

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR TERJUN TUMPANG DUA DI KABUPATEN KOTABARU KALIMANTAN SELATAN

Rika Sylvia
Politeknik Kotabaru

ABSTRACT

Kotabaru District is one part of South Kalimantan Province, which has an area of 9422.46 km² (more than ¼ Kalimantan) and consists of one large and 110 small islands and coastal Length 825 Km. Where there are 12 natural attractions that exist in Kotabaru district, one of which is Air Terjun Tumpang Dua are located in the village of Sebelimbingan District of North Sea Island. So that the potential of tourism in this area is very potential to be developed to the fullest, because tourism is part of economic activity. The purpose of this study is to analyze the development of appropriate strategies to be applied in tourism in Air Terjun Tumpang Dua of Kotabaru district, where the sampling is done accidental sampling method. Based on the results of alternative research strategies that will be used is to improve the image of tourism products in order to compete with other attractions, improving the cleanliness and maintenance of facilities that already exist, add the facility/ tourist supporting facilities are still lacking, realize the development of tourism by government, improve the environmental quality of the tourist area, and effective promotional activities.

Keyword: strategy, development, tourism

I. PENDAHULUAN

Menurut Undang Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata biasanya memberikan jasa hiburan bagi pengunjung atau mewujudkan rasa ingin tahu akan tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi, sehingga orang rela mengeluarkan uang banyak dan rela pergi ke berbagai tempat yang jauh.

Banyak negara yang bergantung besar akan industri pariwisata, yaitu sebagai sumber pajak dan pendapatan bagi perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Industri pariwisata sendiri merupakan industri yang menjanjikan tapi juga merupakan industri musiman. Ketika musim liburan tahunan tiba maka setiap tempat wisata ramai dikunjungi oleh pengunjung, namun pada saat hari lain tempat wisata menjadi sepi pengunjung. Industri pariwisata juga membuat industri-industri lain berkembang pesat seperti jasa perhotelan, barang seni khas daerah asal wisata, kuliner, dan lain sebagainya.

Dengan demikian industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata, karena dalam menjalankan perannya, industri pariwisata harus menerapkan konsep dan peraturan serta panduan yang berlaku dalam pengembangan pariwisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya bermuara pada pemberian manfaat ekonomi bagi industri pariwisata dan masyarakat lokal.

Kotabaru merupakan salah satu bagian dari Propinsi Kalimantan Selatan, yang mempunyai luas wilayah 9.422,46 km² (lebih dari ¼ Kal-Sel) dan terdiri dari 1 pulau besar dan 110 kecil serta panjang pantai 825 km. Di mana terdapat 12 obyek wisata alam yang ada

di Kabupaten Kotabaru, salah satunya adalah Air Terjun Tumpang Dua yang terletak di Desa Sebelimbing Kecamatan Pulau Laut Utara.

Dengan demikian potensi pariwisata di Kabupaten Kotabaru sangat potensial untuk dikembangkan secara maksimal, karena pariwisata merupakan bagian kegiatan ekonomi, dimana tujuan pengembangan pariwisata adalah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, baik bagi masyarakat maupun daerah. Oleh karena itu perlu adanya strategi pengembangan pariwisata agar lebih menarik bagi masyarakat yang ingin berkunjung dan berekreasi di Kabupaten Kotabaru.

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di obyek wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di obyek wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru.

II. KAJIAN LITERATUR

Pariwisata

Menurut Yoeti (2009), pariwisata merupakan benda tak berwujud yang menawarkan hiburan dan kesenangan berupa jasa. Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 2009, wisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Berkaitan dengan potensi serta kunjungan wisata, para wisatawan yang datang ke sebuah daerah tujuan wisata memiliki berbagai macam alasan untuk memutuskan memilih sebuah daerah tujuan wisatanya. Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong. Dengan adanya faktor-faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tapi belum jelas mana yang akan dituju. Menurut Gayatri dan Pitana(2005), mengemukakan berbagai faktor yang mendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, yaitu:

- a. *Escape*, yaitu ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
- b. *Relaxation*, yaitu keinginan untuk penyegaran yang jauh berhubungan dengan motivasi untuk *escape* di atas.
- c. *Play*, yaitu menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan dan melepaskan sejenak dari berbagai urusan yang serius.
- d. *Strengthening family bonds*, yaitu ingin mempererat hubungan kekerabatan antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama.
- e. *Prestige*, yaitu untuk memajukan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial.
- f. *Social Interaction*, yaitu melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
- g. *Romance*, yaitu keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis, atau untuk memenuhi kebutuhan biologisnya.

- h. *Educational opportunity*, yaitu keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain aatau daerah lain atau untuk mengetahui kebudayaan etnis lain.
- i. *Self-fulfilment*, yaitu keinginan untuk menemukan diri sendiri, karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
- j. *Wish-fulfilment*, yaitu keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama dicita-citakan, sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan wisata.

Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu (Wikipedia). Sedangkan menurut Glueck dalam Amirullah dan Cantika (2001) strategi adalah sebagai sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang di rancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana perusahaan yang disusun untuk mencapai tujuan perusahaan.

Analisis SWOT

Rangkuti (2005) mendefinisikan analisis SWOT merupakan suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini membandingkan antara faktor internal (*Strength* dan *Weakness*) dengan faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*). Alat yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor strategis suatu organisasi adalah melalui matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrck ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Tabel 1.
Diagram Matrik SWOT

Faktor Internal	STRENGHT (S)	WEAKNESS (W)
Faktor Eksternal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif secara kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subyek atau obyek penelitian (Sanusi, 2011). Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam atau mengandung makna (Sugiyono, 2012). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder dengan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu menggunakan metode wawancara serta dokumentasi.

Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini diambil melalui metode *accidental sampling*, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti langsung dapat digunakan sebagai sampel dengan pertimbangan kecocokan atau kualifikasi sesuai dengan karakteristik sumber data penelitian. Sampel penelitian berjumlah 10 orang yang berasal dari para wisatawan, pegawai dinas pariwisata Kotabangun, dan masyarakat sekitar obyek wisata Air Terjun Tumpang Dua.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan SWOT yaitu menganalisis faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman serta faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kemudian faktor-faktor yang teridentifikasi tersebut disusun dalam suatu matriks internal dan eksternal. Matriks ini bertujuan untuk memperoleh strategi bisnis yang lebih detail, parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Obyek Penelitian

Wisata Air terjun Tumpang Dua yang terletak di Desa Sebelimbingan Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru Propinsi Kalimantan Selatan sekitar 14 km dari pusat kota merupakan kawasan yang cukup indah dengan kesejukan air pegunungannya. Wisata ini diresmikan pada tahun 2005 oleh Bupati Kotabar pada saat itu. Keberadaan fasilitas umum menjadi lebih penting keberadaannya jika berada di suatu tempat destinasi pariwisata. Tanpa adanya fasilitas-fasilitas yang mendukung, kegiatan wisata Air Terjun Tumpang Dua sangat sulit untuk dapat berjalan. Fasilitas yang ada di wisata Air Terjun Tumpang Dua adalah sarana penunjang wisatawan untuk dapat menciptakan rasa kenyamanan dalam mengunjungi obyek pariwisata, adapun berbagai fasilitas yang ada di obyek wisata tersebut, seperti balai pertemuan, Taman Tirta, Kedai Makanan dan minuman, lapangan gokart dan lapangan sirkuit, panggung terbuka, mushalla, tempat parkir.

Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi penelitian, peneliti menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis data. Berikut hasil analisis yang dilakukan berdasarkan factor-faktor yang ada dalam matrik SWOT:

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan di obyek wisata Air Terjun Tumpang Dua. Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang dan ancaman untuk menarik wisatawan di obyek wisata Air Terjun Tumpang Dua. Analisis eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dilakukan untuk mengetahui posisi daerah dalam berhadapan dengan lingkungan eksternalnya.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai rincian dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada wisata Air Terjun Tumpang Dua:

Faktor Internal

- Kekuatan yang terdiri dari (1) keindahan pemandangan alam dan udara yang sejuk; (2) Kualitas jalan yang baik untuk menuju obyek wisata
- Kelemahan yang terdiri dari (1) Kebersihan yang tidak terjaga; (2) Fasilitas pendukung wisata yang minim; (3) kurangnya perawatan terhadap fasilitas yang sudah ada; (4) Promosi yang tidak efektif.

Faktor Eksternal

- Peluang yang terdiri dari (1) Obyek wisata yang terletak di Ibukota Kabupaten Kotabangun; (2) Perencanaan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah
- Ancaman yang terdiri dari (1) potensi terjadinya bencana alam seperti banjir, longsoang dan bencana lainnya; (2) keunikan obyek wisata lain yang dapat lebih menarik wisatawan.

Tabel 2. Matrik SWOT Wisata Air Terjun Tumpang Dua

Faktor Internal	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	<ul style="list-style-type: none"> - Keindahan pemandangan alam dan udara yang sejuk. - Kualitas jalan yang baik untuk menuju obyek wisata 	<ul style="list-style-type: none"> - Kebersihan yang belum terjaga - Fasilitas pendukung wisata yang masih minim - Perawatan terhadap fasilitas yang sudah ada masih kurang - Promosi obyek wisata yang belum efektif
Faktor Eksternal		<ul style="list-style-type: none"> - Tidak adanya toko souvenir.

<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obyek wisata yang terletak di ibukota kabupaten - Perencanaan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan citra produk obyek wisata agar dapat bersaing dengan obyek wisata yang lain. - Merealisasikan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah. - Menjaga dan memelihara kelestarian obyek wisata 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kebersihan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas yang sudah ada. - Menambah fasilitas/ sarana pendukung wisata yang masih kurang. - Melakukan promosi secara terus menerus baik melalui internet, media cetak, media elektronik, dan pameran.
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terjadinya bencana alam, seperti banjir - Diperlukan keunikan untuk membedakan dengan obyek wisata yang lain 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan evaluasi dalam memasarkan obyek wisata. - Meningkatkan kualitas lingkungan kawasan wisata 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan kegiatan promosi yang efektif. - Meningkatkan keanekaragaman obyek wisata.

Berdasarkan alternatif strategi yang disusun, dapat ditentukan strategi yang akan dijadikan untuk pengembangan obyek wisata Air Terjun Tumpang Dua adalah:

1. Meningkatkan citra produk obyek wisata agar dapat bersaing dengan obyek wisata yang lain.
2. Meningkatkan kebersihan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas yang sudah ada.
3. Menambah fasilitas/ sarana pendukung wisata yang masih kurang.
4. Merealisasikan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah.
5. Meningkatkan kualitas lingkungan kawasan wisata
6. Melakukan kegiatan promosi yang efektif.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Wisata Air terjun Tumpang Dua yang terletak di Desa Sebelimbing Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru Provinsi Kalimantan Selatan sekitar 14 km dari pusat kota merupakan kawasan yang cukup indah dengan kesejukan air pegunungannya.
- b. Alternatif strategi yang akan digunakan adalah meningkatkan citra produk obyek wisata agar dapat bersaing dengan obyek wisata yang lain, meningkatkan kebersihan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas yang sudah ada, menambah fasilitas/ sarana pendukung wisata yang masih kurang, merealisasikan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah, meningkatkan kualitas lingkungan kawasan wisata, dan melakukan kegiatan promosi yang efektif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

- a. Pemerintah seharusnya membenahi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan pada wisatawan, seperti toilet, tempat sampah, dan tempat parkir.
- b. Menjaga kelestarian dan kebersihan di sekitar lingkungan Wisata Air Terjun Tumpang Dua agar tercipta kesehatan dan penyelamatan lingkungan dari kerusakan-kerusakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Cantika, Sri Budi, 2001, Manajemen Strategik, Indo Cakti, Malang
- Gayatri, Putu G dan I Gde Pitana, 2005, Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem dan Dampak-Dampak Pariwisata, Andi, Yogyakarta
- Rangkuti F, 2005, Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Yoeti, Oka A., 2008, Ekonomi Pariwisata, introduksi, informasi dan implementasi, Kompas, Jakarta
- Mokhammad, Dadi Aryadi, 2013, Harian Banjarmasin Post, Tanggal 22 Juni 2013
- Sugiyono, 2012, Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Sanusi Anwar, 2011, Metodologi Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.