

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA EKOLOGIS DI DESA JEMPANANG DI PETANG KABUPATEN BADUNG BALI

Dewa Putu Kiskenda Erwanda Putra^{1*}, Nyoman Agus trimandala²

¹S1 Pariwisata, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

²S1 Kewirausahaan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

ABSTRACT

Ecotourism Jempanang D'Alas is trying to encourage the number of tourist visits. However, tourist visits are still considered not optimal. This study discusses existing conditions and examines strengths and weaknesses as well as opportunities and threats to formulate strategies and programs for the development of Jempanang D'Alas Ecotourism in Belok Sidan Village optimally and maintain its sustainability. This study uses a quantitative and qualitative approach. Data collection was carried out by observation, in-depth interviews with (1) Belok Sidan Village Head, Petang Subdistrict (2) Jempanang D'Alas ecotourism manager (3) local traditional leaders. Then an analysis was carried out using the SWOT method. Based on the SWOT analysis, alternative strategies that can be applied to the development of Ecotourism in Japan D'Alas were obtained, namely (1) strategies for creating quality ecotourism products, (2) strategies for increasing promotion through the application of information technology, (3) strategies for developing human resource competencies and (4) marketing strategy for ecotourism products for tourists who stay in villas and tourist attractions in Belok Sidan Village and its surroundings.

Kata Kunci : *Development strategy, Ecotourism, SWOT, Jempanang D'Alas*

PENDAHULUAN

Bali memiliki potensi sumber daya alam, lingkungan, keunikan alam dan budaya beragam yang terbentuk dalam pemetaan potensi Jaringan Ekowisata Desa (JED). Potensi ekowisata tersebut diantaranya (1) Desa Plaga di Kabupaten Badung; (2) Desa wisata Sibetan; (3) Desa adat Tenganan di Kabupaten Karangasem dan (4) Desa Nusa Ceningan di Kabupaten Kelungkung (Roy J.S, *et al*, 2015). Antusiasme pengembangan jenis pariwisata ini kian berkembang diantaranya pada tahun 2019 muncul ekowisata Jempanang D'Alas menjadi salah satu ekowisata yang sedang berkembang di Kabupaten Badung saat ini (Balipost, Sabtu 2 Maret 2019).

Ekowisata Jempanang D'Alas terletak di Banjar Jempanang, Desa Belok Sidan, Petang diinisiasi dan dikelola secara swadaya oleh kelompok masyarakat desa yang berkolaborasi dengan PT. Tirta Investama Pabrik Mambal dan PPLH (Pusat Pendidikan Lingkungan Hidup). Saat ini jumlah kunjungan wisatawan dianggap masih belum optimal hingga kuartal ke 4 pada tahun 2020. Kunjungan wisatawan tercatat hanya sekitar 120 hingga 150 wisatawan. Angka tersebut masih dianggap 50% dari target kunjungan tahunan ke Jempanang D'Alas (Wawancara Terima, 4 Juni 2021). Adanya tatanan pariwisata new normal pada pandemi Covid-19 saat ini justru diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan pasar

wisatawan domestik pasca dibukanya kembali daya tarik wisata dengan menerapkan protokol kesehatan juga dirasa belum bisa terlaksana secara ideal.

Pengembangan ekowisata Jempanang D'Alas dirasa belum berhasil, hal ini tercermin dari minimnya wisatawan yang berukunjung untuk melakukan aktivitas atau menikmati daya tarik wisata desa ekologis. Identifikasi awal menunjukan bahwa potensi alam dan budaya desa yang belum dimaksimalkan pemanfaatannya. Potensi alam Desa Jempanang akan menarik ketika mampu dikolaborasikan dengan kearifan lokal masyarakat desa yang dikemas dalam bentuk aktivitas awisata. Temuan selanjutnya adalah pola perilaku sosial masyarakat desa untuk kegiatan pariwisata belum optimal. Hal ini terkait manfaat apa yang akan diperoleh dari adanya pariwisata yang belangsung di desanya. Berikutnya komoditas hasil panen buah jeruk siam belum mampu dikemas dan terserap maksimal oleh pengunjung. Padahal Ziffer, 1989 (dalam Suryanti dan Indrayasa, 2021) menggarisbawahi bahwa (1) pendidikan dan pelatihan; (2) maksimalisasi manfaat lokal dan (3) adanya pendekatan yang terintergrasi merupakan 3 dari 5 faktor kunci dalam pengembangan ekowisata.

Organisasi ekowisata Jempanang D'Alas yang terbentuk juga dirasa belum optimal dalam melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Hal ini tercermin minimnya jumlah pemandu



wisata. Sedangkan pada temuan Juraev *et al.*, (2019) pengadaan pemandu wisata terbukti memiliki peranan penting dalam memotivasi perjalanan ekowisata. Padahal masyarakat Desa Jempanang justru sangat mengharapkan desanya bisa dikembangkan sebagai Desa Wisata Ekologis sehingga mereka bisa ikut berperan aktif di dalamnya sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraannya (Wawancara Terima, 6 Juni 2022).

Fenomena minimnya aktivitas wisatawan yang menikmati daya tarik Desa Wisata Jempanang secara lebih mendalam, serta rendahnya partisipasi masyarakat lokal dalam aktivitas kepariwisataan di Desa Jempanang yang notabena memiliki potensi yang sangat potensial untuk dikunjungi sebagai Desa Wisata Ekologis (*special interest tourism*), sehingga menarik untuk dikaji mengenai kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal di Desa Jempanang untuk bisa dipakai pedoman dalam merumuskan strategi dan program pengembangan Ekowisata Jempanang D'alas sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraannya.

Beberapa kajian penelitian sebelumnya yang dijadikan pembanding adalah penelitian oleh Suarditya dan Sunarta (2017) yang mengkaji tentang "Strategi Pengembangan Banjar Samu, Singapadu Kaler Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar". Penelitian ini memiliki kesamaan fokus yakni sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan desa wisata, serta mengaplikasikan analisis SWOT serta *Tourism Area Life Cycle*. Pengembangan objek wisata ini menjadi salah satu daya tarik dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menggunakan strategi yang mumpuni dan terukur (Silitonga, 2023)

Selanjutnya penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus" oleh Brahmanto, dkk (2017). Dalam penelitian Brahmanto, dkk memiliki kesamaan dalam metode analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi, yaitu matrik *SWOT* dan *internal faktor strategi (IFAS)* dan *eksternal faktor strategi (EFAS)*. Namun demikian penelitian Brahmanto, dkk tidak mempergunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) dan mengukur *Tourism Area Life Cycle* untuk mengetahui eksistensi daya tarik wisata sehingga secara tepat memulai dalam merumuskan strategi pengembangan. Perbedaan

penelitian sebelumnya terletak pada lokus penelitiannya, sehingga penelitian ini masih memiliki kesempatan dan penting untuk dilakukan.

Adapun beberapa konsep yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya: (1) Konsep daya tarik wisata minat khusus oleh Pramono (2013) yang mengidentifikasi Ada beberapa kriteria yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam menetapkan suatu bentuk wisata minat khusus yakni: (a) *Learning*, (b) *Rewarding*, (c) *Enriching* serta (d) *Adventuring*; (2) Konsep Ekowisata oleh Arida (2017) yang menjelaskan ekowisata dapat dipandang melalui tiga perspektif, yaitu: (a) perspektif ekowisata sebagai produk dimana ekowisata merupakan suatu atraksi pariwisata yang berbasis pada sumber daya alam; (b) ekowisata dalam perspektif pasar yang merupakan perjalanan pariwisata yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan; dan (c) perspektif ekowisata sebagai pendekatan pengembangan dimana ekowisata dijadikan salah satu metode dalam memanfaatkan dan mengelola sumber daya pariwisata yang ramah lingkungan; (3) Konsep strategi dari Chandler (dalam Rangkuti, 2015); (4) Model Lingkungan Bisnis menurut Umar, 2003 (dalam Yunus, 2016); (5) Konsep Pemberdayaan Masyarakat (dalam Sudana, 2013). Sedangkan Teori analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Tourism Area Life Cycle (TALC)* dari Butler (dalam Suarmana, 2017). Teori ini digunakan untuk mengetahui eksistensi dari Banjar Jempanang berdasarkan perkembangan yang terjadi di desa tersebut.

MODEL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif dengan sampel yang diambil secara purposif sebanyak 75 orang mewakili tiga pilar insan pariwisata yakni masyarakat, pelaku bisnis pariwisata (swasta) dan pemerintah. Penelitian ini menggunakan teknik analisis IFAS dan EFAS yang akan menentukan total skor dan menentukan strategi yang tepat pada matriks IE yang bersumber dari data kuantitatif (Sugiono, 2009). Analisis Matriks SWOT untuk menentukan strategi yang tepat untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman serta mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor – faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya. Pengumpulan Data dilakukan dengan teknik observasi yang dilakukan untuk

mengetahui secara jelas gambaran umum Banjar Jempanang. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 75 responden yang ditentukan untuk mengukur bobot pada faktor internal penentuan kekuatan dan kelemahan dari faktor internal (kriteria wisata ekologis) yang terdiri dari : atraksi wisata, jarak tempuh, besaran desa, sistem kepercayaan dan kemasyarakatan dan kesediaan infrastruktur terkait dengan potensi Desa Jempanang untuk dikembangkan di ekowisata Jempanang D'alas), dan penentuan peluang serta ancaman dari faktor eksternal (Lingkungan Jauh yang meliputi Politik, Ekonomi Sosial dan Teknologi/ PEST). Wawancara mendalam, dilakukan kepada para tokoh-tokoh masyarakat Desa Jempanang, untuk mendapatkan data mengenai deskripsi segenap potensi (atraksi: budaya, alam, buatan) dan sejarah perkembangan pariwisata di Desa Jempanang serta pengumpulan data melalui dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi ekowisata Jempanang D'alas terletak di Banjar Jempanang, Desa Belok Sidan, Kecamatan Petang berada pada daerah perbukitan, memiliki kondisi serta posisi strategis untuk dijadikan sebagai daya tarik pariwisata minat khusus dengan menonjolkan potensi alam dan budaya dari masyarakatnya. Terlebih aksesibilitas menuju ekowisata Jempanang D'alas saat ini sangat mendukung dan memudahkan bagi wisatawan untuk berkunjung dikarenakan salah satu jalur utama menuju Bali utara. Adanya dukungan lansekap yang alami, asri dan masih otentik serta orisinal dari sisi kebudayaan masyarakat setempat, pemandangan indah alam serta liak liuk jalan perbukitan dengan hamparan pepohonan rindang sepanjang jalan dilatarbelakangi Gunung Catur kian menambah keindahan daya tarik ekowisata Jempanang D'alas.

Wilayah Desa Belok Sidan memiliki karakteristik berbukit-bukit dengan suhu rata-rata 25 derajat Celcius. Selain potensi alam, Desa Belok Sidan memiliki berbagai komoditas pertanian yang diunggulkan diantaranya jeruk siam, perkebunan kopi, kelapa, Jambu biji hingga bunga marigold (*gumitir*). Kearifan lokal yang tertuang dalam pola kehidupan masyarakat agraris dan kebudayaan masyarakat, tradisi hingga kesenian telah menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Desa Belok Sidan akan menambah disertifikasi potensi fisik ekowisata Jempanang D'alas.

Kemasan aktivitas wisata yang ditawarkan di ekowisata Jempanang D'alas tidak hanya kemasan wisata yang hanya mengutamakan pada potensi keindahan alam, potensi demografi desa baik cultural dan agrikultural saja, melainkan juga menawarkan aktifitas wisata (1) konservatif yaitu mengamati burung yang endemik; (2) aktifitas wisata edukatif yaitu aktifitas *trekking* yang secara terprogram diselipkan muatan informasi mengenai demografi desa diantaranya kearifan lokal penduduk desa, pertanian jeruk dan kopi, pembuatan gula aren secara tradisional, pengolahan biogas, hingga penjelasan informasi flora dan fauna dalam bentuk *scan barcode*; (3) aktifitas wisata partisipatif melalui kegiatan penanaman tanaman yang merupakan produk yang disiapkan bagi wisatawan. Para wisatawan yang berkunjung juga dapat mengadopsi tanaman yang telah ditanam tersebut. Fasilitas penunjang yang disediakan oleh ekowisata Jempanang D'Alas diantaranya *coffee shop* dan spot foto yang *intagramable* yang merupakan tren dewasa ini untuk menarik pasar wisatawan usia muda (Salsabila, 2019).

Kondisi eksisting ekowisata Jempanang D'alas saat ini masuk kedalam tahap keterlibatan (*involvement*). Temuan ini dapat dibuktikan melalui (1) Adanya kontrol dari masyarakat lokal, (2) Inisiatif dari tokoh masyarakat dan diketuai oleh Bapak I Wayan Terima, (3) terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisawatan secara berkala, meskipun saat ini dalam kondisi pandemi *covid-19* serta (4) Promosi yang sudah mulai dilakukan oleh kelompok wisata di Jempanang D'Alas diantaranya memulai bekerjasama dengan Bali Idea Tour, *platforms* sosial media seperti; facebook: @Anugerah Dewata dan Instagram: @ekowisata_jempanang.

Identifikasi Lingkungan Internal dan Eksternal di Ekowisata Jempanang D'alas

Sesuai dengan model penelitian yang dirancang, ada beberapa variabel yang diidentifikasi. Dalam evaluasi eksternal variabel yang diidentifikasi meliputi lingkungan jauh Variabel lingkungan jauh antara lain: lingkungan politik, ekonomi, sosial dan teknologi (PEST). Dalam evaluasi internal ada beberapa variabel yang diidentifikasi dan dianalisis lebih lanjut adalah variabel-variabel yang menyangkut kriteria ekowisata yang dikombinasikan dengan klasifikasi pada 7 P yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence* terkait dengan potensi Banjar Jempanang, Desa Belok Sidan untuk dikembangkan sebagai Ekowisata.

Rincian variabel dan indikator faktor internal dan faktor eksternal dapat dilihat dalam Tabel 4.2 dan Tabel 4.3 :

Tabel 4.2.
Variabel dan Indikator Kriteria Ekowisata (Faktor Internal)

No	Variabel	Indikator
1	<i>Product</i> (Atraksi wisata)	<ul style="list-style-type: none"> - Kerajinan membuat gula aren dari minuman tuak secara tradisional - Agrowisata kopi asli Jempanang - Rumah kedis (konservasi burung endemik) - Pura puseh dan banjar sebagai cerminan keberlangsungan tradisi adat di Jempanang - Budaya Kuliner di Dusun Jempanang - Kemasan wisata yang tersedia <i>trekking</i> - Spot Foto <i>Intagramable</i>
2	<i>Place</i> (lokasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Jarak Dusun Jempanang dengan sentra pariwisata Kuta, Sanur dan Nusa Dua - Wilayah yang cukup luas (1.800 ha) untuk pengembangan Desa Wisata Ekologis - Jalur menuju ekowisata Jempanang D' alas dari Jalur Utama
3	<i>Promosi</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kelompok masyarakat berminat memasarkan aktivitas wisata dalam bentuk brosur, e-brosur (<i>electronic brocure</i>) dan video promosi.
4	<i>Price</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Rp. 50.000, untuk aktivitas wisata <i>trekking</i> jarak pendek 3 km - Rp. 100.000,- untuk aktivitas wisata <i>trekking</i> jarak medium 5 km - Rp. 150.000,- untuk aktivitas wisata <i>trekking</i> jarak panjang 10 km
5	<i>Pysical Evidence</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah rumah makan yang memenuhi standar wisatawan cukup tersedia - Tersedianya 3 jalur trekking tetap di Dusun Jempanang - Tersedianya fasilitas penunjang seperti ; penginapan, kamar mandi dan ruang <i>meeting</i>
6	<i>Process</i>	<ul style="list-style-type: none"> - adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas. - Wisatawan disuguhkan <i>welcome drink</i> dan <i>snack</i>
7	<i>People</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tersedianya <i>guide</i> lokal/penunjuk jalan trekking - mindset masyarakat merespon positif kegiatan pariwisata dan sikap masyarakat mengarah pada masyarakat jasa dan <i>hospitality</i> - pengetahuan kelompok masyarakat dalam berbahasa Inggris praktis

Tabel 4.3.
Variabel dan Indikator dari Lingkungan Jauh (Faktor Eksternal)

No	Variabel	Indikator
1	Politik	<ul style="list-style-type: none"> - Kondisi politik global dan pengeluaran <i>travel warning</i> oleh beberapa Negara akibat covid - program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2021 yang serius dalam pengembangan desa menjadi desa wisata. - Peraturan Bupati Badung No. 47 Tahun 2010 tentang Pengembangan Desa Belok Sidan sebagai Objek Wisata
2	Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> - Kondisi perekonomian masyarakat yang masih sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya alam di dalam kawasan - Dukungan pihak Aqua dan PPLH
3	Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya perubahan trend pariwisata dari <i>mass tourism</i> ke <i>quality tourism</i> - Sikap masyarakat setempat terhadap pengembangan Desa wisata ekologis di Desa Belok Sidan - Dukungan Lembaga Desa Adat dan Lembaga Pemberdayaan Desa Adat di Desa Belok Sidan
4	Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan teknologi informasi / internet dalam memasarkan Ekowisata di Desa Belok Sidan

Analisis dan Skor Lingkungan Internal

No	Kekuatan (<i>strength</i>)	Skor	Bobot	Total
1.	Tersedia kemasan trekking dengan 3 jalur di Ekowisata Jempanang D'alas	4	0,12	0,48
2.	Kerajinan membuat gula aren dari minuman tuak secara tradisional	4	0,035	0,14
3.	Agrowisata kopi asli Jempanang	4	0,035	0,14
4.	Spot Foto <i>Intagramable</i>	3	0,09	0,27
5.	Rumah kedis (konservasi burung endemic)	4	0,035	0,14
6.	Pura puseh dan banjar sebagai cerminan keberlangsungan tradisi adat di Jempanang	4	0,035	0,14
7.	Budaya Kuliner di Dusun Jempanang	3	0,035	0,105
8.	Wilayah yang cukup luas (1.800 ha) untuk pengembangan Desa Wisata Ekologis	4	0,035	0,14
9.	Rp. 50.000, <i>trekking</i> jarak pendek, Rp. 100.000,- <i>trekking</i> jarak medium dan Rp. 150.000,- <i>trekking</i> jarak panjang	2	0,05	0,1
10.	Jumlah rumah makan yang memenuhi standar wisatawan cukup tersedia	4	0,12	0,48
11.	Tersedianya fasilitas penunjang seperti ; penginapan, kamar mandi dan ruang <i>meeting</i>	3	0,11	0,33
12.	adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas	4	0,1	0,4
13.	Wisatawan disuguhkan <i>welcome drink</i> dan <i>snack</i>	4	0,07	0,28
14.	Tersedianya guide lokal/penunjuk jalan <i>trekking</i>	4	0,05	0,2
15.	<i>mindset</i> masyarakat merespon positif kegiatan pariwisata dan sikap masyarakat mengarah pada masyarakat jasa dan <i>hospitality</i>	4	0,08	0,32
Total			1,00	3,665
No	Kelemahan (<i>weakness</i>)	Skor	Bobot	Total
1.	Jarak Dusun Jempanang dengan sentra pariwisata Kuta, Sanur dan Nusa Dua	2	0,29	0,58
2.	Jalur menuju Ekowisata Jempanang D'alas dikategorikan sempit dari akses jalan Pura Puncak Mangu dan sedikit penunjuk lokasi	2	0,22	0,44
3.	pengetahuan kelompok masyarakat dalam berbahasa Inggris praktis masih kurang	3	0,24	0,72
4.	Pemasaran aktivitas wisata dalam bentuk brosur, <i>e-brosur (electronic brocure)</i> dan video promosi.	2	0,25	0,5
Total			1,00	2,24

\Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Skala penilaian untuk faktor positif (kekuatan dan peluang) sebagai berikut : 1 untuk nilai sangat lemah, 2 untuk nilai lemah, 3 untuk nilai kuat dan 4 untuk nilai sangat kuat. Sedangkan untuk menilai faktor negatif (kelemahan dan ancaman) digunakan skala dengan pola sebagai berikut : 1 untuk nilai sangat kuat, 2 untuk nilai kuat, 3 untuk nilai lemah, dan 4 untuk nilai sangat lemah.

1. *Internal Faktor Strategi (IFAS)*

Hasil penelitian terhadap *internal faktor strategi* di Ekowisata Jempanang D'alas di Desa Belok Sidan Kabupaten Badung Provinsi Bali telah dirangkum dalam tabel 4.4

Tabel. 4.4
Peringkat dan Rating Lingkungan Internal (*Internal Factor Analysis Summary*)



Berdasarkan atas tabel 4.4 dapat dilihat bahwa posisi faktor internal pada strategi pengembangan Ekowisata Jempanang D’alas berada pada posisi kuat. Hasil ini mengacu pada nilai skor dari kekuatan yang

No	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Skor	Bobot	Total
1.	Adanya perubahan trend pariwisata dari <i>mass tourism</i> ke <i>quality tourism</i>	2	0,11	0,22
2.	Program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2021 yang serius dalam pengembangan desa menjadi desa wisata	4	0,29	1,16
3.	PERBUP Badung No. 47 Th 2010 tentang pengembangan Ds. Belok Sidan sebagai Objek Wisata	3	0,15	0,45
4.	Dukungan pihak Aqua dan PPLH	4	0,12	0,48
5.	Sikap masyarakat setempat terhadap pengembangan Desa wisata ekologis di Desa Belok Sidan	3	0,18	0,54
6.	Dukungan Lembaga Desa Adat dan Lembaga Pemberdayaan Desa Adat di Desa Belok Sidan	4	0,15	0,6
Total			1,00	3,45
No	Ancaman (<i>Threat</i>)	Skor	Bobot	Total
1.	Kondisi politik global dan pengeluaran <i>travel warning</i> oleh beberapa Negara akibat <i>covid-19</i>	3	0,13	0,39
2.	Kondisi perekonomian masyarakat yang masih sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya alam di dalam kawasan	1	0,17	0,17
3.	Penggunaan teknologi informasi / internet dalam memasarkan Ekowisata di Desa Belok Sidan	2	0,7	1,4
Total			1,00	1,96

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

memiliki nilai selisih yang cukup besar terhadap nilai skor kelemahan. Total skor kekuatan adalah 3,665, sedangkan total skor kelemahan adalah 2,24. Sehingga selisih total skor kekuatan dan kelemahan adalah $3,665 - 2,24 = 1,425$.

2. Eksternal Faktor Strategi (EFAS)

Eksternal Faktor Strategi (EFAS) di Ekowisata Jempanang D’alas telah dirangkum dalam tabel berikut :

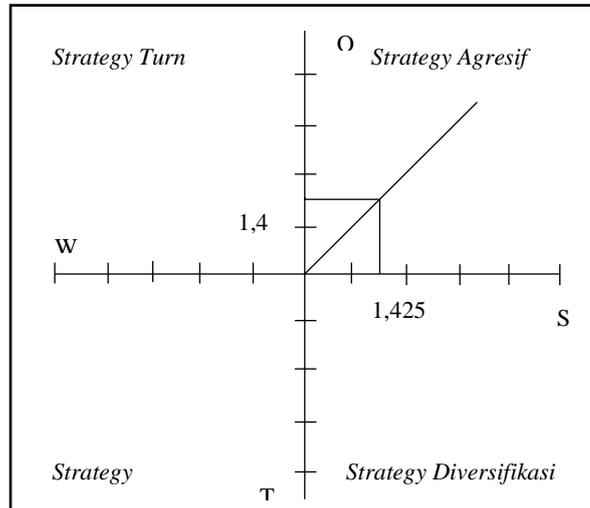
Tabel. 4.5
Peringkat dan Rating Lingkungan Eksternal (*External Factor Analysis Summary*)

Berdasarkan tabel. 4.5. dapat dilihat bahwa posisi faktor eksternal strategi pengembangan ekowisata Jempanang D’alas berada pada posisi cukup berpeluang. Hal ini sesuai dengan nilai skor peluang yang selisihnya cukup signifikan dari skor ancaman. Total skor peluang adalah 3,45, sedangkan total skor ancaman sebesar 1,96. Sehingga selisih total skor peluang dan ancaman adalah $3,45 - 1,96 = 1,49$.

Analisis Internal-Eksternal (IE)

Dari total skor *IFAS* dan *EFAS* kemudian dipetakan ke dalam matriks internal-eksternal untuk menentukan posisi strategis dalam bentuk *grand strategy*. Dari kedua bagan di atas diketahui bahwa nilai faktor internal sebesar 1,425, sedangkan nilai faktor eksternalnya adalah 1,49, sehingga membentuk posisi strategis yang telah digambarkan pada matriks sebagai berikut.

Gambar 4.6
Analisis Matrik SWOT (Hasil penelitian 2022)



Pada gambar 4.6 menunjukkan posisi ekowisata Jempanang D’alas berada pada *strategy agresif* yang menunjukkan ekowisata Jempanang D’alas memiliki kekuatan yang cukup besar dengan peluang yang cukup baik. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) (dalam Suci, 2015). Kombinasi kekuatan dan peluang yang dimiliki ekowisata Jempanang D’alas diformulasikan menjadi suatu strategi utama dalam pengembangan.

Strategi Pengembangan Ekowisata Jempanang D’alas

Untuk mengembangkan Ekowisata Jempanang D’alas di Desa Jempanang Kecamatan Petang yang berkelanjutan serta menguntungkan semua pihak dan tetap melestarikan alam perlu dirumuskan strategi alternatif sebagai pendukung strategi utama (*grand strategy*) dalam pengembangannya. Berdasarkan hasil kajian kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman sebagai *input* (masukan) pada faktor eksternal maka dengan analisis *SWOT* akan ditemukan formulasi strategi alternatif dan program pengembangan yang relevan, sebagaimana dijelaskan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6.

Analisis SWOT Strategi Alernatif Pengembangan Ekowisata Jempanang D’alas

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
--	----------------------------	-----------------------------

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Internal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia kemasan trekking dengan 3 jalur • gula aren dari minuman tuak secara tradisional • Agrowisata kopi asli Jempanang • Spot Foto <i>Intagramable</i> • konservasi burung endemik • Pura puseh dan banjar • Budaya Kuliner di Dusun Jempanang • Luas wilayah (1.800 ha) untuk pengembangan Desa Wisata Ekologis • fasilitas penunjang seperti ; penginapan, kamar mandi dan ruang <i>meeting</i> • adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas • <i>Welcome drink</i> dan <i>snack</i> • Guide lokal/penunjuk jalan <i>trekking</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Jarak Dusun Jempanang dengan sentra pariwisata Kuta, Sanur dan Nusa Dua • Jalur menuju Ekowisata Jempanang D'alas dikategorikan sempit dan minim penunjuk lokasi • berbahasa Inggris praktis masih kurang • pemasaran brosur, <i>e-brosur (electronic brocure)</i> dan video promosi.
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • perubahan trend pariwisata dari <i>mass tourism</i> ke <i>quality tourism</i> • Program KEMENPAREKRAF tahun 2021 • Peraturan Bupati Badung No. 47 Tahun 2010 • Dukungan pihak Aqua dan PPLH • Sikap masyarakat setempat & Dukungan Lembaga Desa Adat 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penyuluhan kualitas pelayanan, <i>mindset</i>, sikap masyarakat jasa & hospitality - Wisata <i>cycling & spot foto memorable</i> - Melibatkan masyarakat lokal - Kerjasama dengan pengusaha lokal - Memberikan kualitas pengalaman maksimal - Menentukan aksesibilitas alternatif 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penyuluhan Sapta Pesona - Pelatihan pemandu wisata - Pelatihan kuliner - pelatihan mengemas paket ekowisata desa yang menarik
<p>Ancaman (Treat)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kondisi politik global dan pengeluaran <i>travel warning</i> akibat <i>covid-19</i> • Kondisi perekonomian masyarakat masih bergantung pada ketersediaan sumber daya alam di dalam kawasan • Penggunaan TI / internet pemasaran 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promosi <i>website</i> berkesinambungan - teknologi <i>scan barcode</i>, <i>Augmented Reality (AR)</i> dan <i>wight track assistance</i> - Mmemasarkan melalui <i>platform</i> media promosi <i>online</i> 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - kerjasama dengan villa di Desa Belok sidan, Pelaga & BPW - <i>invitation influencer</i> pada sosial media - Pemasangan <i>Billboard promoted</i> - Brosur/<i>e-brosur</i>

Berdasarkan analisis SWOT yang disajikan dalam Tabel 4.6 disusun strategi pengembangan Ekowisata Jempanang D'alas di Desa Belok Sidan. Adapun beberapa alternatif strategi yang dapat dirumuskan dalam mengembangkan Ekowisata Jempanang D'alas di Desa Belok Sidan adalah sebagai berikut :

1. Strategi *Strength Opportunities (SO)* : Strategi menciptakan dan mengembangkan produk ekowisata yang berkualitas

Untuk menarik kedatangan wisatawan berkunjung ke daerah wisata yang masih alami dan memiliki karakteristik unik seperti yang ada di ekowisata Jempanang D'alas, tentu perlu di kemasakan paket-paket yang menarik guna menambah pengalaman wisatawan (*tourist experience*), memperdayakan penduduk lokal dan tetap melestarikan alam dan lingkungan sesuai pada konsep ekowisata. Maka dari itu perlu dibuatkan kemasan wisata yang menarik berupa paket ekowisata yang fokus untuk menambah unsur belajar dari wisatawan (*education*), petualangan yang unik, meningkatkan ekonomi penduduk lokal serta peduli terhadap lingkungan (*sustainable*).

Adapun program yang dapat diterapkan untuk menciptakan produk ekowisata yang berkualitas adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan yang berkelanjutan terhadap masyarakat tentang kualitas pelayanan, *mindset* dan sikap masyarakat mengarah pada masyarakat jasa dan *hospitality* dan pemahaman tentang Desa wisata dan ekowisata bagi kelompok masyarakat dalam wadah organisasi ekowisata Jempanang D'alas.
2. Menambah diversifikasi aktivitas wisata selain kegiatan wisata *trekking* yaitu wisata (1) *cycling* dengan jalur yang lebih luas dan menarik, (2) menambah spot-spot foto yang *memorable*.
3. Melibatkan masyarakat lokal dalam setiap pelaksanaan paket ekowisata yang dibuat diantaranya menjadikan komoditas pertanian, sosial, *culinary* hingga komoditas industri rumahan masyarakat sebagai jalur wisata dan *stop point* yang akan dilalui bagi wisatawan. Sehingga masyarakat lokal yang terlibat dalam jejaring *stop point* potensi yang dilalui akan memperoleh keuntungan berupa kontribusi kunjungan.

4. Mengadakan kerjasama dengan pengusaha lokal untuk meningkatkan kualitas pelayanan (pengusaha akomodasi, restoran dan daya tarik wisata) terkait dengan paket-paket Desa Wisata Ekologis yang dibuat agar terciptanya kepuasan wisatawan yang menguntungkan secara berkelanjutan.
5. Memberikan pengalaman yang maksimal kepada wisatawan dengan melibatkan wisatawan secara aktif untuk mengenal lebih dalam tentang alam, budaya dan aktivitas penduduk lokal yang unik di Dusun Jempanang melalui kemasan paket wisata oleh ekowisata Jempanang D'alas.

2. Strategi *Strength Treats (ST)* : Strategi meningkatkan promosi melalui pemanfaatan kemajuan teknologi informasi

1. Mempromosikan segala potensi pariwisata yang ada di Ekowisata Jempanang D'alas melalui *website* yang *update* secara berkesinambungan.
2. Memasukan muatan teknologi berbasis digitalisasi pada potensi yang menjadi *stop point* bagi wisatawan berupa penggunaan *scan barcode* dan *Augmented Reality (AR)* hingga penggunaan *wight track assistance* sebagai pencapaian pribadi atas aktivitas yang dibeli oleh wisatawan (*self achievement*).
3. Menjual dan memasarkan paket-paket ekowisata yang telah dikemas melalui brosur dan *e-brosur (electronic brocure)* melalui sistem *platform* media promosi *online* diantaranya *facebook, instagram, whatsapp business*, hingga video promosi yang bisa didistribusikan juga pada aplikasi tiktok.

3. Strategi *Weakness Opportunities (WO)* : Strategi meningkatkan sumber daya manusia pariwisata di Dusun Jempanang, Belok Sidan secara berkelanjutan.

1. Memberikan pelatihan menjadi pemandu wisata lokal di bidang ekowisata yang tepat dan peningkatan pengetahuan kelompok masyarakat dalam berbahasa Inggris praktis kepada kelompok organisasi masyarakat secara berkelanjutan, sehingga memiliki standar kualitas pelayanan yang sama.
2. Penyuluhan dan pelatihan kuliner mengolah masakan Bali utamanya

masakan khas Desa Belok Sidan untuk menjadi hidangan *wellcome drink* dan *lunch* yang menarik serta higienis untuk disajikan kepada wisatawan

3. Memberikan pelatihan tentang teknik mengemas paket ekowisata bagi kelompok organisasi masyarakat sebagai pelaku wisata di ekowisata Jempanang D'alas sehingga mampu mengemas paket wisata *trekking* dan *cycling* yang sesuai dengan potensi-potensi yang dimiliki kedepannya.
4. **Strategi *Weakness Threats (WT)* : Strategi penguatan saluran distribusi pemasaran produk ekowisata bagi wisatawan yang menginap di villa-villa dan daya tarik yang ada di Desa Belok Sidan dan sekitarnya.**
 1. Bekerja sama dengan pengelola villa yang ada di Desa Belok sidan, Desa Pelaga dan sekitarnya (2) Bekerja sama dengan Biro Perjalanan Wisata maupun dipasarkan melalui Agen Perjalanan-Agen Perjalanan yang ada di Bali secara berkesinambungan dengan memberikan komisi atau dengan harga khusus berupa *contract rate*. (3) Melakukan *invitation* dan kerjasama bersama figur publik yang berpengaruh (*influenser*) pada sosial media dengan memiliki pengikut akun sosial media (*followers*) yang banyak untuk ikut mempromosikan ekowisata Jempanang D'alas, (4) Bekerjasama dengan pihak terkait pengadaan *Billboard promoted* pada lokasi yang strategis pada jalur Desa Abiansemal menuju Kintamani.
 2. Memperbanyak dan menyebarkan brosur-brosur tentang kemasan paket ekowisata Jempanang D'alas ke villa-villa yang ada di Desa Belok Sidan, Desa Pelaga dan Bagus Agrowisata yang ada di Desa Pelaga dan ATV Belok Sidan hingga ke *Coffee shop* di sepanjang Desa Catur menuju Desa penelokan Kintamani.

KESIMPULAN

1. Kondisi eksisting ekowisata Jempanang D'alas saat ini masuk kedalam tahap keterlibatan (*involvement*). Temuan ini dapat dibuktikan melalui (1) Adanya kontrol dari masyarakat lokal, (2) Inisiatif dari tokoh masyarakat dan diketuai oleh Bapak I Wayan Terima, (3) terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisawatan secara berkala, meskipun saat ini dalam

kondisi pandemi *covid-19* serta (4) Promosi yang sudah mulai dilakukan oleh kelompok wisata di Jempanang D'Alas diantaranya memulai bekerjasama dengan Bali Idea Tour, *platforms* sosial media seperti; facebook: @Anugerah Dewata dan Instagram: @ekowisata_jempanang.

2. Strategi yang bisa dilakukan untuk mengembangkan Ekowisata Jempanang D'alas, Desa Belok Sidan berdasarkan analisis *SWOT* dirumuskan beberapa program dalam mengembangkan Ekowisata Jempanang D'alas diantaranya; (1) Strategi *Strength Opportunities (SO)* yaitu strategi menciptakan dan mengembangkan produk ekowisata yang berkualitas diantaranya (a) *mindset* dan sikap masyarakat mengarah pada masyarakat jasa dan *hospitality*; (b) Menambah aktivitas wisata; (c) melibatkan masyarakat lokal dalam setiap pelaksanaan paket ekowisata yang dibuat; (d) mengadakan kerjasama dengan pengusaha lokal; (e) memberikan pengalaman yang maksimal;. (2) Strategi *Strength Treats (ST)* yaitu strategi meningkatkan promosi melalui pemanfaatan kemajuan teknologi informasi diantaranya; (a) Promosi melalui *website*; (b) Penggunaan *scan barcode*, *Augmented Reality (AR)* dan *wight track assistance*; (c) Memasarkan paket ekowisata melalui brosur dan *e-brosur (electronic brocure)* pada *facebook*, *instagram*, *whatsapp business*, *tiktok*; (3) Strategi *Weakness Opportunities (WO)* yaitu strategi meningkatkan sumber daya manusia pariwisata di Dusun Jempanang, Belok Sidan secara berkelanjutan diantaranya; (a) pelatihan menjadi pemandu wisata lokal di bidang ekowisata; (b) penyuluhan dan pelatihan kuliner mengolah masakan khas Desa Belok Sidan sebagai hidangan *wellcome drink* dan *lunch* yang higienis; (c) pelatihan teknik mengemas paket ekowisata *trekking* dan *cycling* yang sesuai dengan potensi; (4) Strategi *Weakness Threats (WT)* yaitu strategi penguatan saluran distribusi pemasaran produk ekowisata bagi wisatawan yang menginap di villa-villa dan daya tarik yang ada di Desa Belok Sidan dan sekitarnya melalui; (a) Bekerja sama dengan pengelola villa untuk memasarkan paket dengan *contract rate*; (b) Bekerja sama dengan Biro Perjalanan Wisata & Agen Perjalanan dengan *contract rate*; (c) *Invite influenser* dengan *followers* banyak untuk promosi ekowisata Jempanang D'alas; (d) kerjasama dengan pihak terkait pengadaan *Billboard promoted* pada lokasi yang strategis pada jalur Desa



Abiansemal menuju Kintamani; (e) Menyebarkan brosur kepada villa yang ada di Desa Belok Sidan, Desa Pelaga, kepada

Bagus Agrowisata dan ATV Belok Sidan serta kepada *Coffee shop* di sepanjang Desa Catur menuju Desa penelokan Kintamani.

Ekowisata Desa). *Jurnal IPTA Vol. 3, No.1*. Hal 17-21.

DAFTAR PUSTAKA

Afridhal, Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian. Vol.1, No.3*, hal 223 -233.

Arida, I. N.S. 2017. *Pengembangan, Partisipasi Lokal, dan Tantangan Ekowisata*. Denpasar: Cakra Press

Aspiany., Sutrisno, Anggoro., Purwanti., Frida., Gunawan, Bambang. 2019. *Strategies for Sustainable Ecotourism Development in The Marine Waters of Bontang City, Indonesia. AACL Bioflux*, Volume 12, no. 5. Pp 1779 – 1787

Brahmanto, E., Hermawan, H., Hamzah, F. 2017. Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus. *Jurnal media wisata, Vo. 15, No.2*. hal 1-12

Cristian, Cristian. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Pariwisata Minat Khusus Studi pada Bali MMA (*Mixed Martial Arts*) Training Camp di Desa Cunggu. *Skripsi. Program Sarjana STIE Triatma mulya*.

Juraev, A.T., Mahmudova, N.U., Juraeva, Z.T. 2017. *Marketing Aspects Of Ecotourism Development in Uzbekistan. Proceedings of the International Scientific Conference. Vol 1*, pp 208 -215

Pramono, Jaya. 2013. Strategi Pengembangan *Health and Wellness* di Bali. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol 7, No 1*. hal. 66-74

Rangkuti, Freddy. 2015. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : Gramedia Pustaka.

Roy,Wiwin JS., Sendra, Made., Mananda, Sasrawan GPB. 2015. Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Ekowisata di Bali (Studi Kasus di Jaringan

Salsabila, Yonafia. 2019. Karakteristik Wisatawan Milenial dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Wisata di Orchid Forest Bandung. *Skripsi. Proram Studi Industri Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung*

Silitonga, F., Wibowo, A. E., Siska Amelia Maldin, Baktivillo Sianipar, & Mohamad Nur Afriliandi Nasution. (2023). Pengembangan Objek Wisata Sebagai Investasi Masyarakat Di Pulau Lance Batam. *Jurnal Kecker Wisata*, 1(1), 1–11. Retrieved from <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/jurn-alkekerwisata/article/view/93>

Suarditya, Made., Sunarta, I N. 2017. Strategi Pengembangan Banjar Samu, Singapadu Kaler Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. *Jurnal destinasi pariwisata Vol. 5, No. 1*, hal 61 – 65.

Suarmana, IWR., Ardika, IW., Darma Putra, IN. 2017. Pengembangan Pusat Kota Denpasar Sebagai *'Heritage Tourism*. *JUMPA Vol. 4, No. 1*, hal. 62 -77.

Suci, Puji R. 2015. *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoharjo : Zaitama

Sudana, I Putu. 2013. Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis di Desa Belimbing, Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan. *Analisis Pariwisata Vol.13, No.1*, hal. 11-31.

Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta: Bandung.

Sulistiyawati, A.S. 2011. Pengembangan Ekowisata Berbasis Kerakyatan di Banjar Nyuh Kuning, Desa Mas, Ubud. *Jurnal Ecotropic Vol. 6, No. 2*. hal 128 – 132.

Suryanti, PN., Indrayasa, KB. 2021. Perkembangan Ekowisata di Bali : “Upaya Pelestarian Alam dan Budaya serta Pemberdayaan Masyarakat Lokal”. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*



Agama dan Budaya, Vol. 6., No.1. Hal.
48 -56

Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*,
Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sumber websites :

_____.Bali Post. 2019. Pabrik Aqua mambal
dampingi Jempanang D' alas. dengan
alamat http:/ /
[https://www.balipost.com/news/2019/
12/23/95968/Pabrik-Aqua-Mambal-
Dampingi-Jempanang...html](https://www.balipost.com/news/2019/12/23/95968/Pabrik-Aqua-Mambal-Dampingi-Jempanang...html). diakses
pada 17 Mei 2021

_____.Menteri Dalam Negeri. 2009.
Peraturan Menteri Dalam Negeri
Nomor 33 Tahun 2009 Tentang
Pedoman Pengembangan Ekowisata
Di Daerah. Jakarta: Kementerian
Dalam Negeri. Retrieved from
[https://www.ekowisata.org/uploads/P
_33_2009_Dagri.pdf](https://www.ekowisata.org/uploads/P_33_2009_Dagri.pdf)