

Strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Air Terjun Waimarang, Kabupaten Sumba Timur

Jean Erichson Behar

Ilmu Pemerintahan/Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta

*Email: jean.b@students.amikom.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses pengembangan pariwisata air terjun Waimarang, Kabupaten Sumba Timur dengan melihat unsur-unsur pengembangan pariwisata yaitu atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Community Based Tourism* untuk mengukur tingkat keberhasilan pengembangan Pariwisata objek wisata air terjun Waimarang berbasis masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa objek wisata air terjun Waimarang sudah memiliki unsur-unsur pengembangan pariwisata yaitu atraksi, aksesibilitas, akomodasi, dan lembaga sehingga layak untuk dikatakan sebagai objek wisata. Akan tetapi, dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, pelaksanaannya belum optimal karena belum memenuhi elemen-elemen keberhasilan dari *Community Based Tourism* yaitu tidak memiliki organisasi khusus wisata dan manajemen wisata yang kurang baik dari masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan analisis SWOT guna merumuskan strategi pengembangan pariwisata air terjun Waimarang. Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di air terjun Waimarang, kabupaten Sumba Timur adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) yang terletak di kuadran I pada diagram SWOT. Adapun strategi yang diperoleh yaitu Strategi SO yang memanfaatkan kekuatan untuk memaksimalkan peluang. Strategi SO yang bisa diterapkan dalam pengembangan pariwisata di air terjun Waimarang yaitu, (1) menggali potensi wisata yang ada, (2) mengemas berbagai atraksi alam dan budaya yang ada di kawasan objek wisata, (3) meningkatkan kapasitas sumber daya manusia yang ada, dan (4) membuat brand image destinasi pariwisata Waimarang.

Kata Kunci: Air Terjun Waimarang; pariwisata; pemberdayaan; strategi

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor paling kuat dalam perekonomian dan memiliki pengaruh cukup besar dalam perekonomian sebuah negara. Pariwisata merupakan sebuah fenomena yang meliputi berbagai aspek sosial, budaya, ekonomi yang mana melibatkan sebuah perjalanan maupun perpindahan orang ke daerah atau tempat diluar lingkungan biasanya untuk tujuan pribadi maupun bisnis. Pariwisata menjadi salah satu sektor di Indonesia yang sedang mengalami peningkatan, dipengaruhi oleh jumlah wisatawan yang datang sehingga menambah devisa negara. Berdasarkan peningkatan tersebut, pemerintah daerah yang ada di Indonesia berupaya untuk memperbaiki sektor pariwisata daerah guna tercapainya kuantitas dan kualitas dari sebuah objek wisata. Pengembangan pariwisata adalah upaya untuk mengembangkan atau mempromosikan objek wisata agar objek wisata tersebut menjadi lebih baik dan menarik dari segi tempat dan hal yang ada didalamnya sehingga wisatawan tertarik untuk mengunjunginya (Hasan, 2016).

Menurut Inskeep (1991), daya tarik objek wisata di bagi menjadi tiga yaitu *Natural attraction*, *Cultural attraction*, *Special types of attraction*. *Natural attraction* adalah Daya tarik wisata yang berdasarkan pada bentukan lingkungan alami seperti pemandangan, iklim, flora, fauna dan keunikan alam lainnya. Sedangkan, *Cultural attraction* adalah Daya tarik wisata yang berdasarkan pada budaya seperti sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional. Selanjutnya, *special types of attraction* adalah Daya tarik wisata yang berdasarkan pada buatan manusia seperti sirkus, *theme park*, *mall* dan sebagainya. Lebih lanjut, Mirad (2009) menjelaskan beberapa syarat yang harus dimiliki suatu objek wisata untuk layak dikembangkan yaitu *Attraction*, merupakan segala hal yang menjadi daya tarik untuk wisatawan supaya mengunjungi sebuah objek wisata. Kemudian, *Accessibility* merupakan cara termudah untuk mencapai suatu objek wisata. Sedangkan *Amenity* merupakan fasilitas-fasilitas yang terdapat di daerah objek wisata. Selanjutnya *Institution* yaitu pihak-pihak terkait yang mengelola objek wisata.

Air terjun Waimarang berlokasi di perbatasan antara Desa Umalulu dan Desa Tamburi Kabupaten Sumba. Air terjun Waimarang dikelilingi disebuah sabana yang luas dengan keindahan kolam air

terjun yang berada diantara tebing tinggi, serta warna air terjun berwarna biru kehijauan yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke tempat ini dapat melakukan ragam wisata seperti berenang, bermain air, *body jumping*, dan berfoto dengan pemandangan indah yang disediakan oleh air terjun Waimarang.

Masyarakat menjadi unsur penting dalam pengembangan objek wisata dimana masyarakat mempunyai peran penting guna mengembangkan objek wisata supaya dikenal oleh wisatawan baik lokal maupun wisatawan luar. Suatu pariwisata yang perkembangannya bergantung pada masyarakat lokal dapat mengembangkan objek wisatanya dengan menggunakan konsep *Community based tourism*. Pengembangan Pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) merupakan bentuk pengembangan pariwisata yang menyadari keberlangsungan sosial, budaya, dan lingkungan yang dikelola dan dimiliki masyarakat untuk membantu meningkatkan kesadaran wisatawan tentang cara hidup masyarakat lokal (Muallisin dalam Purbasari dan Asnawi, 2014).

Pengelola objek wisata air belum melakukan tindakan lanjut terkait pengelolaan objek wisata air terjun Waimarang dan terjun Waimarang adalah masyarakat Waimarang sendiri yang didukung oleh pemerintah daerah khususnya dinas pariwisata dan dinas kehutanan. Pemerintah desa tidak ikut ambil dalam pengelolalan objek wisata dikarenakan lokasi dari air terjun Waimarang berada di perbatasan antara dua desa yaitu Desa Tamburi dan Desa Umalulu, sehingga pemerintah dari kedua desa menyerahkan pengelolaan sepenuhnya pada masyarakat setempat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji mengenai potensi, kendala, dan merumuskan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di objek wisata air terjun Waimarang, kabupaten Sumba Timur.

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di air terjun waimarang dengan langkah langkah yaitu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, lalu melakukan analisis EFAS dan IFAS kemudian menentukan strategi yang cocok menggunakan Diagram Matriks SWOT. Dengan demikian, penelitian ini mengkaji tentang strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di air terjun waimarang. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sumba Timur pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan teori *Community Based Tourism* guna mengetahui langkah-langkah dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di objek Wisata air terjun Waimarang.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif ini digunakan untuk mencari informasi tentang Pengembangan Pariwisata Objek Wisata Air Terjun Waimarang dengan teori *Community Based Tourism*. Penelitian kualitatif merupakan sebuah mekanisme yang mencoba memperoleh penjelasan yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia (Poerwandari, 2007). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

3.1.1. Potensi Air Terjun Waimarang Sebagai Objek Wisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu upaya untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada pada suatu daerah. Syarat untuk mengembangkan suatu objek wisata meliputi atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan lembaga. Pertama, atraksi wisata merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi daerah tujuan wisata apabila kondisinya memungkinkan untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Hal-hal yang dapat dikembangkan sebagai sumber daya pariwisata disebut modal atau sumber daya pariwisata. Untuk mengenali potensi wisata suatu daerah perlu diperhatikan apa yang dicari oleh wisatawan yaitu daya tarik alam, budaya dan daya tarik wisata buatan itu sendiri. Daya tarik yang dapat dikembangkan untuk menerima wisatawan selama beberapa hari dan menikmatinya berulang kali, atau mengunjungi tempat yang sama pada kesempatan yang berbeda. Warisan budaya menjadi salah satu alasan dan motivasi wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata. Objek wisata air terjun waimarang sudah memiliki tiga jenis daya tarik diatas. Berdasarkan hasil observasi dilapangan *natural attraction* dimulai dari pemandangan bukit dan padang sabana disekitar kawasan air terjun, kemudian air terjun inilah yang menjadi daya tarik paling

menonjol. Dikelilingi dinding batu alami sehingga membentuk wadah air terjun seperti kolam, warna air terjun biru kehijauan dan airnya sangat segar, udara alami yang sejuk menambah keindahan dari tempat wisata ini dan istilah untuk menggambarkan tempat ini adalah pemandian Bidadari. Pada aspek *Cultural attraction*, aspek yang ada yaitu Kampung adat Praiyawang yang berlokasi di Desa Rindi. Kampung adat rindi sendiri merupakan daya tarik budaya satu satunya yang dimiliki Objek wisata air terjun Waimarang. Pengunjung dapat melihat bagaimana adat istiadat dan budaya masyarakat Sumba yang ada di kampung tersebut. *Special types of attraction* yaitu adanya kontribusi buatan tangan manusia dalam pengembangan objek wisata, terkhusus penambahan bangunan. Menurut pengamatan, bangunan yang sudah dibangun di sekitar objek wisata yaitu tangga permanen sebagai jalan menuju lokasi air terjun dan bangunan permanen lainnya seperti warung kopi, kamar mandi, WC, pondok istirahat dan beberapa papan quotes yang dapat ditemui di sekitar jalan menuju air terjun. Aktivitas yang dapat dilakukan di air terjun Waimarang adalah berenang, bermain air, *body jumping*, dan berfoto cantik. Berenang dan foto menjadi aktivitas andalan di air terjun Waimarang. Trend berwisata alam dan mengunggah foto ke media sosial sangat membantu pengelola Air Terjun Waimarang untuk memperkenalkan objek wisata kepada masyarakat. Pengelola objek wisata Air Terjun Waimarang terus mengupayakan cara untuk menarik lebih banyak wisatawan dengan merencanakan menambah wahana permainan dan hiburan serta tempat untuk memperkenalkan kain tenun ikat dan songket yang merupakan karya hasil tenunan masyarakat Sumba Timur.



Gambar 1. Pemandangan Air Terjun Waimarang
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

Kedua, aspek aksesibilitas ini adalah merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata karena mencakup dukungan transportasi dan segala jenis transportasi dan jasa transportasi merupakan aksesibilitas yang penting dalam pariwisata. Di satu sisi, pendekatan ini dibedakan dari portabilitasnya, yaitu kemudahan untuk memindahkannya dari satu area ke area lain. Daerah dengan aksesibilitas yang buruk seperti bandara, pelabuhan dan jalan tidak akan menarik wisatawan, yang akan mempengaruhi perkembangan aksesibilitas daerah tersebut. Jika ada potensi wisata di suatu daerah, akses yang memadai, seperti transportasi, harus dipastikan untuk mengunjungi daerah tersebut. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan kondisi jalan menuju air terjun sudah bagus. Untuk jalan masuk kendaraan, dari jalan raya sampai lokasi parkir sudah lumayan bagus, sudah diberi aspal dan tinggal dua titik saja yang butuh perbaikan. Untuk jalan dari lokasi parkir sampai ke tempat air terjun sudah bagus, sudah dibuatkan tangga permanen dan disamping samping jalan telah dipasang pegangan dari bambu. Tinggal jalan turun ke air terjun saja yang masih butuh perbaikan karna bahaya jika pengunjung naik dalam keadaan basah. Pemerintah daerah akan mengupayakan perbaikan jalan mulai dari jalan masuk sampai lokasi parkir maupun jalan saat turun ke air terjun.

Ketiga, fasilitas atau amenities merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan selama berada di suatu kawasan wisata. Sarana dan prasarana terkait meliputi, akomodasi, restoran, transportasi, penginapan, tempat wisata, marina, teater, dan fasilitas wisata lainnya akan dibangun dengan infrastruktur yang tepat. Infrastruktur yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan fasilitas

wisata antara lain jalan, suplai air, listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, dan telepon. Mengingat hubungan antara sarana dan prasarana, jelaslah bahwa pembangunan prasarana pada umumnya perlu mendahului sarana. Ada era dimana infrastruktur juga dikembangkan sebagai bagian dari pengembangan fasilitas wisata. Jika aksesnya bagus, maka tempat atau kawasan tersebut dapat berkembang menjadi tujuan wisata. Berikut adalah fasilitas yang tersedia di kawasan air terjun Waimarang. Pemerintah daerah berencana menambah fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti penginapan, transportasi umum.

Tabel 1. Fasilitas Air Terjun Waimarang

No	Fasilitas	Jumlah
1.	Warung Makan	1
2.	Pondok istirahat	3
3.	Kamar mandi	1
4.	Toilet	1
	Total	6

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2022

Keempat, lembaga dalam hal ini merupakan pihak-pihak yang mendukung dalam pengembangan pariwisata seperti lembaga pengelola, *agen travel*, *tourist information*, dan pemangku kepentingan. Objek wisata air terjun Waimarang di kelola langsung oleh masyarakat setempat tanpa campur tangan pemerintah desa. Alasan utama pemerintah desa tidak ikut ambil dalam pengelolalan objek wisata dikarenakan lokasi dari air terjun Waimarang berada di perbatasan antara dua desa yaitu Desa Tamburi dan Desa Umalulu, sehingga pemerintah dari kedua desa belum melakukan tindakan lanjut terkait pengelolaan objek wisata air terjun Waimarang dan menyerahkan pengelolaan sepenuhnya pada masyarakat setempat. Selain masyarakat sebagai pengelola utama, ada beberapa lembaga yang turut mendukung pengembangan objek wisata yaitu Dinas Pariwisata dan Dinas Kehutanan. Masyarakat kedua desa tidak mempertentangkan dalam pengelolaan tapi mereka bersama-sama mengambil peluang dalam peningkatan ekonomi kreatif demi pendapatan rumah tangga dari kunjungan wisatawan yang ada.



Gambar 2. Kampung Adat Praiyawang
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022

3.1.2. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian diatas, ditemukan bahwa objek wisata Air terjun Waimarang dikelola langsung oleh masyarakat Waimarang dalam naungan Wahana Lingkungan Indonesia (WALHI). Pengembangan Pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) merupakan bentuk pengembangan pariwisata yang menyadari keberlangsungan sosial, budaya, dan lingkungan yang dikelola dan dimiliki masyarakat untuk membantu meningkatkan kesadaran wisatawan tentang

cara hidup masyarakat lokal (Muallisin dalam Purbasari dan Asnawi, 2014). Karakteristik *community based tourism* sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dari pengembangan pariwisata. Karakteristik keberhasilan suatu objek wisata dapat dilihat dari beberapa kriteria yaitu melibatkan masyarakat luas, manfaat dapat terdistribusikan merata kepada semua masyarakat, manajemen pariwisata yang baik, kemitraan yang kuat, keunikan atraksi, dan konservasi lingkungan yang tidak boleh diabaikan (Rocharungsat dalam Prabawati, 2013). Masyarakat Waimarang terlibat dalam berbagai aspek yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata. Dimulai dari merencanakan promosi terhadap budaya lokal, perbaikan terkait aksesibilitas, dan penambahan fasilitas. Kemudian dalam pengelolaannya, masyarakat ikut berpartisipasi dalam pengelolaan objek wisata air terjun waimarang dengan bentuk partisipasi seperti berjualan di sekitar objek wisata, menjaga parkir, menjadi pemandu wisata (*guide*), dan dengan sukarela ikut berpartisipasi dalam menjaga kebersihan dan keamanan kawasan objek wisata air terjun Waimarang. Manfaat dari adanya objek wisata air terjun waimarang adalah peningkatan dari segi ekonomi masyarakat.

Dampak dari adanya air terjun Waimarang dari segi ekonomi dilihat dari beberapa pihak yang sudah memiliki keuntungan dari kegiatan wisata tersebut. Pada akhirnya, kehidupan masyarakat lokal Waimarang terbilang cukup terpenuhi dilihat dengan rumah warga yang sudah tertata dengan baik dan mempunyai kendaraan tambahan. Akan tetapi, Manajemen pariwisata dari masyarakat waimarang dinilai kurang baik karena kebanyakan pendapatan ekonomi yang diperoleh digunakan untuk keperluan pribadi seperti keperluan rumah tangga dan kepentingan lain. Manajemen pariwisata yang baik dibutuhkan dalam keberlangsungan pengembangan pariwisata. Sedangkan dalam pengelolaannya, masyarakat waimarang dibantu oleh dinas pariwisata dan dinas kehutanan guna mengembangkan objek wisata air terjun Waimarang, dilihat dari perbaikan jalan yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan penambahan fasilitas rumah istirahat oleh dinas kehutanan. Masyarakat Waimarang sama sekali belum menjalin kemitraan dari luar, dilihat dari belum adanya pihak swasta yang ikut campur dalam pengembangan objek wisata air terjun Waimarang.

Keunikan atraksi yang dimiliki objek wisata air terjun Waimarang yaitu daya tarik dari air terjun Waimarang yang memiliki keindahan dan keunikan, didukung dari daya tarik budaya berupa makam kuno, rumah adat, maupun adat istiadat yang terdapat di Kampung Praiyawang dan daya tarik lain seperti buatan manusia yaitu dibuatnya tangga permanen sebagai jalan menuju lokasi air terjun dan bangunan permanen lainnya seperti warung kopi, kamar mandi, WC, pondok istirahat dan beberapa papan quotes yang dapat ditemui di sekitar jalan menuju air terjun. Masyarakat waimarang selalu menjaga konservasi lingkungan objek wisatanya karna objek wisata Waimarang menjadi salah satu tempat mereka mencari penghasilan. Oleh karena itu, masyarakat desa Waimarang menyediakan beberapa tempat sampah di sekitar kawasan air terjun dan setiap dua hari sekali masyarakat Waimarang bergotong royong membersihkan lokasi objek wisata Air terjun Waimarang.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Tabel 2. Faktor Internal

<i>Strength</i> Kekuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Daya tarik wisata alam 2) Warisan budaya yang beragam 3) Dukungan dan partisipasi tinggi dari masyarakat 4) Dukungan dari dinas daerah dan lembaga adat 5) Tidak adanya tarif tiket masuk 6) Promosi melalui poster dan konten media sosial
<i>Weaknesses</i> Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kurang layak akses jalan di beberap titik 2) Belum adanya regulasi dari pemerintah desa tentang pengelolaan pariwisata 3) Fasilitas yang terbatas 4) Belum terbentuknya lembaga khusus pengelola pariwisata 5) Lemahnya manajemen destinasi 6) Belum adanya kerjasama dengan pihak luar

Tabel 3. Faktor Eksternal

<i>Opportunities</i> Peluang	1) Adanya kebijakan bebas visa 2) Tren wisata yang berkembang 3) Biaya berlibur di Sumba Timur yang relatif murah 4) Teknologi informasi dan transportasi yang berkembang 5) Kepedulian masyarakat terhadap lingkungan objek wisata 6) Kepedulian pengunjung terhadap masyarakat miskin
<i>Threats</i> Ancaman	1) Meningkatnya persaingan produk pariwisata 2) Tuntutan masyarakat luar tentang pariwisata yang ramah lingkungan 3) Meningkatnya persaingan Sumber daya manusia bidang pariwisata 4) Kondisi politik global dan nasional 5) Travel warning di beberapa negara 6) Bencana Alam

3.2.2. Analisis IFAS dan EFAS

Tabel 4. Analisis IFAS Faktor Internal

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Daya tarik wisata alam	0,10	4	0,4
2	Dukungan dan partisipasi tinggi dari masyarakat	0,08	3	0,24
3	Dukungan dari dinas daerah dan lembaga adat	0,08	3	0,24
4	Warisan budaya yang beragam	0,10	4	0,4
5	Tidak adanya tarif tiket masuk	0,08	3	0,24
6	Promosi melalui poster dan konten media sosial	0,07	3	0,21
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Kurang layaknya akses jalan di beberap titik	0,07	3	0,21
2	Belum adanya regulasi dari pemerintah desa tentang pengelolaan pariwisata	0,07	3	0,21
3	Fasilitas yang terbatas	0,08	3	0,24
4	Belum terbentuknya lembaga khusus pengelola pariwisata	0,10	4	0,4
5	Belum adanya kerjasama dengan pihak luar	0,08	3	0,24
6	Lemahnya manajemen destinasi	0,09	4	0,36
Total Kekuatan+kelemahan		1,0		3,39

Tabel 5. Analisis EFAS Faktor Eksternal

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Biaya berlibur di Sumba Timur yang relatif murah	0,09	4	0,36
2	Teknologi informasi dan transportasi yang berkembang	0,08	3	0,24
3	Kepedulian masyarakat terhadap lingkungan objek wisata	0,10	4	0,4
4	Kepedulian pengunjung terhadap masyarakat miskin	0,08	3	0,24
5	Tren wisata yang berkembang	0,08	3	0,24
6	Adanya kebijakan bebas visa	0,07	3	0,21
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Bencana Alam	0,10	4	0,4
2	Tuntutan masyarakat luar tentang pariwisata yang ramah lingkungan	0,08	3	0,24
3	Meningkatnya persaingan produk pariwisata	0,09	4	0,36

4	Meningkatnya persaingan Sumber daya manusia bidang pariwisata	0,08	3	0,24
5	Kondisi politik global dan nasional	0,07	3	0,21
6	Travel warning di beberapa negara	0,08	3	0,24
Total Peluang+ancaman		1,0		3,38

3.2.3. Analisis Matriks SWOT

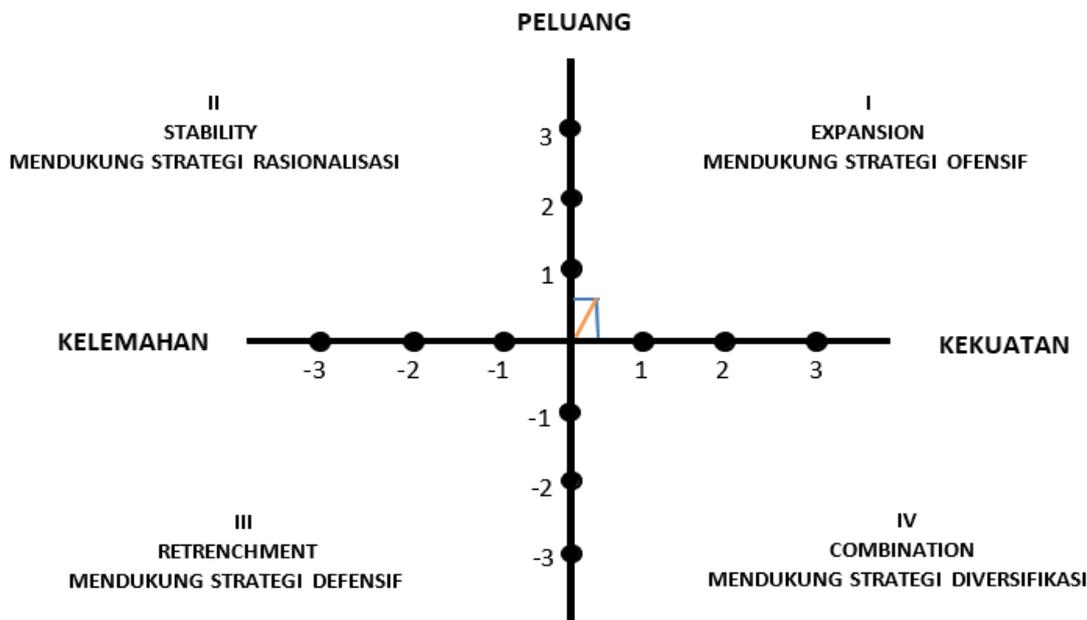
Tabel 6. Analisis Matriks SWOT

	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik wisata alam 2. Warisan budaya yang beragam 3. Dukungan dan partisipasi tinggi dari masyarakat 4. Dukungan dari dinas daerah dan lembaga adat 5. Tidak adanya tarif tiket masuk 6. Promosi melalui poster dan konten media sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang layak nya akses jalan di beberap titik 2. Belum adanya regulasi dari pemerintah desa tentang pengelolaan pariwisata 3. Fasilitas yang terbatas 4. Belum terbentuk nya lembaga khusus pengelola pariwisata 5. Lemahnya manajemen destinasi 6. Belum adanya kerjasama dengan pihak luar
Faktor Eksternal	Strategi SO	Strategi WO
Peluang (<i>Opportunity</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggali potensi wisata yang ada 2. Mengemas berbagai atraksi alam dan budaya yang ada di kawasan objek wisata 3. Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia yang ada 4. Membuat <i>brand image</i> destinasi pariwisata Waimarang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat lembaga khusus terkait pariwisata 2. Meningkatkan kapasitas kelembagaan 3. Menciptakan aksebilitas yang lancar dan nyaman menuju objek wisata 4. Menambah fasilitas fasilitas yang dibutuhkan 5. Meningkatkan manajemen destinasi wisata
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kebijakan bebas visa 2. Tren wisata yang berkembang 3. Biaya berlibur di Sumba Timur yang relatif murah 4. Teknologi informasi dan transportasi yang berkembang 5. Kepedulian masyarakat terhadap lingkungan objek wisata 6. Kepedulian pengunjung terhadap masyarakat miskin 		
Ancaman (<i>Treat</i>)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya persaingan produk pariwisata 2. Tuntutan masyarakat luar tentang pariwisata yang ramah lingkungan 3. Meningkatnya persaingan Sumber daya manusia bidang pariwisata 4. Kondisi politik global 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan potensi wisata kepada pihak luar 2. Mengadakan kunjungan komparatif atau <i>benchmarking</i> 3. Sertifikasi produk industri pariwisata 4. Memperkenalkan objek wisata air terjun Waimarang kepada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di bidang kepariwisataan 2. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan berbagai kelemahan yang ada 3. Bersama sama mencari pemecahan 4. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang sadar wisata dan sapta pesona

dan nasional	masyarakat luar	
5. Travel warning di beberapa negara		
6. Bencana Alam		

Sumber: Analisis Peneliti, 2022

3.2.4. Diagram Matriks SWOT



Gambar 3. Diagram Matriks SWOT

Berdasarkan hasil penentuan strategi menggunakan Matriks SWOT maka diperoleh strategi yang cocok untuk di terapkan dalam pengembangan pariwisata di air terjun Waimarang. Strategi ini diperoleh menggunakan diagram SWOT. Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di air terjun Waimarang, kabupaten Sumba Timur adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) yang terletak di kuadran I pada diagram SWOT. Adapun strategi yang diperoleh yaitu Strategi SO yang memanfaatkan kekuatan untuk memaksimalkan peluang. Strategi SO yang bisa diterapkan dalam pengembangan pariwisata di air terjun Waimarang yaitu, (1) menggali potensi wisata yang ada, (2) mengemas berbagai atraksi alam dan budaya yang ada di kawasan objek wisata, (3) meningkatkan kapasitas sumber daya manusia yang ada, dan (4) membuat brand image destinasi pariwisata Waimarang.

4. Kesimpulan

Secara umum wisata air terjun Waimarang sudah memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata dalam mendukung kegiatan kepariwisataan, termasuk pariwisata berbasis masyarakat. Potensi alam, budaya dan sosial yang didukung dengan aksesibilitas yang memadai sehingga menjadi potensi yang sangat layak dan ideal untuk pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan dan berdaya saing, namun masih butuh perbaikan di beberapa titik jalan masuk dan jalan turun air terjun dan terbatasnya fasilitas yang dimiliki objek wisata. Dalam pengelolaannya masyarakat Waimarang berada dalam naungan WALHI. Partisipasi masyarakat lokal sudah sejalan dengan aspek pariwisata berbasis masyarakat. Masyarakat Waimarang sudah ikut terlibat dalam pengembangan pariwisata, mulai dari perencanaan, pengambilan keputusan, pelaksanaan, dan menikmati hasilnya. Dukungan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata sangatlah kuat dilihat dari partisipasi masyarakat dalam melakukan promosi dan menjaga kelestarian lingkungan. Akan tetapi, dalam masyarakat Waimarang sendiri belum membentuk lembaga khusus terkait pengelolaan

pariwisata sehingga ikut mempengaruhi manajemen destinasi yang belum optimal. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di air terjun Waimarang dinilai masih belum optimal.

Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di air terjun Waimarang, kabupaten Sumba Timur adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) yang terletak di kuadran I pada diagram SWOT. Adapun strategi yang diperoleh yaitu Strategi SO yang memanfaatkan kekuatan untuk memaksimalkan peluang. Strategi SO yang bisa diterapkan dalam pengembangan pariwisata di air terjun Waimarang yaitu, (1) menggali potensi wisata yang ada, (2) mengemas berbagai atraksi alam dan budaya yang ada di kawasan objek wisata, (3) meningkatkan kapasitas sumber daya manusia yang ada, dan (4) membuat brand image destinasi pariwisata Waimarang.

5. Ucapan terimakasih

Ucapan terima kasih pertama yakni kepada masyarakat sekitar objek wisata air terjun yang sudah menjadi informan dan membantu dalam memberikan data penelitian ini. Selanjutnya kepada pemerintah daerah dan pemerintah desa Umalulu. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada bapak/ibu dosen yang telah membantu dalam penulisan penelitian ini yaitu Bapak Hanantyo Sri Nugroho, S.IP, MA dan Bapak Muhammad Zuhdan, S.IP, MA. Tak lupa ucapan terima kasih disampaikan kepada teman, sahabat, dan keluarga yang telah membantu memperlancar jalannya penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Binahayati Rusyidi. M. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 155-165.
- Dismini Artia, M. F. (2022). Strategi Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani dalam Pemanfaatan Pekarangan untuk Meningkatkan Sumber Pangan dan Gizi Keluarga. *NATURALIS – Jurnal Penelitian Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*, 144-150.
- Hasan. S. M (2016). Strategi Pengembangan Wisata Kota Cirebon Menuju Destinasi Utama Wisata Religi. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Hugo Itamar. A.R. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 91-108.
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 56-74.
- Inskeep. (1991). *Tourism: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- L.K. Herindiyah Kartika Yuni, W. A. (2016). Strategi Pengembangan Air Terjun Tegenungan Sebagai Daya Tarik Wisata Alam Di Desa Kemenuh, Gianyar Bali. *Soshum Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 259-266.
- Ni Kadek Sri Utari, I. G. (2020). Strategi Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Sanur Asri Lestari dalam Pengembangan Urban Farming di Desa Sanur Kauh, Kecamatan Denpasar Selatan. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 384-393.
- Ni Putu Eka Mahadewi, I. P. (2017). Model Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Di Desa Kenderan, Gianyar, Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 41-45.
- Novia Purbasari, A. A. (2014). Keberhasilan Community Based Tourism di Desa Wisata Kembangarum, Pentingsari dan Nglanggeran. *Teknik pwk (Perencanaan Wilayah Kota)*, 476-485.
- Poerwandi. (2007). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi. Jakarta: PSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- R.W.Putri. (2019). Strategi Pemberdayaan Wanita Tani Melalui Model Kelompok Unit Usaha Ayam Buras di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Peternakan Indonesia*. 247-256.
- Sarbaitinil, A. R. (2020). Upaya Pengembangan Objek Wisata Air Terjun (Majaujau) Desa Sagulubeg. *Jurnal kepariwisataan dan hospital*.
- Soebagyo. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity*, 153-158.
- Tri Yuniningsih, T. D. (2019). Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang. *Journal of Public Sector Innovation*, 84 – 93.