

Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan Terhadap Pendapatan Asli Desa Tiwingan Lama Kabupaten Banjar

Nurahman Hadadi¹, Muzdalifah²

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

[¹hadadinurahman@gmail.com](mailto:hadadinurahman@gmail.com)

[²muzdalifah.feb@ulm.ac.id](mailto:muzdalifah.feb@ulm.ac.id)

Abstract

This study aims to (1) develop strategies that need to be carried out in developing Bukit Matang Kaladan Tourism Object, (2) know the contribution of Bukit Matang Kaladan Tourism Object to the village's original income, and (3) know the role of government in developing Bukit Matang Tourism Object Kaladan.

Respondents in this study were six respondents who were considered influential and experts. They knew the tourism situation, especially in Banjar District, which was used in data processing using the SWOT method.

This study provides the results of developing the strategy that best suits the situation is the SO strategy (1) With the superiority of the landscape and maintaining a conducive tourist environment; tourists will continue to visit these attractions, plus a strategic location. (2) Maximizing the role of POKDARWIS and training provided by the Banjar Regency Culture and Tourism Office to promote tourism objects with the opportunities that are already available.

Keywords: *Development strategy, SWOT, Travel*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) strategi pengembangan yang perlu dilakukan dalam mengembangkan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan, (2) mengetahui kontribusi pendapatan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan terhadap pendapatan asli desa, dan (3) mengetahui peran pemerintah dalam pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan.

Responden dalam penelitian ini ada 6 responden yang dianggap berpengaruh dan ahli dan mengetahui keadaan terhadap pariwisata khususnya di Kabupaten Banjar yang digunakan dalam pengolahan data menggunakan metode SWOT.

Hasil penelitian ini memberikan hasil pengembangan strategi yang paling sesuai keadaan adalah strategi S-O (1) Dengan keunggulan pemandangannya, dan mempertahankan kondisi lingkungan obyek wisata yang kondusif, maka wisatawan akan terus berkunjung ke obyek wisata ini, ditambah lokasi yang strategis. (2) Memaksimalkan peran POKDARWIS serta pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar untuk mempromosikan obyek pariwisata dengan peluang yang sudah tersedia.

Kata Kunci: *Strategi pengembangan, SWOT, Wisata*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata.

Kalimantan Selatan merupakan salah satu dari provinsi di Indonesia yang kaya akan sumber daya alam dan budayanya, kekayaan alam yang masyarakat ketahui terkenal dengan industri pertambangan, namun selain terkenalnya industri pertambangan di Kalimantan Selatan, tersembunyi banyak kekaayaan alam dan budaya yang dapat dijadikan destinasi pariwisata, yang apabila dilakukan pengelolaan dengan benar dan tepat akan menjadi objek wisata yang menarik diwilayah tersebut. Salah satunya ialah Bukit Matang Kaladan.

Lokasi obyek wisata Bukit Matang Kaladan tersebut yang strategis tidak jauh dari pusat kota ini menjadi keunggulan dari obyek wisata ini untuk dikembangkan karena kebanyakan obyek wisata lain yang ada di Kabupaten Banjar letaknya sangat jauh.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi

Strategi adalah “sebagai sebuah suatu rencana yang digabungkan, luas, dan terintegasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang di rancang untuk memastikan bahwa tujuan dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Dengan demikian dapat diartikan bahwa strategi adalah suatu dari rencana perusahaan yang disusun secara tepat untuk mencapai tujuan perusahaan” (Amirullah & Cantika, 2002:54).

Strategi adalah “sejumlah keputusan yang diambil dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang akan dihadapi dalam lingkungan industrinya”. (Coutler, 2002 :7) dalam (Kuncoro, 2006:12).

Pariwisata

Seperti yang tertuang dalam Pasal 1 Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan: “Pariwisata adalah *berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.*” (UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan (revisi dari UU No. 9 Tahun 1990 Kepariwisataaan).

Menurut (Suwantoro, 2004) pada hakikatnya Pariwisata adalah “suatu proses bepergian sementara dari seseorang atau kelompok menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kerana berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman atau pun untuk belajar.”

Wisatawan

Wisatawan adalah “orang atau kelompok yang sedang melakukan perjalanan atau kunjungan sementara waktu secara sukarela ke suatu tempat yang di luar lingkungan tempat tinggal yang sedang dijalani sehari-hari untuk suatu maksud atau tujuan tertentu dan tidak mendapatkan sedikitpun penghasilan tetap saat berada di tempat yang dikunjungi” (Samming, 2001).

Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 pasal 1 tentang kepariwisataan dalam (Mateka, Indrayani, & Harahap, 2015:12)” menyebutkan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Setiap wisatawan berhak memperoleh informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata, pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar, perlindungan hukum dan agama, pelayanan kesehatan, perlindungan hak pribadi, serta perlindungan asuransi untuk kegiatan pariwisata yang beresiko tinggi”.

Sapta Pesona

Menurut (Direktur Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata,2012: 11-16) adalah “jabaran konsep dari Sadar Wisata yang terkait dalam dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana yang kondusif dan mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan unsur sapta pesona yang berupa : aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan unsur kenangan”.

Identifikasi Strategis Melalui Analisis SWOT

SWOT singkatan dari Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), Threat (tantangan). Analisis SWOT berisi evaluasi faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahannya dan faktor eksternal berupa peluang dan tantangan. Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal perusahaan dengan situasi eksternalnya. Keempat unsur SWOT juga merupakan aspek penting yang perlu dibahas untuk dapat mengetahui kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh suatu daerah atau institusi tertentu. Dengan demikian, analisis SWOT dapat pula diartikan sebagai suatu teknik analisis yang menggunakan ke empat unsur tersebut sebagai variabel utama dalam melakukan analisis (Sjafrizal, 2017).

Menurut (Rangkuti, 2015) “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”.

METODE

Sehubungan dengan objek yang akan di tulis oleh peneliti, maka penelitian ini di fokuskan di Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar khususnya di kawasan obyek wisata bukit Matang Kaladan Desa Tiwingan Lama dengan pertimbangan bahwa obyek wisata bukit Matang Kaladan terserbut berpotensi untuk di kembangkan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis data ordinal, kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau bilangan sedangkan jenis data ordinal yaitu data yang berasal dari suatu objek atau kategori yang telah disusun secara berjenjang menurut besarnya. Sumber dari data penelitian ini ialah data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dilapangan dari sumber datanya atau para responden dengan menggunakan kuesioner yang disusun sedemikian rupa berdasarkan variabel-variabel yang diteliti melalui observasi.

Adapun lokasi atau tempat penelitian yang dijadikan sebagai objek penelitin ini yaitu kawasan obyek wisata bukit atang kaladan Desa Tiwingan Lama di Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar.

Unit Analisis yang di teliti adalah kondisi perkembangan obyek wisata bukit Matang Kaladan di kabupaten Banjar.

Responden peneliti dalam penelitian ini diambil melalui metode teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:85). Sehingga diperoleh informan kunci peneliti untuk wawancara, Peneliti mengambil sampel 5-7 responden didasarkan menggunakan metode Saaty yang dimana responden ialah orang yang ahli atau berpengaruh dalam pengembangan obyek wisata bukit Matang Kaladan di kabupaten banjar. Pengumpulan data dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan realistis. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara primer.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis 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 detil, parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi (Rangkuti, 2015: 20).

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode analisis Deskriptif untuk menjawab faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan obyek wisata Kiram Kabupaten Banjar. Sedangkan untuk menjawab strategi pengembangan obyek wisata Kiram Kabupaten Banjar menggunakan analisis SWOT

HASIL DAN ANALISIS

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Wisata Bukit Matang Kaladan telah dibuka sejak Mei 2015, terletak tidak jauh dengan Desa Tiwingan Lama atau berada di sekitar pelabuhan riam kanan dengan jarak Sekitar 90 menit dari Bandara Internasional Samsyudin Noor Banjarmasin. Bukit ini merupakan salah satu bukit yang termasuk dalam Geosite Meratus. Untuk sampai Ke puncak Bukit Matang Kaladan bejarak sekitar 530 meter dan perlu waktu 45 menit untuk sampai ke puncak Bukit karena keadaan alam dengan tofografi sangat terjal dengan kelerengan rata-rata 60 derajat. Namun selain dengan cara mendaki di wisata ini sudah menyediakan jasa ojek untuk membawa wisatawan menuju puncak. Adapun jumlah ojek yang ada di Wisata Matang Kaladan sekitar 36 Orang, untuk mendapatkan pelanggan ojek-ojek ini mendaftar terlebih dahulu tiap harinya untuk mendapat urutan angkutan, Untuk menggunakan jasa ojek kita dapat membayar sebesar Rp20.000 satu kali angkutan untuk satu orang.

Hasil Penelitian

Pada saat penelitian dilapangan peneliti melakukan wawancara dan memberikan kuesioner kepada enam responden yang telah ditentukan, pemilihan responden ini dikarenakan para responden merupakan orang ahli dengan objek penelitian ini atau *stakeholders* dalam objek penelitian ini. Berikut uraian dari enam responden, sebagai berikut:

1. Bapak Aidi Hikmatullah, S,STP, M.AP, sebagai sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar.
2. Bapak Faizal Riza K, SE, sebagai Kepala Bidang Destinasi dan Pengembangan Obyek Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar.
3. Ibu Badiyah, SE, Sebagai Kepala Bidang Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar.
4. Ibu Dr. Hj. Galuh Tantri Narinda, ST, MT. Sebagai Kepala badan dari BAPPEDA LITBANG Kabupaten Banjar.
5. Bapak Arbani sebagai Kepala Desa Tiwingan Lama, sekaligus tokoh masyarakat yang memberikan informasi terkait objek wisata Bukit Matang Kaladan.

6. Bapak Julpani sebagai ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) pesona Riam Kanan, selaku pengelola Objek Wisata Matang Kaladan.

ANALISIS DATA

Analisis SWOT

Sesuai dengan apa yang dilihat dari kondisi saat observasi dan potensi yang ada, serta informasi yang diperoleh saat wawancara dari responden yang ahli dibidang pariwisata, maka dilakukan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Oppurtunity, dan Threats). Dari analisis SWOT ini seluruh aspek yang terkait mengenai obyek wisata Bukit Matang Kaladan akan dikelompokkan menjadi dua yakni kelompok Internal dan kelompok Eksternal. Berdasarkan informasi dan penelitian yang didapat di lokasi, diperoleh uraian analisis SWOT sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strengths*)
 - a. Obyek wisata yang berada di Desa Tiwingan Lama ini memang menyajikan pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk, apalagi saat diatas Bukit Matang Kaladan disajikan pemandangan berupa gugusan pulau-pulau kecil ditengah waduk, sehingga menjadikannya istimewa dari bukit-bukit yang lain.
 - b. Tersedianya Kelompok sadar wisata merupakan kelebihan dari obyek wisata ini, mereka bersedia untuk menjadi pemandu wisatawan dengan sukarela.
 - c. Papan penunjuk untuk menjangkau lokasi obyek wisata Bukit Matang Kaladan sudah lengkap dan jelas, sehingga memudahkan para wisatawan yang ingin berkunjung.
 - d. Sikap masyarakat yang saling bertegur sapa dengan wisatawan menjadikan suasana akrab dan ramah.
 - e. Akses jalan yang baik sudah beraspal menjadikan perjalanan mulus dan nyaman.
 - f. Tersedianya tempat ibadah dan wc di atas bukit yang nyaman, tidak menjadi ke khawatiran bagi wisatawan yang sedang berwisata di Bukit Matang Kaladan.
 - g. Suasana yang nyaman dari atas bukit membuat betah wisatawan menikmati pemandangan dan mencoba berbagai spot foto yang tersedia.
 - h. Tersedianya rumah singgah di Desa Tiwingan lama bagi pengunjung yang ingin beristirahat setelah dari puncak Bukit Matang Kaladan.
 - i. Dukungan dari pemerintah dalam pengembangan pariwisata Bukit Matang Kaladan dengan terbentuknya Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar.

- j. Tersedianya angkutan umum berupa ojek bagi pengunjung yang tidak kuat untuk menaiki puncak Bukit Matang Kaladan.
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Fasilitas seperti pos informasi yang masih minim di Obyek Wisata Matang kaladan menjadi kendala bagi wisatawan yang ingin mencari informasi, jadi para wisatawan hanya bisa mencari melalui warga sekitar atau POKDARWIS.
 - b. Peluang untuk menambah berbagai atraksi-atraksi wisata seperti spot-spot foto tidak diimbangi dengan perawatannya, sudah ada sebagian spot foto yang rusak sehingga tidak dapat dipakai lagi, terlebih juga jika tidak dirawat bisa membahayakan pengunjung.
 - c. Fasilitas akses internet belum tersedia seperti wifi area, dan juga jaringan seluler masih terbatas dan terkadang sama sekali tidak bisa digunakan.
 - d. Andil oleh masyarakat tentunya sangat perlu demi kemajuan obyek wisata, kesadaran yang masih rendah menjadi kelemahan tersendiri, seperti tidak peka akan lingkungan untuk menjaga kebersihan bersama dan merawatnya.
 - e. Lahan parkir yang tidak memadai, menjadi masalah yang harus diperhatikan. Banyaknya obyek wisata tidak diimbangi dengan lahan parkir yang cukup, apalagi saat hari libur tiba pengunjung sangat direpotkan dengan masalah parkir ini.
 - f. Bagi pengunjung yang sudah tidak kuat untuk menaiki Bukit Matang Kaladan sangat dimudahkan dengan adanya angkutan ojek untuk naik kebukitnya, tapi sayangnya angkutan tersebut menghiraukan alat keselamatan berupa helm untuk digunakan.
 3. Peluang (*Opportunity*)
 - a. Lokasi obyek wisata yang strategis tidak jauh dari pusat kota Kabupaten Banjar, menjadi salah satu pilihan untuk dikunjungi karena mudah dijangkau.
 - b. Setiap akhir pekan Bukit Matang Kaladan sangat ramai dikunjungi, tidak hanya anak-anak muda tetapi banyak juga para keluarga yang berkunjung, untuk menghabiskan waktu akhir pekannya.
 - c. Akses cepat melalui media internet menjadikan sistem informasi berupa IT menjadi peluang terbesar untuk media promosi. Banyaknya wisatawan yang meupload foto dan video mereka disosial media membuktikan cepatnya penyebarluasan informasi tentang obyek wisata ini.
 - d. Kondisi aman, nyaman dan kondusif membuat wisatawan betah sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung.
 - e. Terbukanya peluang untuk membuka atraksi wisata baru berupa spot-spot foto baru, karena obyek wisata ini berupa perbukitan yang menyajikan pemandangan indah sebagai latarnya.

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Seringkali pengunjung tidak memperhatikan sampah yang mereka tinggal, mereka tidak membuang pada tempatnya, padahal pihak pengelola sudah menyediakan banyak tempat sampah.
- b. Area perbukitan rawan terjadinya longsor, Bukit Matang Kaladan tidak terkecuali. Apabila terjadi hujan lebat, bisa saja terjadi longsor yang dapat membahayakan pengunjung obyek wisata.
- c. Kesadaran wisatawan dalam keselamatan diri masih rendah. Wisatawan terkadang menghiraukan keselamatan dirinya saat berada pada spot-spot foto, padahal letaknya dipinggir bukit, sangat rawan terjadi kecelakaan.
- d. Kedatangan wisatawan mancanegara dapat mempengaruhi pola kehidupan masyarakat, wisatawan mancanegara biasanya saat berlibur sering menggunakan pakaian yang terbuka, yang tentunya itu tidak sesuai dengan masyarakat kita.

Analisis faktor strategi internal dilakukan untuk mendapat penilaian secara lebih akurat terhadap faktor-faktor strategis untuk pengembangan obyek wisata waduk riam kanan dalam unsur kekuatan (*strength*) dan unsur kelemahan (*weaknesses*). Dimana untuk mengisi bobot dan skor dilakukan wawancara dengan para ahli atau stakeholders di bidang pariwisata yaitu, Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar yang langsung di tunjuk oleh Kepala Dinasnya, Kepala Bidang Destinasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar, Kepala BAPPEDA LITBANG Kabupaten Banjar yang diwakilkan, Kepala Bidang Destinasi dan Pengembangan Obyek Pariwisata, Kepala Desa Tiwingan Lama sekaligus Tokoh Masyarakat, dan Ketua kelompok sadar wisata (POKDARWIS Pesona Riam Kanan) Sehingga didapat nilai yang menunjukkan seberapa berpengaruhnya faktor strategis internal dalam unsur kekuatan (*strength*) dan unsur kelemahan (*weaknesses*), selanjutnya dipilih dua nilai kekuatan (*strength*) dan unsur kelemahan (*weaknesses*) yang paling besar agar memudahkan dalam menganalisis strategi prioritas yang diperlukan.

Tabel 1
Analisis SWOT

	Strength (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki keindahan pemandangan alam dan udara yang sejuk. Dukungan dari Pemerintah dalam pengembangan dibuktikan dengan terbentuknya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). 	<ol style="list-style-type: none"> Lahan Parkir tidak memadai. Kurang dirawatnya fasilitas seperti spot foto sehingga sebagian sudah ada yang rusak.
Opportunities (Peluang)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> Kondisi aman dan kondusif akan menimbulkan daya tarik bagi pengunjung. Lokasi obyek wisata yang strategis tidak jauh dari pusat kota 	<ol style="list-style-type: none"> Dengan keunggulan pemandangannya, dan mempertahankan kondisi lingkungan obyek wisata yang kondusif, maka wisatawan akan terus berkunjung ke obyek wisata ini, ditambah lokasi yang strategis. Memaksimalkan Lokasi yang potensial karena dekat dengan kota dan obyek wisata didekatnya seperti Riam kanan, sehingga sangat strategis. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan lahan parkir dengan berkonsultasi dengan pihak terkait dan masyarakat demi kenyamanan bersama kedepannya. Daya tarik obyek wisata yang sudah tinggi, harus diimbangi dengan memelihara fasilitas-fasilitas didalamnya seperti spot foto dan lain-lain.
Threats (Ancaman)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> Pencemaran lingkungan seperti sampah akibat rendahnya kepedulian pengunjung terhadap lingkungan. 	<ol style="list-style-type: none"> Memberikan himbaun untuk jangan membuang sampah sembarangan kepada wisatawan karena sudah 	<ol style="list-style-type: none"> Peningkatan kapasitas pengunjung juga harus diiringi dengan peningkatan pelayanan kebersihan dan edukasi kepada wisatawan untuk menjaga kebersihan obyek wisata.

- | | | |
|---|---|--|
| <p>2. Kesadaran wisatawan dalam keselamatan masih rendah.</p> | <p>2. Para wisatawan yang berkunjung saling menjaga keselamatan, disertai pengawasan dari pengurus (POKDARWIS) obyek wisata agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.</p> | <p>2. Spot-spot foto yang tidak terawat membahayakan bagi wisatawan, dengan menjaga keselamatan diri dan upaya perawatan dari pemerintah dan pengurus meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan.</p> |
|---|---|--|

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 2
Kontribusi Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan Terhadap Pendapatan Asli Desa

Tahun	Pengunjung (orang)	Pendapatan Total Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan	Retribusi desa	Pendapatan Asli Desa Tiwingan Lama	Kontribusi (%)
2017	19.014	186.000.000	22.500.000	1.043.623.629	2,2
2018	49.200	267.620.200	33.172.425	1.122.930.726	3
2019	58.567	352.081.375	38.012.000	1.204.130.397	3,2

Sumber: Data Diolah, 2020

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa kontribusi dari Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan ke pendapatan Asli Desa Tiwingan Lama pada tahun 2017 sebesar 2,2%, tahun 2018 sebesar 3% dan meningkat lagi pada tahun 2019 yaitu sebesar 3,2%.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang tepat untuk dijadikan pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan kedepannya adalah strategi S-O (1) Dengan keunggulan pemandangannya, dan mempertahankan kondisi lingkungan obyek wisata yang kondusif, maka wisatawan akan terus berkunjung ke obyek wisata ini, ditambah lokasi yang strategis. (2) Memaksimalkan peran POKDARWIS serta pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar untuk mempromosikan obyek pariwisata dengan peluang yang sudah tersedia. Menggunakan metode Analisis SWOT yang penilaian diisi oleh para ahli atau stakeholders sehingga strategi paling tepat sesuai keadaan adalah

strategi S-O yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sehingga dapat membuat kebijakan pengembangan yang tepat sasaran.

Menentukan Strategi yang tepat dalam pengembangan obyek wisata Bukit Matang Kaladan ini, agar dapat dijadikan acuan oleh pemerintah, khususnya pemerintah di Kabupaten Banjar sebagai prioritas pengembangan di Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan agar obyek wisata tersebut terus berkembang memberikan dampak positif kepada masyarakat sekitar dan Desa Tiwingan Lama.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan dan beberapa saran yang berhubungan dengan pembahasan yang terdapat didalam bab-bab sebelumnya, diantaranya yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan, menghasilkan strategi S-O sebagai berikut:
 - a. Dengan keunggulan pemandangannya, dan mempertahankan kondisi lingkungan obyek wisata yang kondusif, maka wisatawan akan terus berkunjung ke obyek wisata ini, ditambah lokasi yang strategis.
 - b. Memaksimalkan Lokasi yang potensial karena dekat dengan kota dan obyek wisata didekatnya seperti Riam kanan, sehingga sangat strategis.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan, menghasilkan kebijakan pengembangan sebagai berikut:
 - a. Selalu menjaga keasrian, dan keamanan lingkungan obyek wisata, agar terciptanya kenyamanan saat berwisata. Perbaiki sarana prasarana menjadi komponen penting dalam meningkatkan daya tarik wisata.
 - b. Saling berkolaborasi antara dinas dan desa untuk pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan, agar pertumbuhan pariwisata semakin cepat.
 - c. Mengoptimalkan semua sumber daya yang sudah ada, demi perkembangan dimasa depan.
 - d. Meningkatkan dan memanfaatkan semua media yang ada untuk mempromosikan Obyek Pariwisata Bukit Matang Kaladan.

- e. Gencar melakukan inovasi baru dan promosi karena penting untuk menarik minat wisatawan berkunjung. Potensi yang sudah dimiliki dapat menjadi keunggulan untuk mengatasi persaingan dengan obyek wisata yang lain.
3. Kontribusi Obyek Wisata Matang Kaladan terhadap Desa Tiwingan Lama dari awal dirintis pada tahun 2016 sampai sekarang menunjukkan perkembangan yang positif dan terus mengalami peningkatan.
4. Dukungan pemerintah daerah setempat dalam pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan dalam bentuk pelatihan-pelatihan SDM dan promosi untuk meningkatkan minat wisatawan. Memanfaatkan perkembangan teknologi melalui social media dan inovasi-inovasi kegiatan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan, meningkatkan kualitas sarana dan prasarana serta infrastruktur penunjang untuk menciptakan kemudahan, kenyamanan dan keselamatan wisatawan saat berkunjung ke Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan, memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan untuk mengatasi persaingan obyek wisata lain yang ada di Kabupaten Banjar.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan datang lebih memperbanyak variabel atau kriteria diluar dari variabel yang disebutkan dalam penelitian ini .yang dapat disertakan dalam metode SWOT, sehingga dapat memperluas hasil penelitian selanjutnya yang berkaitan.
2. Desa Tiwingan Lama dan POKDARWIS selaku pengelola Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan perlu terus meningkatkan Pelayanan publik bagi wisatawan di obyek wisata terutama kondisi lingkungan yang kondusif, aman, nyaman, dan bersih sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan, selain itu juga memberikan edukasi kepada pengunjung untuk membuang sampah ketempat sampah yang sudah banyak disediakan, karena saat ini kondisi kebersihan lingkungan dan fasilitas umum di Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan kurang begitu baik.
3. Teknologi seperti sosial media terus ditingkatkan untuk mempromosikan potensi-potensi wisata kepada masyarakat luas. Selain mempromosikan kepada masyarakat, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor-investor untuk berkontribusi dalam pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, & Cantika, S. B. (2002). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Asriandy, I. (2016). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air*. Universitas Hasanudin.
- Dwi, Fajar Nur'aini, F. (2016). *Teknik Analisis Swot: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis Swot : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Samming, A. M. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: PT Penerbitan dan Percetakan BALAI PUSTAKA.
- Sjafrizal. (2017). *Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Era Oonomi*. Depok: Rajawali Pers.
- Suginoyo. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Wahab, S. (2017). *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.