

PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA SENTANI: PENILAIAN STRATEGIS SWOT OBJEK WISATA BUKIT BHULEM MOKHO DAN BHANJIBEY

Boy Piter Nizu Kekri¹
kekryboy@gmail.com

Fabiola Valensia Mende²
Fabiola.v.mende@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is: 1) To determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the development of Bhulem Mokho and Bhanjibey Hill tourism, 2) To develop an effective development strategy to maximize the tourism potential of Bhulem Mokho and Bhanjibey Hill, 3) To see the activeness of the local community in the development of the two hills. This study uses qualitative data obtained through direct interaction with the research object. The analysis method used in this study is SWOT data analysis, namely Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats. The results of the study show that: 1) The SWOT Cartesian quadrant of the Bhulem Mokho Hill Tourism Object in Ifar Besar Village, in Quadrant I shows an aggressive growth strategy pattern, the strategy implemented in quadrant I is to support an aggressive growth policy, through the development of the Bhulem Mokho Hill Tourism Object which is profitable, has strengths and opportunities. 2) The SWOT analysis of the Bhanjibey Hill tourist attraction in Hobong Village, in Quadrant II, shows a strategic pattern indicating a diversification policy. The strategy implemented in Quadrant II is to support diversification policies, the development of the Bhanjibey Hill tourist attraction, indicating a situation where the Bhanjibey Hill tourist attraction has internal weaknesses, but there are external opportunities that can be utilized to overcome these weaknesses. 3) The local communities of Ifar Besar and Hobong villages have implemented the development of the Bhulem Mokho and Bhanjibey Hill tourist attractions related to several development aspects according to the local economy and Creative Economy Development Regulation No. 24/2022 of 2022, including: location, workforce, security, and social capital. Although still minimal, the commitment and initiative of the local community, community leaders, land rights owners, and village government officials have become the seeds for the realization of the Bhulem Mokho and Bhanjibey Hill tourist attraction.

Keywords: Tourism Sector, Assessment, Strategic SWOT

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi lokal adalah upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu wilayah dengan memanfaatkan potensi lokal. Pengembangan ekonomi lokal melibatkan pemerintah, dunia usaha, masyarakat lokal dan organisasi masyarakat madani untuk mengoptimalkan sumber daya lokal. Keberhasilan pembangunan ekonomi lokal (PEL) sangat dipengaruhi setidaknya ada tiga hal saling berkaitan. (1) Sumber Daya Alam: Sumber daya alam merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi pembangunan ekonomi lokal; (2) Sumber Daya Manusia: Ketersediaan sumber daya manusia yang terampil dan berpendidikan juga merupakan faktor penting dalam pembangunan ekonomi lokal; (3) Kebijakan Pemerintah: Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan ekonomi lokal sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi, (Sastranegara, 2024).

Potensi pariwisata dapat dipadukan dengan ekonomi kreatif tentang penentuan strategi pengembangan potensi objek wisata. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (2009), ekonomi kreatif didefinisikan sebagai upaya pembangunan ekonomi berkelanjutan yang

¹ Staf Pengajar Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Universitas Cenderawasih

² Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Universitas Cenderawasih

memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menghasilkan produk dan layanan yang kompetitif serta memiliki nilai ekonomi tinggi. Ekonomi kreatif tidak hanya mencakup sektor jasa tetapi juga melibatkan berbagai sektor ekonomi berbasis pada pemanfaatan kekayaan sumber daya alam dan kearifan lokal, keterampilan kreatif untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan.

Objek wisata bukit Bhulem dan Bhanjibey, merupakan potensi Pariwisata di Sentani Kabupaten Jayapura. Faktanya bukti Bhulem Mokho dan Bhanjibey telah dikembangkan secara mandiri oleh masyarakat setempat, sehingga dapat diasumsikan adanya peluang ekonomi dapat dikembangkan untuk menarik usaha kreatif lainnya. Sehingga dasar analisis menggunakan konsep Ekonomi Kreatif Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 dan Teori Pembangunan Ekonomi Lokal, dipadukan dengan beberapa penelitian terdahulu. Strategi pengembangan dapat memberikan arahan kebijakan masing-masing pemangku kepentingan Pemerintah Daerah, Pemerintah Kampung, Masyarakat, dan Akademisi.

Dalam konteks analisis strategis, kedua objek wisata ini memiliki kekuatan (*strengths*) berupa daya tarik panorama alam yang memukau, latar Danau Sentani yang ikonik, serta keberadaan spot foto unik dan area camping yang sudah dikenal oleh wisatawan lokal. Ketersediaan fasilitas dasar seperti toilet, gazebo, penerangan, serta colokan listrik di beberapa titik turut mendukung kenyamanan pengunjung. Namun demikian, kelemahan (*weaknesses*) yang masih dihadapi mencakup terbatasnya fasilitas kebersihan dan sanitasi di area puncak bukit, minimnya tempat sampah, kurangnya warung permanen, serta belum adanya papan petunjuk arah dan informasi edukatif tentang objek wisata. Pengelolaan yang masih bersifat individual dan informal juga menjadi tantangan dalam menciptakan sistem pengelolaan yang terstruktur dan berkelanjutan.

Dari sisi peluang (*opportunities*), meningkatnya tren wisata alam, minat masyarakat terhadap wisata berbasis komunitas, serta potensi ekonomi kreatif melalui kerajinan lokal, kuliner, dan jasa wisata merupakan aspek yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pengembangan kawasan ini. Keterlibatan aktif masyarakat adat sebagai pengelola juga menjadi fondasi kuat untuk mengembangkan pariwisata berbasis lokal (*community-based tourism*). Sementara itu, ancaman (*threats*) yang perlu diwaspadai antara lain adalah risiko kerusakan lingkungan akibat peningkatan jumlah pengunjung, persaingan dengan destinasi wisata lain di sekitar Danau Sentani, serta belum optimalnya dukungan infrastruktur dari pemerintah daerah. Jika tidak ditangani dengan baik, hal-hal ini dapat menghambat pertumbuhan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Tidak cukup banyak penelitian dilakukan langsung pada lokasi wisata bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey, beberapa penelitian tentang pariwisata di Kabupaten Jayapura misalnya Ditha Mangiri, dkk (2020) menyebutkan wisata danau sentani menghasilkan dampak ekonomi yang masih rendah, terhadap pengembangan ekonomi lokal dan masyarakat sekitar kawasan dengan nilai *keynesian income multiplier* 0.93. Muhammad Sawir (2022) Sentani perlu dipadukan antara obyek wisata, destinasi budaya dan olahraga sehingga memberikan manfaat perekonomian bagi masyarakat lokal. Esmiralda Kogoya (2022) menyarankan kawasan wisata di Sentani lebih ditekankan pada penyediaan sarana-prasarana pendukung aktivitas objek wisata.

Sehingga penelitian ini ingin menemukan pengetahuan tentang kondisi terkini dan menyusun potensi ekonomi lokal yang tersedia, adanya peluang dari pariwisata dan ekonomi kreatif untuk objek wisata bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey, maka peneliti tertarik untuk menganalisis serta menentukan strategi pengembangan objek wisata bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey di Sentani, melalui judul penelitian yaitu: Pengembangan Sektor Pariwisata Sentani: Penilaian Strategis SWOT Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho Dan Bhanjibey.

METODE ANALISIS

Dalam studi ini, metode analisis yang digunakan adalah regresi semi-log untuk Sugiyono, (2017) menyebutkan bahwa analisis data merupakan aktivitas setelah seluruh data dan informasi dari sumber data terkumpul. Moleong, (2017) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar

sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Pada penelitian ini analisis data dilakukan melalui proses tabulasi data dan informasi, analisis data awal dalam rangka melihat akurasi data dan informasi, proses validasi, pengolahan data dan informasi sesuai tujuan penelitian ini, penyajian data dan informasi sebagai dasar interpretasi fenomena yang ditemukan.

Untuk menganalisis data dan informasi, guna menentukan kondisi eksisting pengembangan potensi objek wisata dan prioritas dan strategi Pengembangan objek wisata bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey di Sentani, Kabupaten Jayapura. Peneliti menggunakan metode analisis data SWOT yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman).

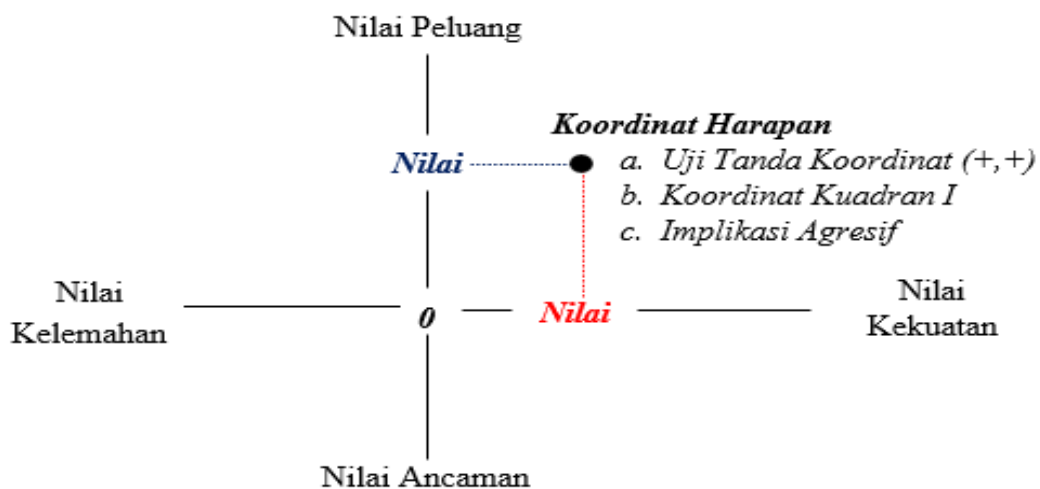
Tabel 1. Matriks SWOT Objek Wisata Bukit Bhulem Dan Bhanjibey di Sentani

SWOT	Strength (S) Kekuatan yang dimiliki objek wisata bukit Bhulem dan Bhanjibey	Weakness (W) Kelemahan yang dimiliki objek wisata bukit Bhulem dan Bhanjibey
Opportunities (O) Peluang yang dimiliki objek wisata bukit Bhulem dan Bhanjibey	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
Threats (T) Ancaman yang dimiliki objek wisata bukit Bhulem dan Bhanjibey	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber: Husain (2010)

Menurut Husain (2010) Kolom bobot merupakan tingkat kepentingan tiap-tiap faktor, pembobotan 0.20 sangat penting, 0.15 penting, 0.10 cukup penting, 0.05 tidak penting. Kolom *rating* merupakan kondisi internal potensi atau peluang pengembangan Kigi tiap-tiap faktor, nilai 4 kondisi sangat baik, nilai 3 kondisi baik, nilai 2 untuk biasa saja, dan nilai 1 kondisi buruk. Faktor- faktor bernilai 3 dan 4 hanya untuk kelompok *strengths*, sedangkan bernilai 2 dan 1 untuk kelompok *weaknesses* Dengan menggunakan matriks diagram analisis SWOT maka dapat digambarkan secara jelas mengenai ancaman dan peluang yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Gambar 1. Diagram SWOT Objek Wisata Bukit Bhulem Dan Bhanjibey di Sentani



HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman dan Strategi Pengembangan Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey

Kedua objek wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey memiliki Potensi Nilai Ekonomi Lokal, karena memiliki keunggulan berupa daya tarik panorama alam memukau, latar Danau Sentani ikonik, keberadaan spot foto unik dan area camping dikenal oleh wisatawan lokal. Meningkatnya tren wisata alam, minat masyarakat terhadap wisata berbasis komunitas, potensi Ekonomi Kreatif melalui Kerajinan Lokal, Kuliner dan Jasa Wisata merupakan aspek dapat dimanfaatkan mendorong pengembangan objek wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey. Sesuai konsep Penelitian tentang Pengembangan Sektor Pariwisata Sentani: Penilaian Strategis SWOT Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey, maka Tujuan Pertama dan Kedua Penelitian untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey.

Berdasarkan kusioner penelitian, diperoleh informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey. Sehingga hasil Pengukuran dan Analisis Data SWOT yaitu *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman). Sehingga mendapatkan Prioritas dan Strategi pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey Menurut Husain (2010). Strategi (SO) Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi (WO) Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi (ST) Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman. Strategi (WT) Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Tabel 2. Matriks Kombinasi Nilai Faktor Strategis Internal dan Eksternal Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar

<p>Kombinasi Nilai Faktor Wisata Bukit Bhulem Mokho Kampung Ifar Besar</p>	<p><u>Nilai Kekuatan</u> Nilai S1=1.020 Nilai S2=0.574 Nilai S3=0.678 Nilai S4=1.110 Nilai S5=0.830</p>	<p><u>Nilai Kelemahan</u> Nilai W6=1.056 Nilai W7=1.151 Nilai W8=0.717 Nilai W9=0.165 Nilai W10=1.151</p>
<p><u>Nilai Peluang</u> Nilai O11=0.804 Nilai O12=0.653 Nilai O13=1.129 Nilai O14=0.865 Nilai O15=0.671</p>	<p><u>S-O</u> S1=1.02 dan S4=1.110 Memanfaatkan O13=1.129</p>	<p><u>W-O</u> W6=1.056, W7=1.151 dan W10=1.151 Memanfaatkan O13=1.129</p>
<p><u>Nilai Ancaman</u> Nilai T.16=0.554 Nilai T.17=0.591 Nilai T.18=1.191 Nilai T.19=1.034 Nilai T.20=0.168</p>	<p><u>S-T</u> S1=1.020, S3=0.678 dan S4=1.110 Menghindari T.18=1.191 dan T.19=1.034</p>	<p><u>W-T</u> W6=1.056, W7=1.151 dan W10=1.151 Pencegahan T.18=1.191 dan T.19=1.034 Kendalikan</p>

Sumber : Data diolah, Tahun 2025

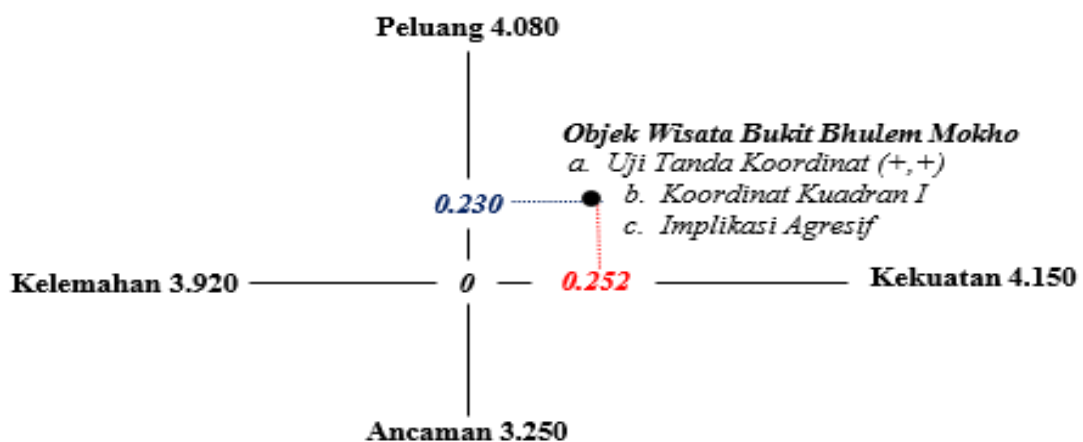
Berdasarkan hasil pengukuran matriks kombinasi nilai faktor strategis internal dan eksternal Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar, maka terdapat faktor strategis dengan nilai faktor tertinggi. Faktor Internal S (Kekuatan) terkait pernyataan kusioner penelitian, antara lain: objek wisata memiliki pemandangan alam yang memukau dan lokasi objek wisata mudah diakses oleh kendaraan pribadi. Faktor Internal W (Kelemahan) terkait pernyataan kusioner penelitian, antara lain: informasi tentang objek wisata kurang tersedia di

media online, tanda arah menuju objek wisata tidak cukup jelas dan kurangnya petunjuk atau papan informasi yang menjelaskan tentang lokasi wisata. Faktor Eksternal O (Peluang) terkait pernyataan kusioner penelitian, antara lain: adanya potensi kolaborasi dengan pelaku usaha lokal atau ekonomi kreatif lainnya. Faktor Eksternal T (Ancaman) terkait pernyataan kusioner penelitian, antara lain: adanya destinasi wisata serupa yang menjadi pesaing langsung dan ketidakstabilan cuaca yang memengaruhi pengalaman wisata.

Berdasarkan nilai faktor strategis analisis SWOT internal dan eksternal serta kombinasi nilai faktor SO, WO, ST dan WT, maka rumusan Strategi Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar, sebagai berikut:

1. **(Kombinasi S-O)** Objek Wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar memiliki Kekuatan pada Sumber Daya Alamnya, memiliki pemandangan alam yang memukau selain itu lokasinya mudah diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan pilihan jenis kendaraan bermotor roda dua dan empat. Sehingga hal ini menjadi peluang besar untuk dilakukan investasi dengan melibatkan pihak Swasta atau melakukan Kerjasama dengan pelaku usaha dan Ekonomi Kreatif Lainnya.
2. **(Kombinasi W-O)** Objek Wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho Informasi di Kampung Ifar Besar Memiliki Peluang Investasi dengan melibatkan pihak Swasta atau melakukan Kerjasama dengan pelaku usaha dan Ekonomi Kreatif Lainnya. Dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan akses ketersediaan akses ke media online objek wisata dan penyediaan tanda arah, petunjuk atau papan informasi objek wisata.
3. **(Kombinasi S-T)** Objek Wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar memiliki Kekuatan pada Sumber Daya Alamnya, memiliki pemandangan alam yang memukau selain itu lokasinya mudah diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan pilihan jenis kendaraan bermotor roda dua dan empat, serta dukungan Ketersediaan fasilitas seperti parkir dan tempat duduk sudah memadai. Untuk memberikan kenyamanan Kepada Wisatawan jika terjadi perubahan Cuaca di Lokasi Objek Wisata dan menunjukkan Keunggulan Lokasi dan Keunikan untuk mempertahankan dari pesaing objek wisata sejenis.
4. **(Kombinasi W-T)** Objek Wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar, memerlukan upaya pencegahan untuk kepastian kenyamanan Pergi dan Pulang para Pengunjung dari Objek Wisata dari segi Tanda Arah, Papan Informasi dan Akses Media Online. Mengupayakan pengendalian melalui Modal sosial masyarakat Lokal dengan cara menunjukkan lokasi objek wisata paling aman dan tertib, promosi keunggulan masyarakat lokal dan menyediakan fasilitas tambahan yang tidak dimiliki pesaing objek wisata yang serupa.

Gambar 2. Ilustrasi Diagram Kartesius Nilai Faktor Strategis Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar



Sumber: Data diolah, Tahun 2025

Analisis penentuan Strategi SWOT, selanjutnya melalui Ilustrasi Diagram Kartesius Nilai Faktor Strategis Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar digunakan untuk melihat dimana posisi pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar. Terdapat 4 kuadran dengan kategori berbeda. Kuadran diaram kartesius SWOT Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar, pada Kuadran 1 menunjukkan pola strategi pertumbuhan agresif,. Strategi diterapkan dalam kuadran 1 adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif, melalui pengembangan Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho menguntungkan, memiliki kekuatan dan peluang.

Tabel 3. Matriks Kombinasi Nilai Faktor Strategis Internal dan Eksternal Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong

<p>Kombinasi Nilai Faktor Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong</p>	<p><u>Nilai Kekuatan</u> Nilai S1=0.681 Nilai S2=0.574 Nilai S3=0.818 Nilai S4=1.082 Nilai S5=0.798</p>	<p><u>Nilai Kelemahan</u> Nilai W6=1.048 Nilai W7=1.097 Nilai W8=0.482 Nilai W8=0.190 Nilai W10=1.097</p>
<p><u>Nilai Peluang</u> Nilai O11=0.680 Nilai O12=0.738 Nilai O13=0.882 Nilai O14=0.840 Nilai O15=0.680</p>	<p><u>S-O</u> S4=1.08 2 Memanfaatkan O13=0.882 dan O14=0.840</p>	<p><u>W-O</u> W6=1.048, W7=1.097 dan W10=1.097 Memanfaatkan O13=0.882 dan O14=0.840</p>
<p><u>Nilai Ancaman</u> Nilai T.16=0.539 Nilai T.17=0.522 Nilai T.18=1.047 Nilai T.19=0.904 Nilai T.20=0.522</p>	<p><u>S-T</u> S4=1.082 Menghindari T.18=1.047 dan T.19=0.904</p>	<p><u>W-T</u> W6=1.048, W7=1.097 dan W10=1.097 Pencegahan T.18=1.047 dan T.19=0.904]Kendalikan</p>

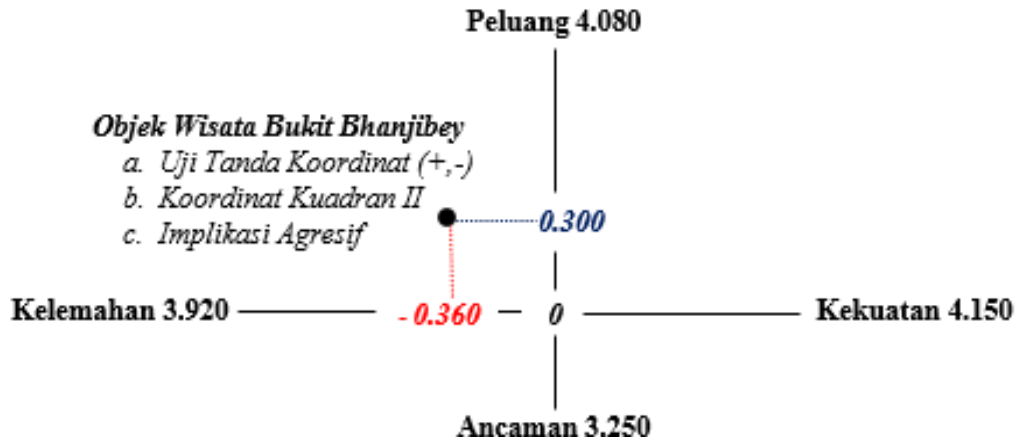
Sumber: Data diolah, Tahun 2025

Berdasarkan hasil pengukruan matriks kombinasi nilai faktor strategis internal dan eksternal Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, maka terdapat faktor strategis dengan nilai faktor tertinggi. Berdasarkan nilai faktor strategis analisis SWOT internal dan eksternalserta kombinasi nilai faktor SO, WO, ST dan WT, maka rumusan Strategi Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, sebagai berikut:

- (Kombinasi S-O)** Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, memiliki Kekuatan lokasinya mudah diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan pilihan jenis kendaraan bermotor roda dua dan empat. Sehingga hal ini menjadi peluang besar untuk dilakukan investasi dengan melibatkan pihak Swasta atau melakukan Kerjasama dengan pelaku usaha dan Ekonomi Kreatif Lainnya.
- (Kombinasi W-O)** Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, memilki Peluang Investasi dengan melibatkan pihak Swasta atau melakukan Kerjasama dengan pelaku usaha dan Ekonomi Kreatif Lainnya. Dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan akses ketersediaan akses ke media online objek wisata dan penyediaan tanda arah, petunjuk atau papan informasi objek wisata.
- (Kombinasi S-T)** Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, memiliki Kekuatan pada lokasinya mudah diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan pilihan jenis kendaraan bermotor roda dua dan empat, serta dukungan Ketersediaan fasilitas seperti parkir dan tempat duduk sudah memadai. Untuk memberikan kenyamanan Kepada Wisatawan jika terjadi perubahan Cuaca di Lokasi Objek Wisata dan menunjukkan Keunggulan Lokasi dan Keunikan untuk mempertahankan dari pesaing objek wisata sejenis.

4. **(Kombinasi W-T)** Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, memerlukan upaya pencegahan untuk kepastian kenyamanan Pergi dan Pulang para Pengunjung dari Objek Wisata dari segi Tanda Arah, Papan Informasi dan Akses Media Online. Mengupayakan pengendalian melalui Modal sosial masyarakat Lokal dengan cara menunjukkan lokasi objek wisata paling aman dan tertib, promosi keunggulan masyarakat lokal dan menyediakan fasilitas tambahan yang tidak dimiliki pesaing objek wisata yang serupa.

Gambar 3. Ilustrasi Diagram Kartesius Nilai Faktor Strategis Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong



Sumber: Data diolah, Tahun 2025

Analisis penentuan Strategi SWOT, selanjutnya melalui Ilustrasi Diagram Kartesius Nilai Faktor Strategis Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, digunakan untuk melihat dimana posisi pengembangan Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong Besar. Terdapat 4 kuadran dengan kategori berbeda. Kuadran diaram kartesius SWOT Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, pada Kuadran II menunjukkan pola strategi menunjukkan kebijakan diversifikasi. Strategi diterapkan dalam kuadran II adalah mendukung kebijakan kebijakan diversifikasi, pengembangan Objek Wisata Bukit Bhanjibey, menunjukkan situasi di mana Objek Wisata Bukit Bhanjibey memiliki kelemahan internal, tetapi ada peluang eksternal dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan tersebut.

Peran Masyarakat Lokal untuk Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey

Kedua objek wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey memiliki Potensi Nilai Ekonomi Lokal, karena memiliki keunggulan berupa daya tarik panorama alam memukau, latar Danau Sentani ikonik, keberadaan spot foto unik dan area camping dikenal oleh wisatawan lokal. Meningkatnya tren wisata alam, minat masyarakat terhadap wisata berbasis komunitas, potensi Ekonomi Kreatif melalui Kerajinan Lokal, Kuliner dan Jasa Wisata merupakan aspek dapat dimanfaatkan mendorong pengembangan objek wisata Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey. Sesuai konsep Penelitian tentang Pengembangan Sektor Pariwisata Sentani: Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey, maka Tujuan Ketiga Penelitian Keaktifan atau Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey.

Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey, merupakan potensi Pariwisata di Sentani Kabupaten Jayapura. Faktanya Bhulem dan Bhanjibey telah kembangkan secara mandiri oleh masyarakat setempat, sehingga diasumsikan adanya peluang ekonomi dapat dikembangkan sehingga menarik usaha kreatif lainnya. Hasil Penelitian sesuai kerangka pemikiran penelitian, menemukan bahwa keaktifan atau partisipasi masyarakat lokal untuk aspek Lokasi, Tenaga Kerja, Keamanan, Modal Sosial, Sistem Pemasaran, Pembiayaan, Infrastruktur dan Insentif pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey.

Tabel 4. Peran Masyarakat Untuk Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey di Kampung Ifar Besar dan Hobong

No	Aspek Pengembangan	Peran Masyarakat
1	Lokasi	(1) Menyediakan hak kepemilikan tanah, kepentingan ekonomi lokal melalui pemanfaatan tanah mereka dan sumber daya alam sebagai objek wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey. Kedua kampung tersebut terdapat marga Ohee, Yoku, Suebu, Ibo, Sokoy dll, artinya masyarakat Kampung Ifar Besar dan Hobong memahami tentang kepentingan Ekonomi Komunal; (2) Spatial Order, masyarakat Kampung Ifar Besar dan Hobong memahami potensi permintaan masyarakat khususnya Kaum Milenial untuk melakukan aktifitas hiburan dengan nuansa alam, lokasi mereka unggul untuk menikmati setiap hari matahari sore (Sunset). Sehingga, tokoh masyarakat dan kepala kampung ifar besar dan hobong memiliki hak dan kewenangan. Komitmen dan inisiatif tindakan lokal pengembangan lokasi bukit bhulem mokho dan bhanjibey, menjadi status objek wisata lokal bagi masyarakat umum; (3) Pemenuhan Permintaan Wisata, jika ada event FDS Kabupaten Jayapura lokasi bukit bhulem mokho dan bhanjibey menjadi bagian dari pilihan utama, untuk dikunjungi wisawatan karena mudah akses dari pusat kota Kabupaten Jayapura.
2	Tenaga Kerja	Tenaga kerja sesuai dengan pembagian hak dan kewenangan dari Pemilik Bukit Bhulem Mokho Dan Bhanjibey, di masing-masing Kampung Ifar Besar dan Hobong. Usia kerja >15 tahun sangat tersedia dikedua kampung, mereka secara mandiri membina kompetensi mereka. Persoalan mereka pada pendidikan, pelatihan dan sertifikasi pemandu atau guide objek wisata.
3	Keamanan	Menjadi fokus Tokoh Masyarakat dan Adat kedua kampung, karena Komitmen dan inisiatif tindakan lokal dari masing-masing Hak Pemilik Lokasi dan Kepala Kampung. Sehingga, selama ini ketertiban di arena objek wisata sangat terkendali. Karena peran Pemuda Kampung terlibat menjamin dan menjaga aktifitas wisatawan lokal di Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey. Tidak hanya itu, konsep ekonomi Lokal keamanan diartikikan masyarakat Ifar Besar dan Hobong adalah akses mereka mengelola sendiri potensi sumber daya alam mereka dalam konteks ekonomi komunal.

Sumber: Hasil Wawancara dan Studi Kepustakaan, Tahun 2025

Lepa, dkk (2019) Peran merupakan tindakan oleh seseorang, dapat memberikan sesuatu diharapkan masyarakat sesuai status dimiliki, sehingga peran tersebut dirasakan masyarakat dan memiliki pengaruh besar bagi kehidupan. Oleh karena itu, tindakan seseorang dipengaruhi kedudukannya sebagai status masyarakat sekitar Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho berkaitan dengan wewenang atau hak dalam melaksanakan kedudukannya.

Lokasi Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey berkaitan dengan Hak Kepemilikan, Spatial Order dalam Konsep Teori Lokasi untuk Pengembangan Ekonomi Lokal Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey di Kampung Ifar Besar dan Hobong. Tenaga kerja dalam konsep ekonomi lokal ketersediaan penduduk usia kerja penggerak inovasi, tinggal dan menetap di Kampung Ifar Besar dan Hobong, memiliki potensi bekerja untuk Pengembangan Ekonomi Lokal Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey. Konsep ekonomi Lokal tentang keamanan, diartikan masyarakat Ifar Besar dan Hobong adalah akses mereka mengelola sendiri potensi sumber daya alam mereka dalam konteks ekonomi komunal. Sedangkan modal sosial masyarakat kaitannya pengembangan ekonomi lokal objek wisata bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey di Kampung Ifar Besar dan Hobong, modal sosial masyarakat Lokal telah dimanfaatkan secara baik, aset kolektif modal sosial dimiliki oleh suatu komunitas, berupa nilai, norma dan jaringan sosial memungkinkan masyarakat lokal untuk

bekerja sama untuk pengembangan ekonomi kreatif objek wisata Bhulem Mokho dan Bhanjibey di Kampung Ifar Besar.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, memperoleh kesimpulan penelitian Pengembangan Sektor Pariwisata Sentani: Penilaian Strategis Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey, maka kesimpulan Penelitian ini sebagai berikut:

1. Kuadran diaram kartesius SWOT Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho di Kampung Ifar Besar, pada Kuadran I menunjukkan pola strategi pertumbuhan agresif, Strategi diterapkan dalam kuadran I adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif, melalui pengembangan Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho menguntungkan, memiliki kekuatan dan peluang.
2. Kuadran diaram kartesius SWOT Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, pada Kuadran II menunjukkan pola strategi menunjukkan kebijakan diversifikasi. Strategi diterapkan dalam kuadran II adalah mendukung kebijakan kebijakan diversifikasi, pengembangan Objek Wisata Bukit Bhanjibey, menunjukkan situasi di mana Objek Wisata Bukit Bhanjibey memiliki kelemahan internal, tetapi ada peluang eksternal dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan tersebut.
3. Masyarakat Lokal Kampung Ifar Besar dan Hobong telah melaksanakan Pengembangan Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey terkait beberapa aspek Pengembangan menurut ekonomi lokal dan Pembangunan Ekonomi Kreatif PP No 24/2022 Tahun 2022 antara lain: aspek lokasi, tenaga kerja, keamanan dan modal sosial. Walaupun masih dalam lingkup minimal. Namun komitmen dan inisiatif masyarakat lokal, tokoh masyarakat, pemilik hak tanah dan aparat pemerintah kampung menjadi cikal bakal terwujudnya Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian Pengembangan Sektor Pariwisata Sentani: Penilaian Strategis Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey, maka Saran Penelitian ini sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan Pengembangan sesuai aspek Ekonomi Lokal dan Pembangunan Ekonomi Kreatif PP No 24/2022 Tahun 2022.
2. Memerlukan dukungan Pemerintah Daerah ataupun Swasta mengenai sistem pemasaran, pembiayaan, infrastruktur dan insentif terkait Objek Wisata Bukit Bhulem Mokho dan Bhanjibey.
3. Pengembangan investasi dengan melibatkan pihak Swasta atau melakukan Kerjasama dengan pelaku usaha dan Ekonomi Kreatif Lainnya.
4. Meningkatkan akses ketersediaan akses ke media online objek wisata dan penyediaan tanda arah, petunjuk atau papan informasi objek wisata.
5. Memberikan kenyamanan Kepada Wisatawan jika terjadi perubahan Cuaca di Lokasi Objek Wisata dan menunjukkan Keunggulan Lokasi dan Keunikan untuk mempertahankan dari pesaing objek wisata sejenis.
6. Mengupayakan pengendalian melalui Modal sosial masyarakat Lokal dengan cara menunjukkan lokasi objek wisata paling aman dan tertib, promosi keunggulan masyarakat lokal dan menyediakan fasilitas tambahan yang tidak dimiliki pesaing objek wisata yang serupa.
7. Khusus untuk Objek Wisata Bukit Bhanjibey di Kampung Hobong, karena nilai faktor internal cukup rendah maka perlu memaksimalkan peluang faktor ekster terkait kolaborasi dengan pelaku usaha lokal atau Ekonomi Kreatif Lainnya dan ekspansi wisatawan mancanegara melalui FDS.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, A. (2020). Analisis Pengembangan Fasilitas dan Aksesibilitas Pariwisata pada Objek Wisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(3), 217-229.
- Assem, N. E., & Purcahyono, J. (2024). Pengembangan Objek Wisata Situs Megalitik Tutari, Distrik Waibu, Kabupaten Jayapura Development of the Tutari Megalithic Site Tourist Attraction, Waibu District, Jayapura Regency. *Upscales Journal*. 01(01), 1–11.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Kabupaten Jayapura Dalam Angka 2025. Jayapura: BPS Kabupaten Jayapura
- Blakely, E. J., & Bradshaw, T. K. (2002). *Planning Local Economic Development*. California: SAGE Publications.
- Da Costa, M. F. (2023). Strategi Pengembangan Festival Danau Sentani Dalam Mewujudkan Kabupaten Jayapura Menjadi Daerah Tujuan Wisata.
- Fakdawer, N. S., dkk. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan (Studi pada Objek Wisata Danau Love di Sentani Timur). *Realism: Law Review*, 1, 56–78.
- Fanggidae, A. H. J., & Neno, M. S. (2023). Model dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Flores Timur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(8), 3432–3439.
- Haeruman, H. J. S. (2001). *Kemitraan dalam Pengembangan Ekonomi Lokal*. Jakarta: Business Innovation Center of Indonesia.
- Hasan, B. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Izzati, F. N., & Amaliyah, F. (2020). Analisis Pemetaan Industri Kreatif Sektor Kerajinan.
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86.
- Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 4(2), 175–181.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). *Panduan Potensi Pembangunan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kemeparekraf.
- Kogoya, E., Musfira, M., Purcahyono, J., & Pearlyn, M. P. (2022). Pengembangan Kawasan Wisata Di Distrik Sentani Kabupaten Jayapura. *Jurnal MEDIAN Arsitektur Dan Planologi*, 12(2), 95–104.
- Mangiri, D., Siregar, H., & Rustiadi, E. (2020). Dampak Ekonomi dan Strategi Pengembangan Wisata Danau Sentani di Kabupaten Jayapura. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(1), 31–42.
- Natalia, E., Ramandei, L., & Sudiro. (2025). Analisis Potensi Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Kampung Soaib Distrik Kemtuk, Kabupaten Jayapura. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(1), 188-199.
- Ngabalin, T., Habibie, A. F., & Darmawan, E. (2023). Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Dalam Mendukung Kebijakan Pariwisata Di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 11(01), 13–21.
- Niode, I. Y., & Rahman, E. (2022). Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(3), 277–296.
- Pancawati, N.P.A., & Widaswara, R.Y. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 166– 178.

- Rahmawati, T. S., & Sulistiyono, A. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Daerah Wisata. *Jurnal Pariwisata dan Pengembangan Daerah*.
- Rangkuti, F. (2013). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2022). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Simatupang, T. M. (2008). Industri Kreatif Indonesia. Bandung: Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung.
- Supriyadi, R. (2007). Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(1), 45-60.
- Wawuru, J. W., & Aryaningtyas, A. T. (2024). Pemberdayaan Masyarakat melalui Keterampilan Lokal dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Kampung Pelangi Semarang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1125.
- Zed, M. (2014). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.