

Journal of Social and Economics Research

Volume 5, Issue 2, December 2023

P-ISSN: 2715-6117 E-ISSN: 2715-6966

Open Access at: <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

SWOT ANALYSIS DEVELOPMENT OF WAY BELERANG TOURISM KALIANDA LAMPUNG SELATAN

ANALISIS SWOT PENGEMBANGAN PARIWISATA WAY BELERANG KALIANDA LAMPUNG SELATAN

Novalia¹, Muhammad Yusuf², Adelina Anum³, Khairul Saleh⁴

^{1,4} Fakultas Ekonomi Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai

² Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Lampung Selatan

³ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai

E-mail: novaliaholehah@gmail.com¹, muhammadyusuf11284@gmail.com²,
adelina.saburai@gmail.com³, khairulsalehasnawi@gmail.com⁴

ARTICLE INFO

Correspondent

Adelina Anum

adelina.saburai@gmail.com

Key words:

SWOT analysis,
development, way belerang
tourism

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 2068 - 2079

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the Way Sulfur tourism development strategy in increasing tourists in the South Lampung Regency Regional Government Environment using SWOT analysis. SWOT is an abbreviation for Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. SWOT analysis is an analysis used in management and strategic planning to evaluate the situation or position of a business, project, product or other entity. The type of research used is descriptive qualitative. Qualitative research is often called the ethnographic method, phenomenological method, or impressionistic method, and other similar terms. Data collection methods in research can be secondary data and primary data. The data collection techniques used in this research are observation, documentation, questionnaires and interviews. After analyzing the data, it was found that the abscissa value (X) was 4.188 and the ordinate value (Y) was -2.021, so the value (X,Y) = ((4.188), (-2.021)). The abscissa value shows a positive value, while the ordinate value shows a negative value, so it is located in Quadrant II. The appropriate Way Sulfur Tourism development strategy is a diversification strategy or S-T strategy. In this strategy, what must be done is to use force to overcome threats.

Copyright © 2023 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Koresponden Adelina Anum adelina.saburai@gmail.com</p> <p>Kata kunci: Analisis SWOT, pengembangan, pariwisata way belerang</p> <p>Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</p> <p>Hal: 2068 - 2079</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata Way Belerang dalam meningkatkan wisatawan di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Selatan dengan menggunakan analisis SWOT. SWOT adalah singakatan dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan dalam manajemen dan perencanaan strategis untuk mengevaluasi situasi atau posisi sebuah bisnis, proyek, produk atau entitas lainnya. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif sering pula disebut metode etnografi, metode fenomenologis, atau metode impresionistik, dan istilah lain yang sejenis. Metode pengumpulan data dalam penelitian dapat berupa data sekunder dan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, dokumentasi, kuesioner dan wawancara. setelah dilakukan analisis data diperoleh bahwa nilai absis (X) sebesar 4,188 dan nilai ordinat (Y) sebesar -2,021, sehingga nilai (X,Y) = ((4,188), (-2,021)). Nilai absis menunjukkan nilai yang positif, sedangkan nilai ordinat menunjukkan nilai yang negatif, sehingga terletak pada Kudran II. Strategi pengembangan Pariwisata Way Belerang yang tepat adalah startegi diversifikasi atau strategi S-T. Pada strategi ini hal yang harus dilakukan yaitu menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.</p>

Copyright © 2023 JSER. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Provinsi Lampung terdiri dari 15 Kabupaten dan Kota, salah satu diantaranya adalah Kabupaten Lampung Selatan. Secara demografi Kabupaten Lampung Selatan sangat cocok mengembangkan pariwisata (Julianisa et al., 2022). Pemerintah mengembangkan pariwisata sebagai salah satu aset guna untuk memperoleh pendapatan daerah (Aboda et al., 2023). Penelitian yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa sektor pariwisata tidak dapat menambah pendapatan asli daerah jika belum memiliki program pengembangan dan regulasi yang mengatur sistem pengelolaan tersebut (Mayor et al., 2020). Berdasarkan info dari website Dinas Pariwisata Lampung Selatan terdapat berbagai jenis wisata yang ada di Lampung Selatan seperti wisata pantai, wisata sejarah, wisata belanja, wisata kuliner, wisata alam, wisata edukasi dan wisata terpadu.

Way Belerang merupakan salah satu wisata alam yang terdapat di Desa Buah Berak Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. Way Belerang bersumber dari air belerang yang keluar langsung dari bawah kolam, ada juga sumber air yang

mengucur langsung dari gunung Rajabasa Kalianda Lampung selatan. Berdasarkan hasil observasi fasilitas yang tersedia di Way Belerang cukup lengkap, namun kurang terawat. Fasilitas yang tersedia pada objek wisata ini terbilang lengkap dan memadai namun adanya beberapa aspek yang harus diperbaiki serta dikembangkan seperti toilet, penerangan, serta akses listrik untuk tujuan memberikan keamanan, kenyamanan, hal ini juga sebagai daya tarik bagi pengunjung. Permasalahan umum yang dihadapi terutama tentang kualitas pelayanan mulai dari kurangnya fasilitas, aktivitas ekonomi dan juga keterlibatan masyarakat dan pihak ketiga (Adityaji, 2018).

Pemandian air panas Way Belerang Kalianda dikelola oleh Pemerintah Daerah Lampung Selatan, berbagai upaya telah dilakukan guna memajukan destinasi wisata Pemandian air panas Way Belerang Kalianda, namun belum memberikan hasil yang maksimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sekretaris Desa Buah Berak, pengelolaan destinasi wisata Pemandian air panas Way Belerang Kalianda, belum melibatkan aparatur Desa Buah Berak. Pemerintah dan masyarakat harus bekerjasama dalam pengelolaan objek wisata agar memaksimalkan pendapatan asli daerahnya. Semua pihak untuk memberi perhatian yang serius terhadap pengembangan objek wisata (Barreto, 2015). Masyarakat baik di sector hulu sebagai pemegang kebijakan sampai pada di sektor hilir sebagai penyaji agar menjadi satu team yang terpadu dan solid dalam satu langkah, satu visi, satu frekwensi, satu gelombang ketika melakukan pengembangan pariwisata mulai dari perencanaan sampai pada tingkat evaluasi. Dengan demikian maka pariwisata dapat berkelanjutan.

Kajian mengenai strategi pengembangan wisata air panas sudah banyak dilakukan (Nasrullah & Dewi, 2018), (Barreto, 2015), (Ckristin & Dewantara, 2021), (Bangun, 2023) namun menghasilkan strategi yang berbeda-beda karena potensi, lokasi dan kondisi masyarakat juga berbeda-beda. Oleh karena itu guna mengembangkan objek wisata Pemandian air panas Way Belerang Kalianda, diperlukan kajian guna menentukan strategi yang tepat. Potensi yang ada di satuan kawasan wisata Lampung perlu dikembangkan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Rostiyati, 2013). Hal itu dapat ditemukan dengan melakukan analisis SWOT sehingga mampu menghasilkan strategi yang tepat untuk pengembangan pariwisata Way Belerang yang berada di Kabupaten Lampung Selatan.

SWOT adalah singakatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan dalam manajemen dan perencanaan strategis untuk mengevaluasi situasi atau posisi sebuah bisnis, proyek, produk atau entitas lainnya. Pada analisis SWOT terdapat teknik perencanaan strategis yang terbagi menjadi dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Dengan merinci faktor internal dan eksternal dapat membantu pemangku kepentingan untuk membuat keputusan strategis yang lebih baik.

Kekuatan (*strengths*) internal sebagai titik awal analisis SWOT, dapat ditemukan dengan merinci atribut positif internal yang memberikan keunggulan kompetitif. Hal ini bisa melibatkan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki dan lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Misalnya, kemampuan sumber daya manusia dalam s, teknologi yang digunakan, merek atau reputasi yang dimiliki dan aset lain yang membedakan dengan pesaingnya. Identifikasi kekuatan (*strengths*) dapat

membantu organisasi untuk bisa memahami nilai tambah yang dapat digunakan dalam mencapai strategi bisnis.

Selanjutnya, analisis yang dilakukan adalah menyoroti kelemahan (*weaknesses*) internal yang dapat menjadi hambatan. Identifikasi kelemahan (*weaknesses*) dapat dilihat dari manajemen yang buruk, infrastruktur yang kurang efisien, proses operasional yang tidak maksimal dan sumber daya yang dapat membatasi pertumbuhan atau kinerja suatu organisasi. Identifikasi ini dilakukan untuk mendapatkan landasan perbaikan dan pengembangan strategi.

Selanjutnya, analisis faktor eksternal dapat dilakukan dengan memperhatikan peluang (*opportunities*) yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Peluang ini muncul dari perkembangan tren pasar, perkembangan teknologi, atau perubahan kebijakan pemerintah. Suksesnya suatu organisasi seringkali terkait dengan seberapa baik dalam merespon dan memanfaatkan peluang (*opportunities*). Kemudian, analisis faktor eksternal dapat melihat ancaman (*threats*) yang berasal dari pesaing, perubahan regulasi atau kondisi ekonomi yang tidak menguntungkan. Dengan mengidentifikasi ancaman (*threats*), organisasi dapat mengambil tindakan preventif atau adaptif guna melindungi dari potensi resiko. Ancaman (*threats*) juga dapat dijadikan acuan dalam merancang strategi pengembangan dan ekspansi.

Pada saat melakukan analisis SWOT terdapat upaya-upaya untuk mengenali kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam menentukan kinerja suatu organisasi yang berorientasi pada profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan yang sesungguhnya secara lebih komprehensif (Maemonah, 2015). Melalui penyusunan analisis SWOT secara komprehensif, suatu organisasi dapat memahami posisi strategis dengan lebih baik. Analisis SWOT bukanlah alat statis, tetapi harus diperbaharui secara berkala agar tetap relevan dengan perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah pendekatan holistik yang membantu organisasi untuk merincikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan dan keberlanjutan mereka dalam pasar yang kompetitif.

Analisis SWOT memiliki beberapa manfaat diantaranya adalah (a) memberikan gambaran mengenai empat aspek terkait strengths, weakness, opportunities, dan threats yang bisa digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dalam menentukan rencana strategis guna mencapai tujuan yang diharapkan, (b) memberikan pemahaman kepada stakeholder yang memiliki keinginan untuk menjalin kerjasama yang saling menguntungkan, (c) hasil analisis SWOT dapat dijadikan sebagai rujukan dalam membuat keputusan jangka panjang, (d) dapat dijadikan sebagai penilaian untuk mengetahui progress report dari apa yang telah ditetapkan dan diterapkan selama ini.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa suatu strategi pengembangan dapat ditentukan dari kombinasi faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dengan faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) (Nisak, n.d.). Untuk menganalisis secara lebih mendalam tentang SWOT maka perlu dilihat faktor internal dan eksternal yang ada dalam analisis SWOT, yaitu (a) Faktor internal yang mempengaruhi terbentuknya strengths dan *weaknesses* (S dan

W) dan (b) Faktor eksternal yang mempengaruhi terbentuknya *opportunity* dan *threats*. (O dan T).

Matrik SWOT akan mendeskripsikan tentang ancaman dari lingkungan eksternal yang kemudian diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Hal ini akan mempermudah merumuskan strategi yang akan diambil untuk menggunakan kekuatan dan melakukan perbaikan terhadap kelemahan yang ada. Kemudian memanfaatkan peluang-peluang yang tersedia dan mempersiapkan untuk mengatasi ancaman yang ada disekitar. Matrik SWOT akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT.

Masing-masing alternatif strategi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini bisa didapatkan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengambil peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ini dibuat dengan melihat kekuatan internal yang dimiliki guna mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki.

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi ini digunakan untuk meminimalisir kelemahan sekaligus sebagai cara untuk menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Tabel 1. Matriks SWOT

	Strength (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki.	Weakness (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki.
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber: (Noor, 2014)

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata Way Belerang dalam meningkatkan wisatawan di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Selatan dengan menggunakan analisis SWOT. Pelaksanaan kegiatan penelitian ini dilaksanakan selama 60 hari kerja, dimulai tanggal 2 bulan Oktober Tahun 2023 sampai dengan tanggal 16 Desember Tahun 2023. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Pemandian Air Panas Way Belerang yang terletak di Desa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif sering pula disebut metode etnografik, metode fenomenologis, atau metode

impresionistik, dan istilah lain yang sejenis (Creswell & Creswell, 2013) Penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu problem atau masalah daripada melihat permasalahan untuk digeneralisasikan (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Pelaksanaan kegiatan penelitian ini dilaksanakan selama 60 hari kerja, dimulai tanggal 2 bulan Oktober Tahun 2023 sampai dengan tanggal 6 Desember Tahun 2023. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Pemandian Air Panas Way Belerang yang terletak di Desa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung.

Metode pengumpulan data dalam penelitian dapat berupa data sekunder dan data primer. Data primer biasanya dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur (*semi-structured interviews*) bersama para ahli dalam topik yang diamati dari kasus perusahaan. Data sekunder merupakan publikasi internal yang disediakan oleh partisipan untuk diberikan kepada peneliti, termasuk juga data yang sudah terpublikasi yang tersedia dan relevan dengan topik yang sedang diamati. Penelitian ini menggunakan kedua data tersebut, data primer digunakan untuk menentukan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang, sedangkan data sekunder digunakan dalam menentukan informasi awal mengenai objek wisata pemandian air panas Way Belerang. Hal yang perlu diperhatikan dalam pengumpulan data sebagai berikut: (1) Identifikasi situs atau individu yang dipilih dengan sengaja untuk studi yang diusulkan; (2) Diskusikan strategi yang digunakan untuk merekrut individu (atau kasus) ke penelitian; (3) Beri komentar tentang jumlah peserta dan situs yang terlibat dalam penelitian; (4) Tunjukkan tipe atau data yang akan dikumpulkan).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, dokumentasi, kuesioner dan wawancara. Observasi merupakan salah satu varian pilihan metode pengumpulan data yang memiliki karakter kuat secara metodologis, observasi dilakukan melalui kegiatan pengamatan dan pencatatan, observasi memudahkan kita mendapatkan informasi tentang objek penelitian. Teknik dokumentasi atau biasa disebut studi dokumen merupakan merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya, maupun elektronik. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancara (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden. Kuesioner dapat didistribusikan kepada responden dengan cara: (1) Langsung oleh peneliti (mandiri); (2) Dikirim lewat pos (*mailquestionair*); (3) Dikirim lewat komputer misalnya surat elektronik (e-mail). Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian, terutama penelitian kualitatif (Yunus, 2016).

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan "*social situation*" atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergi. Situasi sosial tersebut, dapat di rumah berikut keluarga dan aktivitasnya, atau orang-orang di sudut-sudut jalan yang sedang mengobrol, di desa, di kota. Situasi sosial tersebut dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui. Objek dari penelitian ini yaitu pengunjung, pengelola, masyarakat dan Pemerintah Daerah

Lampung Selatan. Jumlah objek dalam penelitian ini tidak diketahui, oleh karena itu sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran. Teknik sampling merupakan teknik memilih sampel yang representative, dimana sampel yang representatif adalah sampel yang mirip dengan populasi dari mana sampel itu berasal. Teknik sampling yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu purposive sampling (Lenaini, 2021).

Proses perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini, oleh karena itu guna menentukan startegi yang tepat dalam mengembangkan pariwisata Way Belerang digunakan analisis SWOT. SWOT adalah singkatan yang diambil dari huruf depan kata *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat*, yang dapat diartikan sebagai Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda.

Hasil analisa SWOT adalah arahan/rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman (Mohamad & Niode, 2020). Ada empat strategi pengembangan yang dapat dihunakan yaitu : Strategi SO (*Strength-Opportunity*) adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan, Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) adalah strategi untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang perusahaan, Strategi ST (*Strength-Threat*) adalah strategi menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal dan Strategi WT (*Weakness-Threat*) adalah strategi untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan Pariwisata Way Belerang yaitu Analisis SWOT. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pengelola, penduduk Desa Buah Berak dan Pihak Dinas Pariwisata serta memperhatikan daya Tarik, aksesibilitas, fasilitas dan Lembaga pengelola maka peneliti menetapkan beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi Pariwisata Way Belerang. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi Pariwisata Way Belerang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Strategi Pengembangan Pariwisata Way Belerang

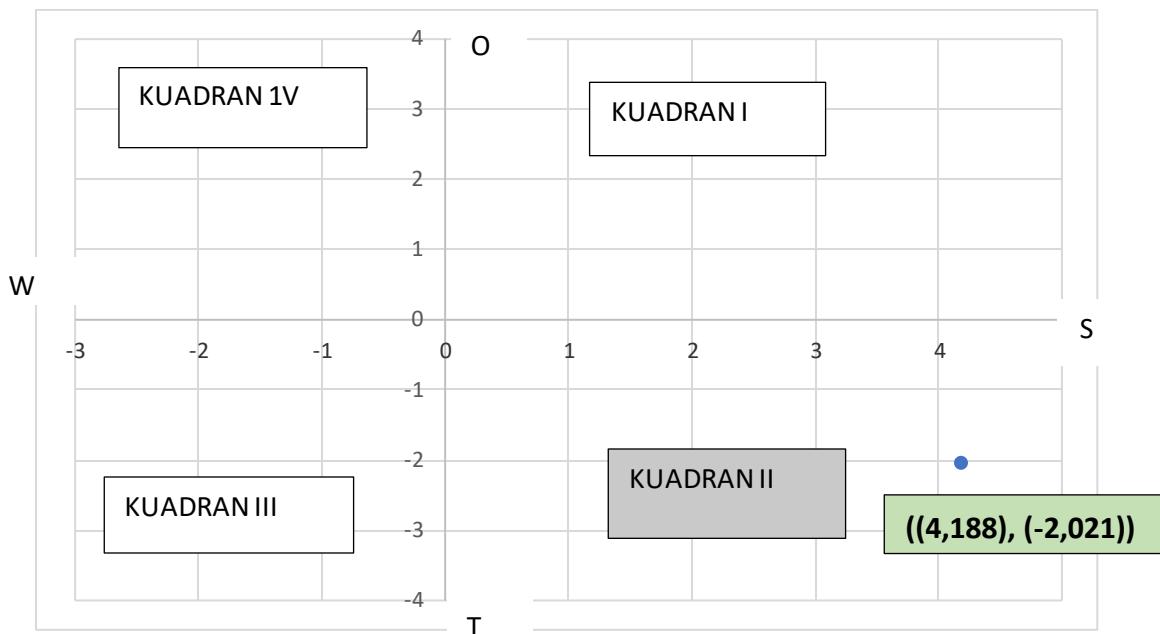
KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
memiliki pemandangan wisata yang asri	belum ada pergelaran budaya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung
potensi objek wisata alam yang unik berupa air panas alami yang dipercaya sebagai obat beberapa penyakit	belum tersedia penginapan
sudah memiliki souvenir yang khas (belerang)	sudah memiliki fasilitas yang cukup lengkap (mushola, toilet, warung, parkir dan lain-lain) namun tidak terawat
akses jalan menuju lokasi wisata bagus dan dekat dengan Pusat Pemerintahan Lampung Selatan (2 km) serta dekat dengan pintu Tol Kalianda (6,7 km)	minimnya pelatihan sehingga SDM pengelola kurang baik
tersedia signal provider yang mendukung kelancaran komunikasi	minimnya sarana promosi
alas hak atas tanah dan banguna sudah jelas	
memiliki drainase yang baik	
PELUANG (O)	ANCAMAN (T)
Meningkatkan pendapatan asli daerah (pad)	Pencemaran lingkungan
Dukungan penuh pemerintah daerah terhadap pariwisata	Konflik masyarakat
Perkembangan teknologi dan informasi masa kini	persaingan destinasi wisata yang ada di sekitarnya
terciptanya peluang masyarakat untuk berwirausaha	kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan
meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Propinsi Lampung	SDM pengelolaan perlu ditingkatkan

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa nilai nilai kekuatan (S) sebesar 39,198, nilai kelemahan (W) sebesar 35,010, nilai peluang (O) sebesar 35,885 dan nilai ancaman (T) sebesar 37,906. Langkah selanjutnya menentukan nilai absis dan ordinat matriks SWOT. Cara menentukan nilai absis yaitu menghitung selisih antara kekuatan (S) dengan kelemahan (W), sedangkan cara menentukan nilai ordinat yaitu menghitung selisih antara peluang (O) dengan ancaman (T). Penentuan nilai absis dan ordinat dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Menentukan Nilai Absis dan Ordinat Matriks SWOT

S	39,198	S-W	4,188	(S-W), (O-T)	(X,Y) =	((4,188), (-2,021))			
W	35,010								
O	35,885	O-T	-2,021						
T	37,906								

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai absis (X) sebesar 4,188 dan nilai ordinat (Y) sebesar -2,021, sehingga nilai (X,Y) = ((4,188), (-2,021)). Nilai absis menunjukkan nilai yang positif, sedangkan nilai ordinat menunjukkan nilai yang negative, sehingga terletak pada Kudran II. Posisi Pariwisata Way Belerang pada Matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Posisi Pariwisata Way Belerang Pada Matriks SWOT

Posisi Pariwisata Way Belerang pada Matriks SWOT terletak pada Kuadran II artinya strategi yang diterapkan dalam pengembangan Pariwisata Way Belerang adalah strategi diversifikasi atau strategi S-T. Pada strategi ini hal yang harus dilakukan yaitu menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Tindakan-tindakan yang perlu dilakukan dalam rangka mengembangkan Pariwisata Way Belerang yaitu 1). Perlu mengembangkan potensi Pariwisata Way Belerang yang lebih lengkap dan menarik seperti menambah fasilitas camping ground, outbound, glamping education center, kolam pemandian privat, wahana air, food court, wahana air dan lain sebagainya agar mampu bersaing dengan destinasi wisata yang ada di sekitarnya, 2). Alas hak atas tanah dan bangunan sudah jelas yaitu Pemerintah Daerah Lampung Selatan, namun dalam pengelolaan perlu kerjasama berbagai pihak seperti pemerintah, swasta dan masyarakat agar dapat membentuk SDM pengelola yang baik, 3). Perlu memiliki drainase yang baik dan meningkatkan kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan agar tidak terjadi pencemaran lingkungan sehingga terwujud pariwisata yang keberlanjutan, 4). Pernyediaan souvenir yang khas (belerang) yang melibatkan masyarakat sekitar harus dipromosikan kepada wisatawan agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat meminimalisasi terjadinya konflik masyarakat, 5). Perlu menjaga pemandangan wisata yang asri dan melengkapi dengan fasilitas lainnya agar tidak terjadi pencemaran lingkungan sehingga mampu bersaing dengan destinasi wisata lain di sekitarnya, 6). Akses jalan menuju lokasi wisata bagus dan strategis mudah dicapai wisatawan, namun perlu diperlebar sehingga meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya, 7). Tersedia signal provider yang mendukung kelancaran komunikasi perlu dimanfaatkan sebagai sarana promosi sehingga mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

Ada empat strategi yang dapat digunakan setelah melakukan analisis SWOT yaitu strategi agresif atau strategi S-O, strategi diversifikasi atau strategi S-T, strategi devensif atau strategi W-T dan strategi turn around atau strategi S-W (Mohamad &

Niode, 2020. Setelah dilakukan analisis strategi pengembangan Pariwisata Way Belerang yaitu strategi diversifikasi atau strategi S-T. Pada strategi ini hal yang harus dilakukan yaitu menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Salah satu strategi yang perlu dilakukan adalah mengembangkan potensi Pariwisata Way Belerang yang lebih lengkap dan menarik seperti menambah fasilitas *camping ground, outbound, glamping, education center*, kolam pemandian privat, wahana air, *food court*, wahana air dan lain sebagainya agar mampu bersaing dengan destinasi wisata yang ada di sekitarnya.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Bu Nila salah satu pengelola Pariwisata Way Belerang, "Pariwisata Way Belerang memiliki banyak kelebihan diantaranya pemandangan yang asri dan sebagai sarana pengobatan, namun beberapa tahun ini tidak terjadi kenaikan jumlah pengunjung dikarenakan tumbuhnya wisata-wisata baru yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Perlu adanya wahana lain yang bisa menarik minat pengunjung untuk dating ke Pariwisata Way Belerang". Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan obyek wisata air panas di Desa Marobo Kabupaten Bobonaro Timor Leste dapat dilakukan dengan diversifikasi objek wisata dan modifikasi sistem sehingga para wisatawan dapat melakukan perjalanan dengan mudah. Kesamaan hasil penelitian ini salah satunya disebabkan kesamaan jenis pariwisata yaitu pemandian air panas serta banyaknya pesaing di sekitar objek wisata (Barreto, 2015).

Hasil penelitian ini berbeda dengan dua penelitian berikutnya yang sama-sama mengkaji strategi pengembangan pemandian air panas. Strategi yang tepat untuk wisata war aremi adalah strategi S-O di mana dengan menggunakan kesempatan yang ada menggunakan kekuatan sebagai modal dasar. Pemandian kolam air panas War Aremi, merupakan objek wisata baru di Tambau Papua Barat, belum banyak saingan sehingga masih banyak peluang untuk mendapatkan pengunjung dengan menggunakan kekuatan yang ada (Syufi *et al.*, 2023). Demikian pula strategi yang digunakan untuk mengembangkan Obyek Wisata Alam Air Terjun Kecapi dan Pemandian Air Panas Way Belerang Simpur adalah mendukung kebijakan pengembangan yang agresif atau strategi S-O (Sihite *et al.*, 2018). Obyek Wisata Alam Air Terjun Kecapi dan Pemandian Air Panas Way Belerang Simpur merupakan objek wisata yang menjadi pesaing bagi Pariwisata Way Belerang. Posisi destinasi wisata Pemandian Air Panas Gunung Peyek dalam Diagram Analisis SWOT berada di Kuadran I, hal itu dapat digunakan dalam kondisi ini dengan mendukung kebijakan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) atau strategi *Strength – Opportunities* (S – O) (Ckristin & Dewantara, 2021b). Hasil analisis SWOT kualitatif terhadap faktor internal dan eksternal dalam usaha pengembangan obyek wisata Pemandian Air Panas di Desa Semangat Gunung, maka strategi yang tepat adalah strategi SO yaitu strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan (*strength*) untuk merebut dan memanfaatkan peluang (*opportunity*) sebesar-besarnya (Bangun, 2023).

Penelitian dari (Ardiansyah & Maulida, 2020a) melakukan analisis kualitatif berdasar tiga aspek yaitu daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas hasilnya menunjukkan attraction atau daya tarik dalam kategori BAIK dengan nilai 481, amenities atau fasilitas kategori BAIK dengan nilai 521 dan aksesibilitas secara dalam kategori BAIK dengan nilai 426. Penelitian berikutnya juga tidak memilih dari keempat strategi yang digunakan, namun langsung memberikan masukan mengenai strategi

pengembangan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu meningkatkan promosi melalui media cetak dan elektronik dengan memperhatikan kuantitas dan kualitas materi promosi; memperbaiki, memelihara dan meningkatkan sarana dan prasarana; serta menjalin hubungan kerjasama dengan investor dan para pelaku pariwisata (Nasrullah & Dewi, 2018).

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini adalah setelah dilakukan analisis data diperoleh bahwa nilai absis (X) sebesar 4,188 dan nilai ordinat (Y) sebesar -2,021, sehingga nilai (X,Y) = ((4,188),(-2,021)). Nilai absis menunjukkan nilai yang positif, sedangkan nilai ordinat menunjukkan nilai yang negatif, sehingga terletak pada Kudran II. Strategi pengembangan Pariwisata Way Belerang yang tepat adalah startegi diversifikasi atau strategi S-T. Pada strategi ini hal yang harus dilakukan yaitu menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Ada beberapa hal yang harus dilakukan dalam strategi ini yaitu 1). Perlu mengembangkan potensi Pariwisata Way Belerang yang lebih lengkap dan menarik seperti menambah fasilitas camping ground, outbound, glamping, education center, kolam pemandian privat, wahana air, food court, wahana air dan lain sebagainya agar mampu bersaing dengan destinasi wisata yang ada di sekitarnya, 2). Alas hak atas tanah dan bangunan sudah jelas yaitu Pemerintah Daerah Lampung Selatan, namun dalam pengelolaan perlu kerjasama berbagai pihak seperti pemerintah, swasta dan masyarakat agar dapat membentuk SDM pengelola yang baik, 3). Perlu memiliki drainase yang baik dan meningkatkan kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan agar tidak terjadi pencemaran lingkungan sehingga terwujud pariwisata yang keberlanjutan, 4). Pernyediaan souvenir yang khas (belerang) yang melibatkan masyarakat sekitar harus dipromosikan kepada wisatawan agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat meminimalisasi terjadinya konflik masyarakat, 5). Perlu menjaga pemandangan wisata yang asri dan melengkapi dengan fasilitas lainnya agar tidak terjadi pencemaran lingkungan sehingga mampu bersaing dengan destinasi wisata lain di sekitarnya, 6). Akses jalan menuju lokasi wisata bagus dan strategis mudah dicapai wisatawan, namun perlu diperlebar sehingga meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya, 7). Tersedia signal provider yang mendukung kelancaran komunikasi perlu dimanfaatkan sebagai sarana promosi sehingga mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboda, M., Manakane, S. E., & Lasaiba, M. A. (2023). Pengembangan Objek Wisata Teluk Triton di Desa Lobo Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat. *Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti*, 2(2), 131–143. <https://doi.org/10.30598/jpguvol2iss2pp112-124>
- Adityaji, R. (2018). Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 19–32. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.2188>
- Ardiansyah, I., & Maulida, R. G. (2020a). Kajian Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Untuk Pengembangan Kepariwisataan di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(4), 707–716.

- Bangun, E. H. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Air Panas di Desa Semangat Gunung.
- Barreto, M. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste.
- Ckristin, Y., & Dewantara, Y. F. (2021). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Tirta Air Panas Gunung Peyek Ciseeng. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(2), 51-64. <https://doi.org/10.32528/sw.v4i2.6703>
- Imam Ardiansyah, & Ratna Gema Maulida. (2020b). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Kepariwisataan di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(4).
- Juliannisa, I. A., Artino, A., Maulana, A., & Sikumbang, H. (2022). Analisa Konsep Pembangunan Wilayah Kabupaten Lampung Selatan dan Kabupaten Cilacap. *Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 56-78. <https://doi.org/10.35590/jeb.v9i1.4505>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. 6(1).
- Maemonah, S. (2015). Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal.
- Mayor, Y. A., Wurarah, R. N., & Mualim, M. (2020). Analisis Pengembangan Pariwisata di Bakaro Beach untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Manokwari. *Lensa Ekonomi*, 11(01), 131. <https://doi.org/10.30862/lensa.v11i01.85>
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1-14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Nasrullah, & Dewi, A. (2018). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Lejja Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan* [Preprint]. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/q2nft>
- Nisak, Z. (n.d.). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif.
- Rostiyati, A. (2013). Potensi Wisata Di Lampung Dan Pengembangannya. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 5(1), 144. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v5i1.185>
- Rusandi & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48-60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Sihite, R. Y., Setiawan, A., & Dewi, B. S. (2018). Nature Tourism Potential in KPH Unit XIII Rajabasa, Way Pisang, Batu Serampok, Lampung Province. *Jurnal Syafa Lestari*, 6(2), 84. <https://doi.org/10.23960/jsl2684-93>
- Yunus, E. (2016). Manajemen Strategis. Penerbit Andi.