



**STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI OBJEK WISATA BERBASIS
SUSTAINABLE TOURISM DALAM MENINGKATKAN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT**

**STRATEGY FOR DEVELOPING TOURISM POTENTIAL BASED ON SUSTAINABLE
TOURISM IN IMPROVING THE COMMUNITY'S ECONOMY**

Suhartono¹, Heffi Christya Rahayu², Nurrahmawati³, Lusi Eka Afri⁴, Fefti Yulian Mela⁵

(Prodi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka, Indonesia)¹

(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pangaraian, Indonesia)²

(Prodi Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pasir Pangaraian, Indonesia)^{3,4}

(Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pangaraian, Indonesia)⁵

e-mail: nurrahmawati1307@ymail.com³, lusiekaafri13@gmail.com⁴, feftiyulian89@gmail.com⁵

Abstrak

Indonesia mempunyai potensi besar untuk pengembangan berbagai sektor, termasuk pariwisata. Strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan mempertahankan keinginan untuk kembali sangat penting bagi pengembangan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi terhadap pengembangan potensi wisata air terjun Aek Martua di Kabupaten Rokan Hulu dengan pendekatan berkelanjutan. Metode yang dipergunakan yakni analisis SWOT dengan melakukan identifikasi faktor dalam (internal) dan faktor luar (eksternal) yang mempengaruhi perkembangan pariwisata. Hasil analisis menunjukkan bahwa destinasi wisata Kabupaten Rokan Hulu Air Terjun Aek Martua mempunyai kekuatan dan peluang yang bisa dioptimalkan, sehingga strategi yang tepat adalah menggunakan strategi SO atau *Strength Opportunities* guna pengembangan usaha tersebut, serta mendapat dukungan dengan strategi pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*. Beberapa pemangku kepentingan yang berkepentingan dengan pengembangan objek wisata air terjun Aek Martua di wilayah Rokan Hulu antara lain pemerintah kota, dinas pariwisata, pendiri/pengelola pariwisata dan juga masyarakat setempat. Analisis SWOT menunjukkan bahwa objek wisata Air Terjun Aek Martua di Kabupaten Rokan Hulu dapat dikembangkan menjadi objek wisata alam oleh pengelola karena dapat menjaga kualitas pelayanan yang memuaskan dan inovasi ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Kata Kunci: *Sustainable Tourism; Pengembangan Ekonomi; Potensi Objek Wisata; Analisis SWOT*

Abstract

Indonesia has significant potential for the development of many sectors, including tourism. Strategies to increase the number of tourist visits and maintain the desire to return are crucial for tourism development. This research aims to formulate strategies for developing the potential of the Aek Martua Waterfall tourism in Rokan Hulu Regency with a sustainable approach. The method used is a SWOT analysis which identifies internal and external factors that influence tourism development. The results of the analysis show that the Aek Martua Waterfall tourist destination in Rokan Hulu Regency has strengths and opportunities that can be optimized, so the appropriate strategy is to use an SO or Strengths Opportunities strategy for the development of this business, and is supported by an aggressive growth or Growth Oriented Strategy. Several stakeholders who are interested in the development of the Aek Martua waterfall tourist attraction in Rokan Hulu include the city government, the tourism department, tourism founders/managers, and the local community. The SWOT analysis indicates that the Aek Martua Waterfall tourist attraction in Rokan Hulu Regency can be developed into a nature tourism destination by the managers as it can maintain satisfactory service quality and this innovation can improve the local economy.

Keywords: *Sustainable Tourism, Economic Development, Tourism Potential, SWOT Analysis*



PENDAHULUAN

Indonesia, dengan kekayaan alam yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mengembangkan berbagai sektor, termasuk pariwisata. Pariwisata menjadi sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia karena memanfaatkan sumber daya alam tanpa mengkonsumsinya secara berlebihan. Sektor ini juga merupakan sumber devisa terbesar bagi negara (Arih et al., 2021). Wisatawan memilih destinasi berdasarkan daya tarik unik yang ditawarkan, yang menunjukkan bahwa pariwisata berkelanjutan dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan dengan dukungan pemerintah (Widyastuti & Fanani, 2022).

Bisnis pariwisata, yang mencakup industri, perdagangan, jasa, agraria, dan ekstraktif, memerlukan pengelolaan yang sistematis, terencana, dan terintegrasi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan (Heryati, 2019; Ratwianingsih et al., 2021). Kerja keras dan upaya bersama dari pemerintah dan sektor swasta dalam mengembangkan objek wisata dapat meningkatkan interaksi sosial dan ekonomi masyarakat lokal (Indra et al., 2022).

Wisata alam banyak diminati wisatawan domestik maupun mancanegara karena menawarkan ketenangan dan pengalaman unik (Hasanah & Satrianto, 2019). Pembangunan pariwisata berkelanjutan diharapkan mengarah pada pembangunan dengan dampak positif yang luas, termasuk penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal (Pamularsih, 2021). UU Pariwisata No. 10 tahun 2009 menjelaskan bahwa pariwisata merupakan berbagai kegiatan yang mendapat dukungan berupa fasilitas dan pelayanan masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Berwisata juga bisa menjadi media belajar, berekreasi, dan menghilangkan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari.

Kabupaten Rokan Hulu di Provinsi Riau, Indonesia dikenal dengan nama Negeri Seribu Suluk karena banyaknya masjid di wilayah tersebut. Dengan jumlah penduduk pada tahun 2020 mencapai sebesar 561.385 jiwa dan luas wilayah sebesar 7.588,13 km², Rokan Hulu menawarkan beragam destinasi alam seperti Aek Mertua, Pemandian Air Panas Hapanasan, dan Danau Cipogas. Destinasi-destinasi tersebut menawarkan pesona alam dan keanekaragaman budaya yang menjadi magnet bagi wisatawan. Namun keterlibatan masyarakat lokal dan profesionalisme pengelolaan pariwisata masih perlu ditingkatkan.

Potensi perekonomian kota Rokan Hulu dapat ditingkatkan dengan melakukan pengembangan terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di area tempat wisata. Meski UKM sudah ada, namun sebagian besar fokus pada produk makanan dan minuman basah di mana memiliki ketahanan usaha yang relatif singkat. Diversifikasi usaha, terutama dalam bidang kerajinan lokal, dapat memberikan nilai tambah dan memperkuat ekonomi lokal. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memotivasi UMKM berinovasi dan menyesuaikan produk mereka dengan karakteristik khas daerah, yang pada gilirannya akan meningkatkan penghasilan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Rokan Hulu.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan mempertahankan keinginan mereka untuk kembali berkunjung (*revisit intention*) sangat penting untuk pengembangan pariwisata. Dengan demikian, penelitian ini akan mengupas strategi pengembangan potensi objek wisata berbasis *sustainable tourism* dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Rokan Hulu dengan menggunakan analisis SWOT.



KAJIAN TEORI

Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor penting yang menjadi sumber devisa negara dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan. Tren pariwisata saat ini beralih dari wisata tradisional ke wisata khusus, dimana wisatawan menikmati lingkungan, alam, budaya dan destinasi wisata dengan cara yang istimewa. Salah satu destinasi wisata desa yang sedang tumbuh pesat di Indonesia yakni desa wisata budaya (Priyanto dan Safitri, 2016).

Untuk memaksimalkan potensi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pengembangan sektor pariwisata harus didasarkan pada perencanaan yang komprehensif dan pengelolaan yang berkelanjutan (Gunawan et al., 2016). Menurut Ismayanti (2010) dalam (Tyas & Damayanti, 2018) pariwisata adalah fenomena interaksi antara wisatawan, industri wisata, dan pemerintah. Pariwisata juga termasuk salah satu pembangunan ekonomi dari segi masyarakat (Sidiq & Resnawaty, 2017). Pendekatan pembangunan berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) memberikan ruang yang lebih besar bagi partisipasi aktif masyarakat pedesaan dalam pengembangan sektor pariwisata, dengan pengelolaan partisipatif dan manfaat langsung bagi masyarakat setempat.

Sustainable Tourism

Sustainable Tourism adalah program pariwisata yang dikembangkan secara berkelanjutan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi sambil menjaga lingkungan alami, dengan perhatian dari industri, pemerintah, dan akademik (Sri Widari, 2020). Program ini melestarikan sumber daya alam dan budaya untuk manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan pemangku kepentingan. *Sustainable Tourism* mencakup semua jenis usaha pariwisata, menunjukkan pentingnya pembangunan berkelanjutan di semua tingkatan.

Pariwisata telah menjadi kebutuhan dasar bagi banyak masyarakat, dengan perputaran uang yang tinggi di daerah tujuan wisata dan kontribusi signifikan terhadap devisa negara. Destinasi wisata Hapanasan dan Danau Cipogas berpotensi menjadi andalan Kabupaten Rokan Hulu jika dikelola dengan baik untuk jangka panjang, dengan peran aktif masyarakat dan pemerintah daerah sangat penting.

Pendapatan Masyarakat

Menurut Sawant (2017), pendapatan adalah unsur penting dalam usaha perdagangan karena mencerminkan nilai usaha tersebut. Objek Wisata Hapanasan dan Danau Cipogas dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan pemerintah, dengan dampak ekonomi yang signifikan. Pendapatan dari pariwisata tidak hanya mencakup ekonomi, pekerjaan, dan pajak, tetapi juga mempengaruhi area lain yang terkait dengan pariwisata. Pendapatan yang tinggi akan meningkatkan konsumsi dan kualitas barang, serta menutup biaya operasional dan perawatan objek wisata.

Sosial Ekonomi Masyarakat

Menurut Sawant (2017), kondisi sosial ekonomi seseorang meliputi posisi dalam masyarakat yang terkait dengan pendidikan, pendapatan, kepemilikan aset, dan pekerjaan. Status sosial ekonomi memengaruhi kemampuan individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan menentukan sikap di lingkungan. Dalam konteks pariwisata, masyarakat dengan penghasilan cukup lebih sering berwisata. Inti kehidupan sosial ekonomi adalah kesehatan, pendidikan, perumahan, dan pelayanan air, didukung oleh pekerjaan yang layak. Status sosial ekonomi



mencerminkan kemampuan seseorang untuk berhasil mengelola usaha dan posisinya dalam masyarakat.

TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses, Strength*)

Analisis TOWS dimulai dengan mengkaji faktor dari luar (*threat-opportunity*) dan kemudian faktor dari dalam (*strength-weakness*) dengan pendekatan outside-in, bukan inside-out (Taufik & Suprajang, 2015). Ini penting karena perubahan lingkungan eksternal lebih signifikan daripada internal. Dengan memahami ancaman dan peluang sebelum kekuatan dan kelemahan, pengelola dapat merumuskan langkah strategis yang efektif. Setelah melakukan penentuan terhadap faktor dari luar (eksternal) dan faktor dari dalam (internal), tahapan selanjutnya yakni merancang matriks TOWS untuk menyusun strategi yang mempertimbangkan hubungan antara peluang, kelemahan, kekuatan, dan ancaman.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penelitian kualitatif menjadi jenis penelitian yang digunakan. Penelitian kualitatif yakni metode penelitian yang menguraikan data secara deskriptif melalui analisis mendalam terhadap proses, makna, dan perspektif subjek penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan dokumentasi dengan Pendiri / pengelola wisata air terjun Aek Mertua terletak Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang dianalisis secara mendalam melalui data primer atau data secara langsung dan data sekunder sebagai data pendamping. Data primer yang digunakan berupa wawancara dengan narasumber utama, yakni pengelola, masyarakat setempat, pemerintah daerah yang terkait dinas Koperasi dan UMKM dan dinas Parawisata, dan pengunjung. Sedangkan untuk data sekunder berupa observasi dengan hasil dokumentasi dan beberapa informasi penting yang ada di internet, surat kabar, maupun data penunjang di Badan Pusat Statistik.

Tabel Narasumber

Berikut tabel informan penelitian:

Tabel 3 Narasumber Penelitian

No	Narasumber	Jumlah
1.	Pendiri/Pengelola	5
2.	Masyarakat	7
3.	Pengunjung	15
	Total	27

Sumber data: Olahan Peneliti 2024

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data-data untuk kebutuhan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga metode, yakni melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Melakukan proses wawancara, baik secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara secara langsung dilakukan secara *on the spot* atau langsung di lokasi, sedangkan wawancara tidak langsung ditujukan melalui angket pertanyaan. Observasi dilakukan secara empiris dengan melakukan pengamatan secara langsung pada waktu tersebut. Dokumentasi ini merupakan teknik pengumpulan data baik dalam bentuk

tulisan, gambar, maupun elektronik. Dokumentasi dalam penelitian ini menggunakan gambar yang diperoleh saat melaksanakan proses wawancara.

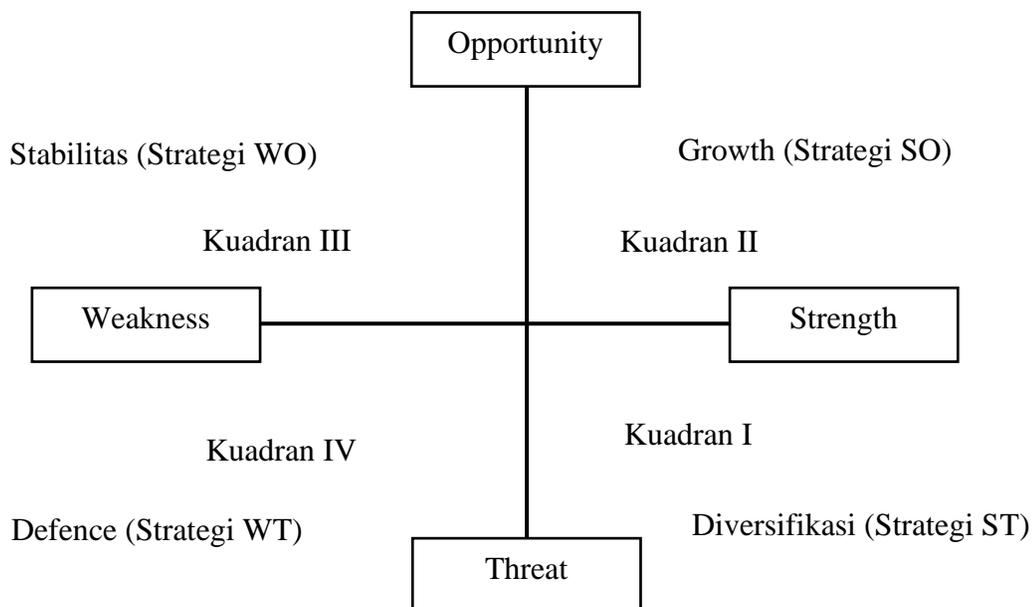
Teknik Analisis Data

Metode analisis deskriptif secara kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam menganalisis data. Data yang telah dikumpulkan secara langsung atau data primer kemudian akan dilakukan penyajian data secara narasi dengan data tersebut disusun secara sistematis dan mudah untuk dipahami.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode dalam menyusun rencana strategis dengan tujuan melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor kekuatan (*Strengths*), peluang (*Opportunities*), kelemahan (*Weaknesses*), serta ancaman (*Threats*) dalam kegiatan usaha, penelitian, atau proyek. Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor dalam (internal) dan faktor luar (eksternal), hal selanjutnya yang perlu dilakukan adalah melakukan penentuan bobot dan peringkat. Setiap faktor dalam analisis ini diberi bobot antara 0 (tidak penting sama sekali) hingga 1 (sangat penting). Total keseluruhan bobot untuk kelompok kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman adalah sama yakni 1,00. Selain bobot, setiap faktor juga diberi peringkat dari 1 (dampak rendah terhadap tujuan perusahaan) hingga 4 (dampak sangat tinggi). Perlu diingat, peringkat peluang dan ancaman berbanding terbalik; jika ancamannya sangat tinggi (peringkat 4), maka peluangnya akan rendah.

Dalam menganalisis SWOT, dari skor nilai yang didapatkan dapat dilihat adakah *opportunity* (nilai positif) atau *threat* (negatif), dan apakah *strength factor* lebih unggul (+) *weakness* (-) maka dihasilkan 4 kuadran rekomendasi. Berikut disajikan gambar diagram Cartesius kuadran analisis SWOT. (Utsalina & Primandari, 2020)



Gambar 1 Diagram Cartesius Kuadran Analisis SWOT



Penjelasan mengenai kuadran menurut Maramin (2004) dalam (Hapsari, A., & Mutawali, M. (2019) yaitu sebagai berikut:

- a. Kuadran I dengan penjelasan bahwa usaha yang dilakukan menghasilkan keuntungan dengan peluang dan kekuatan; strategi yang dianjurkan adalah pertumbuhan agresif.
- b. Kuadran II dengan penjelasan bahwa usaha menghadapi ancaman namun mempunyai kekuatan internal; strategi yang dianjurkan adalah diversifikasi untuk mengoptimalkan potensi di masa depan.
- c. Kuadran III dengan penjelasan bahwa usaha memiliki peluang besar tetapi kelemahan internal; fokus pada peminimalan masalah internal guna meraih potensi pasar.
- d. Kuadran IV dengan penjelasan bahwa usaha yang dilakukan tidak menghasilkan keuntungan dan menangani ancaman serta internal yang lemah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis SWOT

Dari matriks evaluasi faktor dalam (internal) dan faktor luar (eksternal), analisis SWOT bisa dilakukan untuk melakukan perumusan strategi optimal terhadap pengembangan wilayah air terjun Aek Martua. Analisis SWOT yang ditunjukkan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4
Perumusan Analisis SWOT terhadap Strategi Pengembangan
Wilayah Air Terjun Aek Martua

<p>INTERNAL (IFAS)</p> <p align="center"><i>Internal Factor Analysis Summary</i></p> <hr/> <p>EKSTERNAL (EFAS)</p> <p align="center"><i>Eksternal Factor Analysis Summary</i></p>	<p>Kekuatan /Strenghts (S)</p> <p>A. Pendiri / Pengelola</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Air Terjun nya bertingkat. 2. Sudah mendapatkan SK dari Kelurahan /Kabupaten setempat. 3. Promosi melalui media sosial sangat penting. <p>B. Masyarakat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Air memiliki 3 air terjun dengan ketinggian yang berbeda. 2. Objek wisata masih alami. 3. Perlu kerjasama dengan pemerintah dan warga lokal. <p>C. Pengunjung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Air terjun tiga tingkat dan memiliki ketinggian lebih dari 20 meter 2. Masih jernih dan alaminya air terjun. 3. Objek wisata terdapat bangku-bangku untuk beristirahat. 4. Tempat wisata. 5. Terdapat peta dalam google map. 	<p>Kelemahan /Weakness (W)</p> <p>A.Pendiri / Pengelola</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modal awal pengelola swadaya masyarakat. 2. Promosi kurang optimal dan perlu perhatian dari pemerintahan setempat. <p>B. Masyarakat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses jalan sulit di lalui. 2. Fasilitas belum ada. 3. Informasi wisata kurang dan peningkatan ekonomi warga lokal perlu perhatian dari pemerintah setempat. 4. Air terjun tergantung musim 5. Kurangnya pengelola warga lokal sehingga pengunjung kurang puas. <p>C. Pengunjung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Air terjun bergantung terhadap musim, apabila musim kemarau maka debit air terjun kecil, pun sebaliknya 2. Akses jalan sulit di lalui. 3. Sampah pengunjung 4. Fasilitas tidak ada yang memadai seperti mushola dan toilet yang kurang bersih.
<p>Peluang/Opportunity (O)</p> <p>A. Pendiri / Pengelola</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bisa di kembangkan menjadi tempat wisata alam karena dapat menjaga kualitas pelayanan yang memuaskan. 2. Inovasi tersebut dapat mengangkat perekonomian masyarakat. 3. Masyarakat setempat jadi pengelola dan bekerjasama dengan pemerintah. <p>B. Masyarakat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi objek wisata air yang bagus sangat mungkin 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah mendapatkan SK dari Kelurahan / Kabupaten setempat sehingga menjadikan kawasan air terjun Aek serta mengangkat perekonomian masyarakat setempat . Martua menjadi salah satu tujuan wisata yang terdapat di Kab. Rokan Hulu. (S1, S2,O1, O2,O3) 2. Melakukan adanya keterlibatan masyarakat sekitar dalam menyusun konsep strategi optimal 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modal awal pengelola swadaya masyarakat sehingga masyarakat bisa jadi pengelola dan bekerja sama dengan pemerintahan yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat. (W1,O2,O3) 2. Melakukan peningkatan promosi dengan cara media cetak (seperti brosur), media televisi dan platform daring.(W2, O1) 3. Melakukan penyuluhan dan



<p>dikembangkan dan wisatawan akan merasa puas.</p> <ol style="list-style-type: none"> Sosial ekonomi bagi masyarakat serta dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Masyarakat jadi pengelola serta warga lokal, Warga lokal yang tidak mengalami dampak positif perekonomian masyarakat setempat menciptakan lapangan kerja ojek, jualan dan parkir. <p>C. Pengunjung</p> <ol style="list-style-type: none"> Sumber ekonomi bagi masyarakat ada beberapa stand yg berjualan sehingga pengunjung bisa menikmati makanan dan minuman. Menjadi tempat wisata pengunjung, karena objek wisata terdapat spot foto yang menarik dan tersedia pelayanan <i>tour guide</i> saat berwisata. 	<p>dalam meningkatkan ekonomi masyarakat. (S3,O2,O3,O4)</p> <ol style="list-style-type: none"> Objek wisata air terjun masih alami dan jernih sehingga Meningkatkan kerjasama dengan pemerintahan untuk mengembangkan perekonomian berbasis pariwisata (S1,S2,S3,O1,O2) 	<p>pelatihan kepada masyarakat untuk mendukung ekonomi yang berbasis pariwisata. (W1,W2,W3,W4,O1,O2,O3)</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemberian pelayanan maksimal terhadap pengunjung pembangunan sarana dan prasarana. (W1,W2,W3,W4,O1,O2,W2,O1)
<p>Ancaman / Threats (T)</p> <p>A. Pendiri / Pengelola</p> <ol style="list-style-type: none"> Kontribusi dan Pemerintah Kabupaten dalam kemajuan belum ada. <p>B. Masyarakat</p> <ol style="list-style-type: none"> Sinyal Kurang karena objek ini terletak di pedalaman. Sampah pengunjung. <p>C. Pengunjung</p> <ol style="list-style-type: none"> Sinyal Kurang karena objek ini terletak di pedalaman. Sampah pengunjung 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Menerapkan langkah-langkah keamanan di air terjun Aek Mertua dalam kontribusi dan pemerintahan. (S1, T1) Melakukan kerjasama pemerintahan dan warga lokal dalam perbaikan jaringan internet. (S3, S1) Melakukan pengamanan di air terjun Aek Mertua dari sampah pengunjung. (S1,S2,T1) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Mendorong investor untuk aktif melakukan kontribusi dalam pengembangan a. (W2, W3, T2) Memperbaiki pelayanan untuk pengunjung dalam fasilitas pelayanan maupun kebersihan pengelola. (W3,W5,T1,T2) Perbaikan akses jalan menuju air terjun. (W1, T1)

Matriks IFAS dan EFAS

Matriks *Internal Startegy Factor Analysis Sumary* (IFAS) dan *Ekternal Startegy Factor Analysis Sumary* (EFAS) merupakan alat untuk analisis yang diperlukan dalam manajemen strategis guna menilai faktor dari dalam (internal) dan faktor dari luar (eksternal) yang berpengaruh terhadap sebuah organisasi. Untuk menentukan nilai faktor dalam membuat matriks SWOT, dapat menggunakan analisis faktor strategi internal (IFAS) dan analisis faktor strategi eksternal (EFAS).

Untuk matriks faktor strategi internal (IFAS), Ahmad (2020) menjelaskan bahwa untuk mengetahui posisi perusahaan secara pasti, terlebih dahulu perlu dilakukan perhitungan bobot (a)

dan rating (b) poin faktor serta jumlah perkalian bobot dan rating ($c=ab$) pada faktor S-W. Sedangkan matriks faktor strategi eksternal (EFAS) disusun dengan menghitung bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah perkalian bobot dan rating ($c=ab$) dalam setiap faktor peluang dan ancaman.

Tabel 5 Matriks Faktor Strategi Internal

No	Kekuatan /Strenghts (S)	Bobot	Rating	Score
A.Pengelola / Pendiri				
1.	Air Terjun nya bertingkat.	0,04	5	0,2
2.	Sudah mendapatkan SK dari Kelurahan /Kabupaten setempat	0,06	5	0,3
3.	Promosi melalui media sosial sangat penting	0,04	2	0,1
B. Masyarakat				
1	Terdapat 3 air terjun dengan ketinggian berbeda.	0,04	4	0,2
2	Objek wisata masih alami.	0,04	5	0,2
3	Perlu kerjasama dengan pemerintah dan warga lokal.	0,04	3	0,1
C. Pengunjung				
1	Air terjun bertingkat tiga dengan ketinggian lebih dari 20 meter.	0,04	5	0,2
2	Air terjun masih alami dan airnya jernih	0,06	5	0,3
3	Objek wisata terdapat bangku-bangku untuk beristirahat.	0,04	3	0,1
4	Tempat wisata	0,04	2	0,1
5	Terdapat peta dalam google map	0,04	2	0,1
Total		0,5	41	1,9
No	Kelemahan /Weakness (W)	Bobot	Rating	Score
A.Pendiri / Pengelola				
1	Modal awal pengelola swadaya masyarakat.	0,04	5	0,2
2	Promosi kurang optimal dan perhatian dari pemerintahan setempat	0,08	2	0,1
B.Masyarakat				
1	Akses jalan sulit di lalui	0,04	2	0,1
2	Fasilitas belum ada	0,04	3	0,1
3	Informasi wisata kurang dan peningkatan ekonomi warga lokal perlu perhatian dari pemerintah setempat	0,08	4	0,3
4	Air terjun tergantung musim	0,04	2	0,1

5	Kurangnya pengelola warga lokal sehingga pengunjung kurang puas	0,04	3	0,1
C.Pengunjung				
1	Air terjun bergantung terhadap musim, apabila musim kemarau maka debit air terjun kecil, pun sebaliknya	0,04	2	0,1
2	Akses jalan sulit di lalui	0,04	3	0,1
3	Sampah pengunjung	0,04	3	0,1
4	Fasilitas tidak ada yang memadai seperti mushola dan toilet yang kurang bersih.	0,04	2	0,1
Total		0,5	30	1,5
Total bobot X skor untuk faktor internal		1,00	71	3,4

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Dari Tabel 5 didapatkan hasil skor tertimbang sebesar 3,4. Menurut Rangkuti, skor 1,00 hingga 1,9 berarti keadaan internal lemah. Skor 2,00 hingga 2,99 berarti sedang. Skor 3,00 hingga 4,00 berarti keadaan internal kuat. Dari total skor 3,4 dapat dijelaskan bahwa strategi pengembangan destinasi wisata Air Terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu dalam waktu ini berada pada keadaan kuat, dikarenakan situasi internal perusahaan yang lebih unggul atau di atas rata-rata. Hasil tersebut menandakan bahwa faktor internal objek wisata air terjun ini tergolong kuat dalam hal memanfaatkan berbagai kekuatan yang ada. Faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan memiliki skor rata-rata di atas 0,30. Faktor kekuatan tersebut misalnya adanya SK dari desa/kabupaten setempat dan air terjun yang jernih dan alami.

Kelemahan utama destinasi wisata Air Terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu dengan skor rata-rata di atas 0,20 antara lain modal awal pengelola swadaya masyarakat. Selain itu masih terdapat kelemahan lain yang skornya lebih rendah yaitu 0,12 dengan faktor kelemahan seperti dari pihak pengelola yakni kurang optimalnya promosi dan perhatian dari pemerintah daerah. Sedangkan dari masyarakat antara lain sulitnya akses jalan untuk dilalui dan fasilitas yang belum tersedia, air terjun tergantung musim, dan kurangnya pengelola setempat sehingga pengunjung kurang puas. Sedangkan dari pengunjung: Air terjun bersifat musiman, pada musim kemarau debit air terjun rendah dan sebaliknya, akses jalan sulit dilalui, sampah pengunjung, dan tidak tersedianya fasilitas yang memadai seperti mushola dan toilet yang kurang bersih di kawasan wisata air terjun ini.

Tabel 6 Matriks Faktor Strategi Eksternal

No	Peluang /Opportunity (O)	Bobot	Rating	Score
A.Pendiri / Pengelola				
1.	Bisa di kembangkan menjadi tempat wisata alam karena dapat menjaga kualitas pelayanan yang memuaskan.	0,1	3	0,5
2.	Inovasi tersebut dapat mengangkat perekonomian masyarakat.	0,1	3	0,3



3.	Masyarakat setempat jadi pengelola dan bekerjasama dengan pemerintah	0,1	2	0,2
B. Masyarakat				
1.	Menjadi objek wisata air yang bagus sangat mungkin dikembangkan dan wisatawan akan merasa puas	0,1	3	0,3
2.	Sosial ekonomi bagi masyarakat serta dapat meningkatkan ekonomi masyarakat	0,1	5	0,5
3.	Masyarakat jadi pengelola serta warga setempat	0,1	2	0,2
4.	Warga lokal di mana tidak mengalami dampak positif perekonomian, masyarakat setempat menciptakan lapangan kerja ojek, jualan dan parkir	0,1	2	0,2
C. Pengunjung				
1.	Sumber ekonomi bagi masyarakat ada beberapa stand yg berjualan sehingga pengunjung bisa menikmati makanan dan minuman	0,1	4	0,4
2.	Menjadi tempat wisata pengunjung, karena objek wisata terdapat spot foto yang menarik dan tersedia pelayanan tour guide saat berwisata	0,1	4	0,4
Total		0,8	28	2,8
No	Ancaman Ancaman /Threats (T)	Bobot	Rating	Score
A.Pendiri / Pengelola				
1.	Kontribusi dan Pemerintah Kabupaten dalam kemajuan belum ada	0,0333	2	0,07
2.	Sampah pengunjung	0,0333	2	0,07
B. Masyarakat				
1.	Sinyal kurang karena objek ini terletak di pedalaman	0,0333	2	0,07
2.	Sampah pengunjung	0,0333	2	0,07
C.Pengunjung				
1.	Sinyal kurang karena objek ini terletak di pedalaman	0,0333	2	0,07
2.	Sampah pengunjung	0,0333	2	0,07
Total		0,2	68	0,4
Total bobot X skor untuk faktor eksternal		1,00	96	3,2

Sumber Data Olahan Peneliti 2024



Berdasarkan Tabel 6 yang memberikan total skor berbobot sebesar 3,2, bisa disimpulkan bahwa strategi pengembangan destinasi wisata Air Terjun Aek Martua di Kabupaten Rokan Hulu telah mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan baik. Meski demikian, objek wisata air terjun ini tetap perlu melakukan antisipasi berbagai ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal pariwisata.

Dari nilai skor di atas sebesar 0,3, potensi utama yang dapat dimanfaatkan untuk destinasi wisata air terjun ini dari pengelola yaitu bisa dikembangkan menjadi tempat wisata alam karena dapat menjaga kualitas pelayanan yang memuaskan, serta inovasi tersebut dapat mengangkat perekonomian masyarakat. Peluang dari masyarakat yaitu menjadi objek wisata air yang bagus sangat mungkin dikembangkan dan wisatawan akan merasa puas dan sosial ekonomi bagi masyarakat serta dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Peluang dari pengunjung yaitu sumber ekonomi bagi masyarakat ada beberapa stand yg berjualan sehingga pengunjung bisa menikmati makanan dan minuman, serta menjadi tempat wisata pengunjung, karena objek wisata terdapat spot foto yang menarik dan tersedia pelayanan *tour guide* saat berwisata. Sedangkan ancaman terbesar yang harus diantisipasi destinasi wisata air terjun ini dengan nilai skor 0,3 yaitu belum ada dalam analisis SWOT yang merujuk pada wilayah yang dianggap dapat menyebabkan masalah.

Selanjutnya, merujuk pada temuan analisis Matriks IFAS dan EFAS, penentuan sumbu (X,Y) dilakukan dengan cara penghitungan nilai Y sebagai selisih antara total faktor S dan W, serta nilai X sebagai selisih antara total faktor O dan T (Ahmad, 2020). Jumlah total nilai faktor internal pada diantisipasi destinasi wisata air terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu sebesar 3,4 terdiri dari nilai kekuatan 1,9 dan kelemahan 1,5. Sedangkan untuk nilai total eksternal pada destinasi wisata air terjun ini sebesar 3,2 terdiri atas nilai peluang 2,8 dan ancaman 0,4.

Setelah melakukan penghitungan, dapat diperoleh hasil dari faktor internal dan faktor eksternal. Tahapan penentuan titik koordinat untuk mengidentifikasi posisi strategi pengembangan destinasi wisata air terjun ini didasarkan dari hasil faktor internal dan faktor eksternal.

1. Sumbu mendatar (X) untuk faktor (kekuatan dan kelemahan internal) diperoleh hasil koordinat $X = 1,9 - 1,5 = 0,4$
2. Sumbu tegak (Y) untuk faktor (peluang dan ancaman internal) diperoleh koordinat $Y = 2,8 - 0,4 = 2,4$.

Data dari koordinat diagram SWOT menunjukkan nilai positif pada kedua axis atau sumbu. Nilai yang diperoleh pada sumbu X adalah 2,4, sedangkan pada sumbu Y adalah 0,4. Karena kedua nilai ini positif, posisi strategi pengembangan destinasi wisata Air Terjun Aek Martua di Kabupaten Rokan Hulu berada pada kuadran I.

Kuadran I merupakan keadaan yang memberikan keuntungan di mana destinasi wisata air terjun ini mempunyai kekuatan dan peluang yang bisa dioptimalkan, sehingga strategi yang tepat adalah menggunakan strategi SO atau *Strenght Opportunities* guna pengembangan usaha tersebut, serta mendapat dukungan dengan strategi pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Startegy*.



KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis SWOT menunjukkan bahwa destinasi wisata air terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu berpotensi dikembangkan oleh pengelola menjadi tempat wisata alam karena mampu menjaga kualitas pelayanan yang memuaskan, serta inovasi tersebut dapat mengangkat perekonomian masyarakat. Masyarakat dapat mendirikan beberapa stand yg berjualan sehingga pengunjung bisa menikmati makanan dan minuman, serta membuat spot foto yang menarik dan tersedia pelayanan *tour guide* saat berwisata. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan dengan maksimal untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

SARAN

Penelitian ini dapat diberikan saran bahwa diperlukannya kerjasama antar stakeholder yang berwenang dalam pengembangan berkelanjutan pada destinasi wisata air terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu, seperti Pemerintah Daerah, Dinas Pariwisata, pendiri/pengelola wisata, dan juga masyarakat setempat. Pengembangan wisata ini juga harus memperhatikan hasil analisis SWOT karena dapat mengefektifkan usaha-usaha yang dapat dilakukan sehingga hasil yang didapatkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar secara maksimal serta pelayanan yang baik agar pengunjung semakin meningkat.

REFERENSI

- Arih, S., Adi Supardi, Gusnia A. Sekardati, Khoirun Nisa Hindiyati, Lucky A. Al-Bukhori, Mafatihah L. Nova, Nabil A. Ahmad, & Satti Wagistina. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Melalui Potensi Wilayah Studi Kasus Jamun Spot Sunset (JSS) Desa Poncokusumo Kabupaten Malang. *Jurnal Geografi, Edukasi Dan Lingkungan (JGEL)*, 5(1), 52–60. <https://doi.org/10.22236/jgel.v5i1.5957>
- Gunawan, A. S., Goretti, M., & Endang, W. (2016). Analisis Pengembangan Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat (Studi pada Wisata Religi Gereja Puhsarang Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(1), 1–8.
- Hapsari, A. (n.d.). Analisis SWOT Sebagai Perencanaan Desa Wisata Edukasi Agrikultur Cabe Dengan Pendekatan Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Kabasiran, Parung Panjang, Kabupaten Bogor. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 03, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Hasanah, M., & Satrianto, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Ke Objek Wisata Komersial”Di Sumatera”Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(3), 931. <https://doi.org/10.24036/jkep.v1i3.7720>
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56–74.
- Indra, Rina, & Veriansyah, I. (2022). Analisis Objek Wisata Riam Pangar Kecamatan Tujuh Belas Kabupaten Bengkayang. *Geo Khatulistiwa : Jurnal Pendidikan Geografi Dan Pariwisata*, 2(3), 1–14.
- Pamularsih, T. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Desa Abangsongan, Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, VOL.5(1), 46–54.



- Priyanto, P., & Safitri, D. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v4i1.53>
- Ratwianingsih, L., Mulyaningsi, T., & Johadi, J. (2021). Analisis Potensi dan Upaya Pengembangan Desa Wisata Alam Kepuhsari Manyaran Wonogiri. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 3(1), 25–30. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i1.1164>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sawant, M. (2017). Socio – Economic impacts of Tourism development at Aurangabad District. *Research & Consultancy, January*, 1–8.
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>
- Taufik, M. I., & Suprajang, S. E. (2015). Analisis Threats, Opportunity, Weakness, Strengths (Tows) Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Pr. Semanggimas Agung Boyolangu Kabupaten Tulungagung. *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*.
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Development Potentials of Kliwonan Village as a Batik Tourism Village in Sragen Regency. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(1), 74–89.
- Utsalina, D. S., & Primandari, L. A. (2020). ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN BOBOT KRITERIA PADA PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALYTIC NETWORK PROCESS. *Antivirus: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.35457/antivirus.v14i1.889>
- Widyastuti, & Fanani, M. B. Y. (2022). Pengembangan Kawasan Wisata Waduk Gondang Berbasis Faktor Minat Masyarakat. *Jurnal Plano Buana*, 3(1), 01–09. <https://doi.org/10.36456/jpb.v3i1.6245>