

Development Strategy of Melayang Waterfall as a Sustainable Natural Tourism Attraction in Pejeng Kaja Village, Gianyar Regency

Dewa Gede Angga Parama Arta^{1*}, Anom Hery Suasapha², Dewa Ayu Nyoman Aridayanti^{3*}

Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Dewa Gede Angga Parama Arta

dewaangga735@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Sustainable Tourism Development, Floating Waterfall, SWOT Analysis, Priority Strategy, QSPM Analysis

Received : 02 August

Revised : 22 August

Accepted: 24 September

©2024 Arta, Suasapha, Aridayanti: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Melayang Traditional Village is developing its natural tourism potential in the form of Melayang Waterfall, but the number of visitors is still low, with only around 12 to 20 tourists per day. Several promotional efforts have been made by the management, but the increase in visits has not been significant. Therefore, in-depth research is needed to formulate a strategy for sustainable tourism development. This study uses a qualitative method with primary and secondary data. Informants were selected through purposive sampling with a pentahelix approach. Data were collected through interviews with interview guide instruments, observations using checklists, documentation, and literature studies. Data analysis was carried out using the SWOT technique, through three stages: the input stage using the IFE and EFE matrices, the matching stage with the SWOT matrix, and the stage of determining priority strategies using the QSPM matrix analysis. From the SWOT analysis, 13 alternative strategies were generated, with five main strategies being further analyzed as priorities. These strategies include: 1) Inviting academics to provide training to the community on the positive impacts of tourism and tourism governance, 2) Establishing a management body to improve the quality of tourism services to be competitive, 3) Utilizing technology and social media as promotional tools, 4) Using local potential to compete with other tourist destinations, and 5) Utilizing the location to improve the community's economy.

Strategi Pengembangan Melayang Waterfall Sebagai Daya Tarik Wisata Alam yang Berkelanjutan di Desa Pejeng Kaja, Kabupaten Gianyar

Dewa Gede Angga Parama Arta^{1*}, Anom Hery Suasapha², Dewa Ayu Nyoman Aridayanti^{3*}

Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Dewa Gede Angga Parama Arta

dewaangga735@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan, Melayang Waterfall, Analisis SWOT, Strategi Prioritas, Analisis QSPM

Received : 02 Agustus

Revised : 22 Agustus

Accepted: 24 September

©2024 Arta, Suasapha, Aridayanti: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Desa Adat Melayang sedang mengembangkan potensi wisata alam berupa Melayang Waterfall, namun jumlah pengunjung masih rendah, dengan hanya sekitar 12 hingga 20 wisatawan per hari. Beberapa upaya promosi telah dilakukan oleh pengelola, tetapi peningkatan kunjungan belum signifikan. Untuk itu, diperlukan penelitian mendalam untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data primer dan sekunder. Informan dipilih melalui purposive sampling dengan pendekatan pentahelix. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan instrumen pedoman wawancara, observasi menggunakan checklist, dokumentasi, dan studi literatur. Analisis data dilakukan dengan teknik SWOT, melalui tiga tahap: tahap masukan menggunakan matrik IFE dan EFE, tahap pencocokan dengan matrik SWOT, dan tahap penentuan strategi prioritas menggunakan analisis matrik QSPM. Dari analisis SWOT, dihasilkan 13 strategi alternatif, dengan lima strategi utama yang dianalisis lebih lanjut sebagai prioritas. Strategi-strategi ini meliputi: 1) Mengajak akademisi untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang dampak positif pariwisata dan tata kelola pariwisata, 2) Membentuk badan pengelola untuk meningkatkan kualitas layanan wisata agar kompetitif, 3) Memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai alat promosi, 4) Menggunakan potensi lokal untuk bersaing dengan destinasi wisata lain, dan 5) Memanfaatkan lokasi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata Indonesia sudah terkenal hingga ke kancah internasional, dengan menawarkan berbagai jenis wisata meliputi keindahan alam, warisan sejarah hingga kekayaan budaya. Dampak positif pariwisata dapat dirasakan oleh Masyarakat dan pemerintah di sekitar destinasi wisata, yang dapat dilihat dari adanya lapangan pekerjaan, peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat (Pamularsih, 2021). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yaitu bapak Sandiaga Uno menyatakan setelah pandemi pariwisata Indonesia mengalami transformasi menuju paradigma baru yang menekankan pengalaman pribadi, penyesuaian khusus, lokalitas dan skala yang lebih kecil, dengan fokus pada kualitas serta keberlanjutan (Maulana, 2022).

Konsep pariwisata berkelanjutan diterapkan untuk membantu pertumbuhan ekonomi Masyarakat dengan tetap menjaga keberlanjutan lingkungan (Widari, 2020). Konsep pengambangan berkelanjutan diterapkan untuk memastikan pemenuhan kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan sumber daya untuk generasi mendatang (Sunarta & Arida, 2017). Konsep keberlanjutan muncul karena Masyarakat mulai sadar akan keberlanjutan lingkungan (Hapsoro & Destiana, 2020).

Dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan, tren pariwisata yang saat ini sering dikemabangkan adalah pariwisata berbasis alam yaitu ekowisata (Darmawan & Rahmawati, 2022). Daya tarik wisata berbasis alam dan budaya merupakan daya tarik utama yang dimiliki oleh Pulau Bali (Oktavianitari at al., 2019). Setelah pandemi, Dinas pariwisata Bali sudah memfokuskan pengembangan pariwisata berkualitas dan berkelanjutan melalui peraturan daerah maupun peraturan gubernur (Maya, 2022).

Dinas pariwisata provinsi Bali mengemukakan sebanyak 238 desa mulai dikembangkan sebagai desa wisata dengan memanfaatkan potensi alam dan budaya (cnnindonesia.com,2023). Secara menyeluruh pariwisata Bali memanfaatkan potensi sumber daya alam yang dimiliki dalam upaya pengembangan pariwisata (Wesnawa, 2022). Namun di Pulau Bali potensi wisata alam dan budaya tidak hanya dimiliki oleh desa yang sudah berstatus desa wisata saja melainkan banyak desa yang belum berstatus desa wisata juga memiliki potensi wisata berbasis alam.

Salah satu desa yang belum berstatus desa wisata namun memiliki potensi daya tarik wisata berbasis alam adalah Desa Adat Melayang, Desa Pejeng Kaja, Kabupaten Gianyar. Desa ini mulai mengembangkan potensi wisata berbasis alam yaitu air terjun yang diberi nama Melayang Waterfall. Pengembangan air terjun ini sudah dimulai pada tahun 2020. Pengembangan air terjun ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan desa dari sektor pariwisata. Namun meski sudah banyak upaya yang telah dilakukan oleh desa adat selaku pengelola daya tarik wisata air terjun seperti pembuatan jalan, pembuatan petunjuk arah, promosi di media sosial, dan penyediaan lahan parkir, sampai saat ini kunjungan wisatawan ke air terjun ini tidak kian meningkatkan, diperkirakan kurang lebih 12 sampai 20 wisatawan saja yang berkunjung dalam sehari. Maka dari perlu dilakukan penelitian terkait strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan untuk merumuskan strategi yang tepat agar daya tarik wisata ini nantinya mulai

dikenal, sehingga tingkat kunjungan mulai meningkat dan lingkungan di daya tarik wisata bisa tetap terjaga. Selain itu Melayang Waterfall juga belum ditetapkan sebagai daya tarik wisata yang berada di Kabupaten Gianyar, sehingga dengan adanya penelitian terkait strategi pengembangan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata alam yang berkelanjutan di Desa Pejeng Kaja, Kabupaten Gianyar ini diharapkan bisa menghasilkan sebuah kajian terkait analisis potensi yang akan bisa dijadikan dasar pengajuan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pariwisata

Undang - Undang Negara Indonesia No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 3 disampaikan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Umumnya pariwisata dapat didefinisikan sebagai suatu perjalanan sementara yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dan meninggalkan tempat asal dengan tujuan untuk menikmati kegiatan rekreasi.

2. Pariwisata Berkelanjutan

Menurut UNWTO pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang secara komprehensif mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan baik saat ini maupun dimasa mendatang. Sunarta & Arida, (2017) mengemukakan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah proses pembangunan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan sumber daya generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Terdapat empat aspek yang harus diperhatikan dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu aspek ekologi, aspek sosial, aspek budaya dan aspek ekonomi.

3. Daya Tarik Wisata

Undang - Undang Negara Indonesia No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

4. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan pariwisata merujuk pada langkah - langkah atau rencana yang diimpelentasikan untuk menggali dan memanfaatkan potensi pariwisata yang tersedia di suatu wilayah. Strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas, seimbang, dan dilakukan secara bertahap (Suwantoro, 1997).

5. Produk Pariwisata 4A

Menurut Cooper et al., (1997) dalam Suwena & Widyatmaja, (2017) disampaikan bahwa terdapat empat komponen utama yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dikenal dengan istilah 4A yaitu *attraction* (atraksi), *amenities* (fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas), dan *ancillary* (pelayanan tambahan).

METODOLOGI

Objek penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata alam yang berkelanjutan di Desa Pejeng Kaja, Kabupaten Gianyar. Pendekatan penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisis data secara kualitatif yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder melalui wawancara terstruktur yang didukung dengan hasil observasi, dokumentasi dan studi literatur (Sugiyono, 2015).

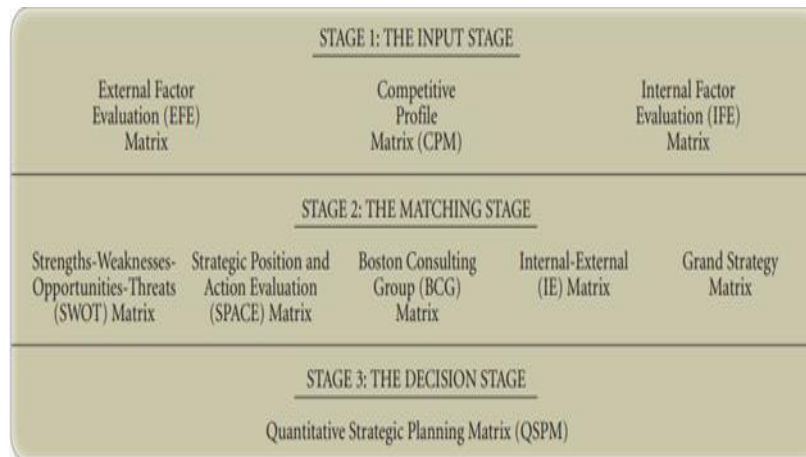
Penentuan informan dalam penelitian ini didasari oleh Permenparekraf No. 9 Tahun 2021 tentang pedoman pariwisata berkelanjutan yang mengemukakan terdapat lima lembaga yang berbeda yaitu akademisi, mitra usaha, masyarakat, pemerintah dan media (pentahelix). Maka dari itu penentuan informan menggunakan teknik probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Metode ini merupakan pengambilan sampel yang sengaja dilakukan berdasarkan persyaratan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Fauzy, 2019).

Table 1. Penentuan Informan Sumber: Olah Data Pribadi, 2024

Jenis	Nama Informan	Jabatan
Informan Kunci	Dewa Gede Agung Pastika	Ketua Relawan
	I Wayan Mustika	Anggota Relawan
Informan Pendukung	I Gusti Ngurah Susatia Putera, SS,M.Si	Kabid Destinasi Pariwisata Kab. Gianyar
	Dewa Gede Raka Mahendra, SS	Kasi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kab. Gianyar
	I Gede Gian Saputra S.Par.,M.Par	Dosen Universitas Udayana
	Saptono Nugroho, S.Sos.,M.Par	Dosen Universitas Udayana
	Dr I Wayan Mertha, SE.,M.Si	Dosen Politeknik Pariwisata Bali
	I Gede Andrew Kusuma	Owner Bali by Nature
	I Made Dwiki Darmawan	Owner Dwiki Bali Tour
	Tjok Istri Priti Mahendradevi	Presenter media TVRI Bali
	I Wayan Setiawan	Owner media Ubud.daily

Berdasarkan Tabel 1. Dijelaskan bahwa informan pada penelitian ini terdiri dari 11 informan. Informan kunci dalam penelitian ini adalah : Dewa Gede Agung Pastika selaku ketua relawan di Melayang Waterfall, dan I Wayan Mustika selaku anggota relawan di Melayang Waterfall. Sedangkan informan pendukung dalam penelitian ini adalah I Gusti Ngurah Susatia Putera, SS,M.Si selaku Kabid Destinasi Pariwisata Kab. Gianyar, Dewa Gede Raka Mahendra, SS selaku Kasi Pengembangan DTW di Kab. Gianyar, I Gede Gian Saputra S.Par.,M.Par selaku dosen Universitas Udayana, Saptono Nugroho, SS.Sos.,M.Par selaku dosen Universitas Udayana, Dr I Wayan Mertha, SE.,M.Si selaku dosen Politeknik Pariwisata Bali, I Gede Andrew Kusuma selaku pemilik Bali by Nature, I Made Dwiki Darmawan selaku pemilik Dwiki Bali Tour, Tjok Istri Priti Mahendradevi selaku presenter media TVRI Bali dan I Wayan Setiawan selaku pemilik media Ubud.daily.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT yang dikemukakan oleh David, (2011). Dalam analisis SWOT tersebut terdapat tiga tahapan dalam perumusan strategi alternatif sampai dengan prioritas strategi diantaranya: 1) Tahapan masukan menggunakan matrik IFE dan EFE, 2) Tahapan perumusan strategi menggunakan matrik SWOT dan 3) Tahapan perumusan strategi prioritas menggunakan matrik QSPM.



Gambar 1. Tahapan Perumusan Strategi Prioritas
Sumber : David, (2011)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Melayang Waterfall

Untuk mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata alam yang berkelanjutan perlu dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Melayang Waterfall, sehingga nantinya data dari identifikasi tersebut dapat digunakan dalam perumusan strategi pengembangan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata alam yang berkelanjutan. Adapun faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Melayang Waterfall dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal			
No.	Strength	No.	Weakness
W1	Memiliki atraksi air terjun yang tinggi	W1	Kurangnya fasilitas penunjang
W2	Terdapat Pura Beji di kawasan air terjun	W2	Belum memiliki akses informasi yang memadai
W3	Memiliki tebing yang tinggi	W3	Belum memiliki badan pengelola resmi
W4	Memiliki cerita dibalik air terjun	W4	Belum menetapkan tiket masuk
W5	Berlokasi di jalur strategis pariwisata	W5	Belum memiliki pendanaan yang cukup
W6	Sudah memiliki akses jalan yang memadai	W6	Kurangnya semangat masyarakat
W7	Memiliki lingkungan yang masih asri		
W8	Adanya SDM lokal yang berkecimpung di bidang pariwisata		
Faktor Eksternal			
No.	Opportunity	No.	Threat
O1	Adanya perkembangan teknologi dan media social	T1	Terdapat atraksi wisata sejenis di Kabupaten Gianyar
O2	Mendapatkan dukungan dari pemerintah	T2	Terjadi perubahan lingkungan fisik

O3	Terdapat rencana penambahan DTW di Kabupaten Gianyar	T3	Sampah alam ketika hujan
O4	Pengembangan DTW dengan konsep berkelanjutan menjadi program prioritas pemerintah		
O5	Adanya beberapa media yang meliput tentang DTW		
O6	Atraksi wisata air terjun masih digemari		
O7	Adanya <i>travel agent</i> yang tertarik dengan Melayang Waterfall		
O8	Adanya pihak swasta yang mau terlibat dalam upaya pengembangan		
O9	Adanya program pelatihan dan pendampingan dari pihak akademisi		
O10	Adanya peluang untuk membuka usaha baru bagi masyarakat lokal		
O11	Adanya banyak sarana akomodasi yang berlokasi dekat dengan Melayang Waterfall		

Sumber: Olah Data 2024

2. Penyusunan Strategi Menggunakan Analisis SWOT

a. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matrik EFE atau eksternal factor evaluation matrix merupakan matrik yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan audit faktor yang berasal dari luar perusahaan (David, 2011). Adapun faktor eksternal yang terdapat pada Melayang Waterfall yaitu peluang dan ancaman yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Analisis Matrik EFE

Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Adanya perkembangan teknologi dan media sosial	0,10	4	0,40
Mendapatkan dukungan dari pemerintah	0,08	3	0,24
Terdapat rencana penambahan DTW di Kabupaten Gianyar	0,08	3	0,24
Pengembangan DTW dengan konsep berkelanjutan menjadi program prioritas pemerintah	0,07	4	0,28
Adanya beberapa media yang meliput tentang daya tarik wisata	0,08	4	0,32
Atraksi wisata air terjun masih digemari	0,10	4	0,40
Adanya <i>travel agent</i> yang tertarik dengan Melayang Waterfall	0,07	3	0,21
Adanya pihak swasta yang mau terlibat dalam upaya pengembangan	0,07	3	0,21
Adanya program pelatihan dan pendampingan dari pihak akademisi	0,07	3	0,21
Adanya peluang untuk membuka usaha baru bagi masyarakat lokal	0,08	4	0,32
Adanya banyak sarana akomodasi yang berlokasi dekat dengan Melayang Waterfall	0,09	4	0,36
Ancaman			
Terdapat atraksi wisata sejenis di Kabupaten Gianyar	0,04	1	0,04
Terjadi perubahan lingkungan fisik	0,04	2	0,08
Sampah alam Ketika hujan	0,03	2	0,06
Total	1,00		3,37

Sumber: Olah Data 2024

b. *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matrik IFE atau Internal Factors Evaluation Matrik merupakan matrik yang dipergunakan oleh peneliti dalam melakukan audir faktor internal yang berasal dari dalam perusahaan, dalam hal ini yaitu Melayang Waterfall. Adapun beberapa faktor internal yang dimiliki oleh Melayang Waterfall dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Analisis Matrik IFE

Faktor Internal Kunci	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Memiliki atraksi air terjun yang tinggi	0,09	4	0,36
Terdapat Pura Beji di kawasan air terjun	0,08	4	0,32
Memiliki tebing yang tinggi	0,07	3	0,21
Memiliki cerita dibalik air terjun	0,10	4	0,40
Berlokasi di jalur strategis pariwisata	0,08	3	0,24
Sudah memiliki akses jalan yang memadai	0,07	3	0,21
Memiliki lingkungan yang masih asri	0,09	4	0,36
Adanya SDM lokal yang berkecimpung di bidang pariwisata	0,10	3	0,30
Kelemahan			
Kurangnya fasilitas penunjang	0,05	2	0,10
Belum memiliki akses informasi yang memadai	0,05	1	0,05
Belum memiliki badan pengelola resmi	0,05	2	0,10
Belum menetapkan tiker masuk	0,06	1	0,06
Belum memiliki pendanaan yang cukup	0,06	2	0,12
Kurangnya semangat masyarakat	0,05	1	0,05
Total	1,00		2,88

Sumber : Olah Data 2024

c. *Matrik SWOT*

Setelah melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal maka akan dilakukan tahap pencocokan pada matrik SWOT sehingga dalam tahapan ini dapat dihasilkan sebanyak empat jenis strategi yaitu S-O, W-O, S-T dan W-T. Adapun hasil analisis matrik SWOT dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Analisis Matrik SWOT

Internal	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
Eksternal	1. Memiliki atraksi air terjun yang tinggi.	1. Kurangnya fasilitas penunjang.
	2. Terdapat Pura Beji di kawasan air terjun.	2. Belum memiliki akses informasi yang memadai
	3. Memiliki tebing yang tinggi.	3. Belum memiliki badan pengelola resmi.
	4. Memiliki cerita dibalik air terjun.	4. Belum menetapkan tiker masuk.
	5. Berlokasi di jalur strategis pariwisata.	5. Belum memiliki pendanaan yang cukup.
	6. Sudah memiliki akses jalan yang memadai.	6. Kurangnya semangat masyarakat.
	7. Memiliki lingkungan yang masih asri.	
	8. Adanya SDM lokal yang berkecimpung di bidang pariwisata	
<i>Opportunity</i> (Peluang)	SO	WO

<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya perkembangan teknologi dan sosial media. 2. Mendapatkan dukungan dari pemerintah. 3. Terdapat rencana penambahan DTW di Kabupaten Gianyar. 4. Pengembangan DTW dengan konsep berkelanjutan menjadi program prioritas pemerintah. 5. adanya beberapa media yang meliput tentang DTW. 6. Atraksi wisata air terjun masih digemari. 7. Adanya <i>travel agent</i> yang tertarik dengan Melayang Waterfall. 8. Adanya pihak swasta yang mau terlibat dalam upaya pengembangan 9. Adanya program pelatihan dan pendampingan dari pihak akademisi. 10. Adanya peluang untuk membuka usaha baru bagi masyarakat lokal. 11. Adanya banyak sarana akomodasi yang berlokasi dekat dengan Melayang Waterfall. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial sebagai media promosi potensi wisata (S1, S2, S3, S4, S7, O1, O5, O6) 2. Bekerjasama dengan pengusaha bisnis pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan (S5, S6, S8, O8, O11) 3. Memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk menarik minat wisatawan terhadap DTW alam (S1,S3, S7, S8, O6, O7). 4. Memanfaatkan lokasi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (S5, S6, O3, O8, O10, O11) 5. Meningkatkan kemampuan sdm lokal dalam mengelola DTW melalui bekerjasama dengan pemangku kepentingan pariwisata yaitu pemerintah dan akademisi. (S8, O2, O4, O9). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengajak pihak pemangku kepentingan untuk bekerjasama dalam penyediaan fasilitas (W1, W5, O2, O8, O9, O11) 2. Meningkatkan akses informasi melalui kerjasama dengan pihak terkait (W2, W5, O1, O5, O7, O8, O9, O11). 3. Menjalin kerjasama dengan pihak akademisi dalam membuat pelatihan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak positif pariwisata serta pengetahuan terkait tata kelola pariwisata. (W3, W6, O9)
Threat (Ancaman)	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat atraksi wisata sejenis di Kabupaten Gianyar 2. Terjadi perubahan lingkungan fisik 3. Sampah alam ketika hujan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk bersaing dengan daya tarik wisata lainnya (S1, S2, S3, S4, S7, T1). 2. Membuat master plan agar tata guna lahan terstruktur (S2, S4, S7, T2). 3. Memaksimalkan sistem pengelolaan sampah dan pemeliharaan lingkungan dengan memanfaatkan SDM yang ada (S8, T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membentuk badan pengelola untuk meningkatkan kualitas pelayanan daya tarik wisata agar bisa bersaing dengan DTW sejenis (W3, W4, W1, W2, T1) 2. Merangkul dan memotivasi masyarakat agar mau berpartisipasi dalam pengelolaan untuk menjaga (W6,T2,T3)

Sumber : Olah Data 2024

Berdasarkan Tabel 5 disampaikan bahawa terdapat sebanyak 13 strategi alternatif yang dapat dirumuskan dari penyusunan matriks SWOT, dari ke 13 strategi tersebut dibagi menjadi empat jenis strategi diantaranya sebagai berikut :

- 1) Strategi SO (*Strength – Opportunity*)
 - a) Memanfaatkan Memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial sebagai media promosi potensi wisata (S1, S2, S3, S4, S7, O1, O5, O6)

- b) Bekerjasama dengan pengusaha bisnis pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan (S5, S6, S8, O8, O11)
 - c) Memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk menarik minat wisatawan terhadap DTW alam (S1, S3, S7, S8, O6, O7).
 - d) Memanfaatkan lokasi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (S5, S6, O3, O8, O10, O11)
 - e) Meningkatkan kemampuan sdm lokal dalam mengelola DTW melalui bekerjasama dengan pemangku kepentingan pariwisata yaitu pemerintah dan akademisi. (S8, O2, O4, O9).
- 2) Strategi WO (*Weakness - Opportunity*)
- a) Mengajak pihak pemangku kepentingan untuk bekerjasama dalam penyediaan fasilitas (W1, W5, O2, O8, O9, O11)
 - b) Meningkatkan akses informasi melalui kerjasama dengan pihak terkait (W2, W5, O1, O5, O7, O8, O9, O11).
 - c) Menjalin kerjasama dengan pihak akademisi dalam membuat pelatihan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak positif pariwisata serta pengetahuan terkait tata kelola pariwisata. (W3, W6, O9)
- 3) Strategi ST (*Strength - Threat*)
- a) Memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk bersaing dengan daya tarik wisata lain (S1, S2, S3, S4, S7, T1).
 - b) Membuat master plan agar tata guna lahan terstruktur (S2, S4, S7, T2).
 - c) Memaksimalkan sistem pengelolaan sampah dan pemeliharaan lingkungan dengan memanfaatkan SDM yang ada (S8, T3)
- 4) Strategi WT (*Weakness - Threat*)
- a) Membentuk badan pengelola untuk meningkatkan kualitas pelayanan daya tarik wisata agar bisa bersaing dengan DTW sejenis (W3, W4, W1, W2, T1)
 - b) Merangkul dan memotivasi masyarakat agar mau berpartisipasi dalam pengelolaan untuk menjaga (W6, T2, T3).

3. Analisis QSPM

Berdasarkan hasil penjumlahan bobot dari faktor internal dan juga eksternal pada setiap strategi alternatif yang dihasilkan pada tahap dua terdapat lima strategi alternatif yang memiliki nilai bobot paling tinggi dan memiliki pengaruh tinggi terhadap upaya pengembangan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata alam yang berkelanjutan, dari kelima strategi alternatif tersebut akan dianalisis menggunakan matrik QSPM untuk menentukan strategi mana yang berada pada urutan pertama untuk diterapkan oleh pihak pengelola, kelima strategi tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Alternatif Strategi

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi										
		Memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial sebagai media promosi potensi wisata (S1, S2, S3, S4, S7, O1, O5, O6)		Memanfaatkan lokasi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (S5, S6, O3, O8, O10, O11)		Menjalinkan kerjasama dengan pihak akademisi dalam membuat pelatihan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak positif pariwisata serta pengetahuan terkait tata kelola pariwisata. (W3, W6, O9)		Memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk bersaing dengan daya tarik wisata lainnya (S1, S2, S3, S4, S7, T1).		Membentuk badan pengelola untuk meningkatkan kualitas pelayanan daya tarik wisata agar bisa bersaing dengan DTW sejenis (W3, W4, W1, W2, T1)		
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	
Peluang												
1	Adanya perkembangan teknologi dan media sosial.	0,10	4	0,40	2	0,20	2	0,20	3	0,30	3	0,30
2	Mendapatkan dukungan dari pemerintah	0,08	1	0,08	2	0,16	3	0,24	2	0,16	3	0,24
3	Terdapat rencana penambahan DTW di Kabupaten Gianyar.	0,08	2	0,16	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16
4	Pegembangan DTW dengan konsep berkelanjutan menjadi program prioritas pemerintah	0,07	1	0,07	1	0,07	2	0,14	3	0,21	2	0,14
5	Adanya beberapa media yang meliput tentang DTW.	0,08	3	0,24	2	0,16	1	0,08	1	0,08	3	0,24
6	Atraksi wisata air terjun masih digemari	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30
7	Adanya travel agent yang tertarik dengan Melayang Waterfall	0,07	2	0,14	3	0,21	2	0,14	2	0,14	3	0,21
8	Adanya pihak swasta yang mau terlibat dalam upaya pengembangan	0,07	2	0,14	1	0,07	3	0,21	2	0,14	3	0,21
9	Adanya program pelatihan dan pendampingan dari pihak akademisi.	0,07	3	0,21	2	0,14	4	0,28	3	0,21	3	0,21
19	Adanya peluang untuk membuka usaha baru bagi masyarakat lokal.	0,08	3	0,24	4	0,32	4	0,32	3	0,24	4	0,32
11	Adanya banyak sarana akomodasi yang berlokasi dekat dengan Melayang Waterfall.	0,09	2	0,18	3	0,27	3	0,27	2	0,18	2	0,18
Ancaman												
1	Terdapat atraksi wisata sejenis di Kabupaten Gianyar.	0,04	2	0,08	2	0,08	2	0,08	4	0,16	3	0,12
2	Terjadi perubahan lingkungan fisik.	0,04	1	0,04	1	0,04	4	0,16	3	0,12	3	0,12
3	Sampah alam ketika hujan.	0,03	1	0,03	1	0,03	4	0,12	2	0,06	2	0,06
Total		1,00										
Kekuatan												
1	Memiliki atraksi air terjun yang tinggi.	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27	4	0,36	2	0,18
2	Terdapat Pura Beji di kawasan air terjun.	0,08	3	0,24	1	0,08	2	0,16	3	0,24	3	0,24
3	Memiliki tebing yang tinggi.	0,07	3	0,21	2	0,14	2	0,14	3	0,21	2	0,14
4	Memiliki cerita dibalik air terjun.	0,10	4	0,4	3	0,3	2	0,2	3	0,3	2	0,2
5	Berlokasi di jalur strategis pariwisata.	0,08	3	0,24	4	0,32	2	0,16	3	0,24	2	0,16
6	Sudah memiliki akses jalan yang memadai.	0,07	3	0,21	4	0,28	3	0,21	3	0,21	3	0,21
7	Memiliki lingkungan yang masih asri.	0,09	4	0,36	2	0,18	4	0,36	3	0,27	4	0,36
8	Adanya SDM lokal yang berkecimpung di bidang pariwisata.	0,10	2	0,20	2	0,20	4	0,40	2	0,20	3	0,30
Kelemahan												
1	Kurangnya fasilitas penunjang.	0,05	1	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05	4	0,20
2	Belum memiliki akses informasi yang memadai.	0,05	4	0,20	1	0,05	4	0,20	1	0,05	3	0,15
3	Belum memiliki badan pengelola resmi.	0,05	1	0,05	1	0,05	4	0,20	1	0,05	4	0,20
4	Belum menetapkan tiket masuk.	0,06	1	0,06	2	0,12	4	0,24	1	0,06	3	0,18
5	Belum memiliki pendanaan yang cukup.	0,06	1	0,06	1	0,06	3	0,18	3	0,18	2	0,12
6	Kurangnya semangat masyarakat	0,05	1	0,05	2	0,10	4	0,20	1	0,05	3	0,15
Total		1,00										
STAS			5,01		4,49		5,85		5,01		5,60	

Berdasarkan dari hasil analisis QSPM yang telah dipaparkan pada tabel diatas, maka urutan strategi prioritas akan ditetapkan berdasarkan nilai STAS (Sum Total Attractiveness Score) yang didapatkan dari hasil penjumlahan nilai TAS (Total Attractiveness Score) dari setiap strategi alternatif tersebut. Adapun urutan prioritas strategi alternatif yang dapat diimplementasikan oleh pihak pengelola adalah sebagai berikut:

1. Menjalin Kerjasama dengan pihak akademisi dalam membuat pelatihan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak positif pariwisata serta pengetahuan terkait tata kelola pariwisata. (W3, W6, O9)
2. Membentuk badan pengelola untuk meningkatkan kualitas pelayanan daya tarik wisata agar bisa bersaing dengan DTW sejenis (W3, W4, W1, W2, T1).
3. Memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk bersaing dengan daya tarik wisata lainnya (S1, S2, S3, S4, S7, T1)
4. Memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial sebagai media promosi potensi wisata (S1, S2, S3, S4, S7, O1, O5, O6)
5. Memanfaatkan lokasi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (S5, S6, O3, O8, O10, O11)

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian “Strategi Pengembangan Melayang Waterfall Sebagai Daya Tarik Wisata Alam Yang Berkelanjutan Di Desa Pejeng Kaja, Kabupaten Gianyar” dapat disimpulkan dengan uraian sebagai berikut:.

1. Kondisi internal yang dimiliki oleh Melayang Waterfall menyangkut faktor kekuatan sebanyak delapan buah dan faktor kelemahan sebanyak enam buah faktor, kemudian pada kondisi eksternal terdapat sebanyak 11 buah faktor peluang dan tiga buah faktor ancaman. Faktor – faktor kunci dari kekuatan yang dimiliki oleh Melayang Waterfall cukup mendukung dalam upaya pengembangan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata alam yang berkelanjutan. Namun disisi lain, terdapat juga faktor kelemahan yang dimiliki oleh Melayang Waterfall yang masih perlu untuk dibenahi seperti prasarana yang masih belum memadai, aktivitas promosi yang masih kurang sampai dengan belum adanya badan pengelola yang resmi. Disamping itu dari segi eksternal terdapat faktor peluang yang terlihat sangat dapat mendukung jika Melayang Waterfall ini dikembangkan sebagai sebuah daya tarik wisata yang berkelanjutan, seperti pengembangan pariwisata berkelanjutan yang saat ini menjadi program prioritas pemerintah Kabupaten Gianyar. Meski adanya kekuatan dan juga peluang tersebut, masih terdapat beberapa ancaman juga yang perlu dipertimbangkan dan dihindari dalam mengambil sebuah keputusan atau menerapkan strategi sehingga dapat mempersiapkan langkah antisipasi dengan baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian terkait strategi pengembangan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata alam yang berkelanjutan tersebut didapatkan hasil bahwa sebagian besar strategi yang dihasilkan berfokus pada bagaimana Melayang Waterfall bisa memanfaatkan kekuatan yang

dimiliki untuk menangkap peluang yang ada. Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan pada tahap kedua terdapat sebanyak 13 strategi alternatif yang dihasilkan, dari ke 13 strategi tersebut diantaranya terdiri dari lima strategi SO, lalu terdapat tiga strategi WO, kemudian strategi ST dihasilkan sebanyak tiga buah dan strategi WT dihasilkan sebanyak dua buah.

3. Dalam perumusan strategi prioritas menggunakan matrik QSPM memanfaatkan strategi yang dihasilkan dari matrik SWOT, namun dari ke 13 strategi yang dihasilkan tersebut hanya terpilih sebanyak lima strategi saja. Lima strategi tersebut merupakan strategi yang memiliki total bobot tertinggi dari penjumlahan bobot dari setiap faktor yang terkandung didalamnya, diantaranya adalah dua strategi SO, dan satu dari strategi ST, WO dan WT. Dari hasil analisis QSPM yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa prioritas strategi yang diprioritaskan sebagian besar mengenai tata kelola pariwisata, strategi prioritas yang berada di urutan pertama merupakan strategi WO yaitu menjalin kerjasama dengan pihak akademisi untuk mengadakan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait dampak positif pariwisata hal ini sangat sesuai dengan kebutuhan pada kondisi dilapangan, yaitu pihak relawan menyatakan bahwa semangat masyarakat dalam mengembangkan Melayang Waterfall semakin lama semakin menurun. Selain itu strategi yang berada pada urutan kedua juga terkait tentang tata kelola yaitu membentuk badan pengelola, hal ini sesuai dengan kondisi eksisting yang dimiliki bahwa saat ini Melayang Waterfall belum memiliki badan pengelola resmi.

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk pihak pengelola Melayang Waterfall yang mana saat ini masih merupakan masyarakat yang bersedia menjadi relawan serta pengurus desa adat dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis potensi yang telah dilakukan, Melayang Waterfall memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan sebagai produk wisata, salah satunya yaitu ketersediaan Pura Beji di kawasan air terjun dan cerita yang dimiliki oleh Melayang Waterfall. Maka dari itu sebaiknya pihak pengelola memanfaatkan potensi tersebut menjadi sebuah produk seperti aktivitas paket wisata adventure ke air terjun yang dikombinasikan dengan wisata budaya pembersihan diri di Pura Beji dikemas dengan story telling dari cerita yang dimiliki tersebut, sehingga produk tersebut bisa menjadi keunggulan dalam bersaing dengan daya tarik wisata sejenis yang berada di kawasan Kabupaten Gianyar.
2. Dalam mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh Melayang Waterfall, seperti menurunnya semangat masyarakat, kurangnya sumber dana sebaiknya pihak pengelola memberikan pemahaman kepada masyarakat melalui pelatihan terkait tata kelola pariwisata serta dampak positif pariwisata, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara

- membangun kerjasama dengan pihak akademisi karena pihak akademisi memiliki kompetensi di bidang tersebut.
3. Lalu melihat banyaknya peluang yang dimiliki oleh Melayang Waterfall jika dikembangkan sebagai sebuah daya tarik wisata alam yang berkelanjutan maka pihak pengelola dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk memaksimalkan sumber daya atau potensi - potensi dari faktor kekuatan yang dimiliki untuk bisa mencapai keberhasilan pengembangan Melayang Waterfall sebagai daya tarik wisata. Salah satu contohnya yaitu memanfaatkan perkembangan media sosial saat ini untuk mempromosikan sumber daya yang dimiliki seperti atraksi air terjun yang tinggi, suasana alamnya yang asri sampai dengan menceritakan cerita dibalik air terjun tersebut.
 4. Selanjutnya dalam menghindari ancaman dari dampak negatif dari kegiatan pariwisata seperti tata guna lahan, dan perubahan lingkungan fisik sebaiknya pihak pengelola membuat rencana tata kelola pariwisata yang terstruktur agar dalam pengembangannya nanti sektor pariwisata tersebut tidak memberikan dampak negatif bagi lingkungan disekitar Melayang Waterfall, selain itu masterplan tersebut juga dapat memberikan gambaran yang jelas terkait pengembangan pariwisata yang akan dilakukan sehingga nantinya Melayang Waterfall ini mampu bersaing dengan daya tarik wisata sejenis yang berada di kawasan Kabupaten Gianyar.
 5. Mengenai prioritas strategi yang harus diterapkan, dari jumlah total 13 buah strategi alternatif yang telah dihasilkan dalam analisis tahap dua maka pihak pengelola dapat mengimplementasikan keseluruhan strategi tersebut apabila sumber daya yang dimiliki dirasa mumpuni untuk penerapan strategi tersebut. Namun apabila sumber daya yang dimiliki dirasa terbatas maka dari ke 13 strategi tersebut terdapat hanya lima strategi saja yang masuk kedalam strategi prioritas, maka dari itu sebaiknya dengan mempertimbangkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Melayang Waterfall seperti keadaan SDM yang rasa semangatnya masih rendah maka strategi prioritas yang dapat direkomendasikan oleh penulis untuk diterapkan adalah membangun kerjasama dengan pihak akademisi untuk mengadakan pelatihan serta pendampingan terkait dampak positif pariwisata serta tata kelola pariwisata sehingga mampu membantu peningkatan kualitas SDM di sekitar Melayang Waterfall.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini dilakukan sampai dengan perumusan strategi alternatif dengan menggunakan analisis SWOT dan perumusan strategi prioritas menggunakan analisis QSPM dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat analisis lain yang dapat membantu perumusan strategi prioritas yang lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pembimbing pertama saya Anom Hery Suasapha, S.St.Par., M.Par dan pembimbing kedua saya D. A. N. Aridayanti, S.Tr.Par., M.Par yang telah senantiasa membimbing dan memberikan masukan selama

pengerjaan penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih kepada keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan penuh dalam penyusunan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Maulana. 2022. Pasca Pandemi, Era Baru Pariwisata Telah Lahir. <https://www.unpad.ac.id/2022/09/pasca-pandemi-era-baru-pariwisata-telah-lahir/>. Diakses 17 Januari 2023.
- Bisnis Bali. 2022. Desa Melayang Hadirkan Daya Tarik Wisata Air Terjun. <http://bisnisbali.com/desa-melayang-hadirkan-daya-tarik-wisata-air-terjun/>. Diakses 20 Juni 2022.
- Bayu, D. (2022). APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesiatembus-210-juta-pada-2022>
- Citta Maya. 2022. Dialog Merah Putih : Bali Era Baru Fokus Ke Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan. <https://www.balipost.com/news/2022/06/03/272190/Bali-Era-BaruFokus-ke-Pariwisata..html>. Diakses 17 Januari 2023.
- Darmawan, K. K., & Rahmawati, P. I. (2022). Pengembangan Potensi Wisata Alam Desa Cau Belayu. 5.
- Hapsoro, N. A., & Destiana, A. (2020). Perkembangan Pembangunan Berkelanjutan Dilihat Dari Aspek Sosial. *Academia, Education*.
- Oktaviantari, N. P. E., Damiati, & Suriani, N. M. (2019). Potensi Wisata Alam Air Terjun Kuning Sebagai Daya Tarik Wisata Alam Di Kawasan Desa Taman Bali, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli. *Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*.
- Pamularsih, T. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Desa Abangsongan, Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan, VOL.5*.
- Sri Widari, D. A. D. (2020). Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata, 1(1)*, 1-11. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i1.12>
- Wesnawa, I. G. A. (2022). Pengembangan Pariwisata Perdesaan Bali: Integrasi Potensi, Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 11(1)*, 149-160. <https://doi.org/10.23887/jish.v11i1.44184>

- Fauzy, Prof. A. S. S. Si. ,Ph. D. (2019). Metode Sampling. Universitas Terbuka. www.ut.ac.id.
- Freddy Rangkuti. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- R. David, F. (2011). Strategic Management (S. Yagan, Ed.).
- Sudiantini, D. D. S. Pd. M. P. (2022). MANAJEMEN STRATEGI.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.
- Sunarta, N., & Arida, S. (2017). Pariwisata Berkelanjutan. Cakra Press.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Pustaka Larasan.
- Suwantoro, G. (1997). Dasar-dasar Pariwisata. PT. Rineka Cipta.