

## **ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA DI LUBUK LANGKAP GUNA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA AIR TAWAR KECAMATAN AIR NIPIS KABUPATEN BENGKULU SELATAN**

Rana Marita Putri

Univeritas Muhammadiyah Bengkulu

[maritaputrirana@gmail.com](mailto:maritaputrirana@gmail.com)

### **ABSTRACT**

The objective of this study is to examine the strategy of tourism development in the Lubuk Langkap in order to increase freshwater tourism visits. This type of research uses qualitative descriptive in field research. The informants in the study are the Tourism Department of Bengkulu District South, the Village Government and Visitors. The findings of this study show that internal strengths and weaknesses have a total score of 3.33, approaching the point position (3.0-4.0) in field II, the green color identifies that has an internal factor that grows. In addition, external opportunities and threats have a overall score of 2.59 in field IV, the blue color identifies that external factors are growing. Recommendation to the Tourism Department of Bengkulu District South and the Village Government to make more efforts to develop the tourism area, manage and promote it so that it is better known to the widespread tourists or tourist visitors.

**Keywords:** Development strategy and increasing visits

### **PENDAHULUAN**

Indonesia adalah negara kepulauan yang terkenal kaya akan sumber daya alam dengan berbagai keindahan dan keanekaragaman hayati serta warisan sejarah atau budaya. Indonesia juga terkenal dengan berbagai potensi wisata, baik sosial maupun budaya. Industri travel sudah dianggap sebagai bisnis terbesar saat ini, industri trevel sudah menunjukkan kemajuan pesat, mulai dari lokasi, wisata yang menawarkan berbagai kuliner, hingga lokasi yang digandrungi oleh anak muda, khususnya lokasi yang menyajikan daya tari. Perspektif dalam perspektif. Berbagai tanda kemajuan dunia menegaskan bahwa tidak lama lagi pekerjaan di industry perjalanan akan meningkat. Dengan cara ini, banyak hal yang harus dilakukan untuk mengembangkan potensi industri khususnya di Daerah.

Pariwisata merupakan sala satu kebutuhan setiap orang, karena treveling dapat menghilangkan kepenatan, belajar tentang warisan dan budaya, dan sejarah, berbelanja dan melanjutkan pekerjaan. Upaya untuk membina jagad raya industri perjalanan Indonesia ini ditegakkan melalui peraturan industri perjalanan wisata Nomor 10 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa kehadiran destinasi wisata di suatu daerah akan bersifat produktif, antara lain dengan memperluas territorial unique pay (cushion), memperluas gaya hidup setempat, dan memperluas peluang bisnis yang luar biasamemikirkannya jumlah penganggurraansaat ini, membangun perasaan cinta terhadap iklim dan menyelamatkan alam dan budaya setempat. Bengkulu selatan memiliki pesona alam yang unik dan tidak kalah dengan daerah lain di pulau sumatera. sala satunya di kawasan Kecamatan Air Nipis, tepatnya Desa Suka Maju. Desa Suka Maju adalah sala satu desa atau Kelurahan di Kecamatan Air Nipis Kabupaten Bengkulu selatan Provinsi Bengkulu, Desa Suka Maju memiliki tiga vila Dusun yaitu Dusun Suka Maju atau

sebagai induk Desa, Dusun Tanjung Tengah dan Dusun Lubuk Langkap, dengan luas Wilayah kurang lebih 2.500 km. Ha yang Sebagian besar dimanfaatkan untuk pertanian, perkebunan, permukiman, dan lahan Wisata.

Desa dengan kekayaan Alam yang berlimpah menyebabkan Desa Suka Maju ini memiliki potensi yang ada di Desa tersebut. Desa Suka Maju dari segi Kawasan agraris merupakan Kawasan terbesar yang menopang perekonomian di Desa Suka Maju antara lain tanaman pangan, budidaya tanaman, hidroponik dan pertanian, dari Kawasan perternakan, sektor perkebunan kopi dan sawit serta model dari Kawasan wisata, satunya adalah pemandian air tawar lubuk langkap.

Dalam membangun sebuah Desa, sala satu bidang yang sangat penting untuk membangun sebuah desa adalah industri perjalanan yang saat ini sedang berkembang, Dengan masih sedikitnya masyarakat yang belum mengenal dan tertarik unntuk mengunjungi desa-desa Wisata. Pemandian Air Tawar Lubuk Langkap banyak dikunjungi Wisatawan dari wilayah Bengkulu Selatan bahkan dari luar Daerah. Selain pemandanagan Alam yang menmanjakan mata, selain Air di Kawasan wisata juga jernih, suara kicauan burung juga masih terdengar dan suasana hutan yang masih asri, membawa sentimentalitas kehidupan Desa yang jarang di temui pada masyarakat kota. Dengan adanya Wisata Desa ini juga bisa menghairkan espresi masarakat, budaya dan kecerdikan yang ada di Bengkulu Selatan khususnya daerah Kecamatan Air Nipis, tentunya selain menjadi sumber kebanggaan bagi Desa.

Banyak hal seru yang bisa dilakukan oleh Wisatawan, misalnya mandi dengan pelampung ban dan mengabadikan berbagai moment dengan berfoto di objek-objek menarik yang diberikan misalnya berfoto di jembatan gantung, bendungan yang lebar, pondok kayu untuk berteduh dan dikelilingi sawah penduduk. tempat wisata air tawar di Lubuk Langkap sendiri menjadi sala satu tempat wisata yang tak hneti-hentinya tingkat kunjungan terus meningkat.

Berdasarkan persepsi, disadari bahwa destinasi wisata air tawar Lubuk Langkap masih dalam kondisi keterbukaan landasan yang lemah. Penataan tempat wisata belum terlaksana dengan baik oleh pemerintah setempat pembangunan yang dilakukan belum maksimal, artinya penataan tempat wisata air tawar Lubuk Langkap belum di terlaksana dengan baik, pengunjung masih belum banyak. Bagi mereka yang datang, masih terdapat fasilitas terbatas yang dapat diakses di Kawasan tujuan wisata, selain itu belum ada sistem penyelamatan atau penjaga pariwisata yang diberikan.

Metodologi adalah siklus administrative untuk menciptakan dan menjaga kesesuaian yang sah antara target dan asset organisasi dan cara konsisten mengubah peluang sector bisnis untuk terus mengasah bisnis dan item organisasi sehingga keduanya bergabung untuk menghasilkan perkembangan yang baik dan menekankan penggunaan asset ada untuk tujuan. (Fariyatin dkk., 2021)

Strategi pengembangan dalam konteks industri merupakan upaya untuk melakukan analisis kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, Setelah pilihan-pilihan dipertimbangkan, pilihan strategi ikut berperan. Dalam pembangunan daerah, kawasan perdesaan harus dilihat sebagai bagian organik dari perkotaan. Pendekatan holistik dan non-biner seperti ini penting dan mendasar dalam merumuskan peraturan teritorial yang melibatkan desa dan kota, karena akan menghasilkan sinergi dan harmonisasi dalam proses penanganan di semua tingkatan. khususnya oleh pelaku usaha Banyaknya jumlah wisata yang dibangun pada daerah setempat secara langsung menciptakan persaingan yang cukup ketat, agar dapat menjadi wisata yang berkelanjutan harus menerapkan strategi bersaing yang dianggap mampu mempertahankan dan meningkatkan wisata tersebut dalam merebut pangsa pasar yang pertumbuhannya lambat atau stagnan untuk dapat bertahan dan merebut pangsa pasar yang ada. Para pemasar berlomba-lomba melakukan aktivitas-aktivitas yang positif dan inovatif seperti menawarkan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam pemberian berbagai macam fasilitas,

penawaran produk-produk baru, dan sebagainya (Adiwijaya, 2016 : 66) dalam (Fariyatin et al., 2021)

Metologi perbaikan adalah sebuah penyelenggara penting menentukan tujuan dan memutuskan (Hamid, 2010).

Strategi pengembangan adalah serangkaian pilihan dan kegiatan yang menentukan presentasi jangka panjang suatu asosiasi. Oleh karena itu, pelaksanaan prosedur bergantung pada pengaturan dan asosiasi SDM, yang dicapai dengan menyusun konstruksi hierarki yang sesuai secara sosial. Siklus sistem perbaikan dapat diperhatikan dan dilakukan dengan membedakan unsur dalam dan unsur luar. Dalam menyelesaikan kegiatan bisnisnya, organisasi akan selalu berhubungan langsung dengan keadaannya saat ini. Iklim organisasi yang dihadapi mencakup iklim internal dan iklim luar yang dapat berupa kualitas, kekurangan, pintu terbuka yang berharga, dan bahaya .(Lestari, 2022)

Pengertian strategi adalah pengertian dalam suatu organisasi dapat dijelaskan sebagai “Teknik.metode, dan Teknik utama yang di rencanakan untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen secara sistematis untuk mencapai tujuan stratgei organisasi”.(Muliani, 2013). Perumusan strategi adalah perencanaan jangka panjang pengelolaan peluang dan ancaman lingkungan dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang di capai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen). Strategi pengembangan Arti prosedur adalah suatu pemahaman dalam suatu asosiasi yang dapat diartikan sebagai “strategi, siasat dan cara-cara utama yang dikehendaki untuk menyelesaikan pekerjaan administrasi secara metodis untuk mencapai tujuan-tujuan utama yang bersifat hierarkis” (Muliani, 2013). Perincian sistem adalah pembuatan pengaturan jangka panjang untuk mengawasi peluang dan bahaya ekologis dengan mempertimbangkan kualitas dan kekurangan asosiasi. Perincian teknik mencakup penentuan tujuan utama asosiasi, penentuan tujuan yang ingin dicapai, pembuatan metodologi, dan penetapan aturan pendekatan (J. David Yearning dan Thomas L. Wheelen). Teknik kemajuan industri perjalanan diharapkan dapat mendorong produk dan administrasi yang berkualitas, disesuaikan dan progresif. Teknik pengembangan industri perjalanan bertujuan untuk menumbuhkan produk dan layanan yang berkualitas, disesuaikan dan stabil (Ginting et al., 2020). Sistem kemajuan industri perjalanan diharapkan dapat lebih mengembangkan administrasi dan pengelola destinasi liburan (Syafitri dan Adnan, 2021) pada (Wilfrida Klau et al., 2023)

Industri perjalanan merupakan salah satu jenis pendapatan yang signifikan bagi suatu negara, salah satunya adalah dari tuntutan tempat liburan. Melalui industri perjalanan, melalui industri perjalanan suatu bangsa akan mendapatkan bayaran dari bayaran dari setiap tempat liburan (Pradikta, 2013). Berwisata juga merupakan salah satu kebutuhan yang dibutuhkan setiap orang, karena traveling dapat menghilangkan kepenatan, belajar tentang warisan sejarah dan sosial, berbelanja, bahkan melanjutkan pekerjaan. Kemajuan industri perjalanan Indonesia ditopang oleh peraturan industri perjalanan no. 10 (2009) yang mengatur bahwa kehadiran destinasi liburan di suatu daerah akan membawa manfaat yang sangat besar, antara lain meningkatkan upah khusus lingkungan (Cushion), meningkatkan ekspektasi akan kenyamanan sehari-hari, dan lain-lain. untuk iklim dan menjaga alam dan budaya di sekitarnya, serta mengembangkan peluang kerja yang berharga.(Kabupaten & Toraja, 2023)

Dalam dunia pariwisata di Indonesia sendiri, kita harus segera menindaklanjuti dengan suatu hal atau pemikiran agar kita dapat menambah lokasi wisata lagi dalam jangka panjang (project plan) untuk membangun lokasi wisata yang membutuhkan kerangka spekulasi. sehingga tempat-tempat yang selama ini kurang menarik bisa menjadi tempat menarik yang potensial.(Rahmi, 20 Potensi pengembangan perjalanan jarak jauh di kawasan industri perjalanan wisata Indonesia sangatlah besar.

Industri perjalanan wisata air merupakan salah satu usaha industri perjalanan wisata yang patut diciptakan secara ekonomis. Peningkatan kawasan ini juga didukung oleh inisiatif yang didukung oleh wajib pajak, kawasan industri perjalanan air merupakan salah satu kawasan

industri perjalanan yang dikenang karena acara-acara terkemuka dan merupakan tempat penting bagi lalu lintas. kemajuan industri yang pesat. Yang pasti, pola pelayaran dunia terus mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. (Kurmadianata & Suwasono, 2022)

Industri perjalanan sebagai sebuah kawasan memegang peranan penting untuk dikembangkan. Industri perjalanan menciptakan peluang kerja dan mendukung berbagai usaha, seperti kenyamanan, kafe, administrator kunjungan dan perencana perjalanan, membantu jaringan lingkungan dan sekitarnya serta wisatawan. Industri perjalanan mempunyai peran penting dalam memberdayakan dan mendukung berbagai gerakan baik di negara maju maupun negara berkembang (Pendit dalam Utami 2017).

Pariwisata di Indonesia sebenarnya mempunyai permasalahan yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Permasalahan ini memerlukan solusi yang terukur dan terukur untuk menjamin keberlangsungan para penghibur bisnis industri perjalanan yang bergantung pada kunjungan wisatawan dalam negeri maupun wisatawan asing. Fondasi yang terabaikan, misalnya keberadaan terminal udara, pelabuhan, jalan dan hotel di Indonesia Timur, menimbulkan biaya strategi yang tinggi sehingga mengurangi kesempurnaan pergerakan. Berikut kendala dan kesulitan dalam membangun industri perjalanan wisata Indonesia menurut Dinas Pariwisata (Prodjo 2016), yaitu: 1) tidak adanya kerangka kerja khususnya di bidang transportasi; 2) keadaan politik yang mempengaruhi lingkungan spekulasi; 3) permasalahan kerapian ekologi; 4) kejadian bencana/force majeure; dan 5) SDM pendukung industri perjalanan entertainer masih rendah. (Buditiawan & Harmono, 2020)

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih jauh penelitian mengenai cara meningkatkan kunjungan wisata di Lubuk Langkap didasari bahwa destinasi wisata air tawar Lubuk Langkap masih dalam kondisi keterbukaan landasan yang lemah. Penataan tempat wisata belum terlaksana dengan baik oleh pemerintah setempat pembangunan yang dilakukan belum maksimal, artinya penataan tempat wisata air tawar Lubuk Langkap belum di terlaksana dengan baik, pengunjung masih belum banyak. masih terdapat fasilitas yang terbatas dan belum dapat diakses di Kawasan tujuan wisata, selain itu belum ada sistem penyelamatan atau penjaga pariwisata yang diberikan.

Metodologi peningkatan industri pariwisata di Lubuk Langkap untuk meningkatkan kunjungan wisatawan air tawar, Kawasan Air Nipis, Kabupaten Bengkulu Selatan. Untuk dapat mengatasi masalah ini, seseorang dapat menggunakan analisis SWOT untuk menentukan kualitas, kekurangan, pintu terbuka, dan bahaya.

Maka Berdasarkan dari Latar Belakang diatas peneliti tertarik mengangkat judul “Analisis Strategi Pengembangan Wisata Di Lubuk Langkap Guna Meningkatkan Kunjungan Wisata Air Tawar Kecamatan Air Nipis Kabupaten Bengkulu Selatan”

## **METODE**

### **Sumber Data Penelitian**

#### **Data Primer**

Data primer merupakan sumber data yang didapat langsung oleh peneliti di lapangan berdasarkan hasil wawancara/interview.

Sugiyono (2008) mengatakan bahwa wawancara adalah bertemunya dua orang atau lebih untuk saling bertukar informasi dan ide melalui interaksi taynya jawab, sehingga menghasilkan kesimpulan topik tertentu. Pada wawancara kali ini yang dicari adalah faktor-faktor internal maupun eksternal dalam pengembangan pariwisata. (N. D. Muhammad, 2020)

Menurut Herdiansyah (2010 : 132)Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Kedua orang yang mengajukan pertanyaan dan orang yang menjawabnya melakukan diskusi. Dalam penelitian kualitatif, wawancara menjadi kunci metode pengumpulan data, sebagian besar data diperoleh melalui wawancara untuk itu penguasa teknik wawancara sangat mutlak diperlukan. Menurut (Herdiansyah dalam Fandi 2015) macam-macam wawancara ada

tiga macam wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan wawancara tak terstruktur. (Fariyatin et al., 2021)

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung dalam (Siswanto, 2011:58) Peneliti mengadakan tanya jawab dengan para informan untuk memperoleh data mengenai hal-hal yang ada kaitannya dengan masalah pembahasan skripsi ini dalam hal melakukan wawancara digunakan pedoman pertanyaan yang disusun berdasarkan kepentingan masalah yang diteliti. (SUARTINI, 2020)

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi secara respon antara penanya dan di Tanya yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap Dinas Pariwisata Bengkulu Selatan, Pemerintah Desa, Pengelola Objek Wisata, Pengunjung, masyarakat tertentu dan masyarakat sekitar objek wisata untuk mengetahui strategi pengembangan dan faktor-faktor yang menunjang kelayakan pengembang objek wisata air tawar di Lubuk Langkap Kecamatan Air Nipis Kabupaten Bengkulu Selatan.

#### Data Skunder

Data skunder merupakan data yang di dapat dalam bentuk catatan, foto-foto dan lain-lain yang dapat memperkuat data primer. Data skunder dari penelitian ini yaitu Dinas pariwisata Bengkulu Selatan, pemerintah desa pengelola objek wisata, pengunjung, masyarakat tertentu dan masyarakat sekitar objek wisata.

#### Informan

Sampling intensif, strategi untuk memilih sumber data dengan pertimbangan khusus - sumber data adalah individu yang dianggap tahu paling banyak tentang topik yang sedang diselidiki - digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan informant. Sugiyono (2010: 300) menyatakan bahwa penulis dalam contoh ini mengekstrak informasi dari sumber data seperti yang disebutkan di atas (SUARTINI, 2020)

Informan dalam penelitian ini yaitu Dinas Pariwisata Bengkulu Selatan, Pemerintah Desa, Pengelola Objek Wisata, Pengunjung, masyarakat tertentu dan masyarakat sekitar objek wisata.

#### Teknik Analisis Data

Analisis SWOT dilakukan dalam beberapa tahapan. Langkah pertama yang dilakukan yaitu mengidentifikasi masing masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan hambatan) pada Strategi pengembangan Wisata Kampung Bandar Kota Pekanbaru. Setelah proses identifikasi, tahap selanjutnya yaitu merumuskan faktor-faktor tersebut ke dalam matrik SWOT yang kemudian dianalisis berdasarkan ketentuannya untuk memperoleh strategi analisis yang berdaya saing dalam meningkatkan kunjungan wisatawan tersebut. Dengan mempertimbangkan empat komponen strategi (peluang, tantangan, kekuatan, dan kelemahan), empat kelompok variabel strategi berikut dihasilkan: Strategi SO yaitu strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya;

1. Kekuatan perusahaan dapat digunakan dengan cara yang menghindari hambatan dengan menerapkan strategi ST;
2. Strategi WO adalah strategi yang diimplementasikan dengan memperbaiki kekurangan dan memanfaatkan kemungkinan yang sudah ada.
3. Pendekatan WT dibangun pada tindakan yang dimaksudkan untuk mengurangi kekurangan saat ini dan menghindari hambatan jalan. (Lestari, 2022)

Teknik analisa datanya dengan Analisa SWOT. Secara teori SWOT adalah akronim dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman), dimana SWOT dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi pada profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif menurut (Fahmi & Yunus, 2013, p. 252) dalam (Ismail, 2020)

## Strategi analisis Matriks IFAS dan IFE

Matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan utama perusahaan terhadap fungsi-fungsi bisnisnya. Sedangkan EFE memungkinkan perencanaan strategi untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal.

Matriks IFE dan IFE memiliki Sembilan kuadrat dan masing-masing dibagi tiga kuadrat bagian pertama dalam kuadrat I, II dan IV memiliki warna hijau yang artinya sebuah pertumbuhan, di kuadrat II, V dan VII memiliki arti harus di pertahankan atau bertahan dan untuk kuadrat VI, VIII, IX artinya jual atau despesiasi dan IFS dan EFE memiliki nilai kuat (3.0-4.0) dan perusahaan berada di titik manatinggi sedang atau rendah.

Mencari bobot adalah : jumlah indicator / strengths & weaknes

Menecari rating adalah : jumlah indicator / jumlah narasumber

Total keseluruhan : jumlah strengths + jumlah weaknes

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Menggunakan SWOT

Kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman proyek atau rencana perusahaan secara keseluruhan dapat ditemukan melalui analisis SWOT. Ini adalah alat yang dapat membantu tim merencanakan secara strategis dan tetap berada di depan tren pasar. Analisis SWOT membandingkan unsur-unsur internal kekuatan dan kelemahan dengan variabel eksternal ancaman dan kesempatan. Sebuah matriks yang dikenal sebagai matriks faktor strategi internal, atau IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary), diisi dengan faktor internal. (Eksternal Strategy Factor Summary Analysis).

#### Analisis faktor-faktor internal

Dalam objek wisata Lubuk Langkap Analisis faktor-faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Penentuan faktor-faktor internal didapatkan peneliti melalui hasil wawancara dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan, Pemerintah Desa dan wisatawan kemudian setelah didapatkan faktor-faktor internal peneliti memberikan hasil wawancara pembobotan dan rating dalam analisis SWOT.

Tabel 1  
Faktor-faktor internal kekuatan dan  
kelemahan wisata Lubuk Langkap

No	Faktor Internal
1.	Faktor Kekuatan <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pemandangan yang indah dan menarik</li><li>2. Di promosikan melalui media sosial untuk menarik minat pengunjung</li><li>3. Pemandian Lubuk Langkap sala satu bidang yang dapat menaikkan citra Desa</li><li>4. Wisatawan yang datang selalu mengalami peningkatan</li><li>5. Selalu menjadi wisata unggulan di kabupaten Bengkulu Selatan</li></ol>
2.	Faktor Kelemahan <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kurannya perhatian dari pemerintah setempat</li><li>2. Pengelolaan pariwisata yang belum maksimal</li><li>3. Fasilitas di sekitar pariwisata belu memadai</li><li>4. Kebersihan lingkungan kurang terjaga</li><li>5. Jalan dan lokasi parkir yang kecil</li></ol>

### Analisis faktor-faktor Eksternal

Analisis faktor-faktor Eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Penentuan faktor-faktor Eksternal didapatkan peneliti melalui hasil wawancara dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan, Pemerintah Desa dan wisatawan kemudian setelah didapatkan faktor-faktor internal peneliti memberikan hasil wawancara pembobotan dan rating dalam analisis SWOT.

Tabel 2  
Faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan  
wisata Lubuk Langkap

No	Faktor Eksternal
3.	Faktor peluang <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pengelolaan wisata yang baik dan terstruktur</li><li>2. Lokasi wisata dilakukan pengembangan</li><li>3. Mengundang ketertarikan pengunjung dari dalam daerah maupun luar daerah</li><li>4. Melakukan promosi di berbagai media dengan cara yang menarik</li><li>5. Membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar objek wisata</li></ol>
4.	Faktor Ancaman <ol style="list-style-type: none"><li>1. Sumber daya pengelolaan wisata masih kurang pengetahuan</li><li>2. Adanya wisata yang sama dengan tempat lain</li><li>3. Persaingan dengan objek wisata sejenis</li><li>4. Tantangan dalam mengelola program untuk mengembangkan wisata</li><li>5. Adanya pesaing daya Tarik wisata lainnya yang menawarkan potensi wisata yang hampir sama</li></ol>

### Matriks *Internal Strategi Factor Summary* (IFAS)

Setelah mendapatkan faktor-faktor internal wisata air tawar Lubuk Langkap berikutnya peneliti membuat matriks internal *strategic factors summary* (IFAS) berdasarkan nilai pembobotan ranting yang telah diberikan peneliti kepada Dinas Pariwisata, Pemerintah Desa, dan Pengunjung. Matriks *internal strategy factors summary* (IFAS) Pariwisata Povinsi Bengkulu dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut.

**Tabel 3**  
Matriks *Internal Strategy Factor Summary* (IFAS) Wisata Lubuk Langkap

No	Faktor Internal dan Eksternal	1	2	3	jumlah	bobot	rating	bobot X rating
<b>STRENGTHS (S)</b>								
1	objek wisata yang sangat menarik dari segi pemandangan alam	4	4	3	11	0,11	3,6	0,39
2	Apakah wisatawan yang datang ke pemandian lubuk langkap selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun?	2	5	5	12	0,12	4	0,48
3	Apakah wisata lubuk langkap selalu menjadi unggulan pariwisata di Kabupaten Bengkulu Selatan dan sekitarnya?	5	4	5	14	0,14	4,6	0,64
4	apakah dengan dipromosikan melalui media sosial untuk menarik minat pengunjung ?	4	5	2	11	0,11	3,6	0,39
5	Apakah pariwisata merupakan salah satu bidang yang dapat menaikkan citra Desa ?	5	4	3	12	0,12	4	0,48
<b>Total</b>					60	0,6		2,38
<b>WEAKNESS (W)</b>								
1	Bagaimana konsep pengelolaan tempat pariwisata yang di laksanakan oleh pemerintah desa ?	3	3	2	8	0,08	2,6	0,2
2	Apakah aksesibilitas jalan menuju pariwisata di Lubuk Langkap sudah baik?	2	3	3	8	0,08	2,6	0,2
3	Apakah sarana dan prasarana yang disediakan di Lubuk Langkap memberi kenyamanan saat wisatawan berkunjung?	3	2	2	7	0,07	2,3	0,16
4	Apakah pariwisata di Lubuk Langkap memiliki kelemahan?	3	3	3	9	0,09	3	0,27
5	Apakah terdapat kendala yang dialami pemerintah desa dalam mempromosikan pariwisata Lubuk Langkap ?	2	3	1	6	0,06	2	0,12
<b>Total</b>					38	0,38		0,95
<b>Total Keseluruhan</b>					98			3,33

Berdasarkan tabel IFAS diketahui bahwa faktor internal kekuatan memiliki total skor 2,38 dan kelemahan memiliki total skor 0,95. karena total skor mendekati (3,33) berarti ini mengindikasikan bahwa wisata Lubuk Langkap memiliki faktor internal yang berada di posisi bertumbuh.

#### Matriks *External Strategic Factor Summary* (EFAS)

Setelah didapatkan faktor-faktor Eksternal wisata Lubuk Langkap, berikutnya peneliti membuat matriks *External Strategic Factor Summary* (EFAS) berdasarkan Nilai pembobotan ranting yang telah diberikan peneliti kepada Dinas Pariwisata, Pemerintah Desa dan Pengunjung. Matriks matriks *External strategy factors summary* (EFAS) wisata Lubuk Langkap dapat dilihat pada tabel berikut:



**Tabel 4**  
Matriks *External Strategic Factor Summary* (EFAS) Wisata Lubuk Langkap

No	Faktor Eksternal	1	2	3	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>OPPORTUNIES (O)</b>								
1	Apa strategi yang akan dilakukan oleh Di	1	2	3	6	0,07	2	0,14
2	Industri pariwisata diketahui mengkonsum	3	3	2	8	0,1	2,6	0,26
3	Apakah masyarakat di sekitar wisata Lub	5	3	2	10	0,12	3,3	0,39
4	Apakah sektor pariwisata di Lubuk Langk	2	3	3	8	0,12	3,3	0,39
5	Membuka peluang usaha bagi masyarakat	2	2	1	5	0,1	2,6	0,26
<b>Total</b>					37	0,51		1,44
<b>THEATHS (T)</b>								
1	apakah ada tantangan dalam mengelola pi	3	2	3	8	0,11	2,6	0,28
2	Sumber daya pengelolaan wisata yang ma	1	2	2	5	0,06	1,6	0,09
3	Adanya wisata yang sama dengan tempat	4	3	3	10	0,13	3,3	0,42
4	Adanya persaingan daya tarik wisata lain	2	3	2	7	0,09	2,3	0,2
5	Persaingan dengan objek wisata sejenis?	2	2	2	6	0,08	2	0,16
<b>Total</b>					36	0,47		1,15
<b>Total Keseluruhan</b>					73			2,59

Berdasarkan tabel 4.7. EFAS diketahui bahwa faktor eksternal peluang memiliki total skor 1,44 dan ancaman memiliki total skor 1,15. Karena total skor mendekati 2,59 berarti ini mengindikasikan wisata Lubuk Langkap sedang bertumbuh.

Kuadran Matriks IFA dan IFE

Gambar 1.  
Kuadran Matriks IFA dan IFE Wisata Lubuk Langkap

		<b>IFE</b>		
		Kuat (3.0-4.0)	Sedang (2.0-2.99)	Lemah (1.0-1.99)
<b>EFE</b>	Tinggi (3.0-4.0)	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>
	Sedang (2.0-2.99)	<b>IV</b>	<b>V</b>	<b>VI</b>
	Rendah (1.0-1.99)	<b>VII</b>	<b>VIII</b>	<b>IX</b>
		Tumbuh dan Kembangkan		
		Jaga dan Pertahankan		
		Jual dan Divestasi		

Berdasarkan tabel IFA diketahui bahwa faktor internal kekuatan memiliki total skor 2,38 dan kelemahan memiliki total skor 0,95. karena total skor mendekati (3,33) berarti nilainya terletak pada posisi titik (3.0-4.0) berada di kuadrat II berwarna hijau adalah bertumbuh.

Untuk EFE diketahui bahwa faktor eksternal peluang memiliki total skor 1,44 dan ancaman memiliki total skor 1,15. Karena total skor mendekati 2,59 berarti nilainya terletak pada posisi titik (2.0-2.99) berada di kuadrat IV berwarna hijau artinya sedang bertumbuh.

Matriks SWOT

Gambar tabel 6  
Matriks SWOT Wisata Lubuk Langkap

Internal	<p><b>STRENGTHS (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek wisata yang sangat menarik dari segi pemandangan alam</li> <li>• Panorama alam yang indah, asli dan udara sejuk</li> <li>• Wisatawan yang datang selalu mengalami peningkatan</li> <li>• Selalu menjadi wisata unggulan di Kabupaten Bengkulu Selatan</li> <li>• Pemandian Lubuk Langkap sala satu bidang yang dapat menaikkan citra Desa</li> </ul>	<p><b>WEAKNESS (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kondisi aksesibilitas infrastruktur pengelolaan tempat wisata yang belum</li> <li>• Sarana dan prasarana yang belum memadai</li> <li>• Belum tersediannya sistem penyelamatan atau penjaga pariwisata</li> <li>• Promosi yang dilakukan belum maksimal</li> </ul>
----------	---	---

<p>Eksternal</p>		
<p><b>OPPORTUNIES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar objek wisata</li> <li>• Dengan berkembangnya teknologi maka memudahkan mengakses informasi mengenai objek wisata</li> <li>• Terbukanya wisatawan lokal dan luar kota</li> <li>• Terbentuknya kesempatan desa untuk menjalin hubungan dengan dinas pariwisata, organisasi wisata atau pencinta alam bahkan investor.</li> </ul>	<p><b>OPPORTUNIES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan dan meningkatkan atraksi wisata dan spot foto menarik.</li> </ul>	<p><b>STRATEGI (WO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas promosi objek wisata secara efektif dan efisien agar siap dengan ajang persaingan objek wisata</li> <li>• Menyediakan infrastruktur serta menata dan memperbaiki Kembali sarana dan prasarana objek wisata</li> </ul>

<p><b>TREATHS (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan objek wisata sejenis</li> <li>• Adanya pesaing daya Tarik wisata lainnya yang menawarkan potensi wisata yang hampir sama</li> <li>• Sumber daya pengelolaan wisata masih kurang pengetahuan</li> <li>• Tantangan dalam mengelola program untuk mengembangkan wisata</li> </ul>	<p><b>STRATEGI (ST)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperbanyak kerjasama dengan Lembaga-lembaga sosial lain</li> <li>• Pengembanagn dan pembangunan objek wisata yang ramah lingkungan denagn melakukan control tegas terhadap pelaksanaan unsur-unsur pelaku wisata yang tidak sadar pentingnya wisata yang dapat mengancam kerusakan wisata</li> <li>• Memperkenalkan wisata serta melibatkan generasi muda dalam berbagai kegiatan pengelolaan wisata</li> </ul>	<p><b>STRATEGI (WT)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pengawasan dan pemeliharaan fasilitas-fasilitas yang ada di objek wisata</li> </ul>
---	--	--

Berdasarkan analisis SWOT pada tabel diatas menunjukkan wisata Lubuk Langkap dapat ditentukan oleh perpaduan antara faktor-faktor internal dan factor-faktor eksternal. Perpaduan kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut :

#### Strategi SO (*Strenghts-Opportunity*)

Strategi SO adalah gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Opportunity) dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh wisata Lubuk Langkap adalah sebagai berikut :

- a. Menciptakan ciri khas pada sekitar objek wisata sehingga tampil menarik.
- b. Memberikan rasa nyaman pada wisatawan yang berkunjung.
- c. Memperkenalkan dan mempromosikan wisata yang ada beserta sejarahnya.

#### 1. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO adalah gabungan dari faktor internal (Weakness) dan fakto eksternal (Opportunity), strategi ini diterapkan berdasarkan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki. Strategi WO yang ditempuh oleh wisata Lubuk Langkap adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan promosi dan mengembangkan wisata Lubuk Langkap.
  - b. Menyediakan fasilitas di tempat wisata seperti tempat berteduh, sholat dan sejenisnya.
  - c. Mengelola Wisata sehingga tampil lebih menarik dan nyaman dikunjungi
2. Strategi ST (*Strengths-Treaths*)
- Strategi ST yaitu h menggunakan kekuatan yang akan dimiliki untuk mengatasi ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh wisata Lubuk Langkap yaitu:
- a. Melakukan promosi secara terus-menerus melalui media social, media cetak dan tv.
  - b. Memberikan tanda pengenalan pada wisata dan petunjuk arah.
  - c. Menjamin tingkat keamanan para pengunjung dengan menyediakan penjaga parkir dan penjaga wisata.
3. Strategi WT (*Weakness-Treaths*)
- Strategi WT yaitu dilakukan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. WT yang ditempuh oleh wisata Lubuk Langkap yaitu:
- a. Meningkatkan sumber daya pengelolaan pariwisata
  - b. Pengelolaan wisata dievaluasi secara berkala supaya dapat menjadikan tempat wisata yang berkembang
  - c. Meningkatkan keamanan para wisatawan
  - d. Membuat menarik dan memperbagus pariwisata

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka Analisis Strategi Pengembangan Wisata Lubuk Langkap Guna Meningkatkan Kunjungan Wisata Lubuk Langkap Kecamatan Air Nipis Kabupaten Bengkulu Selatan. Masyarakat Dusun Lubuk Langkap sudah melakukan perencanaan partisipatif dalam mengelola potensi sumber daya yang dimiliki. Perencanaan awal pengelolaan sumber daya alam di Lubuk Langkap, Adapun setartgei-strategi untuk mencapai tujuan pengelolaan belum ditentukan sehingga kegaitan yang dilakukan masih bersifat spontanitas desa, panitia pengelolaan wisata yang dilakukan kepala desa, masyarakat dan perwakilan organisasi seperti pemuda. Kami belum memiliki rencana matang, hanya ingin segera ingin mengembangkan dan memperkenalkan tempat wisata” (Isa Ansari, 2023).

Strategi Pengembangan mampu mengembalikan dari kondisi yang lemah ke kondisi menguntungkan. Strategi ini dapat digunakan oleh Dinas Pariwisata supaya mampu bersaing dengan wisata di daerah lain dengan mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada supaya meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Dengan demikian kondisi wisata di Kecamatan Air Nipis Kabupaten Bengkulu Selatan terutama wisata Lubuk Langkap tidak sedang berada dalam tahap krisis atau menghadapi ancaman, melainkan berada pada tahap krisis namun masih mempunyai kesempatan untuk bergerak khususnya guna meningkatkan kunjungan wisata dan meningkatkan daya saing antar Daerah maupun luar daerah. Hal ini dapat dicapai dengan cara pemerintah harus lebih memperhatikan pariwisata, memaksimalkan pengelolaan pariwisata dan meningkatkan kebersihan lingkungan di sekitar pariwisata.

Dengan strategi pengembangan Dinas Pariwisata Bengkulu Selatan dapat memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan dengan menggunakan strategi pengembangan yang lebih baik lagi supaya meminimalkan kelemahan yang ada pada wisata Lubuk Langkap. Strategi yang harus dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan adalah WO, karena strategi WO merupakan yang paling berpengaruh dalam meminimalkan kelemahan wisata Lubuk Langkap. Adapun Strategi WO yang dapat dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan yaitu :

### Meningkatkan promosi dan pengelolaan Wisata Lubuk Langkap

Promosi pariwisata adalah bentuk komunikasi pemasaran di dalam lingkup pariwisata yang bertujuan untuk mempengaruhi target wisatawan supaya wisatawan tertarik berkunjung ke daerah yang di promosikan. Dalam hal ini, salah satu yang harus dilakukan oleh Dinas

Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan untuk menarik wisatawan berkunjung ke wisata Lubuk Langkap adalah mempromosikan wisata Lubuk Langkap dengan cara yang menarik seperti mempromosikan melalui media instagram, facebook, tiktok, dan social media sejenisnya. Jika upaya mempromosikan pariwisata tidak terealisasi maka wisatawan tidak akan mengetahui keindahan-keindahan yang ada di wisata Lubuk Langkap dan wisatawan tidak akan tertarik untuk mengunjungi wisata Lubuk Langkap.

Pengelolaan wisata Lubuk Langkap juga perlu diperhatikan Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan untuk kenyamanan wisatawan yang berkunjung di wisata Lubuk Langkap. Wisatawan akan nyaman berkunjung ke wisata Lubuk Langkap apabila pengelolaan wisata berjalan dengan baik dan lancar. Pemerintah harus lebih memaksimalkan pengelolaan destinasi wisata terutama di wisata Lubuk Langkap harus lebih dikembangkan. Selain itu, masyarakat yang ada di sekitar wisata harus ikut serta dalam mengembangkan pengelolaan wisata dan mempromosikan wisata melalui social media untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

**Mengembangkan Wisata sehingga tampil lebih menarik dan nyaman dikunjungi**

Pengembangan wisata sangat dibutuhkan agar wisata di Kecamatan Air Nipis terutama wisata Lubuk Langkap lebih menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan diharapkan mengembangkan event-event di pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan agar lebih menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Contohnya arug jeram di desa Air Tenam, Kecamatan Ulu Manna, untuk menawarkan pengalaman yang menantang dengan jeram-jeram yang menguji keberanian, keindahan alam sungai yang alami dan hutan yang mempesona. Pengembangan pariwisata sama halnya dengan pengelolaan pariwisata. Dengan adanya pengembangan maka pariwisata akan lebih terlihat menarik dan unik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Fasilitas di sekitar wisata seperti tempat duduk, tempat sampah dan sejenisnya juga harus lebih di optimalkan untuk mengembangkan wisata di Lubuk Langkap menyediakan fasilitas di tempat wisata seperti tempat berteduh, sholat dan sejenisnya.

Fasilitas adalah sarana yang ada di sekitar pariwisata yang dapat digunakan wisatawan yang sedang berkunjung dan menikmati keindahan wisata. Adanya fasilitas bertujuan untuk meningkatkan rasa nyaman bagi pengunjung wisatawan dalam berwisata. Dalam hal ini fasilitas yang diberikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan belum memadai. Fasilitas yang ada di sekitar wisata Lubuk Langkap masih kurang memadai contohnya belum ada musholah yang dapat digunakan pengunjung untuk beribadah, sebagian wisata belum mempunyai tempat duduk yang memadai. Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan disarankan untuk lebih mengembangkan fasilitas-fasilitas di sekitar pariwisata supaya wisatawan merasa nyaman untuk berkunjung ke Pariwisata yang ada di Provinsi Bengkulu.

Kebersihan lingkungan pariwisata sangat menguntungkan bagi wisatawan di Lubuk Langkap karena dengan pariwisata yang bersih wisatawan akan nyaman saat berkunjung. Adanya tempat sampah di sekitar wisata maka wisatawan bisa merealisasikan sampah ketempatnya tidak dibuang sembarang tempat. Dengan hal ini wisata Lubuk Langkap akan terjaga kebersihannya dan lebih menarik untuk dikunjungi wisatawan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti pada Wisata Lubuk Langkap, dapat disimpulkan bahwa :

1. Analisis Strategi Pengembangan wisata Lubuk Langkap Guna Meningkatkan Kunjungan Wisata Air Tawar Kecamatan Air Nipis Kabupaten Bengkulu Selatan.
  - a. Menciptakan ciri khas pada objek wisata dan memberikan kenyamanan serta dengan mempromosikan wisata semenarik mungkin.
  - b. Menyediakan fasilitas yang cukup di tempat wisata seperti musola, wc dan lainnya.
2. Unsur pendukung dan kemungkinan terciptanya objek wisata di Lubuk Langkap
  - a. Objek wisata yang sangat menarik dari segi pemandangan alam

- b. Panorama alam yang indah, asri dan udara yang belum tercemar

Disimpulkan bahwa dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada wisata di Lubuk Langkap adalah mendukung strategi Pengembangan yaitu bagaimana cara memanfaatkan peluang yang ada untuk untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Lubuk Langkap.

Adapun strategi WO yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Selatan dan pemerintah Desa adalah meningkatkan dan mempertahankan untuk di promosikan ke masyarakat luas, meningkatkan promosi dan pengelolaan wisata Lubuk Langkap, mengembangkan wisata sehingga tampil menarik dan nyaman untuk dikunjungi, menyediakan fasilitas-fasilitas di tempat wisata seperti tempat berteduh, tempat sholat, dan sejenisnya.

Dari hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi pariwisata kabupaten Bengkulu selatan, terkhusus wisata Air Lubuk Langkap diharapkan lebih giat lagi dalam meningkatkan pengelolaan wisata secara bertahap dan konsisten agar menarik banyak wisatawan untuk berkunjung.
2. Wisata Air Lubuk Langkap Bengkulu Selatan alangkah baiknya menyediakan fasilitas yang lebih lengkap seperti mosolah, wc, tempat parkir yang luas, sistem penyelamat, dan tempat berteduh.

Banyaknya keterbatasan dalam penelitian yang saya lakukan, terutama dalam mencakup daerah penetapan penelitian yang digunakan. Oleh karena itu saya berharap adanya peneliti selanjutnya yang dapat memperluas daerah penelitian, dengan objek yang berbeda, serta informan yang lebih banyak. Sehingga dapat dijadikan kebaruan serta bisa menyempurnakan penelitian ini dan penelitian-penelitian sebelumnya yang akan menjadi acuan dalam pembelajaran

## DAFTAR PUSTAKA

- Asriandy, I. (2016). Tujuan dari Strategi Pariwisata Air Bisayapu di Kabupaten Bantaeng. *Universitas Hasanudin*, 82. <https://core.ac.uk/download/pdf/77625485.pdf>
- Buditiawan, K., & Harmono. (2020). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(1), 37–50. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.50>
- Fariyatin, Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). Strategi pengembangan wisata alam Brukoh Hill dan wisata sawah dalam meningkatkan perekonomian desa (studi pada Desa Bajang Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan). *Jiagabi*, 10(1), 90–101.
- Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. *Matra Pembaruan*, 4(1), 59–69. <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>
- Jamaludin, M. (2021). Kelompok Gerakan Pariwisata bertanggung jawab untuk mengelola objek wisata Curug Bojong di Desa Sukahurip, distrik Pangandaran.
- Kurmidianata, M., & Suwasono, B. (2022). Strategi pengembangan pariwisata Sewu Lontar akan dianalisis menggunakan metode SWOT. *Jurnal Jaring SainTek*, 4(1), 9–14. <https://doi.org/10.31599/jaringsaintek.v4i1.994>
- Lestari, S. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Kampung Bandar Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Muhammad, A. (2021). Kabupaten Gowa. 2021, 2, 0–6. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>

- Muhammad, N. D. (2020). *Strategi pengembangan pariwisata dalam upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/18926>
- Pengembangan, S., & Peternakan, U. (2020). *TESIS Oleh : PATRIZAL PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA TESIS Oleh : Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Agribisnis ( MP ) pada Program Studi Magister Agribisnis , Program Pascasarjana Univ.*
- Prasetya, N., Budiarto, B., & Kismantoroedji, T. (2020). Rencana ini bertujuan untuk meningkatkan potensi Desa Pariwisata Sangurejo di Distrik Turi Sleman. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(2), 173. <https://doi.org/10.31315/jdse.v20i2.3491>
- Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi Pembangunan Pariwisata pedesaan menggunakan pariwisata sebagai media untuk mempromosikan Desa Sangiang berdasarkan wisata alam dan budaya. *Jurnal Planoeath*, 4(2), 111. <https://doi.org/10.31764/jpe.v4i2.970>
- Ramdhani, A. M., & Andriana, A. N. (2023). Menggunakan analisis SWOT, minat kunjungan wisata Pengembangan Strategi Atraksi Menggunakan Analisis Swot, Pariwisata Pantai Biru Meningkatkan minat wisata. 4(5), 6674–6687.
- Riantoro, D., & Aninam, J. (2021). Metode SWOT digunakan untuk menganalisis strategi pengembangan objek wisata hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari. *Lensa Ekonomi*, 15(01), 15. <https://doi.org/10.30862/lensa.v15i01.146>
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Suartini, S. (2020). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Sendang Gile Pasca Gempa Di Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok ....* <http://repository.ummat.ac.id/936/>
- Tanesab, M., Fanggidae, A. H. J., Fanggidae, R. E., & Bunga, M. (2023). Studi ini mengeksplorasi Strategi Pembangunan Pariwisata Oehala Waterfall di Sub-District Southmollo, South Central Timor District, berfokus pada 63-77 studi.
- Wilfrida Klau, W., Fanggidae, A. H. J., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. C. (2023). The Journal of Tourism and Hospitality Studies menerbitkan sebuah studi tentang pengembangan atraksi wisata di Fulan, Fehan, yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung. 1(2), 53–61. <http://penerbitgoodwood.com/index.php/jspp/article/view/2214>