

# STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH (Studi Kasus Obyek Wisata Di Kecamatan Pondok Kelapa)

*by* Jurnal UniveD

---

**Submission date:** 28-Jul-2020 10:42AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1363243057

**File name:** 1.\_Dian.doc (306K)

**Word count:** 2518

**Character count:** 16491



## STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH (Studi Kasus Obyek Wisata Di Kecamatan Pondok Kelapa)

<sup>1)</sup>; Dian Mardiaty Sari

<sup>1)</sup> *Department of Informatis, Faculty of computer science, Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: <sup>1)</sup> Dian\_Kicky@yahoo.co.id

### **How to Cite :**

Sari, D. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH(Studi Kasus Obyek Wisata Di Kecamatan Pondok Kelapa) . *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1). DOI: <https://doi.org/13.11114/ekombisreview.1.x.x1-x2>

### **ARTICLE HISTORY**

*Received [xx Month xxxx]*

*Revised [xx Month xxxx]*

*Accepted [xx Month xxxx]*

### **KEYWORDS**

Strategy, Tourism,  
Development

*This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license*



### **ABSTRAK**

Tujuan dalam Penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki obyek wisata dan menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan obyek wisata Kabupaten Bengkulu Tengah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Data yang akan diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode analisa SWOT, yaitu dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah. Hasil Penelitian antara lain :Kekuatan yang dimiliki obyek wisata Kabupaten Bengkulu Tengah tergolong rendah, berdasarkan pemetaan analisis SWOT menurut Rangukuti (2009), jika hasil analisis strategi pengembangan obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah berada pada kuadran III (mendukung strategi turn around) maka strategi pengembangan obyek wisata Kabupaten Bengkulu Tengah layak diterapkan. Strategi yang bisa diterapkan untuk menghadapi tantangan pengembangan obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah adalah WO (Weakness-Opportunity), berusaha mencapai keuntungan dari peluang yang ada dengan mengatasi kelemahan-kelemahan usaha :Meningkatkan Kegiatan Promosi, mengadakan Kegiatan Pemasaran Terpadu, dinas Berupaya mencari investor sebanyak mungkin, Pemerintah membangun jalan dan sarana/ prasarana

### **ABSTRACT**

*This study aims to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats that are owned tourist attraction and determine appropriate strategies for tourism development Central Bengkulu. This study is a descriptive*

*study that the research methods used in research describes the situation that occurred on the basis of existing data with the theory and quantitative calculations. The data will be obtained will be analyzed by using the SWOT analysis method, namely by looking at strengths, weaknesses, opportunities and threats to tourism in Central Bengkulu. The result of the research strategy and SWOT analysis is obtained that can be applied are : 1) Increase Promotional Activities, 2) Conduct Integrated Marketing Activities, 3) The Agency Seeks To Find as Many Investors as Possible, 4) The Government Built Roads and Facilities/ Infrastructure.*

1

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan bersifat unik, karena pariwisata bersifat multidimensi baik fisik, sosial, ekonomi, politik dan budaya. Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, hingga beragam wisata minat khusus. Bila dilihat dari segmen pasarnya, pariwisata sangatlah dinamis dan sangat terdiferensiasi dan skala operasinya terjenjang, mulai dari tingkat komunitas, lokal, nasional, regional dan global. Selain itu pariwisata menuntut fasilitas pendukung yang kompleks. Pariwisata juga memiliki komponen yang sangat kompleks berhubungan dengan sebuah sistem yang lebih besar (pembangunan nasional) dan subsistem-subsistem lain yang menjadi komponen-komponennya. Diluar semua itu ada satu hal yang masih ditambahkan bahwa pariwisata memiliki kompleksitas yang tinggi dan dampaknya sangat pelik serta tidak mudah diukur, tergantung pada konteks yang sangat beragam dan menuntut instrumen mitigasi dampak yang sangat luas. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan yang baik untuk penanganannya (Parikesit dan Trisnadi, 1997).

4

Bengkulu memiliki 9 Kabupaten dan 1 Kota. Bengkulu memiliki banyak obyek wisata yang menarik, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah maupun wisata buatan. Pariwisata di Bengkulu merupakan sektor potensial. Potensi yang masih dapat dikembangkan dan digali lebih dalam lagi. Pengembangan pariwisata diharapkan mampu mendukung pembangunan Bengkulu.

4

Bengkulu Tengah Ibukotanya Karang Tinggi, yang merupakan kota yang ideal sebagai gerbang masuk menuju kota-kota lain di Bengkulu sehingga Bengkulu Tengah lebih dikenal sebagai Kota Transit daripada Kota Wisata. Padahal Bengkulu Tengah menyimpan begitu banyak keunikan yang bisa dinikmati dan obyek-obyek yang bisa dikunjungi. Keunikan Iklim yang sejuk didapat karena sebagian Kabupaten Bengkulu Tengah berada di wilayah pegunungan. Obyek wisata paling banyak dikunjungi dan populer di Kabupaten Bengkulu Tengah antara lain : Obyek Wisata Bunga Rafflesia Arnold, Pantai Sungai Suci, Gunung Bungkok, Air Terjun Curup Embun, Hutan Rajo Lelo, Wahana Surya dan Danau Geda. Obyek wisata tersebut ramai dikunjungi wisatawan pada hari-hari libur nasional. Untuk menunjang kebutuhan para wisatawan, Kabupaten Bengkulu Tengah juga sudah mempersiapkan hotel dari yang paling murah sampai hotel berbintang. Transportasi yang mudah dan nyaman, biro perjalanan yang siap memandu perjalanan para wisatawan.

Kabupaten Bengkulu Tengah dalam upaya pengembangan obyek wisata untuk dalam kenyataannya terdapat beberapa permasalahan. Upaya pengembangan obyek-obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah saat ini belum optimal. Hal ini dikarenakan dana untuk pengembangan obyek wisata di atas cukup terbatas dan masih kurangnya tenaga profesional dibidang kepariwisataan dalam perencanaan, pengelolaan dan pemasaran pariwisata.

Dengan banyaknya potensi obyek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bengkulu Tengah, maka menarik untuk diteliti bagaimana obyek-obyek wisata yang dimiliki Kabupaten Bengkulu Tengah bisa menjadi sektor yang lebih diutamakan dengan menemukan strategi-strategi pengembangannya. Strategi pengembangan dapat ditemukan dengan mengungkapkan kondisi internal dan eksternal obyek wisata Kabupaten Bengkulu Tengah, maka bisa didapatkan beberapa strategi pengembangan yang memungkinkan agar dapat dikembangkan untuk menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bengkulu Tengah.

## LANDASAN TEORI

2

### Pengembangan Pariwisata

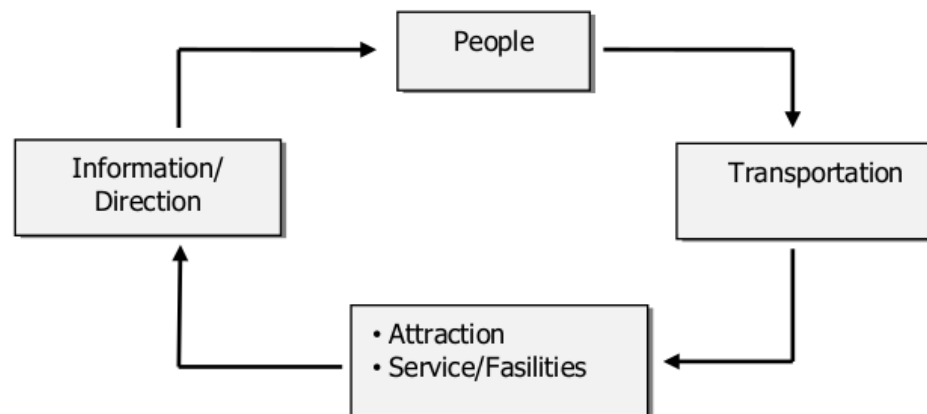
Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu :

1. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
2. *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.
3. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh (Yoeti, 1985).

### Faktor Penunjang Pengembangan Pariwisata

Banyak faktor yang harus diperhatikan dalam meningkatkan pariwisata di Indonesia seperti sarana prasarana objek wisata itu sendiri, kemudahan transportasi menuju objek wisata tersebut, tersedia akomodasi dan konsumsi yang memadai, serta kualitas dari sumber daya Indonesia sendiri yang terlibat dalam objek wisata tersebut. Pada dasarnya, atraksi, pelayanan, dan fasilitas nilainya menjadi tak berarti apabila tidak tersedia transportasi dan aksesibilitas lokasi. Oleh sebab itu, keterkaitan antara tempat asal dan tujuan wisata adalah bagian vital yang lain dari kepariwisataan. Informasi dan petunjuk wisata sebagai komponen penting terakhir merupakan selengkap sistem. kepariwisataan yang disediakan melalui iklan, buku, pusat informasi, maupun dari mulut ke mulut. Demikian seterusnya akan membentuk sebuah siklus, sebagaimana digambarkan dalam bagan berikut (Gunn, 1994):

Gambar 1. Siklus Kegiatan dalam Kepariwisataan



Gunn (1994) mengemukakan bahwa suatu kawasan wisata yang baik dan berhasil secara optimal didasarkan kepada empat aspek yaitu;

1. Mempertahankan kelestarian lingkungannya
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kawasan tersebut
3. Menjamin kepuasan pengunjung
4. Meningkatkan keterpaduan dan unity pembangunan masyarakat di sekitar kawasan dan zone pengembangannya.

## METODE PENELITIAN

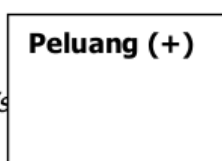
### Metode Analisis

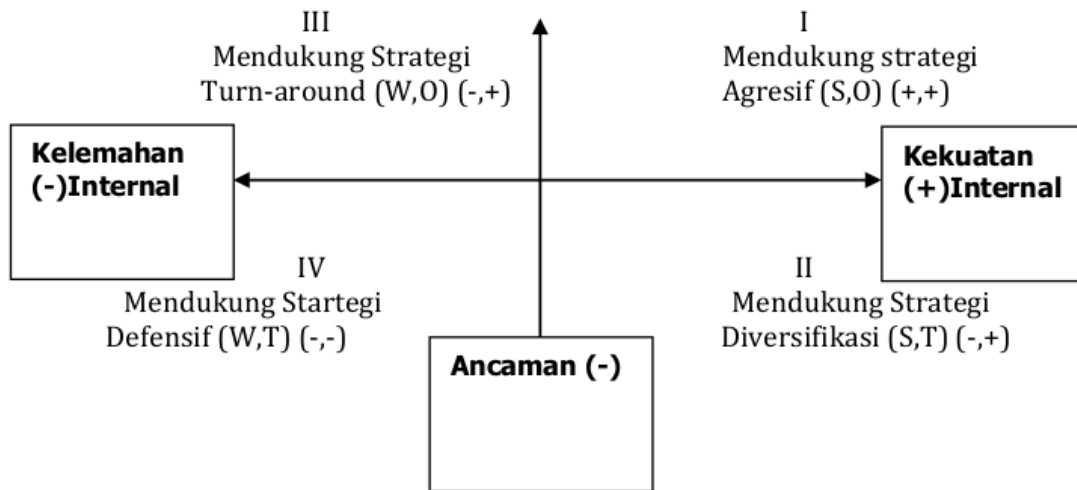
#### Analisis SWOT

Dalam rangka penentuan strategi pengembangan perusahaan yang penting untuk diperhatikan adalah bagaimana kondisi sebuah perusahaan dengan melihat perkembangannya selama kurun waktu tertentu, meliputi kondisi historis, kondisi saat ini dan visi ke depan sebuah perusahaan. Untuk saling melengkapi dan mendukung informasi-informasi akuntansi, diperlukan analisis faktor internal dan faktor eksternal yang melingkupi suatu perusahaan. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan identifikasi secara sistematis terhadap faktor-faktor yang menentukan kondisi suatu kegiatan serta penentuan alternatif strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi tersebut. Analisis ini didasarkan pada logika bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang (S,O) dan pada saat yang bersamaan akan meminimumkan kelemahan dan ancaman (W,T).

*Strengths* atau kekuatan adalah kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan yang merupakan keunggulan komparatif sebagai faktor pendorong berkembangnya suatu perusahaan. *Weaknesses* adalah kelemahan atau keterbatasan kemampuan suatu perusahaan yang merintanginya untuk berkompetisi atau berkembang. *Opportunities* atau peluang adalah kondisi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan untuk berkembang. Peluang merupakan faktor eksternal yang dihadapi perusahaan. *Threats* atau ancaman adalah kondisi yang tidak menguntungkan dan merupakan ancaman bagi kelangsungan perusahaan.

Gambar 2. Analisis SWOT





Sumber : Rangkuti, (2009)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan

Hasil analisis SWOT untuk faktor internal dan eksternal tersebut dijabarkan sebagai berikut :

#### 1. *Strengths* (Kekuatan)

Tabel 1 Kekuatan yang dimiliki untuk pengembangan obyek wisata

No	Indikator	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	Keindahan Panorama Alam	0,14	3	0,42
2	Adanya Kawasan Pemukiman	0,14	3	0,42
3	Tersedia Fasilitas-Fasilitas Pendukung	0,14	2	0,28
4	Keramahtamahan Penduduk Sekitar	0,14	2	0,28
5	Potensi Sumber Daya Alam yang Berlimpah	0,14	2	0,28
6	Keamanan dan Stabilitas yang Cukup Baik	0,14	2	0,28
7	Letak Geografis Kabupaten	0,14	3	0,42
Total		1,0		2,38

Sumber : Data diolah,2020

#### 2. *Weakness* (Kelemahan)

Tabel 2 Kelemahan yang dimiliki obyek wisata

No	Indikator	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	Kurangnya Kegiatan Promosi	0,14	3	0,42
2	Belum menjadi tujuan utama wisata	0,14	4	0,56
3	Terbatasnya sarana transportasi menuju lokasi	0,14	4	0,56
4	Terbatasnya SDM	0,14	2	0,14

5	Masih kurangnya investor	0,14	4	0,56
6	Retribusi Liar	0,14	4	0,56
7	Fasilitas Jalan Kurang Memadai	0,14	4	0,56
Total		1,0		3,36

Sumber : Data diolah,2020

### 3. *Opportunities* (Peluang)

Tabel 3 Peluang yang dimiliki untuk pengembangan obyek wisata

No	Indikator	Bobot	Rating	Bobot Rating X
1	Adanya Pameran HUT Kabupaten	0,17	4	0,68
2	Sikap Dukungan Warga	0,17	4	0,68
3	Adanya Pelatihan Pariwisata	0,17	3	0,51
4	Peningkatan Ekonomi Nasional	0,17	3	0,51
5	Komitmen Pemerintah	0,17	3	0,51
6	Akses Internet/ Jaringan Sosial	0,17	3	0,51
Total		1,0		3,4

Sumber : Data diolah,2020

### 4. *Threats* (*Ancaman*)

Tabel 4 Ancaman yang dimiliki untuk pengembangan obyek wisata

No	Indikator	Bobot	Rating	Bobot Rating X
1	Meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata ke daerah lain	0,33	2	0,66
2	Dekatnya daerah-daerah lain (competitor) yang menjadi tujuan wisata	0,33	1	0,33
3	Adanya Tindak Kriminal	0,33	2	0,66
Total		1,0		1,65

Sumber : Data diolah,2020

Berdasarkan analisa SWOT diatas hasil perhitungan nilai tertimbang faktor internal dan faktor Eksternal yang dimiliki yaitu perhitungan terhadap sumbu X sebagai sumbu horizontal yaitu merupakan pengurangan antara kekuatan dikurangi kelemahan dari faktor internal dan perhitungan terhadap sumbu Y sebagai sumbu vertikal yaitu peluang dikurangi ancaman dari hasil tersebut diperoleh strategi pengembangan obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah, yang dapat dilihat dalam tabel berikut :

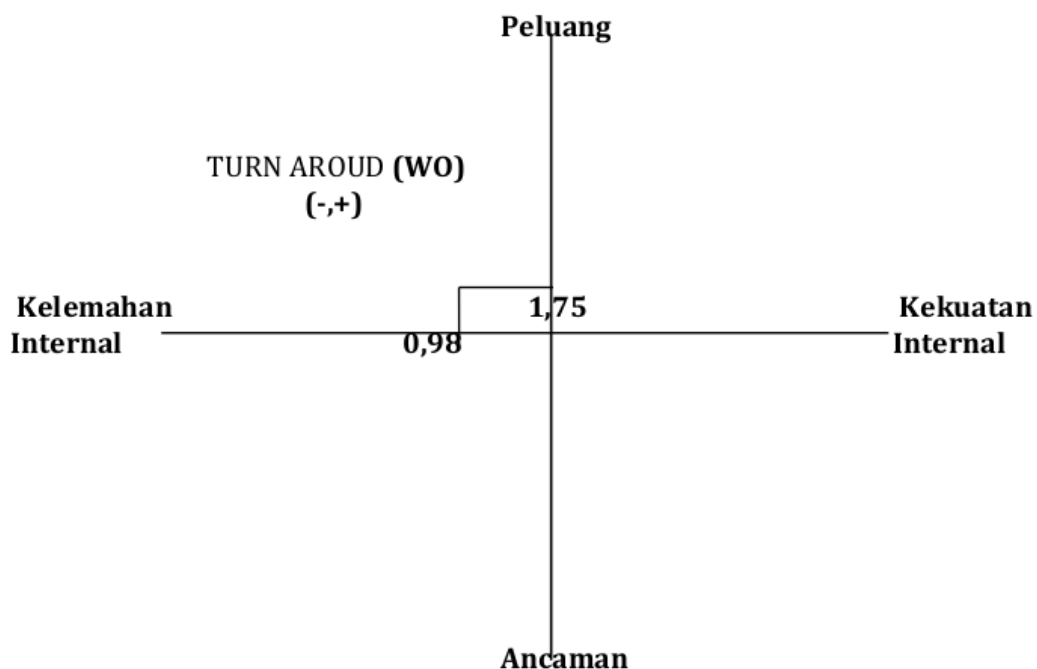
Tabel 5 Hasil Analisa SWOT

No	Item	Nilai Tertimbang	Selisih	Nilai
1	Kekuatan	2,38	0,98	-
2	Kelemahan	3,36		
3	Peluang	3,4	1,75	+
4	Ancaman	1,65		

Sumber : Data diolah,2020

Hasil analisa SWOT diperoleh nilai kekuatan dikurangi dengan kelemahan yang berfungsi sebagai sumbu X yaitu sebesar - 0,98 nilai peluang dikurangi dengan nilai ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,75. Hasil ini menunjukkan bahwa Strategi pengembangan obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah memiliki Kekuatan yang lebih kecil dibandingkan dengan Kelemahan, dan memiliki Peluang yang lebih besar dibandingkan Ancaman yang dapat dilihat pada diagram berikut ini :

Gambar 2 Matrik Analisis



Banyak strategi yang bisa dirancang seperti tersaji pada Tabel namun demikian beberapa strategi WO yang secara operasional dapat diperoleh, antara lain :

1. Meningkatkan Kegiatan Promosi

Keikutsertaan Dinas Pariwisata dalam pameran tahunan Hari Ulang Tahun (HUT) Kabupaten Bengkulu Tengah berarti juga peran aktif untuk mempromosikan obyek wisata yang ada di Bengkulu Tengah. pelaksanaannya yang diikuti oleh masyarakat Kabupaten Bengkulu Tengah bahkan warga masyarakat kabupaten tetangga menjadi nilai positif untuk promosi tentu saja pameran ini menjadi ajang promosi yang mengedepankan daya tarik obyek wisata masing-masing., perlunya mengadakan event-event berskala nasional di lokasi obyek wisata serta promosi melalui media social seperti facebook, twitter, youtube, instagram maupun website



- resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Tengah. Dengan meningkatkan kegiatan promosi ini diharapkan terdapat peningkatan kunjungan wisatawan di obyek-obyek wisata yang cukup signifikan.
2. Meningkatkan Kapasitas Aparatur dan Masyarakat  
Dengan adanya keterbatasan sumber daya manusia di Kabupaten Bengkulu Tengah perlu diadakan peningkatan kapasitas aparatur maupun masyarakat baik itu melalui sosialisasi, bimbingan teknis, pelatihan kepariwisataan, maupun study banding ke daerah yang sudah berhasil.
  3. Mengadakan Kegiatan Pemasaran Terpadu  
Pemerintah mengadakan kegiatan pemasaran terpadu seperti mengadakan even tingkat kabupaten, provinsi maupun tingkat nasional di lokasi wisata ataupun ikut serta dalam kegiatan Nasional seperti Gelar Teknologi Tepat Guna Nasional, Expo yang dilaksanakan oleh Kementerian Perindustrian maupun Kementerian Pariwisata dan lain-lain dengan mengedepankan potensi unggulan Kabupaten Bengkulu Tengah baik itu potensi sumber daya alam maupun kerajinan/olahan masyarakat.
  4. Pemerintah Membangun Jalan dan Sarana/Prasarana  
Dengan adanya perbaikan dan pembangunan sarana dan prasarana seperti penginapan, jalan, sarana air bersih, dan lain-lain didaerah tujuan wisata akan menjadi daya tarik wisatawan dapat berkunjung dan menikmati objek wisata tersebut.
  5. Pemerintah Berupaya Mendatangkan Investor Sebanyak Mungkin  
Dengan adanya peningkatan sarana/prasarana secara tidak langsung akan menjadi daya tarik investor untuk dapat mengembangkan potensi wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah, baik itu dibidang perhotelan, pertanian, perindustrian maupun kepariwisataan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :Kekuatan yang dimiliki obyek wisata Kabupaten Bengkulu Tengah tergolong rendah, ini bisa dilihat dari hasil analisis SWOT dengan nilai total 2,38. Kelemahan sebesar 3,36 dan peluang sebesar 3,4 serta ancaman sebesar 1,65. Berdasarkan pemetaan analisis SWOT menurut Rangukuti (2009), jika hasil analisis strategi pengembangan obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah berada pada kuadran III (mendukung strategi turn around) maka strategi pengembangan obyek wisata Kabupaten Bengkulu Tengah layak diterapkan. Pemerintah menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi yaitu meminimalkan masalah internal sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik

### **Saran**

Adapun strategi yang bisa diterapkan untuk menghadapi tantangan pengembangan obyek wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah adalah WO (Weakness-Opportunity), berusaha mencapai keuntungan dari peluang yang ada dengan mengatasi kelemahan-kelemahan usaha :Meningkatkan Kegiatan Promosi,

meningkatkan Kapasitas Aparatur dan Masyarakat, mengadakan Kegiatan Pemasaran Terpadu, Pemerintah Membangun Jalan dan Sarana/Prasarana, Pemerintah Berupaya Mencari Investor Sebanyak Mungkin

## DAFTAR PUSTAKA

- Adianti, Mira, R. 2005. Arahana Bentuk Kegiatan dan Kelembagaan Kerjasama Pada Pengelolaan Sarana dan Prasarana Pantai Parang Teritis, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Amri, Chairul. 1996. Pengembangan Pariwisata Di Propinsi Daerah TK I Bengkulu.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah. 2015. Bengkulu Tengah Dalam Angka, Bengkulu.
- Bambang. 2007. Pengaruh Pembiayaan Infrastruktur dan Pendapatan Daerah Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Kudus. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Burkart, AJ. S. Medlik. 1987. *Tourism, Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Christina L. Rudatin. 2008. Arah Kebijakan dan Strategi Pembangunan Sumber Daya Pariwisata 5 tahun ke Depan, RPJMN 2010 – 2014 bidang Pariwisata, Bappenas
- 4 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bengkulu Tengah, 2015, Data Kunjungan Wisatawan 2010, Bengkulu.
- Gunawan, Myra, P. 2002. Perencanaan Pariwisata dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kota, Makalah, Forum URDI.
- Gunn, Clare. A. 1994. *Tourism Planning, Basic Concept Cases*. Washington DC: Taylor & Francis.
- Habibi, Arsyad. 2009. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Kasro, Hasbudi. 2010. Analisa Sarana dan Prasarana Pariwisata Kawasan Pesisir di Kota Bengkulu. Dengan menggunakan analisa SWOT Efah dan Ifas With Scoring dan Analisa Kualitatif (Kondisi Eksiting Sarana dan Prasarana), Universitas Bengkulu,
- Yoeti, O. A. 2001. *Ilmu Pariwisata. Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya*. Jakarta: Penerbit PT. Pertja.
- Yoeti, O. A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Pradnya Paramita. Jakarta.

# STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH (Studi Kasus Obyek Wisata Di Kecamatan Pondok Kelapa)

## ORIGINALITY REPORT

<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>st293545.sitekno.com</b> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<b>dheeva-wisata.blogspot.com</b> Internet Source	<b>5%</b>
<b>3</b>	<b>pustakanet.wordpress.com</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>4</b>	<b>eprints.undip.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 4%

Exclude bibliography  On