

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Objek Wisata**

##### **Air Terjun Lepo**

##### **1. Faktor internal**

Faktor-faktor internal dalam hal ini dikategorikan kedalam kekuatan dan kelemahan sebagai berikut:

###### **a. Kekuatan**

###### **1) Keadaan alam yang masih asri, sejuk, dan terjaga**

Objek wisata air terjun Lepo merupakan salah satu objek wisata alam yang ada di Kabupaten Bantul. Potensi alam yang dimiliki objek wisata Lepo mampu menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Keadaan alam yang masih asri ini akan menciptakan kenyamanan bagi pengunjung.

Desa pokok termasuk dalam kawasan perbukitan seribu yang sulit ditemukan di Bantul. Selama ini daerah yang terkenal sebagai kawasan perbukitan seribu adalah Kabupaten Gunungkidul.

Pengembangan objek wisata Lepo memang sengaja mempertahankan keaslian alam yang ada karena keaslian alam yang ada dianggap sebagai daya tarik tersendiri untuk objek wisata tersebut. Objek wisata Lepo memang dikonseptkan sebagai tempat liburan, yang

mana orang yang melakukan liburan itu akan mencari ketenangan bukan hanya sekedar berkunjung ke tempat wisata.

Pada era modern seperti sekarang ini terkadang orang-orang akan meluangkan sedikit waktunya untuk mencari tempat-tempat yang masih asri dan memberikan kenyamanan untuk liburan. Kegiatan liburan biasanya dimaksudkan untuk menyegarkan kembali pikiran dari rutinitas yang dijalani sehari-hari.

2) Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung

Kondisi alam yang disuguhkan di objek wisata Lepo dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Dengan suara gemericik air diselingi dengan angin sepoi-sepoi yang dapat menenangkan jiwa serta menentramkan pikiran. Terkadang suasana-suasana alam yang masih asri sangat dicari oleh beberapa orang yang membutuhkan liburan.

Pada zaman yang modern seperti sekarang ini, liburan menjadi suatu kebutuhan bagi individu. Liburan akan dirasa lebih memuaskan ketika liburan tersebut dilakukan di suatu tempat yang yang memberi kenyamanan. Bagi sebagian orang kenyamanan merupakan hal penting ketika melakukan liburan.

Tidak sedikit orang yang biasa hidup di kota kemudian mencari tempat liburan di suatu daerah yang lumayan terpencil atau jauh dari kota untuk liburan dan mencari ketenangan. Salah satu tempat yang menawarkan kenyamanan untuk liburan di Yogyakarta adalah objek

wisata Lepo. Kenyamanan yang tercipta di objek wisata tersebut semata-mata karena keadaan alam yang masih asri dan terjaga, selain itu lokasi objek wisata yang jauh dari pusat keramaian kota juga dapat menjadi alasan lain untuk wisatawan datang ke objek wisata Lepo.

- 3) Sarana dan prasarana yang memadai (musholla, toilet, tempat sampah, dan warung)

Meskipun tergolong objek wisata baru, namun sarana dan prasarana yang ada di objek wisata Lepo dapat dikatakan sudah memadai. Perawatan terhadap sarana dan prasarana juga dilakukan oleh pengelola guna memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Sarana dan prasarana yang tersedia meliputi, musholla, toilet, tempat sampah, warung, lapangan, camping ground, wahana flying fox dan getek.

Pada tahun 2015 jumlah warung yang ada di objek wisata Lepo sebanyak 12 warung yang aktif setiap hari. Pada saat itu objek wisata Lepo sedang booming dimasyarakat dan dapat mendatangkan banyak pengunjung. Tingginya angka kunjungan tersebut mendorong masyarakat sekitar untuk membuka warung di objek wisata Lepo. Seiring berjalannya waktu warung yang ada mulai meredup. Pada akhir tahun 2015 kedua belas warung yang ada tetap aktif tetapi hanya pada hari sabtu, minggu, dan hari libur saja. Bahkan sampai saat ini warung yang tetap aktif setiap hari hanya ada 3 atau 4 warung saja.

Ada 2 warung yang non aktif dan 2 sisanya telah dibongkar. Warung yang lain hanya buka pada saat akhir pekan dan hari libur.

4) Keamanan yang terjaga

Salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan seseorang mendatangi lokasi wisata adalah keamanan tempat tersebut. objek wisata Lepo memiliki petugas keamanan dua orang yang akan berjaga setiap hari. Petugas keamanan tersebut juga bertugas sebagai petugas kebersihan.

Petugas keamanan yang ada akan selalu mengawasi segala aktifitas yang ada di objek wisata Lepo, sehingga dapat mencegah hal-hal yang tidak diinginkan. Petugas keamanan akan memberi peringatan kepada pengunjung agar selalu berhati-hati ketika bermain air, terlebih bagi pengunjung yang tidak memiliki keahlian dalam berenang. Di objek wisata Lepo terdapat 3 air terjun yang masing-masing memiliki kolam alami dengan kedalaman yang berbeda, sehingga pengunjung harus berhati-hati dalam memilih kolam yang akan digunakan untuk berenang. Petugas keamanan akan senantiasa mengarahkan pengunjung untuk memilih kolam yang sesuai dengan kemampuan berenang pengunjung. Ketika pengunjung belum terlalu handal dalam berenang, maka akan disarankan untuk bermain air atau berenang di air terjun yang memiliki kolam dengan kedalaman yang rendah. Adanya petugas keamanan juga dapat menjaga atau mengawasi barang-barang

pengunjung yang ditinggal di pinggir air terjun ketika mereka bermain supaya terhindar dari pencurian oleh oknum-oknum tertentu

Di tempat parkir juga ditugaskan 2 orang khusus menjaga keamanan parkir. Keamanan yang baik akan menjaga kepercayaan pengunjung terhadap kredibilitas objek wisata. Pengunjung juga akan merasa lebih nyaman ketika keamanan lokasi wisata terjamin.

#### 5) Promosi objek wisata melalui media sosial

Media sosial merupakan sarana yang sangat tepat untuk mempromosikan segala hal termasuk promosi tentang objek wisata. Tidak sedikit objek wisata yang akhirnya menjadi terkenal karena sering muncul di media sosial.

Berkembangnya media sosial saat ini tidak di sia-siakan begitu saja oleh pengelola objek wisata Lepo. Pengelola objek wisata Lepo memanfaatkan media sosial yaitu facebook (FB) dan instagram untuk mempromosikan wisata Lepo. Instagram dan facebook dipilih karena menurut mas Riza selaku bagian Humas pengelola Lepo, kedua media sosial ini yang lebih efektif untuk promosi dibanding dengan media sosial lainnya seperti twitter dan sebagainya.

Sampai saat ini pengelola Lepo belum memiliki website khusus untuk objek wisata Lepo karena untuk media promosi, penggunaan website itu belum terlalu maksimal. Promosi melalui media sosial facebook dan instagram dirasa lebih mudah untuk digunakan sebagai media promosi daripada website.

b. Kelemahan

1) Belum ada anggaran desa

Objek wisata Lepo merupakan salah satu bentuk pengembangan potensi desa, namun untuk anggaran pengembangan dari desa belum ada. Keterangan tersebut diperoleh berdasarkan wawancara bersama mas Riza selaku Humas pengelola Lepo. Mas riza menjelaskan bahwa saat ini belum ada anggaran dari desa untuk pengembangan Lepo.

Pengembangan objek wisata Lepo sampai saat ini masih mengandalkan dana dari retribusi parkir dan kotak donasi kebersihan lingkungan dari pengunjung. Pengelola objek wisata Lepo sengaja tidak menerapkan biaya retribusi masuk lokasi wisata karena mereka beranggapan bahwa wisata Lepo ini merupakan wisata alam yang tidak mereka ciptakan, sehingga pengelola merasa tidak berhak untuk menjual atau memasang harga untuk menikmati objek wisata.

2) SDM pengelola

Para pengelola objek wisata Lepo merupakan warga sekitar yang mayoritas belum memiliki pengalaman dalam hal pariwisata, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) pengelola objek wisata Lepo masih kurang. Pengelola yang ada masih membutuhkan pelatihan untuk meningkatkan kualitas atau ketrampilan mereka dalam hal pariwisata.

Kurangnya SDM yang berkualitas dalam pengelolaan dapat mengurangi keefektifan pengembangan objek wisata. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh mas Riza bahwa pada tahun 2015 objek wisata Lepo mengalami masa ketenaran dengan dibuktikannya jumlah pengunjung yang cukup tinggi mencapai 1000 hingga 1500 pengunjung dalam satu bulan, namun tingginya kunjungan tersebut tidak dibarengi dengan pengelolaan manajemen yang maksimal sehingga pada tahun 2016 pengelola yang ada harus melakukan normalisasi.

3) Dukungan masyarakat yang belum maksimal

Masyarakat sekitar objek wisata Lepo sebenarnya mendukung adanya pengembangan objek wisata Lepo, namun masyarakat ini masih memerlukan edukasi tentang pengembangan objek wisata. Masyarakat hanya tidak ingin alam yang ada menjadi rusak karena pengembangan objek wisata. Dari pihak pengelola sendiri sebenarnya tidak ingin mengembangkan terlalu jauh objek wisata Lepo. Pengelola hanya ingin menjaga saja apa yang ada sehingga Lepo ini dapat menjadi tempat liburan bagi orang-orang yang membutuhkan liburan.

4) Kondisi jalan

Objek wisata Lepo memang terletak lumayan jauh dari kota sehingga kondisi jalan yang ada masih kurang bagus. Kondisi jalan yang dimaksud disini adalah kondisi jalan di lokasi wisata bukan kondisi jalan raya menuju lokasi Lepo. Ketika musim hujan kondisi

jalan akan menjadi licin terlebih terdapat beberapa titik jalan yang berlubang sehingga akan mengganggu kenyamanan pengunjung menuju ke Lepo. Untuk menuju lokasi Lepo ini memang melewati jalan Kecamatan dan jalan Desa, kondisi jalan Kecamatan sudah bagus dan cukup memadai karena jalannya lebar dan sudah baik. Namun ketika memasuki jalan Desa, pengunjung akan menemui beberapa titik jalan yang berlubang dan licin ketika musim hujan.

Dalam jangka pendek mungkin kondisi jalan tersebut tidak begitu berpengaruh terhadap pengunjung yang akan menuju Lepo, namun dalam jangka panjang kondisi jalan tersebut jika dibiarkan akan berpengaruh terhadap kunjungan di objek wisata Lepo.

## **2. Faktor eksternal**

Faktor-faktor internal dalam hal ini dikategorikan kedalam peluang dan ancaman sebagai berikut:

### **a. Peluang**

#### **1) Adanya objek wisata lain yang dekat dengan objek wisata Lepo**

Bagi sebagian objek wisata, adanya objek wisata lain di satu daerah yang sama akan menjadi saingan, namun hal tersebut tidak berlaku bagi objek wisata Lepo. Adanya objek wisata lain di sekitar Lepo justru dapat mendatangkan pengunjung ke objek wisata Lepo. Hal tersebut karena sebagian besar pengunjung di Lepo merupakan pengunjung dari objek wisata lain di sekitar Lepo seperti objek wisata kebun buah mangunan, bukit panguk kediwung, hutan pinus Imogiri,

dan puncak becici. Pengunjung yang ada di Lepo biasanya telah merencanakan acara liburan ke beberapa tempat termasuk Lepo.

Jadi adanya objek wisata lain di sekitar Lepo dapat menjadi peluang terhadap pengembangan objek wisata Lepo. Ketika objek wisata Lepo berkembang, maka pengunjung dari objek wisata lain yang ada di sekitar Lepo akan tertarik untuk mampir ke objek wisata Lepo.

## 2) Kemudahan aksesibilitas

Kemudahan aksesibilitas menuju suatu lokasi wisata merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan objek wisata. Ketika lokasi wisata mudah di akses, maka akan menarik banyak pengunjung untuk berkunjung. Kemudahan aksesibilitas sangat dibutuhkan bagi pengunjung.

Akses menuju objek wisata Lepo termasuk mudah karena sudah banyak plang-plang penunjuk arah menuju Lepo. Selain itu wisatawan yang akan menuju Lepo juga dapat menggunakan aplikasi *Google Maps* saat ini telah diperbaharui oleh pengelola guna meningkatkan pelayanan kepada wisatawan.

## 3) Minat wisatawan untuk kembali

Tidak jarang wisatawan akan tertarik untuk datang kembali ke lokasi wisata yang pernah dikunjungi karena wisatawan merasa objek wisata tersebut memberikan apa yang dia inginkan dari sebuah tempat wisata. Minat wisatawan untuk kembali dapat menjadi peluang bagi

objek wisata Lepo, karena tidak jarang wisata yang berkunjung kembali itu akan membawa teman yang tidak sama dengan kunjungannya yang pertama. Minat wisatawan untuk kembali ini dapat menjadi indikator kepuasan pengunjung terhadap objek wisata, selain itu juga dapat menunjukkan eksistensi objek wisata.

#### 4) Kemajuan teknologi

Saat ini teknologi berkembang sangat pesat. Perkembangan teknologi ini bisa memberikan dampak negatif dan positif. Ketika kita dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dengan baik, maka kita bisa memperoleh keuntungan dari kemajuan teknologi tersebut.

Kemajuan teknologi yang ada saat ini dapat menjadi peluang yang sangat baik bagi pengembangan objek wisata Lepo. Teknologi yang telah maju saat ini dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan objek wisata Lepo melalui media online yang dapat diakses semua orang bukan hanya dalam negeri tapi juga luar negeri.

#### 5) Minat wisatawan terhadap wisata lingkungan

Dewasa ini wisata berbasis lingkungan tengah marak dikembangkan. Wisatawan juga lebih tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata yang berbasis lingkungan. Dengan beralihnya minat wisatawan ke wisata berbasis lingkungan atau wisata alam dapat menjadi peluang bagi pengembangan objek wisata Lepo yang memang menawarkan wisata keindahan alam.

Tingginya minat wisatawan terhadap wisata lingkungan atau wisata alam dapat menjadi peluang untuk pengembangan objek wisata Lepo dengan menjaga kelestarian lingkungan dan keindahan alam yang ada di Lepo. Selain itu pengelola dapat menggali potensi yang ada untuk dijadikan paket wisata tanpa mengurangi daya tarik alamnya dan kearifan lokal yang ada. Bahkan akan lebih menarik ketika paket wisata yang ditawarkan berhubungan dengan daya tarik alam dan kearifan lokal masyarakat.

b. Ancaman

1) Potensi kerusakan alam akibat bencana

Bencana alam merupakan suatu kejadian yang tidak dapat diprediksi manusia, dan hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi objek wisata Lepo. Bukan tidak mungkin bencana alam itu dapat terjadi misalnya banjir ataupun longsor, karena pada hakikatnya objek wisata Lepo merupakan aliran sungai yang kapan saja dapat mengalami banjir. Selain adanya ancaman banjir juga terdapat ancaman longsor. Sampai sejauh ini memang belum pernah terjadi banjir besar yang membahayakan maupun longsor terjadi di Lepo, namun tetap saja harus berjaga-jaga karena alam dapat berubah kapan saja tanpa terduga.

2) Pengembangan pariwisata daerah lain

Adanya kebijakan pemerintah memberikan kebebasan bagi setiap daerah untuk menggali dan mengelola potensi daerahnya

masing-masing mengakibatkan persaingan antar daerah dalam pengembangan pariwisata. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini telah banyak daerah yang menggali dan mengembangkan potensi wisata daerah untuk dijadikan destinasi wisata. Pengembangan pariwisata di daerah lain ini tentu dapat menjadi ancaman bagi pengembangan objek wisata Lepo, karena industri pariwisata merupakan industri yang rentan akan persaingan.

### 3) Kurangnya kesadaran pengunjung dalam menjaga objek wisata

Kebersihan objek wisata merupakan salah satu komponen penting dalam pengembangan objek wisata. Kebersihan objek wisata sebenarnya menjadi tanggung jawab bersama bukan hanya pengelola saja. Pengunjung juga memiliki peran dalam menjaga kebersihan objek wisata, karena pihak yang benar-benar terlibat dalam objek wisata adalah pengunjung.

Tidak sedikit pengunjung yang kurang peduli terhadap kebersihan lingkungan objek wisata, dibuktikan dengan adanya sampah yang tidak pada tempatnya. Kasus di Lepo sendiri masih bisa kita temui beberapa sampah dari pengunjung yang kurang bertanggung jawab berada tidak pada tempatnya, padahal dari pihak pengelola Lepo telah menyediakan banyak tempat sampah yang tersebar di lokasi objek wisata Lepo. Bagi sebagian orang mungkin merasa malas untuk beranjak mencari tempat sampah yang sebenarnya tidak jauh dari tempatnya bersantai. Kurangnya kesadaran pengunjung dalam menjaga

lingungan objek wisata Lepo ini dapat menjadi ancaman bagi pengembangan Lepo. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai ancaman karena ketika pengunjung tidak memiliki kesadaran untuk menjaga objek wisata, maka dalam jangka panjang dapat merusak kelestarian objek wisata.

#### 4) Kondisi cuaca alam

Alam Indonesia merupakan alam tropis yang memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan musim hujan. Dua musim yang dimiliki Indonesia ini berpengaruh terhadap kondisi cuaca alam di Indonesia. Cuaca alam di Indonesia seringkali berubah-ubah tanpa bisa diperkirakan, terlebih pada masa pancaroba dimana pada masa tersebut merupakan peralihan dua musim. Pada masa pancaroba cuaca alam dapat berubah begitu saja dari cuaca yang panas menjadi hujan.

Kondisi cuaca alam yang berubah-ubah dapat menjadi ancaman bagi pengembangan objek wisata. Mungkin sampai sejauh ini ancaman tersebut tidak begitu berarti. Kunjungan wisatawan tetap stabil di musim kemarau maupun musim hujan. Namun tidak sedikit wisatawan yang akan mempertimbangkan kondisi cuaca alam ketika akan mengunjungi suatu objek wisata terlebih objek wisata air terjun seperti Lepo. Ketika musim hujan mungkin volume air terjun akan meningkat dan bagi sebagian wisatawan hal tersebut menarik, namun tidak dapat dipungkiri bahwa ketika musim hujan akan mengakibatkan jalan menjadi licin dan dianggap membahayakan.

#### 5) Penawaran wisata sejenis di daerah Yogyakarta

Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki banyak penawaran destinasi wisata yang beragam salah satunya adalah destinasi wisata air terjun. Banyaknya penawaran objek wisata air terjun di Yogyakarta dapat menjadi ancaman bagi pengembangan objek wisata Lepo, terlebih objek wisata air terjun yang baru karena wisatawan akan cenderung mengunjungi objek wisata yang masih baru. Menurut keterangan bagian humas pengelola Lepo, banyaknya penawaran wisata sejenis dengan Lepo di Yogyakarta tidak dianggap sebagai pesaing karena sampai saat ini jumlah kunjungan Lepo masih tetap stabil yang menandakan bahwa eksistensi Lepo masih tetap terjaga.

Banyaknya penawaran wisata sejenis dengan Lepo di Yogyakarta akan menjadi ancaman ketika pengembangan objek wisata Lepo tidak dapat mempertahankan eksistensi Lepo selama ini. Objek wisata lain yang sejenis akan menjadi ancaman ketika objek wisata lain tersebut memiliki inovasi baru yang mungkin belum ada di Lepo.

### **B. Analisis SWOT**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan perekonomian, oleh karena itu pengembangan objek wisata sangat diperlukan guna meningkatkan kualitas sektor pariwisata. Pengembangan objek wisata tentunya memerlukan strategi-strategi yang tepat agar pengembangan yang dilakukan dapat sejalan dengan tujuan pengembangan. Objek wisata Lepo

merupakan objek wisata baru yang masih memerlukan strategi pengembangan, dan untuk merumuskan strategi apa yang dapat dilakukan dalam pengembangan objek wisata Lepo penulis menggunakan analisis SWOT yang biasa digunakan dalam perumusan strategi perusahaan. Analisis SWOT adalah sebuah analisis untuk merumuskan strategi perusahaan dengan cara mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. Analisis ini didasarkan pada logika dimana dalam satu kesempatan dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) serta dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Dalam proses pengambilan keputusan strategi akan selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini (Rangkuti, 2014). Dalam penentuan sebuah strategi menggunakan analisis SWOT ada beberapa tahapan yang harus dilakukan yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan yang terakhir adalah tahap pengambilan keputusan. Untuk merumuskan strategi dalam pengembangan wisata air terjun Lepo peneliti menggunakan analisis SWOT dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai tahap pengumpulan data. Hasil identifikasi tersebut disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 5.1**  
Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal Objek Wisata Lepo

Faktor Internal	Faktor Eksternal
1. Kekuatan <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung</li> <li>b. Kondisi alam objek wisata yang masih asri, sejuk, dan terjaga</li> <li>c. Kondisi keamanan yang baik</li> <li>d. Sarana dan prasarana yang memadai (musholla, toilet, tempat sampah)</li> <li>e. Promosi yang baik</li> </ul>	3. Peluang <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kemudahan aksesibilitas menuju objek wisata Lepo</li> <li>b. Adanya wisata lain yang dekat dengan objek wisata Lepo</li> <li>c. Minat pengunjung untuk kembali</li> <li>d. Kemajuan teknologi</li> <li>e. Minat wisatawan terhadap wisata lingkungan</li> </ul>
2. Kelemahan <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) yang profesional dalam pengelolaan</li> <li>b. Tidak ada anggaran desa untuk pengembangan</li> <li>c. Dukungan masyarakat belum maksimal</li> <li>d. Kurangnya pelatihan untuk pengelola</li> <li>e. Keadaan jalan yang masih kurang baik</li> </ul>	4. Ancaman <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ancaman bencana alam</li> <li>b. Pengembangan pariwisata daerah lain</li> <li>c. Kurangnya kesadaran pengunjung dalam menjaga kebersihan objek wisata</li> <li>d. Kondisi cuaca alam</li> <li>e. Banyaknya penawaran wisata sejenis di daerah Yogyakarta</li> </ul>

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

Faktor-faktor yang ada pada tabel di atas perlu diberikan rating untuk selanjutnya di analisis. Untuk mengetahui rating dari faktor-faktor tersebut, peneliti menggunakan kuesioner yang diberikan kepada pengunjung objek wisata Lepo. Skala yang digunakan dalam setiap angket adalah rating 1 sampai 4, dimana rating atau skor 1 menunjukkan rating atau skor paling rendah, sedangkan rating atau skor 4 menunjukkan rating atau skor paling tinggi untuk setiap faktor yang dinilai. Apabila ratingnya 3 dan 4, maka menunjukkan kualitas yang tinggi bagi kekuatan dan peluang, sebaliknya

ketika ratingnya 1 dan 2 akan menunjukkan kualitas yang tinggi pada kelemahan dan ancaman. Setiap aspek diukur menggunakan angket sebanyak 5 item. Untuk menentukan kriteria kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terlebih dahulu dicari panjang kelas interval dengan perhitungan sebagai berikut.

Skor tertinggi ( $x_t$ ) : 4

Skor terendah ( $x_r$ ): 1

Rumus Rentang:  $R = x_t - x_r$

$$R = 4 - 1$$

$$R = 3$$

Panjang kelas interval:  $p = R / x_t$

$$P = 3 / 4$$

$$= 0,75$$

Menggunakan panjang kelas 0,75 dan rating terendah 1 maka dapat dibuat kriteria sebagai berikut:

**Tabel 5.2**  
Kriteria Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman

No	Interval	Kekuatan dan peluang	Kelemahan dan ancaman
1.	3,26-4,00	Sangat tinggi	Sangat rendah
2.	2,51-3,25	Tinggi	Rendah
3.	1,76-2,50	Rendah	Tinggi
4.	1,00-1,75	Sangat rendah	Sangat tinggi

### 1. Faktor kekuatan

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, objek wisata Lepo memiliki beberapa kekuatan yang dapat dijadikan sebagai modal pengembangan objek wisata. Kekuatan tersebut meliputi kenyamanan suasana objek wisata dengan kondisi alam yang masih asri, sejuk, dan terjaga. Selain itu kondisi keamanan dan fasilitas pendukung yang ada di objek wisata sudah baik dan memadai. Berikut data rata-rata tanggapan pengunjung terhadap kekuatan pengembangan objek wisata Lepo.

**Tabel 5.3**  
Mean Kekuatan Objek Wisata Air Terjun Lepo

No	Kekuatan	Mean	Keterangan
1.	Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung	3,35	Sangat tinggi
2.	Kondisi alam objek wisata yang masih asri, sejuk, dan terjaga	3,55	Sangat tinggi
3.	Kondisi keamanan yang baik	3,03	Tinggi
4.	Sarana dan prasaranan yang memadai (musholla, toilet, tempat sampah)	3,11	Tinggi
5.	Promosi yang baik	2,53	Tinggi
	Mean	3,11	Tinggi

Sumber: hasil olah data penelitian

Dari tabel hasil olah data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata kekuatan yang dimiliki oleh objek wisata Lepo adalah sebesar 3.11 yang artinya objek wisata Lepo memiliki kekuatan yang tinggi untuk pengembangan objek wisata. Sebagaimana telah diketahui bahwa untuk faktor kekuatan dan peluang ketika ratingnya antara 3 sampai 4, maka kualitasnya tinggi. Dari masing-masing faktor kekuatan dalam pengembangan objek wisata Lepo, faktor kondisi alam yang masih asri, sejuk, dan terjaga berada pada kategori sangat tinggi dengan rata-rata 3,55 pada interval 3,26-4,00. Faktor kekuatan yang

memiliki nilai sangat tinggi kedua adalah suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Jadi hal yang menarik bagi pengunjung dari objek wisata Lepo adalah kondisi alamnya yang masih asri, sejuk, dan terjaga sehingga memberikan kenyamanan bagi siapa saja yang berada di objek wisata Lepo. Selanjutnya untuk faktor kekuatan yang berada pada kategori tinggi adalah tersedianya sarana dan prasarana yang memadai dengan rata-rata penilaian 3,11 dan kondisi keamanan yang baik dengan rata-rata 3,03. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai akan menambah kenyamanan pengunjung. Adanya petugas keamanan yang dijadwalkan oleh pengelola setiap hari menunjukkan bahwa ada perhatian pengelola terhadap keamanan di objek wisata Lepo.

Promosi yang baik juga memiliki rata-rata penilaian yang termasuk dalam kategori tinggi namun diantara kelima faktor kekuatan yang ada, promosi objek wisata Lepo memiliki rata-rata penilaian paling rendah yaitu sebesar 2,53. Sejauh ini pengelola objek wisata Lepo telah memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi. Media sosial seperti instagram dan facebook dianggap pengelola sebagai wadah yang tepat untuk melakukan promosi objek wisata Lepo. Tidak sedikit pengunjung yang mengetahui tentang objek wisata Lepo dari media sosial.

## **2. Faktor kelemahan**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kelemahan dari objek wisata Lepo dan berikut rata-rata penilaian pengunjung terhadap kelemahan objek wisata Lepo.

**Tabel 5.4**  
Mean Kelemahan Objek Wisata Air Terjun Lepo

No	Kelemahan	Mean	Keterangan
1.	Kurangnya SDM profesional dalam pengelolaan	2,00	Tinggi
2.	Tidak ada anggaran desa untuk pengembangan	2,32	Tinggi
3.	Dukungan masyarakat belum maksimal	2,33	Tinggi
4.	Kurangnya pelatihan untuk pengelola	2,10	Tinggi
5.	Keadaan jalan yang masih kurang baik	2,12	Tinggi
	Mean	2,17	Tinggi

Sumber: data penelitian

Berdasarkan tabel 5.4 rata-rata kelemahan dalam pengembangan objek wisata Lepo adalah sebesar 2,17 berada pada interval 1,76-2,50 yang artinya termasuk dalam kategori tinggi. Kelemahan yang ada pada objek wisata Lepo perlu diperhatikan dan ditangani supaya tidak menghambat pengembangan objek wisata Lepo terlebih kelemahan tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Secara keseluruhan, kelemahan objek wisata Lepo berada pada kategori tinggi.

Kelemahan yang dimiliki objek wisata Lepo meliputi kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) profesional dalam pengelolaan yang masuk dalam kategori tinggi dengan rata-rata 2,00. Saat ini objek wisata Lepo di kelola langsung oleh masyarakat sekitar yang memang tidak semua pengelola ahli tentang masalah pariwisata. Selama ini pengelola hanya berusaha mengembangkan objek wisata dengan baik supaya objek wisata dapat terjaga tanpa menghilangkan keaslian alam dan budaya yang ada di sekitar objek

wisata Lepo. Pengelola objek wisata Lepo masih memerlukan pelatihan guna meningkatkan kualitas pengelolaan. Masalah atau kelemahan kurangnya (Sumber Daya Manusia) profesional dalam pengelolaan dapat di atasi oleh pemerintah ataupun Dinas Pariwisata dengan cara memberikan pelatihan khusus bagi pengelola objek wisata Lepo. Tentunya pelatihan tersebut harus dilakukan secara intens supaya pelatihan tersebut benar-benar bermanfaat bagi pengembangan objek wisata.

Tidak adanya anggaran dari desa juga merupakan salah satu kelemahan pengembangan objek wisata Lepo yang masuk kedalam kategori tinggi dengan rata-rata 2,32. Hal tersebut karena dalam pengembangan suatu objek wisata memerlukan dana yang tidak sedikit dan akan lebih baik ketika pengembangan objek wisata Lepo memperoleh bantuan dana dari desa. Sejauh ini belum ada anggaran desa untuk pengembangan objek wisata Lepo, namun untuk kedepannya mungkin akan lebih membantu ketika desa juga memberikan anggaran terhadap pengembanagn objek wisata. Adanya anggaran desa untuk pengembangan wisata Lepo sangat diperlukan, mengingat sampai saat ini pengembangan wisata Lepo masih mengandalkan dana dari retribusi parkir, uang kebersihan lingkungan sukarela dari pengunjung dan retribusi ketika ada kegiatan pengunjung di objek wisata Lepo seperti kegiatan *camping*, *flying fox*, dan kegiatan lain dalam paket wisata yang ditawarkan di objek wisata Lepo.

Kelemahan lain dalam pengembangan objek wisata Lepo adalah dukungan masyarakat yang belum maksimal dengan nilai rata-rata jawaban

pengunjung sebesar 2,33 dalam kategori tinggi. Selain itu, kurangnya pelatihan untuk pengelola dan keadaan jalan yang kurang baik juga menjadi kelemahan pengembangan objek wisata dengan kategori penilaian tinggi. Kelemahan-kelemahan yang ada dalam pengembangan objek wisata Lepo perlu diperhatikan dan di atasi supaya kelemahan yang ada tidak menghambat pengembangan objek wisata Lepo.

### 3. Faktor peluang

Dalam pengembangan objek wisata Lepo terdapat beberapa faktor yang dapat dijadikan sebagai peluang yang mampu mendorong pengembangan objek wisata Lepo.

**Tabel 5.5**  
Mean Peluang Objek Wisata Air Terjun Lepo

No	Peluang	Mean	Keterangan
1.	Kemudahan aksesibilitas menuju objek wisata Lepo	2,90	Tinggi
2.	Adanya wisata lain yang dekat dengan objek wisata Lepo	3,17	Tinggi
3.	Minat pengunjung untuk kembali	2,98	Tinggi
4.	Kemajuan teknologi	2,65	Tinggi
5.	Minat wisatawan terhadap wisata lingkungan	3,16	Tinggi
	Mean	2,97	Tinggi

Secara keseluruhan rata-rata rating penilaian pengunjung terhadap peluang pengembangan objek wisata Lepo adalah 2,97 yang berada pada interval 2,51-3,25 termasuk dalam kategori tinggi. Peluang yang memiliki rata-rata tertinggi adalah adanya objek wisata lain yang dekat dengan objek wisata Lepo dengan rata-rata penilaian sebesar 3,17 dengan kategori tinggi pada interval 2,51-3,25. Dewasa ini tidak sedikit wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke beberapa lokasi wisata dalam satu hari. Biasanya wisatawan

akan mengunjungi beberapa objek wisata yang lokasinya berdekatan. Objek wisata dekat wisata Lepo yang dapat menjadi peluang bagi pengembangan wisata Lepo adalah objek wisata Kebun Buah Mangunan, Bukit Panguk Kediwung, Puncak Becici, wisata Hutan Pinus Mangunan, dan wisata lain yang berada di daerah Mangunan. Beberapa pengunjung yang menjadi responden penelitian mengakui bahwa mereka tidak hanya berkunjung ke Lepo saja melainkan mereka juga berkunjung ke objek wisata yang dekat dengan Lepo dalam satu hari. Secara tidak langsung adanya objek wisata lain yang dekat dengan objek wisata Lepo dapat menjadi peluang bagi pengembangan objek wisata Lepo.

Minat wisatawan terhadap wisata berbasis lingkungan juga dapat menjadi peluang besar bagi pengembangan objek wisata Lepo. Rata-rata penilaian pengunjung terhadap peluang ini adalah sebesar 3,16 dengan kategori tinggi pada interval 2,51-3,25. Minat wisatawan terhadap wisata berbasis lingkungan saat ini memang tinggi sehingga kesempatan ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan objek wisata Lepo yang memang menawarkan wisata lingkungan. Pengelola hanya perlu menjaga kondisi objek wisata Lepo yang memang memiliki keindahan alam, upaya lain yang dapat dilakukan dalam pengembangan adalah menggali potensi alam yang ada di Lepo untuk dijadikan daya tarik lain bagi pengunjung, sehingga pengunjung tidak hanya menikmati air terjun saja.

Peluang lain yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata Lepo adalah kemajuan teknologi, minat pengunjung untuk kembali,

serta kemudahan aksesibilitas menuju objek wisata Lepo. Ketiga peluang ini juga berada pada kategori peluang yang tinggi. Kemajuan teknologi dapat membantu pengembangan objek wisata dalam hal promosi. Minat pengunjung untuk kembali dapat menjadi peluang bagi pengembangan objek wisata Lepo, karena ketika banyak pengunjung yang berminat untuk kembali ke objek wisata Lepo menandakan bahwa mereka senang berkunjung ke Lepo dan merasa bahwa Lepo merupakan objek wisata yang layak untuk dikunjungi kembali. Pengembangan yang baik juga dapat menarik pengunjung untuk datang kembali karena rasa penasaran mereka terhadap perubahan objek wisata yang pernah dikunjungi. Selain itu pengunjung yang datang kembali kemungkinan besar akan membawa teman yang berbeda, sehingga objek wisata Lepo akan semakin diminati karena adanya rekomendasi dari pengunjung sebelumnya.

Peluang yang ada dalam pengembangan objek wisata Lepo harus dimanfaatkan dengan baik guna mengantisipasi ancaman yang ada. Dalam pengembangan objek wisata memang perlu memperhatikan kondisi internal maupun eksternal objek wisata tersebut. Melihat peluang yang ada, objek wisata Lepo memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Pengembangan ini nantinya diharapkan bisa meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar objek wisata Lepo sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat mendorong perekonomian

#### **4. Faktor ancaman**

Terdapat beberapa faktor ancaman yang dapat menjadi penghambat pengembangan objek wisata Lepo dan berikut nilai rata-rata tanggapan responden terhadap ancaman yang ada.

**Tabel 5.6**  
Mean Ancaman Objek Wisata Air Terjun Lepo

No	Ancaman	Mean	Keterangan
1.	Ancaman bencana alam	2,09	Tinggi
2.	Pengembangan pariwisata daerah lain	2,11	Tinggi
3.	Kurangnya kesadaran pengunjung menjaga kebersihan objek wisata	2,16	tinggi
4.	Kondisi cuaca alam	2,01	Tinggi
5.	Banyaknya penawaran wisata sejenis di daerah Yogyakarta	1,81	Tinggi
	Mean	2,04	Tinggi

Sumber: hasil olah data penelitian

Secara keseluruhan hasil rata-rata faktor ancaman pengembangan objek wisata Lepo adalah sebesar 2,04 berada pada interval 1,76-2,50 yang masuk dalam kategori tinggi. Tingginya ancaman terhadap pengembangan objek wisata Lepo ini perlu diantisipasi supaya tidak begitu berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata Lepo. Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam tabel di atas menunjukkan bahwa ancaman yang perlu mendapat perhatian khusus adalah ancaman dari banyaknya penawaran wisata sejenis di daerah Yogyakarta dengan nilai rata-rata sebesar 1,81 pada kategori tinggi. Semua faktor ancaman berada pada kategori tinggi, namun ancaman banyaknya penawaran wisata sejenis di Yogyakarta memiliki nilai rata-rata mendekati 1 yang artinya ancaman tersebut mendekati kategori sangat tinggi. Di Yogyakarta memang terdapat banyak wisata yang sejenis dengan objek wisata Lepo, sehingga dapat menjadi saingan dalam pengembangan objek

wisata Lepo. Agar tidak terpengaruh terhadap ancaman banyaknya wisata sejenis di Yogyakarta, pengembangan objek wisata Lepo harus dibarengi dengan inovasi-inovasi baru untuk menjaga eksistensinya.

Ancaman bencana alam serta kondisi cuaca alam merupakan ancaman yang tidak dapat diprediksikan oleh manusia. Objek wisata Lepo merupakan objek wisata alam yang juga tergantung terhadap kondisi alam. Kondisi alam yang ada dapat menjadi kekuatan sekaligus ancaman bagi pengembangan objek wisata. Bencana alam merupakan sesuatu yang perlu diwaspadai dalam pengembangan objek wisata Lepo karena ancaman bencana alam tidak dapat diprediksi dan bisa terjadi begitu saja. Bencana tanah longsor dan banjir bandang merupakan bencana alam yang kemungkinan dapat terjadi di objek wisata Lepo. Waspada dan berjaga-jaga merupakan cara yang tepat untuk mengantisipasi ancaman tersebut. Kondisi cuaca alam juga dapat menjadi ancaman karena ketika cuaca sedang hujan, maka wisatawan akan berfikir ulang untuk berkunjung ke objek wisata Lepo yang berbasis wisata air terjun. Bencana alam dan kondisi cuaca alam termasuk dalam kategori tinggi yaitu pada interval 1,76-2,50.

Ancaman dalam pengembangan objek wisata Lepo dapat berasal dari pengunjung, salah satunya adalah kurangnya kesadaran pengunjung dalam menjaga kebersihan objek wisata yang memperoleh rata-rata 2,16 termasuk dalam kategori tinggi. Tidak semua pengunjung memiliki kesadaran terhadap kebersihan objek wisata sehingga hal ini dapat menjadi ancaman bagi pengembangan objek wisata Lepo karena ketika pengunjung sudah mulai

tidak sadar akan pentingnya kebersihan lingkungan wisata, maka dalam jangka panjang dapat mengganggu kenyamanan wisatawan lain. Saat wisatawan mulai tidak nyaman, maka objek wisata tersebut tidak akan lagi menjadi destinasi pilihan wisata.

## **5. Faktor Strategi Internal dan Strategi Eksternal**

Sebelum dilakukan penyusunan matriks SWOT sebagai alat penentuan strategi, terlebih dahulu dilakukan analisis faktor strategi internal dan analisis faktor strategi eksternal. Analisis tersebut menggunakan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis*) untuk faktor strategis internal dan matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis*) untuk faktor strategi eksternal. Analisis internal perlu dilakukan guna mengetahui faktor kekuatan yang akan digunakan dalam pengembangan dan mengantisipasi faktor kelemahan yang ada. Sedangkan analisis eksternal dilakukan untuk melihat faktor peluang yang dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang harus dihindari.

Dalam pembuatan matriks IFAS dan matriks EFAS perlu diketahui bobot dari masing-masing variabel faktor internal maupun eksternal untuk memperoleh skor setiap variabel dari faktor internal dan eksternal yang mana skor tersebut merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating. Penentuan bobot setiap variabel dapat diperoleh dari hasil mean setiap variabel dibagi dengan mean total faktor strategi internal dan eksternal. Sedangkan untuk rating sendiri diperoleh dari hasil penilaian responden terhadap objek wisata Lepo. Skor total dari hasil perhitungan di matriks IFAS dan EFAS ini

menunjukkan bagaimana objek wisata Lepo bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternalnya

**Tabel 5.7 IFAS**  
Faktor Strategi Internal Objek Wisata Lepo

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>Kekuatan:</b>			
- Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung	0,1267	3	0,3801
- Kondisi alam objek wisata yang masih asri, sejuk, dan terjaga	0,1343	4	0,5371
- Kondisi keamanan yang baik	0,1146	3	0,3438
- Sarana dan prasarana yang memadai (musholla, toilet, tempat sampah)	0,1176	3	0,3529
- Promosi yang baik	0,0957	2	0,1914
<b>Total</b>			<b>1,8052</b>
<b>Kelemahan:</b>			
- Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) yang profesional dalam pengelolaan	0,0756	2	0,1513
- Tidak ada anggaran desa untuk pengembangan	0,0877	2	0,1755
- Dukungan masyarakat belum maksimal	0,0881	2	0,1762
- Kurangnya pelatihan untuk pengelola	0,0794	2	0,1589
- Keadaan jalan yang masih kurang baik	0,0802	2	0,1604
<b>Total</b>			<b>0,8222</b>
<b>Total faktor internal</b>	1,0000		<b>2,6275</b>

Sumber: hasil olah data penelitian

Berdasarkan tabel 5.7 dapat diketahui total skor analisis IFAS objek wisata Lepo adalah sebesar 2,6275 meliputi skor variabel kekuatan sebesar 1,8052 dan skor variabel kelemahan sebesar 0,8222. Dari segi internal, variabel kekuatan memiliki skor lebih tinggi daripada variabel kelemahan yang artinya objek wisata Lepo memiliki modal yang cukup untuk melakukan

pengembangan karena dari segi internal sendiri kekuatannya lebih dominan daripada kelemahannya.

**Tabel 5.8 EFAS**  
Faktor Strategi Eksternal Objek Wisata Lepo

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang:</b>			
- Kemudahan aksesibilitas menuju objek wisata Lepo	0,1158	3	0,3474
- Adanya wisata lain yang dekat dengan objek wisata Lepo	0,1266	3	0,3798
- Minat pengunjung untuk kembali	0,1190	3	0,3570
- Kemajuan teknologi	0,1058	3	0,3175
- Minat wisatawan terhadap wisata lingkungan	0,1262	3	0,3786
<b>Total</b>			<b>1,7804</b>
<b>Ancaman:</b>			
- Ancaman bencana alam	0,0835	2	0,1669
- Pengembangan pariwisata daerah lain	0,0843	2	0,1685
- Kurangnya kesadaran pengunjung dalam menjaga kebersihan objek wisata	0,0863	2	0,1725
- Kondisi cuaca alam	0,0803	2	0,1605
- Banyaknya penawaran wisata sejenis di daerah Yogyakarta	0,0723	2	0,1446
<b>Total</b>			<b>0,8131</b>
<b>Total faktor eksternal</b>	1,0000		<b>2,5935</b>

Sumber: hasil olah data penelitian

Tabel 5.8 merupakan tabel EFAS yang digunakan dalam analisis SWOT sebagai salah satu model untuk tahap pengumpulan data. Analisis eksternal mengenai peluang dan ancaman perlu dilakukan sebelum penerapan strategi pengembangan. Berdasarkan tabel di atas total skor faktor eksternal adalah 2,5935 dengan nilai total peluang sebesar 1,7804 dan total nilai ancaman sebesar 0,8131. Total nilai peluang lebih besar daripada total nilai ancaman, sehingga dalam pengembangan objek wisata Lepo dapat

memanfaatkan peluang yang ada untuk mengantisipasi ancaman yang dapat menghambat pengembangan objek wisata Lepo.

Setelah dilakukan pengumpulan data dan perhitungan dari setiap faktor menggunakan matriks IFAS dan EFAS, maka diperoleh nilai akhir dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai berikut.

**Tabel 5.9**  
Hasil Perhitungan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

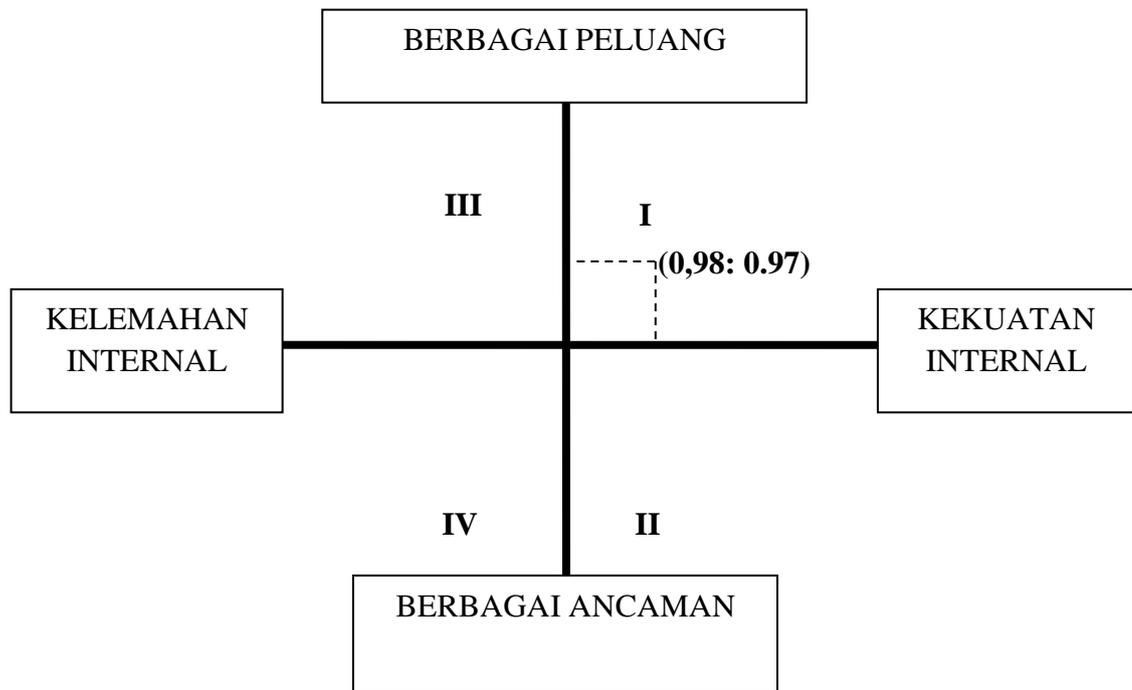
No	Uraian	Nilai
1.	Faktor Internal:	
	- Kekuatan	1,8052
	- Kelemahan	0,8222
2.	Faktor Eksternal:	
	- Peluang	1,7804
	- Ancaman	0,8131

Sumber: hasil olah data penelitian

$$\text{Kekuatan} - \text{kelemahan: } 1,8052 - 0,8222 = 0,98$$

$$\text{Peluang} - \text{ancaman: } 1,7804 - 0,8131 = 0,97$$

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh hasil total nilai peluang dan kekuatan lebih besar daripada kelemahan dan ancaman. Dengan demikian maka dapat diterapkan strategi pengembangan dengan cara memanfaatkan semaksimal mungkin kekuatan yang dimiliki dan berusaha mengurangi kelemahan yang ada. Selain itu, peluang yang ada juga harus dimanfaatkan sebaik mungkin guna mengantisipasi ancaman. Nilai akhir hasil perhitungan di atas dapat dimasukkan dalam analisis SWOT untuk melihat posisi pengembangan objek wisata Lepo.



**Gambar 5.1**

Analisis SWOT Objek Wisata Lepo

Posisi pengembangan objek wisata Lepo berada pada kuadran I, dimana posisi pada kuadran I merupakan posisi dengan situasi yang sangat menguntungkan bagi pengembangan objek wisata Lepo karena memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Menjaga kekuatan yang dimiliki serta memanfaatkan peluang yang ada dapat menjadi strategi yang tepat untuk pengembangan objek wisata Lepo.

## 6. Strategi SWOT dan Kebijakan Strategi Pengembangan

Setelah dilakukan analisis dan diketahui hasil kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman maka dapat dibuat matrik SWOT sebagai salah satu alat

untuk merumuskan strategi apa yang dapat digunakan untuk pengembangan objek wisata Lepo dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan dan ancaman.

**Tabel 5.10**  
Matrik SWOT Faktor Internal Dan Eksternal Objek Wisata Lepo

<b>EFAS</b>	<p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Strengths (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung</li> <li>2. Kondisi alam objek wisata yang masih asri, sejuk, dan terjaga</li> <li>3. Kondisi keamanan yang baik</li> <li>4. Sarana dan prasarana yang memadai</li> <li>5. Promosi yang baik</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) yang profesional dalam pengelolaan</li> <li>2. Tidak ada anggaran desa untuk pengembangan</li> <li>3. Dukungan masyarakat belum maksimal</li> <li>4. Kurangnya pelatihan untuk pengelola</li> <li>5. Keadaan jalan yang masih kurang baik</li> </ol>
	<p style="text-align: center;"><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan aksesibilitas menuju objek wisata Lepo</li> <li>2. Adanya wisata lain yang dekat dengan objek wisata Lepo</li> <li>3. Minat pengunjung untuk kembali</li> <li>4. Kemajuan teknologi</li> <li>5. Minat wisatawan terhadap wisata lingkungan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menjaga keasrian objek wisata mengingat tingginya minat wisatawan terhadap objek wisata lingkungan.</li> <li>➤ Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan promosi objek wisata.</li> <li>➤ Melakukan inovasi pengembangan melihat adanya peluang pengunjung untuk kembali ke objek wisata Lepo.</li> <li>➤ Memberikan penawaran paket wisata yang berbeda dengan tempat wisata</li> </ul>

Lanjutan Tabel 5.10

	lain yang ada di sekitar Lepo.	
<p><b>Treaths (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ancaman bencana alam</li> <li>2. Pengembangan pariwisata daerah lain</li> <li>3. Kurangnya kesadaran pengunjung dalam menjaga kebersihan objek wisata</li> <li>4. Kondisi cuaca alam</li> <li>5. Banyaknya penawaran wisata sejenis di daerah Yogyakarta</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengoptimalkan potensi alam yang dimiliki dan promosi objek wisata untuk mengantisipasi persaingan antar objek wisata sejenis.</li> <li>➤ Memberikan tugas tambahan kepada petugas keamanan untuk menjaga kebersihan objek wisata karena kurangnya kesadaran pengunjung menjaga kebersihan objek wisata.</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengoptimalkan kinerja pengelola yang ada untuk melakukan pengembangan yang inovatif di tengah banyaknya penawaran wisata yang sejenis di Yogyakarta.</li> <li>➤ Mengenali gejala-gejala alam yang ada untuk mengantisipasi ancaman bencana alam, serta memperhatikan kondisi cuaca alam yang berpotensi menimbulkan bencana alam seperti tanah longsor atau banjir bandang</li> </ul>

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan menggunakan diagram SWOT, pengembangan objek wisata Lepo berada pada kuadran I dan berdasarkan matriks SWOT diatas alternatif strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan objek wisata Lepo adalah strategi SO (*Streangths and Opportunities*). Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang yang ada dalam pengembangan. Dari hasil analisis lingkungan internal dan eksternal diatas, maka kebijakan pengembangan objek wisata Lepo adalah:

1. Menjaga keasrian objek wisata mengingat tingginya minat wisatawan terhadap objek wisata lingkungan. Potensi alam yang dimiliki objek wisata Lepo merupakan kekuatan yang paling memungkinkan untuk dijadikan modal pengembangan objek wisata. Potensi keindahan alam tersebut harus dijaga guna memberikan kenyamanan kepada pengunjung.
2. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan promosi objek wisata. Promosi melalui media sosial perlu dilakukan secara rutin untuk menarik pengunjung dari kalangan anak muda yang memang aktif di media sosial. Anak muda sekarang cenderung akan mencari tempat liburan yang sedang terkenal di media sosial, oleh karena itu promosi yang rutin di media sosial sangat diperlukan.
3. Melakukan inovasi pengembangan melihat adanya peluang pengunjung untuk kembali ke objek wisata Lepo. Inovasi baru dalam pengembangan objek wisata akan membuat pengunjung yang pernah berlibur ke objek wisata Lepo akan merasa penasaran dan berkunjung kembali ke Lepo. Inovasi dapat dilakukan pada penawaran atraksi wisata ataupun inovasi dalam tampilan penataan objek wisata.
4. Memberikan penawaran paket wisata yang berbeda dengan tempat wisata lain yang ada di sekitar Lepo. Adanya objek wisata lain di sekitar Lepo menjadi suatu peluang yang bisa dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata Lepo dengan cara menawarkan sensasi wisata yang berbeda daripada objek wisata yang ada di sekitar Lepo. Strategi pengembangan

yang dapat dilakukan adalah menciptakan suatu cirri khas dari objek wisata Lepo yang belum dimiliki oleh objek wisata lain disekitar Lepo.

### **C. Kontribusi Objek Wisata Air Terjun Lepo Terhadap Pendapatan Masyarakat Sekitar**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat maupun daerah. Peningkatan perekonomian tersebut tidak senantiasa terjadi begitu saja, namun peningkatan perekonomian yang terjadi merupakan bentuk dari pengembangan dan pengelolaan yang baik sehingga pariwisata dapat memberikan pengaruh terhadap perekonomian. Tentunya akan ada pendorong dan penghambat dalam pengembangan pariwisata, oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat untuk pengembangan objek wisata. Salah satu tujuan pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat daerah sebagai bentuk akibat adanya aktifitas pariwisata. Adanya sebuah objek wisata akan mendorong masyarakat untuk senantiasa membuka usaha baru yang berhubungan dengan kebutuhan wisata.

Objek wisata Lepo merupakan objek wisata yang dikelola langsung oleh masyarakat sekitar, sehingga pengembangan yang terjadi di objek wisata Lepo dapat berpengaruh terhadap masyarakat sekitar. Adanya objek wisata Lepo ini mampu mendorong masyarakat untuk membuka usaha baru yang berhubungan dengan kegiatan wisata seperti membuka warung makan dan penyediaan lahan parkir. Sejauh ini hanya masyarakat yang berdagang di objek wisata Lepo serta pemilik lahan parkir saja yang merasakan secara

langsung dampak pengembangan objek wisata Lepo. Pengelola sendiri belum dapat merasakan dampak ekonomi secara langsung dari pengembangan objek wisata Lepo karena pengelola bersifat sukarela. Hal tersebut karena objek wisata Lepo ini masih tergolong baru sehingga pendapatan yang diperoleh pengelola objek wisata Lepo hanya digunakan untuk kebutuhan pengembangan objek wisata.

Saat ini hanya terdapat 4 usaha warung dan 3 penyedia lahan parkir di objek wisata Lepo. Dari keempat warung yang ada, hanya ada satu warung yang buka hampir setiap hari sedangkan 3 warung yang lain hanya buka pada hari minggu dan hari libur saja. Pedagang yang ada di objek wisata Lepo merupakan ibu rumah tangga. Sebelum dibukanya objek wisata Lepo, para pedagang ini ada yang hanya menjadi ibu rumah tangga ada pula yang memiliki pekerjaan seperti menjadi buruh pasar di pasar Giwangan, dan buruh di sebuah toko onderdil. Dibukanya objek wisata Lepo ini mampu mendorong masyarakat untuk membuka usaha sendiri meskipun hanya beberapa masyarakat saja, namun setidaknya pengembangan objek wisata Lepo dapat sedikit menambah pendapat masyarakat. Ketika tidak berjualan, para pedagang Lepo melakukan pekerjaan lain seperti membuat bunga ronce (sejenis bunga dari kain yang biasanya digunakan di acara pernikahan masyarakat Jawa), membuat kerajinan semacam alat penyaring dari bambu, dan membuat makanan ringan dari singkong yang nantinya dapat dijual di objek wisata Lepo maupun di luar objek wisata Lepo. Rata-rata pendapatan yang diperoleh pedagang setiap bulan sekitar Rp100.000 sampai Rp300.000

bahkan terkadang pendapatan yang diperoleh kurang dari Rp100.000. Meskipun penghasilan yang diperoleh tidak banyak namun bagi mereka penghasilan tersebut dapat menambah pendapatan keluarga.

Selain para pedagang, dampak ekonomi pengembangan objek wisata Lepo juga dapat dirasakan oleh penyedia lahan parkir. Di objek wisata Lepo terdapat 3 area parkir yang cukup memadai. Biaya parkir untuk sepeda motor adalah sebesar Rp3.000 dan mobil Rp10.000. Pendapatan dari retribusi parkir ini lebih menjanjikan daripada penghasilan berdagang karena semua pengunjung yang datang pasti akan parkir namun belum tentu mereka membeli makanan atau minuman di objek wisata Lepo. Pendapatan retribusi parkir tidak sepenuhnya menjadi milik penyedia lahan parkir, namun akan diberikan kepada pengelola untuk pengembangan objek wisata Lepo. Pembagian pendapatan parkir adalah sebesar 50:50 antara pemilik lahan parkir dengan pengelola. Pendapatan parkir yang diterima pemilik lahan parkir perbulan rata-rata sebesar Rp100.000 sampai Rp500.000 setelah dibagi dengan pengelola. Pendapatan parkir tersebut dapat meningkat ketika musim liburan terlebih saat liburan akhir tahun. Saat ini dampak ekonomi pengembangan objek wisata Lepo belum memberikan pengaruh besar bagi pendapatan masyarakat, namun tidak menutup kemungkinan pengembangan objek wisata Lepo ini dapat memberikan dampak peningkatan pendapatan masyarakat dimasa mendatang.