

ANALISIS PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA BUKIT TUNGKU WIRI DOYO DALAM UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN JAYAPURA

Grace Rosalia Meraudje¹
Yundy Hafizrianda²
yundyhafizrianda@gmail.com
Risky Novan Ngutra³

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of the Bukit Tungku Wiri Doyo tourism sector in improving the local economy in Jayapura Regency. The research employs a qualitative descriptive method, with data collected through interviews and documentation. The analysis applies the Tourism Area Life Cycle (TLC) approach and SWOT analysis to identify internal and external factors. The results indicate that the tourism site has significant natural potential; however, its management remains suboptimal due to limited facilities and inadequate management systems. Recommended development strategies include improving infrastructure, strengthening management, and enhancing the involvement of government and local communities. Optimal development is expected to increase tourist visits and improve local community income.

Keywords: *tourism, local economy, SWOT, destination development*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain didalam daerah, wilayah dan negara penerima wisatawan (Sihombing, 2021). Oleh karenanya sektor pariwisata perlu dikelola dan dikembangkan dengan baik sehingga mampu mendorong perekonomian masyarakat. Selain dapat meningkatkan ekonomi, sektor pariwisata juga dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat yang tinggal disekitar daerah wisata.

Menurut Yanti (2018) ilmu pariwisata adalah keseluruhan dari segala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing dari segala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dan aktivitas yang bersifat sementara". Sedangkan menurut Hadinoto (1996) dalam Yanti (2018) ada beberapa hal yang menentukan dalam pengembangan suatu obyek wisata, diantaranya adalah: atraksi wisata, promosi dan pemasaran, pasar wisata, transportasi dan masyarakat penerima wisatawan.

Pengembangan sektor pariwisata ditujukan sebagai upaya yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu pengembangan sektor pariwisata harus aman, nyaman, menarik, mudah dicapai dan berwawasan lingkungan sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat

¹ Alumni Program S1 Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Uncen

² Staf Pengajar Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Universitas Cenderawasih

³ Staf Pengajar Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Universitas Cenderawasih

secara maksimal (Sihombing, 2021). Maka dari itu untuk dapat meningkatkan sektor pariwisata maka diperlukan kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta melalui penyediaan fasilitas, sarana prasarana di lokasi wisata, sehingga wisatawan akan tertarik untuk datang.

Bukit Tungku Wiri (Bukit Teletabis) di Kampung Doyo, Kabupaten Jayapura, merupakan salah satu objek wisata yang saat ini sedang ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal ataupun nasional. Objek wisata tersebut menawarkan pemandangan alam perbukitan dan danau yang begitu menarik dan juga cuaca yang sejuk, sehingga pengunjung betah untuk berlama-lama di lokasi wisata tersebut. Dalam perjalanannya lokasi wisata ini semakin populer berkat postingan pengunjung di jejaring media sosial.

Berdasarkan data awal yang diperoleh penulis dengan mewawancarai pengelola lokasi dengan daftar pertanyaan yang sudah di siapkan sebanyak lima (5) poin dan duapuluh delapan (28) sub poin, berkaitan dengan sejarah lokasi wisata, status pengelolaan, aksesibilitas, pengelolaan lokasi, pengembangan lokasi, dan tantangan yang di hadapi

Berdasarkan keterangan pengelola di lokasi bukit Tungku Wiri Bapak Thomas Marweri, Agus Pangkatana, dan Yusup Ibo bertugas sebagai penarik retribusi parkir kendaraan roda dua/empat, sedangkan untuk pedagang di lokasi hanya satu (1) orang dimana adalah orang asli pemilik lokasi wisata (Ibu. Lebertina Yapo), adalah pedagang tetap dengan bangunan semi permanen, sedangkan pedagang musiman menggunakan motor berjualan bakso paling banyak pada akhir pekan sebanyak lima (5) orang, dengan memberi retribusi kepada pengelola untuk berjualan di sekitar lokasi satu (1) pedagang Rp. 50 ribu/hari.

Lokasi wisata juga belum memiliki manajemen pengelolaan administrasi saat penulis mengambil data seperti, buku tamu, karcis untuk retribusi, sehingga belum dapat mengukur jumlah pengunjung atau tamu yang berkunjung. Informasi yang di dapat berupa keterangan dari petugas parkir sebanyak tiga (3) orang, dimana sehari bisa mendapatkan keuntungan dari parkir ±Rp.300-500 ribu yang kemudian di setor kepada kepala kampung Bapak Asher Samuel Marweri, dan dari ketiga petugas perorangnya di gaji setiap satu (1) minggu, sebesar Rp. 700 ribu.

Pemerintah Kabupaten Jayapura sudah membantu dalam pembangunan fisik dalam bentuk sarana penunjang seperti, jalan, toilet, tempat sampah, saung dan beberapa saran lainnya yang ada di lokasi Bukit Tungku Wiri yang kemudian di serahkan kepada pemilik hak ulayat Doyo Lama dimana terdapat empat (4) kepala suku, Pokonoroware, Robongkonoroware, Swadewar, dan Norkobouw. namun dalam pengelolaan di lakukan oleh kampung Doyo Lama.

Bukit Tungku Wiri (Bukit Teletabis) saat ini menjadi sala satu objek wisata alam di Kabupaten Jayapura dengan minat pengunjung yang masih terbilang tinggi, karena tawaran pemandangan alam yang indah menjadi salah satu spot/tempat foto terbaik dengan desain/tema lokasi yang menarik. Dimana secara akses ke lokasi terbilang mudah dan kondisi jalan baik, namun di sisi lain fasilitas yang ada di lokasi seperti toilet dan saung untuk bersantai masih terbatas.

Dilihat dari besarnya potensi wisata Bukit Tungku Wiri (Bukit Teletabis) yang hingga saat ini masih belum di kembangkan secara optimal baik dari kelayakan sebagai kawasan wisata, serta jenis wisata pendukung lainnya, seperti atraksi budaya, lokasi outbound toko souvenir di dalam lokasi wisata tersebut, maka sangat diperlukan campur tangan baik dari pemerintah, akademisi maupun swasta untuk mendorong pembangunan dan pengembangan objek wisata untuk meningkatkan perekonomian lokal.

Kebijakan pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata sangat penting peranannya dalam menunjang keberhasilan pengembangan pariwisata (Sihombing, 2021). Artinya pemerintah daerah berperan penting dalam upaya pengembangan sektor pariwisata di daerahnya. Karena pengembangan dalam wilayah objek wisata akan dapat memberikan kontribusi yang sangat besar, apabila mampu dikelola secara profesional, keuntungan.

Hal tersebut dipertegas dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 menjelaskan bahwa Pemerintah Daerah memiliki kewenangan yang lebih luas untuk wilayahnya, implikasi semakin besarnya tugas serta tanggung jawab untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya alam yang dimiliki daerah tersebut dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah. Dengan adanya regulasi tersebut pemerintah mempunyai keleluasaan untuk mengembangkan objek wisata.

Pengembangan pariwisata di Indonesia dilaksanakan dengan berpedoman pada prinsip pariwisata sebagaimana tercantum dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, yaitu

memberdayakan masyarakat setempat di mana masyarakat berhak untuk berperan dalam proses pembangunan kepariwisataan dan berkewajiban menjaga dan melestarikan daya tarik wisata; serta membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata.

Pengembangan objek wisata meningkatkan kunjungan wisatawan dan jumlah kunjungan wisatawan sangat berarti untuk pengembangan industry pariwisata dan pendapatan masyarakat. Selain itu juga memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pendapatan pemerintah daerah dan juga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat lokal yang ada disekitar objek wisata apabila dikelola secara profesional.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan strategi pengembangan sektor pariwisata bukit Tungku Wiri (Bukit Teletabis) dirumuskan menggunakan metode/analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman). Yang diawali dengan mengidentifikasi dan mengkaji faktor-faktor internal (kekuatan dan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi perkembangan objek wisata ini. dalam pengamatan awal di lokasi selanjutnya membandingkan kedua faktor tersebut untuk mendapatkan strategi pengembangan yang dijabarkan dalam program strategis.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa pengembangan sektor pariwisata Bukit Tungku Wiri Doyo masih belum optimal dan berkelanjutan, minimnya sarana dan prasarana penunjang dilokasi wisata, faktor keamanan, harga retribusi dan barang dagangan masih terbilang cukup tinggi juga menjadi kendala, sehingga berdampak pada kurangnya jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini akan berdampak pada masyarakat lokal yang berjualan di lokasi objek wisata pendapatannya semakin berkurang.

Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Apa saja faktor penghambat pengembangan sektor Pariwisata Bukit Tungku Wiri Doyo dalam upaya meningkatkan ekonomi lokal di Kabupaten Jayapura?
2. Bagaimana pengembangan sektor Pariwisata Bukit Tungku Wiri Doyo dalam upaya meningkatkan ekonomi lokal di Kabupaten Jayapura dengan analisis SWOT?

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura dan Objek Wisata Bukit Tungku Wiri Doyo.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sukmadinata (2011), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder, penjelasannya sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer merupakan materi atau kumpulan fakta yang di kumpulan sendiri dari peneliti pada saat penelitian berlangsung. Data primer penulis peroleh dengan cara melakukan wawancara langsung kepada informan penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari pihak lain atau data yang diambil secara tidak langsung dari sumber data. data sekunder penulis peroleh dari buku, asrip, dokumen dari Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura dan yang berkaitan dengan penelitian penulis.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono (2010) sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan dalam penelitian. Berdasarkan pendapat tersebut, yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu:

Informan Kunci

- Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura 1 Orang
- Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura 1 Orang

Informan Utama

- Kabid. Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata 1 Orang

Informan Tambahan

- Tokoh Adat 4 Orang
- Masyarakat Sekitar Objek Wisata 3 Orang
- Pelaku Usaha Wisata 2 Orang

Total Informan 12 Orang

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang benar dan akurat sehingga mampu menjawab permasalahan penelitian, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2010) wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara dengan penjawab atau informan dengan menggunakan panduan wawancara. Dalam melakukan wawancara, peneliti mencatat semua jawaban dari informan sebagaimana adanya. Selain itu juga, peneliti sudah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2010) studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Maka dalam penelitian ini, dokumen yang digunakan yaitu melakukan kajian buku-buku, literature, jurnal, artikel, serta dokumen-dokumen yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura yang dapat mendukung hasil penelitian.

3. Catatan Lapangan

Merupakan yang paling penting dalam pengumpulan data pada penelitian kualitatif, sebelum menyusun catatan lapangan yang lengkap, peneliti menggunakan abstraksi berupa coretan yang berisi inti dari pengamatan dan hasil wawancara ketika di lapangan, penyusunan catatan lapangan dilakukan secara langsung setelah peneliti selesai pengamatan atau wawancara agar tidak lupa dan tercampur dengan informasi yang lain.

Metode Analisis Data

Melalui pendekatan hasil observasi, wawancara, kuesioner, studi kepustakaan dan pendokumentasian yang terkait dengan katagorisasi objek wisata Bukit Tungku Wiri (Bukit Teletabis),

kendala-kendala internal eksternal pengembangan destinasi pariwisata kemudian diolah menjadi data yang selanjutnya dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan teori life cycle destination, konsep kekuatan internal eksternal, matriks internal (IFAS) dan matriks eksternal (EFAS), serta tabel Analisis SWOT.

1. Teknik Analisis Data Life Cycle Destination

Dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata khususnya pengembangan kawasan wisata atau obyek wisata pada umumnya mengikuti alur atau siklus kehidupan pariwisata yang lebih dikenal dengan Tourist Area Life Cycle (TLC) sehingga posisi pariwisata yang akan dikembangkan dapat diketahui dengan baik dan selanjutnya dapat ditentukan program pembangunan, pemasaran, dan sasaran dari pembangunan pariwisata tersebut dapat ditentukan dengan tepat. Dimana di dalam penelitian Objek Wisata Bukit Tungku Wiri dengan pendekatan Penelitian kualitatif, peneliti melakukan enam (6) tahapan baik secara pengamatan, wawancara dan dokumentasi.

a. Tahap Penemuan

Potensi pariwisata berada pada tahapan identifikasi dan menunjukkan destinasi memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik atau destinasi wisata karena didukung oleh keindahan alam yang masih alami, daya tarik wisata alamiah masih sangat asli, pada sisi lainnya telah ada kunjungan wisatawan dalam jumlah kecil dan mereka masih leluasa dapat bertemu dan berkomunikasi serta berinteraksi dengan penduduk lokal.

b. Tahap Pelibatan

Pada tahap pelibatan, masyarakat lokal mengambil inisiatif dengan menyediakan berbagai pelayanan jasa untuk para wisatawan yang mulai menunjukkan tanda-tanda peningkatan dalam beberapa periode. Masyarakat dan pemerintah local sudah mulai melakukan sosialisasi atau periklanan dalam skala terbatas, pada musim atau bulan atau hari-hari tertentu.

c. Tahap Pengembangan

Pada tahapan ini, telah terjadi kunjungan wisatawan dalam jumlah besar dan pemerintah sudah berani mengundang investor nasional atau internasional untuk menanamkan modal di kawasan wisata yang akan dikembangkan. Perusahaan asing.

d. Konsolidasi

Pada tahap ini, sektor pariwisata menunjukkan dominasi dalam struktur ekonomi pada suatu kawasan dan ada kecenderungan dominasi jaringan internasional semakin kuat memegang peranannya pada kawasan wisata atau destinasi tersebut. Kunjungan wisatawan masih menunjukkan peningkatan yang cukup positif namun telah terjadi persaingan harga diantara perusahaan sejenis pada industri pariwisata pada kawasan tersebut.

e. Stagnasi

Pada tahapan ini, angka kunjungan tertinggi telah tercapai dan beberapa periode menunjukkan angka yang cenderung stagnan. Walaupun angka kunjungan masih relative tinggi namun destinasi sebenarnya tidak menarik lagi bagi wisatawan. Wisatawan yang masih datang adalah mereka yang termasuk guest/pemandu wisata atau mereka yang tergolong wisatawan yang loyal dengan berbagai alasan.

Program-program promosi dilakukan dengan sangat intensif namun usaha untuk mendatangkan wisatawan atau pelanggan baru sangat sulit terjadi. Pengelolaan destinasi melampaui daya dukung sehingga terjadi hal-hal negative tentang destinasi seperti kerusakan lingkungan, maraknya tindakan kriminal, persaingan harga yang tidak sehat pada industry pariwisata, dan telah terjadi degradasi budaya masyarakat lokal.

f. Penurunan atau Peremajaan

Setelah terjadi Stagnasi, ada dua kemungkinan bisa terjadi pada kelangsungan sebuah destinasi. Jika tidak dilakukan usaha-usaha keluar dari tahap stagnasi, besar kemungkinan destinasi ditinggalkan oleh wisatawan dan mereka akan memilih destinasi lainnya yang dianggap lebih menarik. Destinasi hanya dikunjungi oleh wisatawan domestik saja itupun hanya ramai pada akhir pekan dan hari liburan saja. Banyak fasilitas wisata berubah fungsi menjadi fasilitas selain pariwisata.

2. Analisis SWOT

a. Analisis EFAS, IFAS dan profilkompetitif

IFAS (Internal Factors Analysis Strategic) merupakan bentuk analisis strategi dari faktor-faktor internal organisasi /perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret kekuatan dan kelemahan Objek Wisata Bukit Tungkuwiri.

Adapun metode menyusun IFAS adalah:

Membuat matrik yang terdiri dari lima kolom dan empat baris

1. Pada baris dua dibuat faktor kekuatan dan faktor kelemahan organisasi
2. Pada kolom 2, berikan bobot pada masing-masing faktor dimulai dari angka 0,0. untuk faktor yang tidak penting, dan 1,0 untuk faktor yang dianggap sangat penting. Indikator penting dan tidaknya faktor adalah tingkat peran faktor tersebut terhadap dampaknya bagi keputusanstrategi.
3. Pada kolom 3 adalah rating utuk masing-masing faktor. Angka rating dimulai dari angka 1 untuk kondisi lemah dan sampai 4 bagi faktor yang kuat berpengaruh bagi organisasi/perusahaan. Cara memberikan rating adalah:
 - a) Faktor kekuatan adalah nilai positif 1(+1) bagi kekuatan yang bernilai kecil dan positif 4 (+4) bagi faktor kekuatan yang memiliki nilai sangat besar.
 - b) Faktor kelemahan adalah nilai positif 1 (+1) bagi kelemahan yang bernilai besar dan positif 4 (+4) bagi faktor kelemahan yang memiliki nilai sangat sedikit.
4. Kolom 4 adalah skor, yaitu perkalian antara bobot dan rating (kolom 2 dan kolom 3) dari masing-masing faktor. Hasil skor pembobotan masing-masing faktor ini akan dimulai dari angka 1 (lemah) sampai pada angka 4 (kuat).
5. Kolom 5 berisi tentang komentar atau catatan dari masing- masing faktor. Kolom ini bersifat bila mana diperlukan.

Selanjutnya hasil skor ini akan dijumlahkan untuk memperoleh total skor pembobotan. Total skor pembobotan ini akan menunjukkan potret organisasi/perusahaan di dalam mensikapi kekuatan dan kelemahan terhadap kondisi objektif internal organisasi/perusahaannya. Total skor faktor internal ini dapat dipergunakan untuk membandingkan dengan kekuatan dan kelemahan dari organisasi/perusahaan lain.

Tabel 3.1 Matrik IFAS

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Internal				
Kekuatan :				
1.....				
Kelemahan:				
1.....				
Total				

Sumber: Rangkuti 2002

EFAS (External Factors Analysis Strategic) adalah suatu bentuk analisis strategi dari faktor-faktor eksternal organisasi/perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret peluang dan ancaman organisasi / perusahaan. Dengan demikian potret eksternal ini diperlukan untuk mengetahui tingkat kesiapan dan kesigapan

organisasi di dalam menghadapi kekuatan dan tekanan dari eksternal organisasi/perusahaan, lebih-lebih tekanan dari pesaing.

Profil kompetitif adalah suatu model untuk mengetahui tingkat persaingan antar organisasi / perusahaan dalam industri yang sejenis. Dalam profil ini disajikan organisasi/ perusahaan lain selaku pesaing dari organisasi/perusahaan yang sedang diteliti. Adapun metode menyusun.

EFAS adalah sebagai berikut:

- a) Membuat matrik yang terdiri dari 5 kolom dan 4 baris
- b) Pada baris 2 dibuat faktor peluang dan faktor ancaman organisasi/Perusahaan.
- c) Pada kolom 2, berikan bobot pada masing-masing faktor dimulai dari angka 0,0 untuk faktor peluang yang tidak penting, dan 1,0 untuk faktor peluang yang dianggap sangat penting. Indikator penting dan tidaknya faktor eksternal adalah tingkat peran faktor tersebut terhadap dampaknya bagi Keputusan strategi.
- d) Pada kolom 3 adalah *rating* untuk masing-masing faktor. Angka rating dimulai dari angka 1 untuk kondisi lemah dan sampai 4 bagi faktor yang kuat berpengaruh bagi organisasi/perusahaan. Cara memberikan *rating* adalah:
 1. Faktor peluang adalah nilai positif 1(+1) bagi peluang yang bernilai kecil dan positif 4 (+4) bagi faktor peluang yang memiliki nilai sangat besar.
 2. Faktor ancaman adalah nilai positif 1 (+1) bagi ancaman yang bernilai besar dan positif 4 (+4) bagi faktor ancaman yang memiliki nilai sangat sedikit.
- e) Kolom 4 adalah skor, yaitu perkalian antara bobot dan rating (kolom 2 dan kolom 3) dari masing-masing faktor. Hasil skor pembobotan masing-masing faktor ini akan dimulai dari angka 1 (lemah) sampai pada angka 4 (kuat).
- f) Selanjutnya hasil skor ini akan dijumlahkan untuk memperoleh total skor pembobotan. Total skor pembobotan ini akan menunjukkan potret organisasi/perusahaan di dalam mensikapi peluang dan ancaman terhadap kondisi objektif eksternal organisasi /perusahaannya. Total skor faktor eksternal ini dapat dipergunakan untuk membandingkan dengan peluang dan ancaman dari organisasi/Perusahaan lain.
- g) Kolom 5 berisi tentang komentar atau catatan dari masing- masing faktor. Kolom ini bersifat biladiperlukan faktor. Kolom ini bersifat bila diperlukan

Tabel 3.1 Matrik EFAS

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar

Sumber: Rangkuti 2002

Menyusun Matriks Analisis SWOT

Dari hasil analisis IFAS, EFAS, dan profil kompetitif dapat dijadikan acuan untuk menyusun matrik analisis. Matrik ini meliputi: a. Matrik Internal-Eksternal (IE)

Matrik Internal-Eksternal yaitu menyusun strategi yang terbagi ke dalam Sembilan sel. Tolak ukur yang digunakan adalah kekuatan-kelemahan internal dari IFAS untuk garis horizontal, peluang dan ancaman eksternal dari EFAS untuk garis vertical.

Dari hasil analisis IFAS, EFAS, dan profil kompetitif dapat dijadikan acuan untuk menyusun matrik analisis. Matrik ini meliputi: a. Matrik Internal-Eksternal (IE)

Matrik Internal-Eksternal yaitu menyusun strategi yang terbagi ke dalam Sembilan sel. Tolak ukur yang digunakan adalah kekuatan-kelemahan internal dari

IFAS untuk garis horizontal, peluang dan ancaman eksternal dari EFAS untuk garis vertical.

Untuk menentukan posisi organisasi bisnis berada pada kuadran mana, maka sebagai acuannya adalah hasil analisis IFAS dan EFAS. Sumbu koordinat x untuk hasil analisis IFAS yang dimulai dari angka 0 dan ke arah kiri, sedang sumbu y untuk hasil analisis EFAS mulai dari angka 0 ke arah atas. Angka 0 berada pada sudut kanan bawah untuk lebih jelas, lihat matrik IE sebagai berikut.

Tabel 3.3. Matrik Internal Eksternal

GROWTH	GROWTH	RETRENCHMENT
Konsentrasi melalui integrasi Vertical	Konsentrasi melalui integrasi horizontal	Turn Around
STABILITY Hati-hati	STABILITY Tidak ada perubahan strategi	RETRENCHMENT Captive Company atau Divesment

Sumber: Rangkuti 2002

b. Matriks kuadran SWOT

Dasar penyusunan matrik kuadran adalah hasil analisis dari IFAS dan EFAS diatas. Secara prinsip antara matrik internal-eksternal (IE) dengan matrik kuadran hampir sama, karena didalam matrik kuadran, pada masing- masing kuadran terdapat strategi yang harus dilakukan oleh Objek Wisata Bukit Tungkuwiri.

c. Matriks Grand Strategy

Sumber permasalahan sebenarnya bermula dari kelemahan internal organisasi di dalam menghadapi ancaman sebagai akibat kondisi persaingan bisnis. Sedangkan sumber untuk memecahkan persoalan berangkat dari potensi yang dimiliki organisasi guna mensikapi peluang secara optimal. Atas dasar strategi internal dan eksternal ini dipergunakan untuk menyusun grand strategy. Untuk memecahkan persoalan pada Objek Wisata dengan memanfaatkan potensi organisasi dan optimalisasi kinerja dari penentu proses manajerial seperti: kepemimpinan, budaya organisasi, pemberdayaan SDM, struktur organisasi pengendalian kualitas produk, keuangan yang cukup, dan lain- lain guna mengoptimalkan perolehan peluang faktor eksternal organisasi. Grand strategy dapat disusun dengan menggunakan matrik sebagai berikut:

Tabel 3.4 Matrik SWOT

Internal \ Eksternal	STRENGTH (S) Mengidentifikasi kekuatan	WEAKNESS (w) Mengidentifikasi Kelemahan
OPPORTUNITY (o) Mengidentifikasi peluang	STRATEGI SO Memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang	STRATEGI WO Mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Mengidentifikasi Ancaman	STRATEGI ST Memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Memanfaatkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti 2002

Definisi Operasional

1. Strategi Pengembangan Objek Wisata

Strategi pengembangan objek wisata merupakan langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura dalam melakukan pengembangan objek wisata Bukit Tungku Wiri Doyo yang dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan.

2. Peningkatan Ekonomi Lokal

Peningkatan ekonomi lokal adalah adanya perubahan pendapatan dari masyarakat yang melakukan transaksi jual beli di lokasi objek Wisata Tungku Wiri Doyo. Sebagai akibat dari adanya pengembangan objek wisata yang dilakukan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirrulah, (2020). Manajemen Strategi, Edisi 1, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Fahad, Hisyam. 2017. Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2002-2013. *Jurnal Publik Budaya*. Vol.5, No.1. Page 28-35.
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta: UI Press
- Huda, Rojaul, 2020. Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Aspirasi*. Vol.11, No.2 Desember 2020.
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta: UI Press
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. 2009. Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI Press.
- Meyer-Stamer, J. (2005). The Hexagon of Local Economic Development. Mesopartner Working Paper (No. 03). Duisburg. Diakses dari
- Sihombing, E Natalia, 2021. Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Toba Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Daerah. *JISPOL*. Vol.1, No.2, Desember 2021. Page: 150-172.
- Soetomo, (2013). Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sukmadinata, Syaodih 2011. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D Bandung: Alfabeta.
- Undang-undang RI. Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan daerah
- Undang-undang RI Nomor 10 2009 Tentang Kepariwisata. World Bank. (2003). Local Economic Development; LED uick Reference. Washington, DC: Urban Development Unit The World Bank.
- Yanti, Novi. 2018. Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata di Kota Padang. *Journal EM*. Vo. 1, No.1. Hal 30-39.
- Yulianti, Ade Dewi, 2021. Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol.5, No,2, May 2021, pp. 393-406.