiap kuesioner menggunakan rating atau skor 1 yang menunjukkan skor yang paling rendah yang memiliki arti kualitasnya rendah, sedangkan

rating atau skor 5 menunjukkan bahwa kualitas jawaban paling tinggi. Kuesioner yang digunakan memiliki 3 item untuk setiap faktor maka untuk mengetahui tingkat kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman untuk Objek Wisata Gua Kristal diinterpretasikan menggunakan analisis deskriptif.

Dari uraian diatas tentang analisis SWOT, bahwa dalam kerangka strategi keseluruhan, strategi dasar yang dapat direncanakan adalah menggunakan kesempatan sebaik-baiknya, dan mencoba mengantisipasi dan menanggulangi ancaman, menggunakan kekuatan sebagai modal dasar operasi dan memanfaatkannya untuk mengurangi dan menghilangkan kelemahan yang masih ada. Terlihat dari hasil perhitungan tersebut bahwa Objek Wisata Alam Gua Kristal memiliki kekuatan yang dominan dibandingkan kelemahannya dan peluang yang lebih besar dibandingkan ancamannya dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Objek Wisata Alam Gua Kristal. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seperti Gua yang terbentuk secara alami dari batu alam dengan pemandangan panorama stalagtit dan stalagmit yang indah dan juga warna kolam di dalam gua yang kebiru-biruan menjadi nilai lebih dari gua kristal. Staretgi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Obyek Wisata Alam Gua Kristal berpotensi untuk dilakukan pengembangan sehingga dapat dijadikan obyek wisata yang unggul serta meningkatkan kunjungan wisatawan. Strategi pengembangan suatu obyek wisata agar atraksi yang menarik dan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan menurut Yoeti (2008: 48-49) dan Cooper dkk dalam Sunaryo (2013: 159) tentang pengembangan pariwisata perlu diperhatikan aspek-aspek berikut, diantaranya wisatawan, aksesibilitas, atraksi atau obyek wisata, fasilitas pelayanan, informasi dan promosi serta kelembagaan. Berdasarkan Matrix Grand Strategy diperoleh fakta bahwa strategi yang tepat diterapkan dalam pengembangan Objek Wisata Alam Gua Kristal adalah strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*). Hasil dari matrix grand strategy yang mendukung strategi agresif maka dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui strategi-strategi yang bersifat

agresif seperti apa yang tepat untuk mengimplementasikan dalam pengembangan Objek Wisata Alam Gua Kristal

1. Berbagai keunikan yang dimiliki oleh Objek Wisata Alam Gua Kristal diharapkan dapat menjadikan kesempatan atau peluang bagi masyarakat yang sekitar obyek wisata untuk ikut serta dalam menyediakan kebutuhan baik itu jasa maupun barang bagi wisatawan maupun pengunjung yang akan berkunjung ke Objek Wisata Alam Gua Kristal.
2. Aksesibilitas ke obyek dapat dikatakan tidak terlalu jauh dari kota Kupang dengan jarak 16 km. Letak Objek Wisata Alam Gua Kristal yang berada tidak terlalu jauh dari kota dan 2 pelabuhan kapal laut, namun akses pendukung ketempat wisata tidak cukup memadai, belum adanya rambu-rambu jalan sehingga wisatawan mengalami kesulitan dalam hal aksesibilitas.
3. Objek Wisata Alam Gua Kristal memiliki berbagai keunikan seperti gua yang terbentuk secara alami serta panorama dalam gua yang dihiasi stalagtit dan stalagmit warna warni jika terkena cahaya, serta keunikan lainnya berupa kolam permandian yang terletak di dalam gua dengan air jernih seperti kristal. Dengan berbagai potensi yang dimiliki diharapkan adanya kesepakatan kerjasama antara pihak keluarga sebagai pengelola dan pemerintah maupun investor swasta untuk mengelola dan mensosialisasikan kepada masyarakat sekitar agar memiliki pemahaman dan kesadaran tentang pariwisata serta bisa menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar obyek wisata sehingga potensi dan keunikan Objek Wisata Alam Gua Kristal menjadi obyek wisata yang lebih unggul.
4. Objek Wisata Alam Gua Kristal sendiri belum memiliki fasilitas-fasilitas penunjang pariwisata seperti toilet umum, tempat parkir, tempat sampah,. Karena itu dari pihak pengelola saat ini yaitu keluarga Neno perlu mengadakan sarana-sarana yang diperlukan ditempat wisata guna mendukung aktivitas berwisata para wisatawan yang berkunjung dan selama berada di Objek Wisata Alam Gua Kristal.
5. Potensi keunikan yang dimiliki Objek Wisata Alam Gua Kristal dapat dijadikan sebagai sebagai komoditi yang dapat diandalkan karena dengan letak Gua Kristal yang tidak terlalu

jauh dari Kota Kupang yang merupakan Ibu Kota provinsi NTT serta 2 pelabuhan kapal laut yaitu Pelabuhan Tenau dan Pelabuhan Bolok, dapat juga mendatangkan wisatawan mancanegara tidak hanya lokal. Dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, promosi terhadap Objek Wisata Alam Gua Kristal dapat diperkenalkan secara lebih luas melalui online.

6. Dalam pengembangan Objek Wisata Alam Gua Kristal diperlukan mindset pengelola dan masyarakat sekitar yang lebih fokus terhadap pariwisata. Seperti pengelola dapat menjalin kerjasama dengan instansi terkait untuk mengetahui obyek wisata tersebut dengan lebih terperinci sehingga alokasi dana pengelolaan objek wisata dapat digunakan dengan sebaik mungkin dalam pengembangannya dan masyarakat sekitar yang saat ini dapat mendukung menyediakan sarana pendukung pariwisata dengan menyediakan jasa transportasi, menjual makanan di sekitar objek wisata, menyewakan tikar dan senter bagi pengunjung yang akan masuk ke dalam Gua Kristal, dimana hal tersebut tidak hanya menguntungkan bagi objek wisata Gua Kristal akan tetapi secara tidak langsung dapat membangun ekonomi masyarakat sekitar objek wisata Gua Kristal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian terhadap faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal peluang dan ancaman terhadap strategi pengembangan Objek Wisata Alam Gua Kristal dapat dilihat bahwa Matrix Grand Strategy menunjukkan titik potong (3,13; 3,04) berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Objek Wisata Alam Gua Kristal.
2. Penentuan prioritas strategi dilakukan untuk melihat strategi yang paling tepat dan baik yang dalam digunakan dalam pengembangan Obyek Berdasarkan hasil matriks SWOT dan penelitian di lokasi Objek Wisata Alam Gua Kristal maka priotitas strategi yang diterapkan yaitu strategi

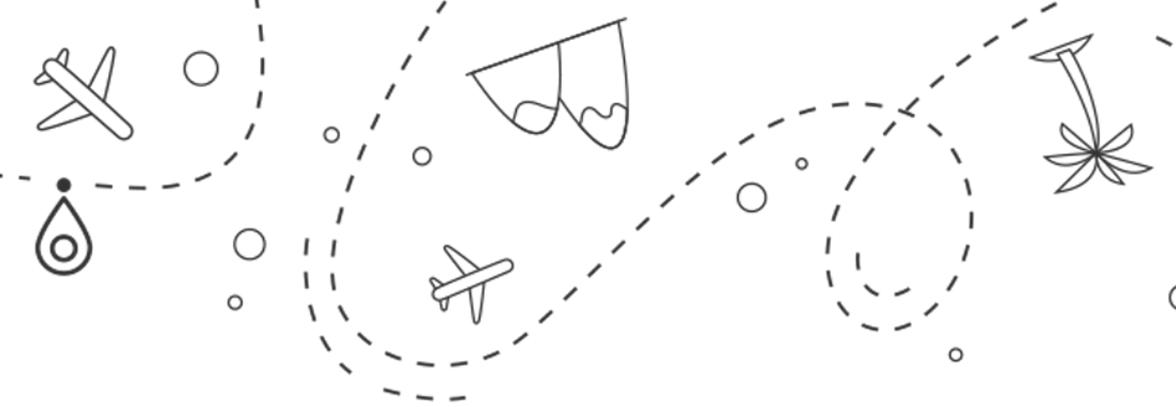
SO (strenght opportunities) yang terdiri atas 3 strategi yaitu, Potensi yang dimiliki oleh Objek Wisata Alam Gua Kristal dapat dijadikan sebagai destinasi unggulan dan dapat diandalkan untuk mendatangkan kunjungan wisatawan tidak hanya nusantara tapi sampai mancanegara apalagi letak Gua Kristal yang tidak terlalu jauh dari Bandara El Tari dan 2 Pelabuhan kapal, Potensi yang dimiliki juga harus terus gencar dikenalkan kepada wisatawan melalui promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi, dengan adanya tawaran dari pihak pemerintah untuk mengelola objek wisata Gua Kristal, maupun tawaran kerja sama dari investor swasta menjadi peluang tersendiri bagi keluarga Neno selaku pengelola objek wisata Gua Kristal saat ini untuk mengoptimalkan pengembangan kekuatan yang dimiliki Gua Kristal agar dapat lebih banyak menarik wisatawan dan bersaing dengan objek wisata sekitar.

Referensi:

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Di Kota Ternate. *Jurnal Universitas*
- Chafid Fandeli. (1995). *Dasar-Dasar Menejemen Kepariwisataa Alam*. Yogyakarta: Liberty
- Esti, Rahayu. (2015). Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Minat Khusus Gua Paesan Di Desa Tambakromo Kecamatan Ponjong. Kabupaten Gunungkidul. Skripsi, Universitas
- Freddy, Rangkuti. (2014). Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Gamal Suwanto. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi Kusmayadi dan Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang*
- Gua Kristal Di Kupang <http://mytrip.co.id/Article/Amazing%20Indonesia/Index/1253> (Diakses 20 Februari 2020 pukul 17.55 WITA)
- Hunger, J David dan Thomas L. Wheelen. (2001). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- James Y. Spinalle. (1997). *Ekonomi Pariwisata Transportasi Budaya Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia
- Kasmaningrum, Nendras. (2008). *Potensi Dan Pengembangan Objek Wisata Goa Gong Di Kabupaten Pacitan*. Skripsi, Universitas
- Kasmaningrum, Nendras. 2008. *Potensi Dan Pengembangan Objek Wisata Goa Gong Di Kabupaten Pacitan*. Skripsi, Universitas
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI. <https://www.kemenparekraf.go.id> (Diakses 29 februari 2020)
- Kepariwisataan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kusudianto Hadinoto. (1996). *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Muljadi, Warman Andri. (2012). *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Oematan, Mirna. (2018). *Strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Budaya Kampung Adat Benteng None Di Desa Tetat Kabupaten Timor Tengah Selatan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. Skripsi, Universitas Nusa Cendana
- Oka A. Yoeti. (1985). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa Offset.
- Oka. (1992). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa Offset.
- Oka. (2008). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pearch, Robinson. (2008). *Manajemen Strategi (formulasi, implementasi, dan pengendalian)*. Jakarta : Salemba Empat
- Pendit, Nyoman. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Pradikta, Angga. 2013. *Stategi Pengembangan Obyekwista Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati : Jurnal Universitas Negeri Semarang*
- Prinsip dan Kriteria Ekowisata Berbasis Masyarakat <https://kemenparekraf.go.id> (Diakses 23 Februari 2020 pukul 21.23 WITA)
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah*

- Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Saputra, Arif. Dwi. 2012. Strategi Pengembangan Taman Kuliner Condong Depok Sleman Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan. *Jurnal Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA*
- Soemanto, R. B., & Devy, H. A. 2017. Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Daerah Karanganyar. *Jurnal Universitas*
- Sondang P. Siagian. 1995. "Manajemen Strategik". Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. 1997. "Dasar-Dasar Pariwisata". Yogyakarta: Andi Yogyakarta



BAB VII

ANALISIS POTENSI BUDAYA TEBE BEI MAU SALI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN MALAKA

Renerius Seran; Markus Bunga; Rolland F. Fanggidae

Salah satu provinsi yang menjadi perhatian pemerintah pusat dalam pengembangan pariwisata adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Kepulauan Indonesia yang wilayahnya disatukan oleh laut Sawu dan Selat Sumba, dengan jumlah pulau 1.192 (pulau besar dan kecil), yang memiliki kekayaan alam dan kekayaan budaya yang cukup potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata potensial yang terbesar hampir disemua pulau di NTT. Pemerintah Kabupaten Malaka menetapkan delapan pantai sebagai destinasi unggulan yaitu Pantai Motadikin, Wemasa, Lo'odik, Rahenek, Taberek, Pantai Komu, Kletek dan Pantai Abudenok. Selain itu juga terdapat wisata alam lainnya seperti Danau Mantasi, Danau Nane Bot, Gua Maria, Gua Kelelawar, Mata Air Weliman, Maromak Oan Laran, Bendungan Sungai Benenai serta Penangkaran Rusa (Wikipedia,2020).

Kabupaten Malaka juga memiliki beragam upacara adat diantaranya adalah *Hamis Batar No Hatama Mamaik* yang merupakan upacara adat sebagai tanda syukur musim panen jagung. Selain itu rumah serta perkampungan adat juga masi bisa dijumpai, seperti perkampungan adat Tuaninu Taisuni, Wekumu dan ruma adat Loro Dirma Kecamatan Malaka Timur, serta perkampungan adat Kamansa Kecamatan Malaka Tengah (Wikipedia, 2020).

Kamanasa adalah nama sebuah Desa kecil yang terletak di pinggiran kota Betun, ibu kota Kabupaten Malaka. Menurut cerita era lisan, nama Kamanasa ini terbentuk karena Nain Feto Ikun Nanasa (tertawa) ketika Lorotolu, yang terdiri dari: Manek waik Suai, Loro Manek Laran Raimea, dan Loro Mane Ikun Manufahi, sehati sesuara memilih Liurai atau Raja. Maka sejak saat itu tempat tersebut dinamakan Kamanasa yang artinya (tertawa). Salah satu budaya atau tradisi adat yang dipertahankan adalah *Tebe Bei Mau Sali*, yang merupakan lambing pemersatuan adat budaya yang harus dipertahankan oleh kalangan masyarakat khusus nya masyarakat Desa Kamanasa.

Budaya ini sangat sakral dimasa lalu sehingga perlu pelestarian dan penataan secara maksimal supaya tidak punah dimasa yang akan datang. Sifat sakral akan dibentuk menjadi seluler bila budaya ini dikembangkan oleh masyarakat setempat melalui pegadaan atau event pada waktu tertentu (Mau, 2018).

Dalam melestarikan budaya tersebut, masyarakat Kamanasa melakukannya melalui *Hamis batar*. Dengan keunikan dan kekayaan nilai dalam unsur budaya tersebut membuat budaya *Tebe Bei Mau Sali* memiliki potensi untuk dijadikan objek wisata budaya andalan di daerah Malaka Tengah. Sering beberapa wisatawan asing datang untuk melihat tradisi tersebut. *Tebe Bei Mau Sali* selain mendatang banyak wisatawan, juga mempunyai nilai kebudayaan yang teringgal yaitu kebersamaan dan keharomonisan secara sosial, selain itu juga terdapat nilai filsafat atau religius dan nilai estetika atau keindahan dari tebe tersebut yang dimana itu terlihat dari busana berupa sarung adat yang dipakai baik itu perempuan maupun laki- laki.

Dengan adanya busana yang dipakai tersebut dapat menjadi sorotan bagi para wisatawan. Selain ataraksi tarian *Tebe Bei Mau Sali* pengunjung wisatawan juga dapat menikmati berbagai produk-produk pariwisata atau ragam budaya lainnya yang ada

di wisata *Tebe Bei Mau Sali*, yaitu: Terdapat berbagai macam rumah adat wisata budaya dengan berbagai keunikan rumah adat yang berada di objek wisata tersebut sala satunya *Uma Ro'o* dan *Uma Dato*, banyak ritual yang dilakukan sebelumnya dan dalam pembangunan hingga akhir pembangunan, bersamaan dengan itu diiringi dengan lagu atau syair adat yang dapat di lihat bagi para wisatawan. Likurai, yaitu budaya tarian dengan menggunakan gendrang yang ada pada daerah tersebut yang bisa di pertontonkan pada wisatawan yang berkunjung.



Tarian tebe Bei Mau Sali dari Malaka (Sumber: Google)

Tebe Bei Mau Sali dapat dilihat dari prespektif sosial dan ekonomi. Secara sosial nilai yang terkandung dalam tebe tersebut adalah kebersamaan dan secara ekonomi mengerup biaya yang cukup besar dari pagelarang. Dalam acara Tebe berlangsung pada hari terakhir terhitung dari awal pembukaan acara Tebe, kebiasaan Masyarakat Kamanasa mengurbankan kerbau sebagai tumbal kepada leluhur sebagai bahan persembahan dan penghormatan. Sayangnya, perhatian terhadap budaya tersebut belum terasa. Peneliti meyakini bahwa budaya tersebut memiliki potensi yang dapat dieksplor dan di perkenalkan pada wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

Desa Kamanasa merupakan desa yang dibentuk pada tahun 1966.

Pada tahun itulah Desa Kamanasa mengadakan pemilihan kepada desa untuk yang pertama kalinya dan Bapak Felix Bere Souray terpilih sebagai Kepala Desa Kamanasa yang pertama. Dari masa ke masa, dan dari periode ke periode sudah kesekian kalinya.

Pada Bulan Desember Tahun 2016 Pemerintah Kabupaten Malaka menyelenggarakan Pemilihan Kepala Desa serentak dan Desa Kamanasa juga termasuk salah satu dari 117 Desa di Kabupaten Malaka yang menyelenggarakan Pemilihan Kepala Desa. Dari hasil pemilihan kepala desa tersebut Bapak Agustinus Bere Nahak terpilih sebagai Kepala Desa Defenitif periode 2017 s/d 2023. Pada tanggal 14 Februari 2017 Kepala Desa Kamanasa terpilih Bapak Angustinus Bere Nahak Bersama Para Kepala Desa terpilih lainnya dilantik oleh Bupati Malaka Bapak Dr. Stefanus Bria Seran, MPH di Pantai Loodik, Kecamatan Kobalima, Kabupaten Malaka, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Sejarah *Bei Mau Sali*

Desa Kamanasa, Kecamatan Malaka Tengah, Kabupaten Malaka memiliki beragam kebudayaan bersifat material maupun spiritual. Kamanasa salah satu Desa yang terletak di Kabupaten Malaka, desa ini hingga saat ini masih mempertahankan budaya yang ditinggalkan oleh leluhurnya. Kamanasa adalah nama sebuah Desa kecil yang terletak di pinggiran kota Betun, ibu kota Kabupaten Malaka. Menurut cerita era lisan, nama Kamanasa ini terbentuk karena Nain Feto Ikun Nanasa (tertawa) ketika Lorotolu, yang terdiri dari: Manek waik Suai, Loro Manek Laran Raimea, dan Loro Mane Ikun Manufahi, sehati sesuara memilih Liurai atau Raja. Maka sejak saat itu tempat tersebut dinamakan Kamanasa yang artinya (tertawa). Pada mulanya didiami oleh beberapa suku, yaitu: Suku Tanani, Leoklaran, Feisawa, Manlima Dubada Manlima (yang dikenal dengan sebutan Ferik Tolu, Katuas Tolu), Suku Uma Dato Bot, Suku Lianain, Suku Mamrilia dan Suku Liurai (Suku Soka, Uma Kehi Naha Berek, Manu Uman Bot, Manu Uman Ki'ik (Mau, 2018).



Tarian tebe Bei Mau Sali dari Malaka (Sumber: Google)

Salah satu budaya atau tradisi adat yang dipertahankan adalah *Tebe Bei Mau Sali*, yang merupakan lambang pemersatuan adat budaya yang harus dipertahankan oleh kalangan masyarakat khususnya masyarakat Desa Kamanasa. Budaya ini sangat sakral dimasa lalu sehingga perlu pelestarian dan penataan secara maksimal supaya tidak punah dimasa yang akan datang. Sifat sakral akan dibentuk menjadi seluler bila budaya ini dikembangkan oleh masyarakat setempat melalui pegadaian atau *event* pada waktu tertentu (Mau, 2018).

Dalam melestarikan budaya tersebut, masyarakat Kamanasa melakukannya melalui *Hamis batar*. Dalam tradisi dari para leluhur sebelum pelaksanaan upacara *Hamis Batar Dan Tebe*, setiap masyarakat yang berdomisili di suku liurai kamanasa dilarang membawa jagung mudah masuk dan melewati sekitar suku liurai kamanasa. Apabila kedapatan dan melanggar maka yang bersangkutan diberikan sanksi dan denda berupa hewan kurban. Selain itu dalam pelaksanaan upacara tebe ada larangan yang harus dipatuhi. Larangan itu mencakup bahwa setiap anggota yang mengikuti upacara tebe harus memiliki sarung atau kain adat yang telah ditentukan oleh para tua adat suku liurai kamanasa dan kepada kaum perempuan yang masuk tebe

harus memiliki status yang masih mudah dan belum menikah. *Sei Foi Wai* sedangkan bagi kaum laki-laki tidak ada larangan, dan mengenakan kain atau sarung yang sudah ditetapkan dan apabila melanggar akan diberikan sanksi atau denda berupa hewan kurban (*Sohan*). Pantangan atau larangan dari para leluhur dindahkan dan dijalankan hingga saat ini (Mau, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Kesenian

Kesenian yang masih tumbuh dan berkembang di Desa Kamanasa adalah seni musik dan seni tari. Seni musik dan seni tari bagi masyarakat desa Kamanasa adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah seni suara (vocal) dalam tarian *Tebe Bei Mau Sali*. Tarian yang berkembang di tempat ini adalah tari-tarian masal di antaranya sebagai berikut. Gerak-gerak yang menjadi unsur utama dalam Tari *Tebe Bei Mau Sali* adalah gerak-gerak yang terhubung secara sederhana dari sudut pandang ekspresi seni tari pada umumnya. Kesenian rakyat terutama tari termasuk kesenian yang dibangun atas dasar “kesederhanaan” gerakan kaki dan tangan yang bersifat monoton, namun memberikan kenikmatan tersendiri bagi setiap orang yang mengambil bagian dalam tari *Tebe Bei Mau Sali* yang bertujuan untuk memberikan ungkapan persembahan pada nenek moyang dan ucapan syukur terhadap Yang Maha Kuasa (Leki, 2020).

Tebe Bei Mau Sali

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara *Tebe Bei Mau Sali* merupakan sebuah bentuk karya seni tari di daerah kamanasa dalam tarian *Tebe Bei Mau Sali* itu sendiri terdapat sebuah gerakan, nyanyian/lirik. gerakan tersebut merupakan hasil kreasi masyarakat kamanasa itu sendiri berdasarkan alam/lingkungan situasi tata kehidupan masyarakat yang dikristalkan berupa gerak-gerakan simbolis yang digerakan oleh hentakan irama yang terpadu dalam seni tari *Tebe Bei Mau Sali* berupa seni sastra, seni musik atau suara dan seni tari. serta nyanyian yang dinyanyikan secara vokal tanpa diiringi musik hal ini merupakan salah bentuk keunikan dari seni *Tebe Bei Mau Sali*. Bentuk gerakakan kaki dan tangan dalam tarian *tebe bei mau Sali*

ini dilakukan secara bersamaan baik perempuan maupun laki-laki. Tidak hanya itu *Tebe Bei Mau Sali* juga memiliki beragam busana kain adat dan aksesoris yang menjadi suatu karya seni yang dapat menarik simpatis seorang wisatawan. Kreativitas busana kain adat itu sendiri dihasilkan dari hasil tenunan karya masyarakat setempat. Dan aksesoris yang digunakan pada saat tarian yaitu mulai dari rambut diikat berbentuk keping dan leher yang dihiasi kalung *Morten* dan pergelangan tangan di hiasi gelang tangan khas budaya *Tebe Bei Mau Sali* itu sendiri. Nyanyian atau lirik syair lagu Budaya *Tebe Bei Mau Sali* ini sendiri merupakan suatu keunikan karya seni yang dimana syair itu sendiri terdapat beragam bahasa yang dinyanyikan oleh masyarakat dengan penuh perasaan dalam mementaskan tarian *Tebe Bei Mau Sali* tersebut.

Dengan adanya keunikan dan keanekaragaman budaya dan potensi *Tebe Bei Mau Sali* ini dapat menjadi faktor pendorong budaya ini dalam pengembangan objek pariwisata. Kesamaan dalam penelitian ini dapat dilihat dari Dalam penelitian Suwaji Bastomi (1992) tari merupakan ritmis seluruh atau sebagian tubuh yang baik secara individu maupun berkelompok yang disertai ekspresi tertentu. Penelitian ini juga didukung Dalam penelitian Sudarsono (1998) seni tari merupakan ekspresi jiwa manusia yang diwujudkan dalam bentuk gerakan yang indah dan ritmis. Berdasarkan pendapat para ahli diatas mengenai seni tari dapat ditarik kesimpulan bahwa seni tari bukan hanya tentang menggerakkan tubuh mengikuti irama, namun juga harus sejalan dengan maksud dan tujuan yang disampaikan kepada penikmat tari.

Pengembangan pariwisata di Kabupaten Malaka khusunya Tebe Bei Mau Sali

Dalam sistem pariwisata, ada banyak aktor yang berperan dalam menggerakkan sistem. Aktor tersebut adalah insan-insan pariwisata yang ada pada berbagai sektor. Secara umum, pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu (1) masyarakat, (2) swasta, (3) pemerintah. Yang termasuk masyarakat adalah masyarakat umum yang ada pada destinasi, sebagai pemilik dari berbagai sumber daya yang merupakan modal pariwisata, seperti kebudayaan. Termasuk kedalam kelompok masyarakat ini juga tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM,

dan media massa. Selanjutnya, dalam kelompok swasta adalah asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha, sedangkan kelompok pemerintah adalah berbagai wilayah administrasi, mulai dari pemerintah pusat, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan seterusnya. Penyelenggaraan sistem pariwisata dapat berjalan dengan sempurna bila komponen-komponen tersebut melebur menjadi satu dan saling mendukung satu dengan lainnya, seperti kewajiban pemerintah adalah bersama-sama merencanakan, pembangunan, pengorganisasian, pemeliharaan, dan pengawasan dengan pemerintah daerah lainnya dalam segala sektor yang mendukung kegiatan pariwisata.

Dalam upaya menegembangkan objek wisata di daerah kabupaten Malaka sangat penting dibutuhkan peran aktif dari masyarakat sekitar. Karena secara tidak langsung upaya pengembangan pariwisata daerah akan berdampak juga pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar itu sendiri. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat tersebut, dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Malaka melakukan beberapa langkah yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat sekitar yaitu:

1. Mengadakan pembinaan penyuluhan kepada masyarakat sekitar objek wisata untuk menciptakan masyarakat yang sadar wisata.
2. Ikut serta masyarakat dalam melestarikan dan menjaga budaya yang ada di kabupaten malaka khususnya budaya *tebe bei mau Sali*.

Dalam upaya memajukan sektor pariwisata di Kabupaten Malaka Pemerintah Daerah Kabupaten Malaka melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Malaka berkewajiban untuk menangani segala objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal tersebut tertuang dalam Misi dinas Pariwisata Kabupaten Malaka yaitu: (1) Mendata objek dan penunjang pariwisata, (2). Menata lokasi pariwisata secara permanen, (3). Menjalin kemitraan lembaga pemerintah maupun swasta.

Berdasarkan poin-poin misi tersebut pemerintah memiliki otoritas dan bertanggung jawab untuk mengeluarkan kebijakan atau program-program yang mendukung pertumbuhan pariwisata secara khusus budaya *Tebe Bei Mau Sali* sebagai cagar budaya yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata.

Dari pembahasan diatas maka dapat di simpulkan bahwa dengan keunikan budaya itu sendiri, budaya *Tebe Bei Sali* perlu dikembangkan dan dilestarikan sebagai suatu objek wisata budaya khususnya di Kabupaten Malaka.

Kesimpulan

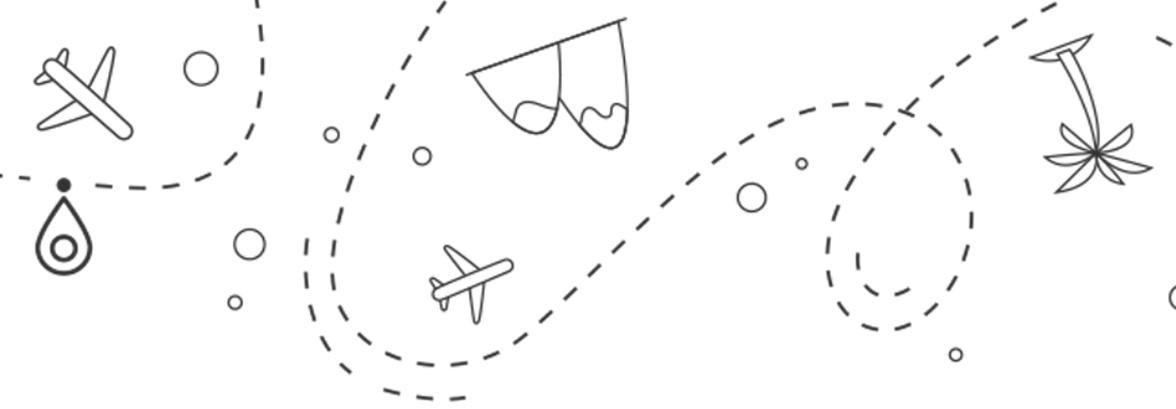
Seni pertunjukan berkarakter pariwisata khususnya *Tari Tebe Bei Mau Sali* merupakan sala satu produk parawisata yang bernilai jual dan banyak diminati oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Dalam sistem pariwisata, ada banyak aktor yang berperan dalam menggerakkan sistem. Aktor tersebut adalah insan-insan pariwisata yang ada pada berbagai sektor. Secara umum, pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama,yaitu (1) masyarakat, (2) swasta, (3) pemerintah. Yang termasuk masyarakat adalah masyarakat umum yang ada pada destinasi, sebagai pemilik dari berbagai sumber daya yang merupakan modal pariwisata, seperti kebudayaan.

Referensi:

- Elfinita. E, (2008). pembangunan parawisata berbasis Comonity Based Tourism (CBT) di Desa Wisata Limbasari Kecamatan Bobotsari, kabupaten purpalingga. *Jurnal*, UNY. Jurnal Anala Vol.7.
- Lexy J. Maleong. (2008). *Metodologo penelitian kualutatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Maleong, Lexy J. (2007). *Metodologo penelitian kualutatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Maloeng, I. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Muhamad Iqbal Mudsja. (2013). Penegembangan potensi kampong adat cipta rasa menjadi kawasan wisata budaya Dikabupaten sukabumi Universitas Indonesia | repository. upi.edu | perpustakaan.edu
- Sударsono. (1998). *Seni dan Keindahan Pidato Ilmiah* Yogyakarta: Fakultas Seni Rupa Yogyakarta.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualititatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabet.

Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.



BAB VIII

ANALISIS POTENSI RUMAH ADAT RUTENG PU'U SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI KABUPATEN MANGGARAI

*Gabriel Liquori Jehau, Apriana H.J Fanggidae, dan
Whelmina M. Ndoen*

Nusa Tenggara Timur merupakan Provinsi yang di dominasi oleh kepulauan, tiga pulau utama di wilayah ini adalah Pulau Flores, Pulau Sumba, dan Pulau Timor Barat. Sedangkan pulau-pulau diantaranya adalah pulau Adonara, Alor, Babi, Bidadari, Dana, Komodo, Rinca, Lomblen, Loren, Ndao, Palue, Pamana Besar, Pantar, Rusa, Raijua, Rote, Sabu, Semau, dan Solor. Ibu kotanya terletak di Kupang, di Pulau Timor Barat (Rohmadin, 2016). Pemerintah Pusat menetapkan Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) menjadi daerah unggulan baru pariwisata di Kawasan Timur Indonesia mulai 2007. Penetapan itu bertujuan menjadikan NTT sebagai gerbang Asia-Pasifik berbasis pariwisata, seni, dan budaya yang spesifik, dengan

kekayaan dan keindahan alamnya baik Flora maupun Faunanya yang beragam dan langka (Pemerintah NTT 2013). Sebagian besar destinasi utama yang telah menjadi icon pariwisata NTT berada di Pulau Flores, seperti Pulau Komodo, Pulau Rinca, Pulau Bidadari, Pink Beach (Pantai Yang Pasirnya Berwarna Merah Muda), Sawa Laba-Laba (Lodok), Danau Kelimutu (Danau Tiga Warna), Cunca Rami (Air Terjun), Goa Batu Cermin Dan Wae Rebo.

Kabupaten Manggarai adalah salah satu Kabupaten di Pulau Flores, Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Ibu kota kabupaten adalah Ruteng. Kabupaten manggarai memiliki daya tarik wisata yang sangat banyak objek dan daya tarik yang sudah terdaftar sejumlah 155 objek yang dikelompokkan dalam obyek wisata alam, budaya, bahari dan religius, yang tersebar di seluruh kabupaten manggarai. Dari sekian banyak obyek wisata yang dimaksud sebagiannya sudah dikenal dan sering dikunjungi wisatawan, baik wisatawan mancanegara ataupun domestic. Daya tarik wisata tersebut antara lain Liang Bua, Kampung Ruteng, Niang Todo, Wae Rebo, Lodok di Cara, Ranaka, Rana Mese dan lain-lain (Jayanti, 2012).



Rumah Adat Ruteng Pu'u (Sumber: Google)

Kampung adat Ruteng Pu'u memiliki dua rumah adat (*Mbaru Niang*). Ada yang disebut *Mbaru Tambor* untuk *Pele Sale*, dan *Mbaru Gendang* untuk *Pele Awo*. Dalam penelusuran di setiap

perkampungan Manggarai, hanya kampung Rutenglah yang mempunyai struktur dualistik pada kampungnya dengan dua rumah adat. Dari dua rumah adat tersebut adapun kegunaan masing-masing rumah rumah adat tersebut. Bagi masyarakat Manggarai *Mbaru gendang* pada mulanya memiliki kedudukan yang sangat strategi dan bermulti fungsiselain menjadi tempat tinggal, *Mbaru Gendang* mengambah fungsi sosial *Mbaru Gendang* menjadi simbol pemersatu dan kesatuan warga kampong. *Mbaru gendang* menjadi kehidupan bersama disana dilakukan berbagai pertemuan atau rapat terkait dengan hayat hidup bersama (*Lonto Leok dengan prinsip Neki Weki manga kudut bantang pa'ang olo ngaung musi*). *Mbaru gendang* menjadi tempat berkumpul semua warga untuk bermusyawara serta berlangsungnya ritus-ritus adat dan tempat menerima tamu penting dalam kampung seperti *penti*, *wagal* dan lain-lain. Sedangkan rumah *tambor* didiami oleh mereka yang menunjukkan status sosial sebagai *anak wina* (*Pele Sale*) (Primus, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Potensi Rumah Adat Ruteng Pu’u Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Di Kabupaten Manggarai”.

Potensi Wisata

Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi atraksi wisata. Dengan kata lain, potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (*tourist attraction*) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya (Pendit, 2003).

Potensi wisata merupakan suatu wilayah yang dapat dimanfaatkan untuk pembangunan seperti alam, manusia serta hasil karya manusia, sujali dalam amdani (2008) mengatakan: “potensi wisata sebagai kemampuan dalam suatu wilayah yang mungkin dimanfaatkan untuk pembangunan, seperti alam, manusia serta karya manusia itu sendiri”. Potensi dalam pariwisata dapat diartikan sebagai macam sumber daya yang ada di suatu daerah yang dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata.

Wisatawan

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Sedangkan Menurut Soekadijo (2003) menyatakan bahwa wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap ditempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu di tempat yang didatanginya.

Kebudayaan

Menurut Koenjaraningrat (2002) kebudayaan dengan kata dasar budaya berasal dari Bahasa sansekerta "*buddahayah*", yaitu bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti "budi" atau "akal". Jadi Koenjaraningrat mendefinisikan budaya sebagai "*dayabudi*" yang berupa cipta, karasa dan rasa, sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta, karsa, dan rasa itu.

Kebudayaan merupakan pandangan hidup dari sekelompok orang dalam bentuk perilaku, kepercayaan, nilai, dan symbol-simbol yang mereka terima tanpa sadar semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dari satu generasi kegenerasi berikutnya (Liliweri 2002). Sedangkan menurut Hawkins (2012) mengatakan bahwa budaya adalah suatu kompleks yang meliputi, keyakinan, kesenian, moral, adat-istiadat serta kemampuan dan kebiasaan lain yang dimiliki manusia sebagai masyarakat.

Promosi

Dalam mendukung suatu objek wisata baik itu wisata alam maupun wisata budaya. Dalam memperkenalkan suatu objek wisata tentu harus adanya promosi baik itu melalui media masa, media cetak, media tv, maupun internet sehingga masyarakat luas tauh akan keberadaan suatu objek wisata. Pengertian promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi pengunjung atau wisatawan agar mereka dapat mengenal atau mengetahui akan objek wisata yang di tawarkan oleh pemerintah kepada penunjung (Indriyo Gitosudarmo, 2008).

Sumber Daya Alam

Pengertian Sumber Daya Alam (SDA) adalah Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang ada di lokasi tujuan pariwisata yang tidak hanya menyediakan sesuatu bagi wisatawan untuk dilihat, tetapi juga menjadi magnet penarik seseorang untuk melakukan perjalanan (Gunn, 1998).

Pemerintah

Pemerintah dalam arti sempit sebagai organ atau alat perlengkapan negara yang disertai tugas pemerintah atau pelaksanaan undang-undang. Dalam pengertian ini pemerintah hanya berfungsi sebagai badan eksekutif (eksekutif atau bestuur) (S.F. Marbun dan M. Mahfud M.D, 2000). Sedangkan menurut (Affan, 2002) Pemerintah adalah suatu kegiatan terorganisir oleh orang atau warga diwilayah negara berdasarkan atas dasar kedaulatan negara dan bersumber untuk mencapai tujuan dari orang atau warga di daerah itu sendiri.

Media Massa

Menurut (Canggara, 2010) media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Menurut (Efendi, 2003) media masa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan dan hiburan dengan demikian media massa adalah suatu alat untuk melakukan atau menyebarkan informasi kepada komunikan yang luas, berjumlah banyak dan bersifat heterogen. Media masa adalah alat yang sangat efektif dalam melakukan komunikasi masa karena dapat mengubah sikap, pendapat, dan prilaku komunikan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media masa adalah bahwa

media masa menimbulkan keserempakan yaitu suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang berjumlah relatif banyak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun faktor eksternal atau faktor di dalam Ruteng Pu'u juga memiliki peran dalam mendukung potensi Ruteng Pu'u menjadi salah satu wisata budaya yang ada di Manggarai, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua faktor internal yaitu faktor kebudayaan dan sumber daya alam.

Kebudayaan

Jika di kaitkan dengan hasil wawancara dan observasi tentang budaya terdapat hubungan yang positif yaitu mendukung antara teori dan hasil penelitian dimana masyarakat Ruteng Pu'u menjadikan hal tersebut sebagai salah satu symbol adat istiadat yang dimiliki oleh masyarakat Manggarai itu sendiri, tidak hanya sebagai simbol adat istiadat juga tetapi dari hasil ulasan dan telaah yang dilakukan oleh peneliti dengan tokoh adat maupun wisatawan yang berkunjung ke ruteng pu'u dimana Kawasan Ruteng Pu'u masih kental akan budaya atau tradisi lokal sehingga masyarakat Ruteng Pu'u masih mempercayai atau meyakini segala tradisi atau tatacara yang telah diwariskan secara turun temurun. Selain itu dengan tradisi-tradisi yang di lakukan oleh masyarakat ruteng pu'u serta festival-festival budaya yang di lakukan oleh masyarakat ruteng pu'u dapat menarik banyak wisatawan untuk berkunjung baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang penasaran dan ingin tahu mengenai sejarah keunikan dan kenampakan dari Ruteng Pu'u tersebut yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat manggarai khususnya Ruteng Pu'u itu sendiri.

Sumber Daya Alam

Tidak hanya dari sisi budaya Adapun faktor lain berupa sumber daya alam yang menjadi alasan seseorang atau sekelompok orang melakukan suatu perjalanan wisata. Berdasarkan pengertian para ahli dan hasil wawancara serta observasi disimpulkan bahwa adanya sesetaraan antara teori dan hasil penelitian dimna selain karena sejarah dan kenampakan daru Ruteng Pu'u itu sendiri yang menjadi salah satu daya tarik yang membuat wisatawan

mengunjungi Ruteng Pu'u adalah dimna keadaan atau kondisi alamnya yang asri yang dikelilingi hutan dengan pohon-pohon yang rimbun ditambah lagi keadaan cuaca kota ruteng yang digin menambah kesan asri dan segar di setiap momennya. Tidak hanya kerana keadaan alamnya tetapi ada juga beberapa situs seperti batu besar dan jalan yang terbuat dari tumpukan batu-batu yang bila kita lewati memiliki kesan sakral yang sudah ada dari zaman dulu. Adapun faktor eksternal atau faktor di luar Ruteng Pu'u juga memiliki peran dalam mendukung potensi Ruteng Pu'u menjadi salah satu wisata budaya yang ada di Manggarai, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua faktor eksternal yaitu faktor pemerintahan dan faktor media massa.

Pemerintah

Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka peran pemerintah disini adalah sebagai pendukung adanya wisata budaya di daerah Manggarai khususnya dalam hal wisata budaya Ruteng Pu'u . Karena objek wisata budaya Ruteng Pu'u saat ini masih di kelolah oleh pemerinta sendiri tapi bukan menutup kemungkinan masyarakat Ruteng Pu'u juga bisa mengelolah sendiri terkaiit dengan objek wisata budaya Ruteng Pu'u. Pemerintah yang berperan aktif disini adalah bagian dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Manggarai peran yang diberikan ada dua baik itu peran secura langsung seperti berkontribusi dengan mengadakan peralatan musik, pemeliharaan, dan pemantauan perkembangan daerah wisata budaya tersebut dan peran secara tidak langsung seperti membantu mempromosikan dan mengangkat profil mengenai Ruteng Pu'u baik di laman social maupun media massa seperti media cetak. Sehingga dengan adanya sinergi kerja sama yang baik antara pemerintah dan masyarakat dalam menyukseskan Ruteng Pu'u sebagai wisata budaya Manggarai yang tidak dapat dipungkiri menjadi asset budaya dari Manggari juga menjadi lebih di kenal dan diketahui oleh banyak orang hingga ke manca negara, sehingga menarik banyak wisatwan untuk datang dan memberikan pemsukan bagi masyarakat daerah dan negara.

Media Massa

Sedangkan faktor eksternal media masa, seperti yang dapat diketahui media masa merupakan salah satu wadah yang komunikatif dan sangat penting di era moderen saat ini sehingga menjadi salah satu hal yang pokok yang diperlukan oleh masyarakat.

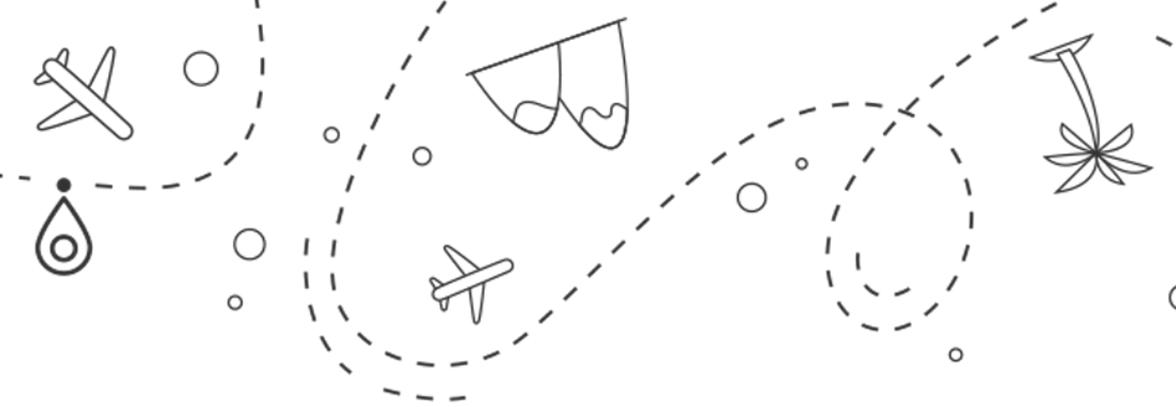
Berdasarkan pengertian ahli dan hasil penelitian menunjukan hubungan yang mendukung dimana media masa sebagai hal yang penting saat ini dan mudah untuk di temukan dan di akses baik itu dengan membeli Koran, menonton TV atau dengan mengakses internet memudahkan orang dalam mencari tahu sesuatu. Hal tersebutlah, yang dimanfaatkan oleh masyarakat dan pemerintah di Manggarai dimana adanya usaha mempromosikan wisata budaya Ruteng Pu'u yang dominan dipromosikan dengan bantuan media Internet dengan membuat website atau membuat artikel-artikel yang mengakat tema mengenai wisata budaya Ruteng Pu'u yang di dalamnya di sertakan foto dan video yang sengaja di posting untuk menunjukan keunikan dan keindahan wisata budaya tersebut di samping foto dan video adapula profil yang dimulai dari sejarah hingga potensi alam dan situs-situs menarik yang ada di Kawasan Ruteng Pu'u yang tentunya memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi, dengan melakukan promosi tersebutlah yang mengundang wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara datang untuk melihan dan mencari tahu seperti apa Ruteng Pu'u. Karena banyaknya orang yang mencari tahu dan ingin melihat keadaan Ruteng Pu'u dan karena Ruteng Pu'u memiliki nilai sejarah masyarakat Ruteng itu sendiri yang membuat Ruteng Pu'u kini menjadi wisata budaya yang terus dikembangkan dan dilestarikan keberadaan atau eksistensinya.

Referensi:

- Afan gaffa (2002). Otonomi Daerah Dalam Negara kesatuan, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Agung Bagus Wirateja, Gede Suindrawan, Valensius Papung (2019). Jurnal Perhotelan Dan Pariwisata, Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Liang Ndara Kecamatan Mbeliling Kabupaten Manggarai Barat.

- AloLiliweri (2002). Makna Budaya Dalam Komunikasih Antar Budaya. Yogyakarta. PT. LKIS Pelangi Aksara
- Ananomin. Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan
- Andre Yuris (2004). Profil Singkat Kampung RutengPu'u.
- Andryano.F. Bambar.2005. Perencanaan Fasilitas Pariwisata di Kampung Wae Rebo, Desa Satar Lenda, Kabupaten Manggari, Skripsi Universitas Udayana.
- Canggara, Hafied. (2010) Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta Raja Grafindo.
- Domino Primus (2015). Tantangan Inovasi Pendidikan Dan Budaya Di Manggarai.
- Effendy (2003). Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ernesta Tarigan (2016).Potensi Rumah Tradisional Karo Sebagai Daya Tarik Wisat Budaya Didesa Kabupaten Karo, Skripsi Universitas Sumatra Utara Medan
- Gamal,Suwantoro (2002). Dasar-Dasar Pariwisata. PenerbitAndi. Yogyakarta.
- Hawkins (2002). Ilmu Budaya Dasar: Pengantar Ke Arah Ilmu Social Budaya Dasar/ ISBD/Social Culture. TheMcgraw-Hill
- <https://www.Selasar.com/ekonomi/menjadikan-indonesia-tujuan-wisatadunia>
- Koenjaraningrat (2002).PengantarIlmuAntropologi. PT. RinekaCipta, Jakarta. Loe Thobias (2005). Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Di NTT, Skripsi,Uneversitas Nusa Cendana, Kupang.
- Maria Saka (2019). Eksistensi Tradisi Rojo Loce (Menganyam Tikar) Pada Komunitas Adat Ruteng Pu'u Di Kelurahan Golo Dukal Kecamatan Langke Rembong Kabupaten Manggarai.
- Muljadi, A.J dan H. AndriWarman (2016). Kepariwisataaan dan perjalanan. Edisi 2 cetakan5. Jakarta: PT gamedia pustaka utama. Jakarta.
- P.NWardani, Suwardjoko, P.Wardani, Indira (2007). Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah.Bandung: ITB.
- Pendit S. Nyoman (2003). Ilmu Pariwisata, Jakarta

- Pendit, N.S (2003). Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana. Buku. PT. Prandya Paramita. Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.
- Pitana, Gede Dan Ketut Surya Diarta (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Rafael Raga Maran (2000). Manusia Dan Kebudayaan Dalam Perpektif Ilmu Budaya Dasar (Jakarta: Rinaka)
- S.F Marbun Dan M. Mahfud M.D. (2000) Pokok-Pokok Hukum Administrasi Negara, Yogyakarta, Liberti Yogyakarta.
- Sugiyono (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Wardiyanto (2006). Metode Penelitian Pariwisata
- Sukardi, Nyoman (1998). Pengantar Pariwisata. STP Nusa Dua Bali.
- Sunaryono, Bambang (2013). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasi Di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.



BAB IX

PEMANFAATAN POTENSI SITUS NGADU DAN BHAGA SEBAGAI OBJEK WISATA BUDAYA

Patrisius Fongo

Negara Indonesia diberkati oleh Tuhan dengan keberagaman suku dan budaya. Sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia, memiliki berbagai jenis budaya merupakan hal yang wajar karena setiap pulau yang ada di wilayah Negara Indonesia didiami oleh penduduk-penduduk lokal dengan berbagai jenis adat-istiadat yang kaya akan nilai dan filosofi kehidupan. Ada banyak sumber yang memberikan informasi tentang jumlah suku yang ada di Indonesia. Badan Pusat Statistik pada tahun 2010 (Welianto, 2020) menyebutkan terdapat 1.340 suku bangsa yang ada di Indonesia. Sedangkan Presiden ke-7 Republik Indonesia Ir. Joko Widodo juga pernah menyebutkan bahwa Indonesia terdiri atas 714 suku dengan 1.001 bahasa daerah yang berbeda (Azanella, Tamtono, dan Velarosdela, 2019). Fakta-fakta

tersebut merupakan bukti nyata bahwa Indonesia merupakan rumah kediaman bagi beragam suku bangsa. Tentu saja dengan adanya ribuan suku bangsa yang mendiami wilayah Indonesia menunjukkan keberadaan ribuan adat-istiadat yang ada di Indonesia.

Salah satu wilayah yang memiliki kekayaan budaya adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Provinsi NTT merupakan provinsi yang terletak di bagian tenggara Indonesia dengan Kupang sebagai Ibu Kotanya. Provinsi ini terdiri atas beberapa pulau yaitu Flores, Sumba, Timor, Alor, Lembata, Rote, Sabu, Adonara, Solor, Komodo, dan Palue (Indonesia.go.id, 2020). Dengan jumlah pulau sebanyak itu tentu saja provinsi NTT memiliki jumlah suku yang banyak dengan kekayaan budaya yang kaya pula. Dalam laman berita online Nawacitalib.com (2020) disebutkan bahwa NTT memiliki 50 jenis busana adat, 18 suku bangsa, 69 bahasa daerah, dan ribuan motif tenun. Ini menunjukkan bahwa NTT benar-benar memiliki kekayaan budaya yang besar.

Daerah yang cukup menarik di wilayah NTT adalah wilayah Bajawa. Bajawa dikenal oleh masyarakat luas sebagai salah satu penghasil kopi arabika kualitas premium yang ada di Indonesia. Sehingga banyak wisatawan asing maupun lokal yang tertarik datang ke Bajawa sekedar mencicipi segelas Kopi Arabika Bajawa. Namun, daya tarik Bajawa tidak hanya terletak pada Kopinya saja. Wilayah Bajawa juga dikenal dengan daya tarik budayanya. Salah satu situs budaya yang paling dikenal adalah Kampung Adat Bena. Jika mengunjungi situs adat ini, maka para wisatawan akan disuguhkan pemandangan jejeran rumah tradisional yang masih mempertahankan model arsitekturnya. Selain itu, para wisatawan juga dapat menjumpai para penenun kain adat dengan beragam motif dan warna serta beberapa situs-situs megalitikum. Tidak hanya itu, Bajawa Masih menyimpan objek wisata lain seperti Situs Pemandian Air Panas So'a dan juga Air Terjun Ogi.

Namun, dari sekian banyaknya situs dan objek wisata yang ada di Bajawa terdapat situs adat yang cukup mudah ditemui disetiap perkampungan yang ada di wilayah Bajawa. Situs tersebut adalah Ngadu dan Bhaga. Simbol ini merupakan lambang dari nenek moyang para penduduk di Bajawa. Bangunan Ngadu merupakan simbol leluhur laki-laki dan biasanya terletak

didepan setiap rumah adat. Bentuk Ngadu berupa tiang tunggal dengan atap tang terbuat dari ijuk menyerupai sebuah payung. Sedangkan Bhaga merupakan simbol leluhur perempuan yang bentuknya menyerupai sebuah pondok kecil (Primadia, 2015). Ngadu dan Bhaga merupakan situs adat yang unik kendati cukup mudah ditemui di setiap perkampungan yang ada di Bajawa. Walaupun demikian Ngadu dan Bhaga tetap menjadi sebuah daya tarik jika dibandingkan dengan daerah-daerah lain yang ada di NTT.



Foto sepasang Ngadu dan Bhaga (Sumber: manfrombajawaflores.blogspot.com)

Sayangnya situs Ngadu dan Bhaga yang ada di beberapa perkampungan tidak ditonjolkan sebagai sebuah daya tarik wisata. Sebagai contoh di wilayah Golewa Barat, penulis menemui situs Ngadu dan Bhaga yang terdapat di kampung Mangulewa, Rakalaba, dan Bopoma berada dalam kondisi yang kurang terawat. Atap Bhaga yang terbuat dari alang-alang telah terkikis sedikit demi sedikit. Hal serupa juga terjadi pada atap Ngadu yang terbuat dari ijuk. Beberapa Bhaga ditemui dalam keadaan berlubang dikarenakan kayu yang menjadi dinding Bhaga telah lapuk atau rusak akibat ulah anak-anak yang bermain di sekitar situs Ngadu dan Bhaga. Keadaan kian memilukan ketika melihat halaman sekitar situs yang kotor dan ditumbuhi

berbagai jenis rumput liar. Dengan adanya kenyataan tersebut sulit bagi setiap orang yang melihat situs Ngadu dan Bhaga tersebut sebagai sebuah objek wisata yang memiliki daya tarik. Padahal, keunikan situs adat Ngadu dan Bhaga dapat menjadi potensi wisata yang cukup menjanjikan.

Potensi wisata (Mariotti dalam Yoeti, 1983: 160-162) adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Sedangkan Sukardi (1998:67) mendefinisikan potensi wisata sebagai segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri wisata di daerah tersebut. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa potensi wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh sebuah objek wisata yang berguna untuk menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk melakukan kunjungan di daerah tersebut. Berkaitan dengan situs Ngadu dan Bhaga maka dalam penelitian ini akan berfokus pada potensi kebudayaan. Potensi kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia berupa adat-istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah nenek moyang berupa bangunan, monument, dan lain-lain.

Berdasarkan pemaparan di atas penulis ingin membahas situs Ngadu dan Bhaga sebagai sebuah daya tarik wisata. Tujuan dari pada tulisan ini adalah menganalisis potensi situs Ngadu dan Bhaga sebagai sebuah objek wisata budaya di NTT.

Pariwisata

Menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang ini. Sedangkan menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Menurut Instruksi Presiden No.19 Tahun 1969 kepariwisataan merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah, dan iklim yang nyaman.

Beberapa pakar pun turut memberikan definisi pariwisata. Seperti Schulalard (1910) yang mendefinisikan kepariwisataan merupakan sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing dalam suatu Kota, daerah, atau negara. Selain itu, Freuler mendefinisikan pariwisata dalam arti modern merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan kecintaan yang disebabkan oleh pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat (Suwena, 2017). Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah segala bentuk aktifitas mengunjungi suatu daerah yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu dengan berbagai macam tujuan seperti rekreasi, perjalanan usaha, atau pun kegiatan-kegiatan lainnya.

Pariwisata memiliki beberapa jenis dan macam. Jenis dan macam pariwisata menurut Suwena (2017) adalah sebagai berikut:

1. Menurut letak geografis

Menurut letak geografisnya pariwisata dibagi menjadi Pariwisata lokal, Pariwisata regional, Pariwisata nasional, Pariwisata regional-internasional dan Pariwisata internasional.

2. Menurut alasan tujuan perjalanan

Menurut alasan tujuan perjalanan maka pariwisata dibedakan menjadi *Business Tourism*, *Vacational Tourism*, *Educational Tourism*, *Familiarization Tourism*, *Scientific Tourism*, *Special Mission Tourism* dan *Hunting Tourism*.

3. Menurut Objeknya

Menurut objeknya maka pariwisata dapat dibedakan menjadi *Cultural Tourism*, *Recuprational Tourism*, *Commercial Tourism*, *Sport Tourism*, *Political Tourism*, *Social Tourism*, *Religion Tourism* dan *Marine Tourism*.

Pariwisata juga memiliki produk yang disebut sebagai produk pariwisata. Menurut Suswantoro (2007) produk pariwisata merupakan total pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempatnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali ke rumah dimana ia berangkat semula.

Sementara menurut Yoeti (2008) produk pariwisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri dari tiga bagian antara lain :

1. Atraksi Wisata

Menurut Yoeti (2008) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang ingin berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata. Atraksi dapat dibedakan menjadi *site attraction* (tempat yang menarik, tempat dengan iklim yang nyaman, pemandangan yang indah, dan tempat bersejarah) dan *event attraction* (tempat yang berkaitan dengan pariwisata, misalnya konferensi, pameran peristiwa olahraga, festival, dan lain-lain).

2. Fasilitas dalam obyek wisata

Yoeti (2008) berpendapat bahwa wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya.

3. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini menjadi penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas, semakin mudah untuk dijangkau, dan semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung (Susantono, 2004).

Potensi Wisata

Yoeti (2008) menjelaskan bahwa potensi pariwisata adalah sesuatu yang dimiliki oleh suatu wisata yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan dan dimiliki oleh setiap tempat wisata. Potensi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau berkunjung ke tempat tersebut. Wardana (2017) juga mengungkapkan pengertian yang sama mengenai potensi pariwisata, sebagai segala yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata

di daerah tersebut, jadi yang dimaksud dengan potensi pariwisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata. Potensi wisata menurut Soekadijo (1996) dibagi menjadi 3 macam yaitu sebagai berikut:

1. Potensi Wisata Alam

Potensi wisata alam adalah keadaan, jenis flora dan fauna suatu daerah, bentang alam seperti pantai, hutan, pegunungan, dan lain-lain (keadaan fisik suatu daerah).

2. Potensi Wisata Kebudayaan

Potensi wisata kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia baik berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, dan peninggalan sejarah berupa bangunan.

3. Potensi Wisata Buatan Manusia

Potensi wisata buatan manusia juga sebagai daya tarik wisata berupa pementasan tarian, pementasan atau pertunjukan seni budaya suatu daerah.

Kondisi Objek Penelitian

Dalam pembahasan ini, penulis melakukan observasi dan penelitian di Kematan Golewa Barat tepat di tiga desa yang memiliki situs Ngadu dan Bhaga yaitu Bopoma, Mangulewa dan Rakalaba. Ketiga desa tersebut dipilih karena memiliki situs Ngadu dan Bhaga yang banyak dan memiliki potensi untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata di wilayah pedesaan. Jumlah Ngadu dan Bhaga yang didirikan juga cukup banyak sehingga membentuk sebaris situs budaya yang unik. Selain itu, disekitar situs Ngadu dan Bhaga terdapat rumah-rumah penduduk sehingga dapat dibayangkan perjalanan hidup masyarakat sejak zaman nenek moyang hingga ke zaman modern.

Sayangnya, dalam observasi yang dilakukan penulis pada tiga desa tersebut, ditemukan situs Ngadu dan Bhaga yang berada dalam kondisi yang kurang terawat. Penulis mencatat beberapa kerusakan pada situs Ngadu maupun Bhaga seperti kerusakan atap jerami, kerusakan papan, kaki Bhaga yang patah, kerusakan pada atap ijuk, serta beberapa kerusakan yang disebabkan oleh menuanya kayu atau dimakan serangga.

Kondisi ini membuat penulis mengambil kesimpulan bahwa terdapat indikasi masyarakat mengabaikan atau lalai dalam melakukan perawatan situs Ngadu dan Bhaga yang ada di tiga

desa tersebut. Penulis secara acak menanyai warga disekitar situs dan mendapatkan temuan bahwa perawatan Ngadu dan Bhaga sejatinya dilakukan oleh keluarga pemilik atau suku pemilik Ngadu dan Bhaga (Sepasang Ngadu dan Bhaga mewakili satu suku/satu keluarga besar). Hal inilah yang menyebabkan warga sekitar terkesan tidak merawat situs Ngadu dan Bhaga di desa mereka. Warga cenderung tidak peduli pada kondisi Ngadu dan Bhaga karena warga merasa tidak memiliki dan tidak bertanggung jawab atas Ngadu dan Bhaga tersebut.

Kondisi ini tentu sangat miris sebab penulis menilai jika situs Ngadu dan Bhaga tersebut dikelola dengan baik maka dapat dijadikan objek wisata baru berbasis pedesaan. Untuk itu, penulis melakukan analisis SWOT guna mengeskplorasi potensi Ngadu dan Bhaga serta mencarikan strategi dan solusi untuk masa yang akan datang. Guna mendapatkan data dan informasi yang mencukupi, penulis mewawancarai Camat Golewa Barat, Lurah Mangulewa, Kepala Desa Rakalaba, Tokoh Adat Bopoma, Tokoh Adat Mangulewa, dan Tokoh Adat Rakalaba.

Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*)

Untk melakukan analisis SWOT maka ditentukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dari pada objek yang diteliti. Setelah mengurutkan faktor internal dan eksternal dari objek penelitian maka disusun tabel IFAS dan EFAS sebagai berikut ini:

Tabel 9.1 IFAS

FAKTOR INTERNAL Rata-rata		BOBOT	RATING	NILAI
		Rata-rata	Rata-rata	
Kekuatan	Unik dan hanya ada di daerah Ngada	0.171	4.3	0.737
	Memiliki nilai sejarah dan budaya yang kuat	0.160	3.9	0.623
	Objek wisata yang dapat dinikmati dengan harga terjangkau	0.151	3.9	0.585
	Memiliki nilai edukasi	0.171	3.9	0.664

Kelemahan	Banyak kerusakan pada situs Ngadu dan Bhaga	0.150	1.2	0.175
	Rendahnya perhatian masyarakat	0.142	1.7	0.247
	Pemerintah desa yang tidak responsif	0.113	1.4	0.163
	Kotor dan tidak terawat	0.141	1.0	0.144
Total				3.338

Tabel 9.2 EFAS

FAKTOR EKSTERNAL		BOBOT Rata-rata	RATING	NILAI
Rata-rata			Rata-rata	
Peluang	Banyak wisatawan yang tertarik	0.146	4.5	0.657
	Nama Bajawa semakin dikenal wisatawan	0.124	4.1	0.508
	Sektor Pariwisata sedang menjadi perhatian pemerintah pusat	0.119	4.1	0.484
	Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi	0.128	4.7	0.596
Ancaman	Pengrusakan situs	0.154	1.5	0.231
	Cuaca ekstrim atau bencana alam	0.113	1.7	0.188
	Mahalnya biaya perawatan dan pemeliharaan situs	0.108	2.2	0.234
	Menurunnya minat kaum muda pada nilai-nilai tradisi	0.109	2.0	0.217
Total				3.115

Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS di atas dapat dilihat bobot dan rating dari faktor eksternal dan faktor internal objek penelitian yaitu situs Ngadu dan Bhaga. Merujuk pada tabel 1 berupa tabel IFAS dapat dilihat bahwa terdapat empat kekuatan dan empat kelemahan dari pada situs Ngadu dan Bhaga. Sedangkan pada tabel 2 berupa tabel EFAS terdapat empat peluang dan empat ancaman.

Berdasarkan tabel 1 IFAS, baik kekuatan maupun kelemahan, memiliki bobot berkisar 0,11-0,20, rating kekuatan berkisar 3-4, dan rating kelemahan 1-2 yang dapat diartikan bahwa situs Ngadu dan Bhaga dalam penelitian ini memiliki kekuatan dan kelemahan yang sangat besar. Situs Ngadu dan Bhaga merupakan situs budaya yang unik, bernilai sejarah dan budaya, dapat dinikmati siapa saja, dan memiliki nilai esukasi yang baik. Sayangnya kekuatan itu menjadi tidak terlalu nampak karena kelemahan yang dimiliki situs Ngadu dan Bhaga berupa kerusakan situs, rendahnya perhatian warga, pemerintah desa yang tidak responsif dan daerah sekitar situs yang kotor juga sangat besar.

Dari sisi pengaruh eksternal yang terpapar pada tabel EFAS, terdapat empat peluang besar berupa ketertarikan wisatawan pada situs, Bajawa semakin dikenal wisatawan, perhatian pemerintah pusat pada sektor pariwisata dan berkembangnya teknologi informasi dan transportasi. Hasil analisis data primer menunjukkan keempat peluang tersebut memiliki bobot berkisar 0,11-0,20 dan rating berkisar 3-4 yang menunjukkan peluang yang sangatlah besar. Namun, peluang tersebut juga disertai ancaman yang besar pula. Ancaman tersebut adalah pengrusakan situs Ngadu dan Bhaga, cuaca ekstrim atau bencana, mahalnya biaya perawatan situs, dan menurunnya minat kaum muda pada nilai-nilai budaya. Hasil analisa data primer menunjukkan ancaman pada situs Ngadu dan Bhaga memiliki bobot berkisar 0,11-0,20 dan rating berkisar 1-2. Ini menunjukkan bahwa ancaman pada situs Ngadu dan Bhaga merupakan ancaman yang serius dan perlu diatasi.

Melihat besarnya kekuatan dan peluang yang dimiliki serta mempertimbangkan kelemahan dan ancaman yang serius maka peneliti merumuskan beberapa strategi yang formulasikan bersarkan analisis IFAS dan IFAS sebelumnya. Beberapa strategi ini disusun dalam sebuah matix bernama Matrix SWOT sebagai berikut ini:

Tabel 9.3 Matrix SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Strength:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unik dan hanya ada di daerah Ngada • Memiliki nilai sejarah dan budaya yang kuat • Objek wisata yang dapat dinikmati dengan harga terjangkau • Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi 	<p style="text-align: center;">Weakness:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak kerusakan pada situs Ngadu dan Bhaga • Rendahnya perhatian masyarakat • Pemerintah desa yang tidak responsive • Kotor dan tidak terawat
<p style="text-align: center;">Opportunities:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak wisatawan yang tertarik • Nama Bajawa semakin dikenal wisatawan • Sektor Pariwisata sedang menjadi perhatian pemerintah pusat • Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan strategi promosi wisata • Membuat kebijakan yang menjadikan situs Ngadu dan Bhaga sebagai ibjek wisata tujuan daerah • Meningkatkan kualitas teknologi komunikasi dan transportasi demi menunjang konerktivitas menuju objek wisata 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki situs Ngadu dan Bhaga yang rusak • Mengkampa-nyekan cinta situs warisan budaya bada masyarakat • Mendesak pemerintah desa untuk lebih responsif pada perawatan situs Ngadu dan Bhaga • Menerapkan kebijakan perawatan dan mengajak warga untuk turut menjaga kebersihan sekitar situs

Threats:	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> • Pengrusakan situs • Cuaca ekstrim atau bencana alam • Mahalnya biaya perawatan dan pemeliharaan situs • Menurunnya minat kaum muda pada nilai-nilai tradisi 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan keamanan sekitar situs Ngadu dan Bhaga • Melakukan perawatan dan tindakan antisipasi terhadap perubahan cuaca • Mengevaluasi biaya perawatan dan melakukan pendekatan dengan suku/keluarga terkait • Mengedukasi kaum muda tentang pelestarian situs budaya 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah setempat dan warga bersama-sama menjaga situs dari para perusak • Membangun kesadaran akan pentingnya situs budaya bagi generasi masa depan • Berkerjasama untuk selalu membersihkan lingkungan sekitar situs • Merapikan lingkungan sekitar situs

Selain strategi-strategi di atas masih dapat diusulkan strategi lain yang dapat dilakukan guna memanfaatkan potensi situs Ngadu dan Bhaga sebagai onjek wisata budaya yaitu dengan pencocokan mtarik internal dan ekstrenal (Matrix IE). Matrik ini didasarkan pada dua dimensi kunci. IFAS pada sumbu X dan EFAS pada sumbu Y. Untuk sumbu X skor ada tiga yaitu:

1. Skor 4,0-3,0 : posisi internal kuat
2. Skor 2,99-2,0 : posisi internal rata-rata
3. Skor 1,99-1,0 : posisi internal lemah

Untuk sumbu Y dengan cara yang sama, yaitu:

1. Skor 4,0-3,0 : posisi eksternal kuat
2. Skor 2,99-2,0 : posisi eksternal rata-rata
3. Skor 1,99-1,0 : posisi eksternal lemah

Matrik IE dibagi menjadi 3 bagian utama yang mempunyai dampak strategi berbeda. Divisi I, II, atau IV dapat disebut tumbuh atau bina, strategi yang cocok adalah strategi insentif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Divisi III, V, atau VII dapat

menggunakan strategi pertahanan dan pemeliharaan. Penetrasi pasar dan pengembangan produk dapat digunakan juga untuk divisi ini. Divisi yang masuk kedalam sel VI, VIII, atau IX adalah panen atau devestasi.

Berdasarkan perhitungan IFAS dan EFAS sebelumnya, diketahui situs Ngadu dan Bhaga memiliki nilai total **3.338** pada faktor internal dan nilai total **3.115** pada faktor eksternal. Maka matrik IE-nya adalah sebagai berikut:

Tabel 9.4 Matrix IE

		Total nilai IFAS		
		4,0	3,0	2,0
Total nilai EFAS	4,0	Sel I	Sel II	Sel III
	3,0	Sel IV	Sel V	Sel VI
	2,0	Sel VII	Sel VIII	Sel IX
		1,0		

Berdasarkan matrik IE di atas maka dapat dikatakan bahwa situs Ngadu dan Bhaga berada pada posisi sel I. Ini berarti Ngadu dan Bhaga dapat disebut tumbuh atau bina, strategi yang cocok adalah strategi insentif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Kesimpulan

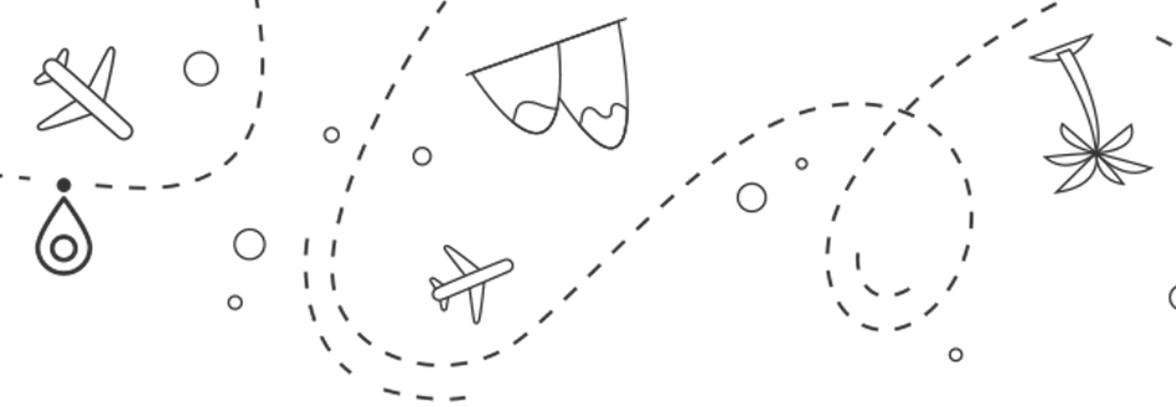
Situs budaya Ngadu dan Bhaga merupakan situs budaya yang meiliki potesni sebagai objek wisata. Hal itu tidak terlepas dari keunikan yang dimiliki situs Ngadu dan Bhagha serta unsur sejarah dan budaya yang melakat didalamnya. Sayangnya potensi ini masih terhalang beberapa kelemahan seperti

kerusakan dan kondisi situs beserta lingkungannya yang tidak terawat dengan baik. Hal ini diperparah dengan ketidakpedulian masyarakat dan pemerintah desa. Oleh sebab itu diperlukan kebijakan nyata yang dapat membuat situs Ngadu dan Bhaga sebagai objek wisata yang menarik minat wisatawan. Strategi yang cocok adalah strategi insentif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Referensi:

- Azanella, Luthfia Ayu, Akbar Bayu Tamtomo dan Rindi Nuris Velarodela. (2019). Cek Fakta: Jokowi Sebut Ada 714 Suku dan 1001 Bahasa di Indonesia. <https://nasional.kompas.com/read/2019/03/30/21441421/cek-fakta-jokowi-sebut-ada-714-suku-dan-1001-bahasa-di-indonesia> diakses pada 6 Juli 2021.
- Nawacitalib.com. (2020). Kekayaan Budaya di Nusa Tenggara Timur (NTT). <https://nawacitalib.com/2020/08/08/kekayaan-budaya-di-nusa-tenggara-timur-ntt/> diakses pada 6 Juli 2021.
- Pemerintah Republik Indonesia. (1969). Keputusan Presiden (KEPPRES) tentang Komando Operasi Pemulihan Keamanan Dan Ketertiban.
- Pemerintah Republik Indonesia. (1990). Undang-Undang tentang Kepariwisata. Lembaran Negara No. 78 Tahun 1990. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang tentang Kepariwisata. Lembaran Negara No. 11 Tahun 2009. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Schulalard, Herman. (1910). Penertian Pariwisata. <http://repository.usu.ac./bitstream/123456789/17052/3/Chapter2001.pdf>
- Sukardi, Nyoman. (1998). Pengantar Pariwisata. STP Nusa Dua Bali.
- Susantono, Bambang. 2014. Revolusi Transportasi. Jakarta : Kompas Gramedia.
- Suswanto. (2007). Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi
- Suwena, Widyatmaja. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Penerbit Pustaka Larasan, Bali.

- Welianto, Ari. (2020). Daftar Suku Bangsa di Indonesia. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/04/210000869/daftar-suku-bangsa-di-indonesia?page=all> diakses pada 6 Juli 2021.
- Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya. Paramita: Jakarta
- Yoeti, Oka A. 1983. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa. Yoeti, Oka A. 2008. Perencanaan & Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita



BAB X

PARIWISATA SAAT INI DAN PROSPEK KE DEPAN

Clarce Sarliana Maak

Potensi wisata merupakan hal yang menarik untuk dikaji dan tuangkan dalam sebuah tulisan terutama pada artikel ini. Berbicara mengenai potensi wisata tentunya tidak lepas dari anugerah yang diberikan Yang Maha Kuasa kepada Negara yang saya tinggali yaitu Indonesia yakni Negara yang kaya akan potensi terutama mengenai segala unsur kepariwisataan dan budayanya. Saya tinggal di Provinsi Nusa Tenggara Timur, Provinsi paling Selatan Indonesia yang merupakan salah satu Provinsi yang dikenal sebagai Provinsi Kepulauan dengan jumlah pulau 1.192 (pulau besar dan kecil). Selain kaya akan pulau-pulau, terdapat juga kekayaan alam, kekayaan budaya yang cukup potensial untuk dikembangkan di Nusa Tenggara Timur. Namun, apakah kekayaan tersebut sudah dapat dikelola dengan maksimal? Kemudian, strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengembangkannya? Tentunya ini menjadi pertanyaan yang muncul dalam benak saya pribadi.

Sejauh ini, pemerintah pusat telah menetapkan Provinsi Nusa Tenggara Timur menjadi salah satu daerah unggulan pariwisata di Kawasan Timur Indonesia mulai Tahun 2007, yang mana bertujuan menjadikannya sebagai gerbang Asia-Pasifik berbasis pariwisata, seni dan budaya yang spesifik, dengan kekayaan dan keindahan alamnya baik Flora maupun Faunanya yang beragam dan langka. Keadaan alam yang asri, cuaca yang sejuk, makanan Khasnya, Bahasa dan Logat, serta kebudayaan yang beragam di Nusa Tenggara Timur memang sudah sepatutnya dijadikan aset utama yang perlu dikembangkan dan dibanggakan oleh pemerintah dan warga lokal di NTT. Simbol adat istiadat atau tradisi lokal yang masih kental akan budaya yang dimiliki oleh masyarakat meliputi tradisi atau tatacara yang telah diwariskan secara turun temurun. Tradisi-tradisi yang dilakukan melalui festival-festival budaya dapat menjadi penarik datangnya banyak wisatawan untuk berkunjung baik dari dalam negeri maupun mancanegara yang penasaran dan ingin tahu mengenai sejarah, keunikan dan kenampakan budaya di Nusa Tenggara Timur.

Pengalaman berbudaya yang mengingatkan saya ketika saya menjadi mahasiswa rantau di Pulau Jawa, dimana kita orang NTT akan langsung dikenali sebagai orang NTT hanya dari perawakan, logat atau bahasa kita, sarung yang kita pakai, tarian yang ditampilkan saat acara kampus, makanan khas NTT yang bahkan juga digemari oleh orang luar NTT dimana hanya dengan sebutan *Se'i* atau Bose saja orang sudah tau bahwa itu dari NTT, dan yang paling membanggakan adalah ketika teman-teman luar NTT mengatakan bahwa mereka mempunyai mimpi untuk pergi ke NTT karena disana banyak sekali Surga tersembunyi. Fakta menarik dari beberapa potensi wisata yang saya pernah kunjungi dan dapati dalam beberapa waktu yaitu, masih sangat banyak tempat indah yang bahkan belum terjamah, belum viral, belum diketahui, dan belum disadari oleh para penikmat keindahan diluar sana.

Pada artikel sebelumnya pembaca sudah membaca bagaimana menariknya Pantai Namosain di Kota Kupang, Pantai Sulamanda dan Wisata Alam Gua Kristal di Kabupaten Kupang, Pantai Ina Burak di Adonara, Objek Wisata Rumah Adat Ruteng Pu'u di Kabupaten Manggarai dan Budaya Tarian Tebe Mau Sali Kabupaten Malaka. Potensi yang dijumpai berupa keindahan

pemandangan dan panorama, bongkahan bebatuan alam yang terbentuk dari jutaan tahun yang lalu, dan aset bangunan tradisional yang unik serta budaya tarian dari masyarakat adat. Beberapa kendala yang dijumpai dan diamati sejauh ini dimana pariwisata dan kebudayaan tersebut semestinya dapat dikembangkan lebih baik, namun kenyataannya masih dijumpai dikelola sendiri oleh perseorangan maupun sejumlah kelompok masyarakat. Akses jalan yang belum memadai dan fasilitas pendukung yang minim menjadikan potensi tersebut belum dikelola maksimal dan perlu diperhatikan. Permasalahan lain yang sering ditemui dalam pengembangan potensi pariwisata, meliputi: Sumber daya pengelola yang terbatas dapat dilihat pada tingkat pendidikannya baik itu perseorangan maupun kelompok yang mengelola tempat wisata; Sarana pendukung yang terbatas bahkan tidak ada seperti: tempat makan/warung, toilet, penginapan bahkan jaringan telekomunikasi sebagai salah satu sarana untuk membantu pengunjung dalam mengabadikan dan mempromosikan tempat yang dikunjunginya.

Melalui strategi pengembangan potensi dapat menuangkan aksi-aksi untuk mencapai tujuan (goal) dan dapat menyesuaikan sumber daya dan peluang. Selanjutnya, perumusan strategi melalui pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, dan penetapan pedoman kebijakan. Untuk itu, memerlukan dukungan penuh dari Pemerintah Nusa Tenggara Timur maupun Pemerintah Kabupaten/Kota melalui rencana kerja dinas dan instansi untuk mengelola potensi wisata, melakukan promosi objek wisata melalui media massa (media cetak maupun media elektronik), dukungan melalui pendanaan, serta penataan obyek dan pelatihan bagi masyarakat sekitar objek wisata untuk menarik pengunjung untuk berkunjung. Harapan kedepan, bahwa potensi wisata dan kebudayaan yang ada dapat menjadikan Provinsi Nusa Tenggara Timur menjadi salah satu daerah yang dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri maupun mancanegara.



ANALISIS POTENSI PARIWISATA DI NUSA TENGGARA TIMUR

Seri Buku
Kasus-Kasus
Manajemen 3



Berbicara tentang kekayaan Indonesia tentu tidak akan ada habisnya. Sebagai Negara yang terdiri atas bergai pulau, Indonesia diberkati dengan aneka keberagaman alam yang indah serta budaya yang unik dan has. Keunikan alam dan kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia tersebut mengundang banyak wisatwan dan tidak sedikit dari mereka yang berdecak kaum dengan kekayaan alam dan budaya Indonesia. Pemerintah pun merespon cepat dengan menggalakan promosi wisata Indonesia ke berbagai Negara sahabat. Alhasil sektor pariwisata kini menjelma sebagai sektor penting yang menyokong perekonomian nasional Negara Indonesia dan turut berkontribusi dalam pemerataan kesejahteraan rakyat Indonesia.

Sadar akan pentingnya sektor pariwisata dalam menjaga kemaslatan banyak orang, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana kembali menghadirkan buku yang membahas berbagai fenomena dan tema menarik yang kali ini terkonsentrasi pada sektor pariwisata. Kehadiran buku ini tidak serta merta sebagai publikasi ilmiah saja tetapi juga sebuah kesempatan untuk membagikan pengetahuan kepada banyak orang tetnang pentingnya pengelolaan sektor wisata termasuk sektor wisata yang ada di Nusa Tenggara Timur. Dalam buku ini, terdapat tulisan yang memuat strategi pengembangan dan pengelolaan sektor wisata di Nusa Tenggara Timur hingga opini-opini kritis mahasiswa dalam melihat potensi wisata yang ada di daerah-daerah wilayah provinsi Nusa Tenggara Timur. Semoga buku ini dapat menjadi sumber ilmu bermanfaat dan diharapkan para pembaca dapat memberikan opini kritis tentang buku ini guna menyempurnakan terbitan-terbitan lain dimasa mendatang.