



# UNIVERSITAS DHYANA PURA (UNDHIRA – BALI)

SK MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011

*Perguruan Tinggi Teladan dan Unggulan*

## **SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI**

No. 065a/ST-Bimb.Skripsi/UNDHIRA-S1-FEBH-MANAJEMEN/III/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, pada semester Genap 2022/2023 menugaskan :

**Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., MMA, MA**

Sebagai **Pembimbing I** pada Skripsi Mahasiswa :

Nama : Dedi Iskandar  
NIM : 19110101064  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Bisnis Pariwisata  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Desa Tanjung Boleng Sebagai Desa Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Bimbingan dilakukan minimal 8 (delapan) kali dan mahasiswa dapat diijinkan mendaftar Ujian Skripsi apabila telah mendapat persetujuan dari Pembimbing.
- Segala biaya yang timbul akibat penetapan surat tugas ini dibebankan pada anggaran Universitas Dhyana Pura Tahun Akademik 2022/2023.
- Apabila terjadi kekeliruan dalam penetapan surat tugas ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Surat Tugas ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan 30 Juni 2023

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Badung, 3 Maret 2023  
Program Studi Manajemen



**Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M**  
Ketua

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TANJUNG**  
**BOLENG KABUPATEN MANGGARAI BARAT, NUSA TENGGARA**  
**TIMUR**



**DEDI ISKANDAR**  
**NIM: 19110101064**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS, PARIWISATA, PENDIDIKAN DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS DHYANA PURA**  
**BADUNG**  
**2023**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TANJUNG**  
**BOLENG KABUPATEN MANGGARAI BARAT, NUSA TENGGARA**  
**TIMUR**

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Pada Program Studi Manajemen, Peminatan Manajemen Bisnis Pariwisata  
Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

**DEDI ISKANDAR**  
**Nim: 19110101064**

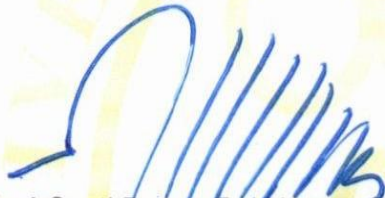
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS, PARIWISATA, PENDIDIKAN DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS DHYANA PURA**  
**BADUNG**  
**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL: 18 AGUSTUS 2023

Pembimbing I



(Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA, MA)

NIP: 214500006

Pembimbing II



(Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M.Si)

NIP: 01747913

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora

Universitas Dhyana Pura



(Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M)

NIP: 01498612

**SKRIPSI INI TELAH DIUJI PADA**

Tanggal : 31 Juli 2023

Panitia Penguji Skripsi Berdasarkan SK Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

No:2//SKRIPSI/UNDHIRA-FEH-MANAJEMEN/VII/2023

Tanggal 26 Juli 2023

Ketua/Penguji I	: I Gede Agus Mertayasa, S.E., M.M
Sekretaris/Pendamping	: Dr. Dermawan Waruwu, S. Th., M. Si
Anggota/Penguji II	: Putu Chris Susantu, BA., MBA., MEd

## Persetujuan Publikasi Skripsi untuk Kepentingan Akademis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dedi Iskandar  
NIM : 19110101064  
Fakultas : Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen  
Peminatan : Bisnis Pariwisata

Demi mengembangkan Ilmu Pengetahuan, menyetujui bahwa karya ilmiah/skripsi saya yang berjudul "Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur", beserta dengan perangkat yang diperlukan (bila ada) untuk disimpan, dipublikasikan dan atau diperbanyak dalam bentuk apapun oleh Universitas Dhyana Pura bagi keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Dibuat di : Badung  
Pada tanggal : 16 Agustus 2023

Yang menyatakan



Dedi Iskandar

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Dedi Iskandar  
NIM : 19110101064  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) ini bebas dari plagiat dan merupakan karya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiat dalam karya ilmiah Skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Mendiknas Republik Indonesia No. 17 Tahun 2010 dan peraturan yang berlaku di Universitas Dhyana Pura.

Badung, 16 Agustus 2023



Dedi Iskandar

NIM: 19110101064

## PRAKATA

Puji syukur yang sedalam dalamnya penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur**”, skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomika dan Humaniora program studi S1 Manajemen Bisnis Pariwisata Universitas Dhyana Pura. Selama masa perkuliahan, penulis banyak mendapatkan dorongan dan bantuan bimbingan dan arahan serta fasilitas dari berbagai pihak, maka kesempatan ini penulis dengan segala ketulusan hati mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., MMA., M.A. selaku Rektor Universitas Dhyana Pura dan sekaligus Pembimbing I yang telah memberikan masukan dan saran dalam pembuatan skripsi.
2. Dr. Ni Made Diana Efriani, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Riset dan Inovasi Universitas Dhyana Pura.
3. Dr. I Made Elia Cahaya, S.H., S.Pd., M .pd. selaku Wakil Rektor Bidang Keuangan, Administrasi Umum dan SDM Universitas Dhyana Pura.
4. Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, SE, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan Pemasaran Universitas Dhyana Pura.
5. Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, S.E., M.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura.
6. Ibu Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora Universitas Dhyana Pura.
7. Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M. Si Selaku Pembimbing II Akademik yang selalu memberikan masukan, saran, dan motivasi dalam pembuatan skripsi
8. Putu Chris Susantu, BA., MBA., MEd selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa membimbing penulis dari awal perkuliahan hingga selesai.
9. Bapak/Ibu dosen dan seluruh Staf di lingkungan Universitas Dhyana Pura Bali, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan membantu dalam perkuliahan.



10. Kepada Bapak Sahrudin sebagai Kepala Desa Tanjung Boleng, staf pemerintah Desa Tanjung Boleng, BPD Desa Tanjung Boleng dan seluruh masyarakat Desa Tanjung Boleng yang telah banyak membantu dalam penelitian ini.
11. Keluarga: Kepada orang tua dan saudara-saudari di kampung yang sudah memberikan kasih sayang, doa, semangat serta dukungan moral dan material selama saya berada di bangku perkuliahan
12. Kepada teman-teman MBP angkatan 2019 yang banyak membantu menyelesaikan skripsi ini yang telah memberikan semangat dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kiranya Tuhan Yang Maha Esa memberkati Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Badung, 12 Juli 2023



Dedi Iskandar

## DAFTAR ISI

JUDUL	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN .....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	IV
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	V
PRAKATA.....	VI
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	9
2.1.2 Strategi .....	11
2.1.5 Pengertian Daya Tarik Wisata .....	14
2.1.6 Jenis Usaha Pariwisata .....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	17
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
3.1 Lokasi dan objek penelitian .....	22
3.2.1 Identifikasi Variabel .....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1 Jenis Data .....	27
3.4 Metode Penentuan sampel.....	27
3.5 Metode Pengumpulan data .....	28
3.6 Teknik Analisis .....	30
3.6.1 Teknik Analisis SWOT .....	30
3.6.2 Tahap Analisis IFAS dan EFAS .....	30
3.6.3 Analisis IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	30

3.6.4	Analisis EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ).....	31
3.6.5	Matriks SWOT .....	35
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN DAN HASIL .....</b>	<b>37</b>
4.1	Gambaran Umum Pengelolaan Desa Wisata Tanjung Boleng.....	37
4.1.1	Sejarah Singkat Desa Tanjung Boleng.....	37
4.1.2	Struktur Organisasi Desa Tanjung Boleng .....	38
4.2	Pembahasan dan Hasil .....	39
4.2.1	Lingkungan Internal.....	39
4.2.2	Lingkungan Eksternal .....	41
4.3	Matriks Internal dan Eksternal.....	42
4.3.1	Kekuatan dan Kelemahan Desa Wisata Tanjung Boleng.....	43
4.3.2	Peluang dan Ancaman Pada Desa Wisata Tanjung Boleng .....	44
4.3.3	Pemberian Bobot Faktor Internal .....	45
4.3.4	IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	46
4.3.5	EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ) .....	47
4.3.6	Matrix Internal Eksternal (IE) .....	48
4.4	Matriks SWOT .....	49
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
5.1	Kesimpulan .....	59
5.2	Saran.....	60
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>No Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2020.....	3
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Manggarai Barat Tahun 2016-2020 .....	4
Tabel 1.3	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng Periode 2018 Sampai 2020.....	7
Tabel 3.1	Variabel Faktor Internal.....	27
Tabel 3.2	Variabel Faktor Eksternal .....	28
Tabel 4.1	Indikator Internal Desa Wisata Tanjung Boleng.....	53
Tabel 4.2	Indikator Eksternal Desa Wisata Tanjung Boleng .....	55
Tabel 4.3	Pembobotan Faktor Internal Pada Desa Wisata Tanjung Boleng .....	56
Tabel 4.4	Pembobotan Faktor Eksternal pada Desa Wisata Tanjung Boleng .....	56
Tabel 4.5	Perhitungan IFAS Desa Wisata Tanjung Boleng .....	57
Tabel 4.6	Perhitungan EFAS Desa Wisata Tanjung Boleng .....	58
Tabel 4.7	Perhitungan Internal Eksternal (IE) .....	59
Tabel 4.8	Analisis SWOT Desa Wisata Tanjung Boleng.....	61

## Daftar Gambar

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
4.1	Desa Wisata Tanjung Boleng .....	39
4.2	Goa Rangko .....	41
4.3	Pantai Desa Tanjung Boleng .....	41
4.4	Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng .....	42
4.5	Perahu Lokal Warga Desa Tanjung Boleng .....	42
4.6	Kantin Warga Lokal Desa Tanjung Boleng.....	43
4.7	Toilet Desa Wisata Tanjung Boleng .....	43
4.8	Giude Lokal Desa Wisata Tanjung Boleng.....	44
4.9	Loket Desa Wisata Tanjung Boleng .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Nama Lampiran</b>
Lampiran 1	Kuesioner Pembobotan
Lampiran 2	Kuesioner Penilaian
Lampiran 3	Bobot Internal dan Eksternal
Lampiran 4	Hasil Tebulasi Penilaian Internal
Lampiran 5	Hasil Tabulasi Penilaian Eksternal
Lampiran 6	Surat Izin Penelitian
Lampran 7	Kartu Bimbingan

## ABSTRACT

Village tourism is growing significantly nowadays. This is due to the shift from mass tourism to alternative tourism, where village tourism is one type of alternative tourism. However, the significant growth of tourist villages still faces obstacles. The problem is development. One of the tourist villages facing development constraints is Tanjung Boleng Tourism Village, West Manggarai Regency, East Nusa Tenggara Province. The main objective of this research is to explore development strategies that can be applied to Tanjung Boleng Tourism Village. Data collection was carried out through surveys and interviews with competent tourism village managers in the field of tourism. Data analysis techniques in this study were descriptive and analyzed development strategies using the SWOT approach. Based on the internal-external matrix, the position of the Tanjung Boleng tourism object is in a growth position.

Keywords: SWOT, Tanjung Boleng, Development Strategy, and Tourism Village

## **ABSTRAK**

Desa wisata berkembang secara signifikan saat ini. Hal ini terjadi karena peralihan wisata massal menjadi wisata alternatif, dimana desa wisata merupakan salah satu jenis wisata alternatif. Namun pertumbuhan desa wisata yang signifikan masih menghadapi kendala. Masalahnya adalah tentang Pengembangan. Merupakan Salah satu desa wisata yang menghadapi kendala pengembangan adalah Desa Wisata Tanjung Boleng, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mendalami strategi pengembangan yang dapat diterapkan di Desa Wisata Tanjung Boleng. Pengumpulan data dilakukan melalui Survei dan wawancara dengan pengelola desawisata yang berkompeten di bidang Pariwisata. Teknik analisis data dalam penelitian ini secara deskriptif dan dianalisis strategi pengembangan dengan menggunakan pendekatan SWOT. Berdasarkan internal – eksternal matriks, maka pada posisi obyek wisata Tanjung Boleng berada pada posisi pertumbuhan.

Kata kunci: SWOT, Tanjung Boleng, Strategi Pengembangan dan Desa wisata



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), beribukotakan Kupang dan berada di selatan khatulistiwa pada posisi 8°-118° lintang selatan dan 118°-125° Bujur Timur. Provinsi NTT memiliki kurang lebih 550 pulau, dan tiga pulau utamanya yaitu Pulau Sumba, Pulau Timor Barat, dan Pulau Flores. Modal dasar dalam pengembangan industri pariwisata di Nusa Tenggara Timur adalah kekayaan alam dan budayanya. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah melakukan pengelompokan (*clustering*), pada beberapa daerah wisata yang harus menjadi daerah awal dalam mengembangkan pariwisata di Nusa Tenggara Timur (Daeng 2021).

Meskipun sudah ditetapkan sebagai wisata unggulan baru di tahun 2007, namun jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi NTT masih sangat rendah, karena diakibatkan menghambatnya pengetahuan sosial media, dukungan dari pemerintah, akses jalan ke objek-objek wisata kurang memadai dan kurangnya promosi mengenai objek wisata tersebut oleh masyarakat lokal dan pemerintah (Daeng, 2021). Hal ini bisa dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan mancanegara mulai tahun 2016-2019 yang jumlahnya setiap tahun selalu ada perubahan di bawah ini merupakan tabel kunjungan wisatawan yang datang di Provinsi Nusa Tenggara Timur dalam lima tahun terakhir.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Nusa Tenggara Timur**  
**Tahun 2020**

TAHUN	WISATA DOMESTIK	WISATA INTERNASIONAL	TOTAL	Peningkatan (Orang)
2015	595.680	168.950	764.630	-
2016	566.550	201.345	767.895	3.265
2017	578.765	376.532	955.297	187.402
2018	582.681	391.281	973.962	18.665
2019	980.096	327.428	1.307.524	333.562
2020	450.000	200.170	650.170	- 675.354

Sumber: Dinas kebudayaan dan pariwisata NTT Tahun 2021.

Tercatat tingkat kunjungan wisatawan pada tahun 2015 dan Pada 2016 tingkat kunjungan sangat rendah 3.265 untuk kunjungan wisatawan ke Provinsi NTT, karena belum adanya promosi atau pengenalan objek wisata oleh pemerintah Provinsi NTT ataupun oleh masyarakat setempat. Namun pada tahun 2017 tingkat Kunjungan naik 187.402 dan 2018 tingkat kunjungan wisatawan mengalami kenaikan 18.665 Pada Tahun 2019 Tingkat Kunjungan Wisatawan mengala kenaikan yang cukup signifikan 333.562 karena berkembangannya sosial media, sehingga masyarakat dan pemerintah setempat rajin mempromosikan objek- objek wisata yang ada di NTT, Jumlah wisatawan terus meningkat 4 tahun itu namun saat pandemi Covid-19 terjadi dan mulai merebak di NTT menyebabkan total jumlah kunjungan wisatawan ke NTT turun yaitu 650.170 orang pada 2020. Secara resmi, pemerintah telah mengimbau masyarakat untuk mengurangi kegiatan di luar ruangan untuk mengurangi penyebaran Covid-19 di Indonesia. Himbauan tersebut ditujukan untuk masyarakat agar kegiatan seperti belajar, bekerja dan beribadah harus dilakukan di rumah (Waruwu, 2020).

Desa Wisata memiliki tujuan dalam menjadikan Desa Wisata sebuah destinasi pariwisata dengan cara memadukan daya tarik wisata alam dan budaya,

layanan fasilitas umum pariwisata, serta aksesibilitas yang memadai dengan tata cara dan tradisi kehidupan masyarakat desa.

Perkembangan Desa wisata Provinsi NTT sangat bagus, hal ini dibuktikan dengan adanya RPJM (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) saat kepemimpinan Frans Lebu Raya selaku mantan Gubernur NTT pada tahun 2013 dan 2014. Sudah ditargetkan bahwa ada 273 desa wisata baru hingga tahun 2018 di Provinsi Nusa Tenggara Timur (Asriwawanto 2021).

Selain Wisata Alam dan Budaya, Manggarai Barat juga mempunyai beberapa potensi desa yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisata bagi para wisatawan dimana tidak hanya keindahan alam yang dapat dinikmati tetapi juga suasana pedesaan yang ada di sekitar Manggarai Barat yang masih kental dengan budayanya dan ini salah satu nilai tambah tersendiri, tabel 1.2 kunjungan wisatawan domestik dan manca negara yang datang dalam lima tahun terakhir di Kabupaten Manggarai Barat

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Manggarai Barat**  
**Tahun 2016-2020**

Tahun	Wisata Domestik	Wisata Internasional	Total	Peningkatan (Orang)
2016	15.885	35.372	51.257	-
2017	29.377	44.335	73.712	22.455
2018	45.148	48.601	93.749	20.037
2019	48.735	50.240	98.975	5.226
2020	26.072	18.350	44.422	-54.553

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai Barat Tahun 2021.

Dilihat dari Tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa, tingkat kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dan penurunan di setiap tahunnya. Pada tahun tahun 2017 mengalami peningkatan 22.455, 2018 mengalami peningkatan kunjungan wisatawan 20.037, Pada tahun 2019 mengalami peningkatan kunjungan

wisatawan 5.226 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan -54.553 dan penurunan ini diakibatkan oleh Covid-19. Dimana situasi ini sangat merugikan pariwisata yang ada di Labuan bajo khususnya dan pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Manggarai Barat umumnya. Salah satu Desa yang menjadi Desa Wisata di Kabupaten Manggarai Barat adalah Desa Tanjung Boleng.

Desa Tanjung Boleng salah satu desa yang dijadikan sebagai desa wisata, hal ini dibuktikan melalui Surat dari Bupati Manggarai Barat Nomor: 27 / KEP/ HK/ 2020 tentang penetapan desa wisata di Kabupaten Manggarai Barat. Pernyataan tersebut mengidentifikasi bahwa perkembangan jumlah desa wisata di Provinsi Nusa Tenggara Timur mengalami peningkatan terus menerus setiap tahun seiring berjalannya waktu (Asriwawanto 2022)

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng**  
**Periode 2018 Sampai 2020**

NO	Bulan	2018	2019	2020
1	Januari	52	406	300
2	Febuari	64	213	213
3	Maret	172	185	200
4	April	392	725	167
5	Mei	453	870	100
6	Juni	480	1.034	23
7	Juli	655	1.551	19
8	Agustus	1.003	1.582	-
9	September	1.038	1.852	-
10	Oktober	759	1.441	-
11	November	590	1.464	-
12	Desember	418	2.300	-
Total		6.068	13.623	1.022

Sumber: Dinas pariwisata dan kebudayaan Manggarai Barat 2021

Kunjungan wisatawan ke Kabupaten Manggarai Barat khususnya Desa Wisata Tanjung Boleng akhir tahun 2018 mengalami penurunan hal itu curah hujan yang cukup tinggi hingga awal 2019 kemudian akhir tahun 2019 mengalami peningkatan disebabkan libur Natal dan Tahun Baru serta cuaca yang stabil serta dijadikan tolak ukur kinerja yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Badan Ekonomi Kreatif Kabupaten Manggarai Barat dalam hal strategi untuk mengembangkan Desa wisata.

Pada Tahun 2020 Kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng menurun drastis hal ini dikarenakan adanya Covid-19, bulan Agustus sampai bulan Desember Destinasi yang ada di Desa Tanjung Boleng ditutup, hal ini dikarenakan untuk mengurangi penyebaran Covid-19.

Berdasarkan uraian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Desa Tanjung Boleng Sebagai Desa Wisata dalam meningkatkan kunjungan di Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Desa Tanjung Boleng salah satu desa yang dijadikan sebagai desa wisata, hal ini dibuktikan melalui Surat dari Bupati Manggarai Barat Nomor: 27 / KEP/ HK/ 2020 tentang penetapan desa wisata di Kabupaten Manggarai Barat. Pernyataan tersebut mengidentifikasi bahwa perkembangan jumlah desa wisata di Provinsi Nusa Tenggara Timur mengalami peningkatan terus menerus setiap tahun seiring berjalannya waktu. ( Daeng, 2021 )

Desa Tanjung Boleng salah satu Desa Wisata yang berada di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, yang mempunyai potensi wisata alam dan budaya yang beragam. jarak dari pusat kota

menuju Desa Tanjung Boleng 25 Km dengan jarak tempuh menggunakan kendaraan roda 2 dan roda 4 sekitar 45 menit.

Desa Tanjung Boleng sebagian besar masyarakatnya adalah petani dan nelayan dan juga Desa Tanjung Boleng memiliki wisata buatan yaitu Wae Bobok yang terletak di puncak gunung Desa Tanjung Boleng dan Goa Rangko yang terletak di Bukit Tanjung Boleng dekat Kampung Rangko. Desa Wisata Tanjung Boleng sangat strategis karena terletak dipinggir Jalan Trans Flores dan tidak jauh dari pusat kota Labuan Bajo, akses menuju Desa Tanjung Boleng sangatlah mudah bagi wisatawan yang berkunjung, wisatawan bisa menggunakan kendaraan roda dua dan empat, jalan menuju objek-objek wisata yang ada di Desa Tanjung Boleng sangat memadai. Berikut ini merupakan daftar objek wisata yang berada di Desa Wisata Tanjung Boleng (Asriwawanto, 2021 ).

Memiliki 2 Objek Wisata Unggulan, Pertama

Wae Bobok

Untuk mengunjungi ke lokasi Wae Bobok para wisatawan harus mengikuti jalan trans Flores dan melewati bukit yang curam dan para wisatawan bisa melihat pemandangan dari atas menuju desa yang ada di bawah bukit. tempat ini juga menyediakan spot foto keren yang siap diabadikan dengan pemandangan hamparan sawah dan laut dari puncak. Dan Selain menjadi tempat peristirahatan, ada objek wisata menarik di Wae Bobok yaitu air terjun pengantin. Ukuran kolam di Air Terjun ini tidak terlalu besar, hanya muat untuk dua orang yang dapat berendam di kolam tersebut. Airnya yang jernih dapat membuat badan segar saat berendam maupun berenang di kolam tersebut. Ditambah pemandangan alam yang menyejukkan, yang Ke Dua

Goa Rangko sebuah kolam renang yang berada di dalam goa. Air yang terdapat di dalam goa merupakan air asin. Air tersebut bersumber dari air laut, hal ini disebabkan karna terdapat rongga-rongga atau celah yang menghubungkan kolam di dalam Goa dengan laut lepas. Bagian atas Goa Rangko dipenuhi ornamen-ornamen stalaktit dengan beragam bentuk tak beraturan. dan waktu yang tepat untuk berkinjung ke Goa Rangko pada pukul 12:00-14:00 dimana sinar matahari masuk kedalam lubang goa dan menerangi dalam goa, sehingga birunya kolam didalam goa pun terlihat, selain itu pantai yang putih dan air laut yang jernih membuat Goa Rangko banyak di minati oleh wisatawan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang mengenai Desa Wisata Tanjung Boleng, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Seperti apakah Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng di Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah manfaat atau potensi yang dapat dicapai oleh beberapa pihak setelah menyelesaikan penelitian. Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis.

### **a. Manfaat Teoritis**

Memberikan kontribusi pemikiran kepada akademisi dan praktisi yang fokus pada pengembangan masyarakat dalam mengeksplorasi dan memberdayakan desa wisata berbasis masyarakat.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaatnya diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya, ekonomi. dampak positifnya antara lain meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Pariwisata**

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan:

1. Wisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang ataupun sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Menurut Utama (2016:2), Pariwisata mengandung tiga unsur yaitu unsur insani yaitu manusia sebagai pelaku kegiatan pariwisata, unsur fisik yaitu tempat yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri dan terakhir adalah unsur tempo yaitu waktu yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut atau selama berdiam di tempat tujuan. Jadi definisi pariwisata

adalah salah satu dari industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan.

Produk pariwisata merupakan suatu hal yang penting dalam dunia pariwisata. Menurut Muljadi (2013:46), produk wisata merupakan suatu bentuk yang nyata dan tidak nyata, dalam suatu kesatuan rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi yang melakukan perjalanan tersebut.

Menurut Wahid (2015:53), pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Jadi dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari satu tempat ke tempat lainnya dengan melakukan perencanaan sebelumnya, tujuan untuk rekreasi ataupun untuk suatu kepentingan sehingga keinginannya dapat terpenuhi. Atau pariwisata dapat diartikan juga sebagai suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lainnya untuk rekreasi lalu kembali ke tempat semula bagi para wisatawan yang berkunjung.

Menurut Pitana dan Gayatri Utama (2017: 143), telah teridentifikasi faktor dari 10 faktor yang menjadi pendorong suatu kawasan tersebut menjadi daya tarik wisata. Singkatnya, iklim lokal, promosi bisnis yang konstan, komoditas. Undangan ke teman, kunjungan kerabat dan teman, tempat wisata, budaya, lingkungan alam dan buatan seperti layanan budaya, acara khusus, diskon terpusat di daerah tersebut.

Pengertian tempat wisata menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 dapat dijelaskan sebagai keunikan, keindahan, serta nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang menjadi sasaran sebagai target kunjungan wisata.

Daya tarik wisata dapat digolongkan menjadi beberapa jenis antara lain daya tarik wisata kreasi ciptaan Tuhan Yang Maha Esa misalkan flora dan fauna, daya tarik wisata hasil karya manusia sendiri misalnya museum, dan daya tarik wisata minat spesifik seperti contohnya mendaki gunung batur dan lainnya. dari beberapa pendapat di atas, dapat diartikan bahwa faktor daya tarik destinasi wisata menjadi pilihan pengunjung dan mendorong pengunjung untuk mengunjungi wisatawan.

### **2.1.2 Strategi**

Johnson and Scholes (2016:29) menyatakan bahwa strategi itu merupakan sebuah petunjuk dan ruang lingkup dalam sebuah organisasi dengan jangka waktu yang panjang guna untuk menggapai sebuah keuntungan untuk organisasi dengan menggunakan sumber daya guna untuk memenuhi kebutuhan pasar serta stakeholder.

Siagian (2016:29) mengemukakan bahwa strategi itu sekelompok keputusan serta aksi yang mendasar yang diciptakan oleh manajemen puncak lalu diterapkan seluruh anggota dalam organisasi guna untuk mencapai tujuan dari organisasi.

Craig and Grant (2016:29) menyatakan bahwa strategi yaitu penetapan arget serta tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan petunjuk atau arahan aktivitas dan penentuan sumber daya yang akan

dibutuhkan untuk mencapai target serta tujuan tersebut. Jadi bisa ditarik kesimpulan strategi merupakan suatu rancangan yang dibentuk untuk pengambilan suatu keputusan dengan memperhitungkan seluruh aspek guna untuk menggapai tujuan serta sasaran industri dengan cara jangka panjang.

### **2.1.3 Strategi Pengembangan**

Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dalam sebuah organisasi melalui penggunaan beberapa teknik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. Strategi pengembangan usaha yang terencana dan berkelanjutan untuk menerapkan ilmu perilaku guna pengembangan sistem dengan menggunakan metode-metode refleksi dan analisis diri. Strategi pengembangan pariwisata bertujuan mengembangkan suatu produk secara bertahap dan seimbang (Fatimah, 2015).

Strategi pengelolaan berkaitan dengan bagaimana suatu organisasi mengelola sumber daya, proses operasional, dan aspek-aspek lain dari bisnis agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini lebih berfokus pada efisiensi, produktivitas, dan pengelolaan yang baik dari sumber daya yang ada. Strategi pengelolaan melibatkan pengaturan proses bisnis, manajemen rantai pasokan, pengendalian biaya, manajemen risiko, serta pengembangan sistem dan struktur organisasi yang efektif.

### **2.1.4 Faktor-Faktor Daya Tarik Objek Wisata**

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata bisa dijelaskan sebagai

segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan.

Suatu daya tarik wisata yang harus memenuhi tiga persyaratan seperti *something to see* (sesuatu yang dilihat), *something to do* (sesuatu yang dilakukan), dan *something to buy* (sesuatu yang akan dibeli), daya tarik tujuan wisata akan mampu menarik wisatawan untuk mengunjunginya jika memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerah tujuan wisata.

Utama (2016:144) menyebutkan beberapa daya tarik wisata yang harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Daya tarik yang dapat disaksikan (*something to see*): hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, ataupun suatu daerah harus mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang yang bisa disaksikan berupa pemandangan alam, kegiatan kesenian dan atraksi wisata
2. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*something to do*): hal ini mengisyaratkan bahwa di tempat wisata selain menyaksikan sesuatu yang menarik wisatawan juga mesti disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata.
3. Sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*): hal ini mengisyaratkan bahwa tempat belanja di daerah objek wisata harus menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang oleh para wisatawan. Daya tarik wisata tersebut harus

dikelola sedemikian rupa agar berkelanjutan dan berkesinambungan. Adapun daya tarik wisata sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
2. Daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, dan tempat hiburan. Menurut Liga dan Vanny (2015:30) objek atau daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga:
  1. Objek wisata alam laut, pantai, gunung, danau, fauna, flora, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam.
  2. Objek wisata budaya: upacara kelahiran, tari-tari tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara laut, upacara turun ke sawah, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun tradisional, tekstil lokal, pertunjukan tradisional, adat-istiadat lokal, museum, dan lainnya.
  3. Objek wisata buatan: Sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layanglayang), hiburan (lawak akrobatik), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

### **2.1.5 Pengertian Daya Tarik Wisata**

Menurut Fitriana (2018,14) Pariwisata merupakan sistem yang saling terkait dengan wisatawan dan jasa yang sudah disediakan serta telah dimanfaatkan oleh wisatawan seperti: fasilitas, atraksi, transportasi dan akomodasi.

Komponen Pariwisata merupakan hal penting dalam dunia pariwisata. produk wisata adalah produk yang nyata dan tidak nyata, dalam suatu

perjalanan yang dapat dinikmati dan dirasakan apabila seluruh komponen perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang bagus bagi seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan tersebut ( Muljadi, 2013:46 ).

(Utama, 2017:119) Menyatakan bahwa ada empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenities*. dan *ancillary*. pendekatan digunakan untuk mengelompokkan pariwisata

sebagai salah satu komoditas yang dapat dijelaskan aspek-aspeknya secara sengaja diciptakan untuk merespon kebutuhan masyarakat di bidang Pariwisata. Ada empat aspek dasar dari Pariwisata yang merupakan sebuah Produk kesatuan totalitas seperti:

1. *Attraction* (Daya Tarik): daya tarik wisata pada suatu daerah tujuan wisata baik itu daya tarik alam maupun budaya
2. *Accessibility* (Akses): dengan tersedianya Secara akses agar wisatawan domestik maupun mancanegara dapat dengan mudah dalam melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata.
3. *Amenities* (Fasilitas): tersedianya fasilitas utama dan pendukung pada sebuah destinasi berupa akomodasi, restoran, fasilitas valas pusat oleh-oleh, dan fasilitas pendukung lainnya yang berhubungan aktivitas *wisatawan pada sebuah destinasi*.
4. *Ancillary* (kelembagaan): adanya lembaga penyelenggara perjalanan wisatawan sehingga kegiatan wisata dapat berlangsung, aspek ini dapat berupa pemandu wisata, biro perjalanan, pemesanan tiket dan ketersediaan informasi tentang sebuah destinasi.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli dapat dikatakan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang kita dapat nikmati, dirasakan dan dilihat oleh manusia sehingga menimbulkan perasaan puas dan kesenangan jasmani dan rohani sebagai salah satu hiburan.

Jadi pariwisata adalah seseorang atau kelompok yang melakukan suatu perjalanan dari satu tempat ketempat lain yang dapat dirasakan, dilihat, dinikmati, sehingga menimbulkan perasaan puas dan kesenangan jasmani dan rohani sebagai salah satu hiburan.



### **2.1.6 Jenis Usaha Pariwisata**

Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Kepariwisata mengklasifikasikan ada 12 metode jenis usaha Pariwisata yang terdiri dari:

1. Daya Tarik Wisata
2. Kawasan Pariwisata
3. Jasa Transportasi Wisata
4. Jasa Perjalanan Wisata
5. Jasa Makanan dan Minuman
6. Penyediaan Akomodasi
7. Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi
8. Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi, dan Pameran.
9. Jasa Informasi Pariwisata.
10. Jasa Konsultan Pariwisata.
11. Wisata Tirta.
12. Spa.

### **2.2 Penelitian Sebelumnya**

Penelitian ini dilakukan oleh Fitriana (2018,14). dengan judul “Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum-Kum Sebagai Wisata Edukasi di Kota Palangkaraya” Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata, Bappeda, Tokoh Masyarakat, dan Pengunjung, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis SWOT dengan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara. Kesimpulan dari penelitian ini adalah membangun fasilitas

seperti sarana transportasi dan akomodasi, menciptakan daya tarik wisata dan mempromosikan objek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan pemerintah dan swasta dalam pengelolaan pariwisata.

Penelitian Kedua dilakukan oleh Widnyana dan kawan-kawan (2020) dengan judul “Strategi pengembangan desa wisata di pulau bali”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan strategi pengembangan desa babakan di Kabupaten Tabanan Provinsi Bali sebagai desa wisata berbasis budaya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang diawali dengan pengumpulan data potensi wisata menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan dengan metode IFAS-EFAS. Hasil dari perhitungan IFAS-EFAS menunjukkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan pengembangan desa babakan sebagai desa ekowisata berbasis budaya adalah: memiliki jalur pelacakan (0,305), potensi alam yang baik (0,305), keberadaan pura besikalung (0,302), dan keindahan pemandangan sawah (0,300). Analisis Matriks SWOT berada pada kuadran 1 (mendukung strategi agresif) dengan hasil dari empat strategi pengembangan SO, yaitu, menjaga dan meningkatkan kualitas objek wisata, mengembangkan dan menata potensi alam yang ada, meningkatkan kualitas pelayanan, dan pengembangan paket wisata. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Desa Babakan, Kabupaten Tabanan, Bali memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Rahayu, Talkah, dan Daroini (2020) dengan judul “Strategi Pengembangan Pendidikan Hutan Obat Mbambangan di Gunung Kelud Kabupaten Kediri”. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana merumuskan alternatif strategi yang tepat untuk pengembangan wisata edukasi di hutan tanaman obat Gunung Kelud. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 30 pengunjung wisatawan (*accidental sampling*) dan 5 pengelola wisata (*purposive sampling*). Analisis

data yang digunakan adalah analisis SWOT dan analisis QSPM. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa wisata edukasi hutan Tanaman Obat Mbambingan Gunung Kelud memiliki 5 fokus program utama, yaitu edukasi, konservasi, pelestarian jamu, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan kesehatan masyarakat. Faktor internal meliputi sumber daya manusia, pemasaran, produksi, keuangan, penelitian dan pengembangan dan sistem informasi dengan total skor IFE 4,19. Faktor eksternal meliputi ekonomi, masyarakat, teknologi, pesaing, dan bencana dengan total skor EFE 4,36. Strategi yang paling diminati dengan nilai TAS tertinggi 6,652 adalah kerjasama antar instansi pemerintah dan perusahaan sejenis dalam kegiatan peningkatan pariwisata, kemudian juara kedua dengan nilai 6,554 lebih mengembangkan potensi alam dan sumber daya manusia, dan juara ketiga dengan nilai 6,208 sedang melakukan pemeliharaan dan perbaikan infrastruktur. untuk mencapai kepuasan dalam pelayanan

Penelitian dilakukan oleh Liu, Dou, Li, Cai (2020) dengan judul *Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China* Pariwisata pedesaan di Tiongkok berkembang pesat, sebagian besar dikreditkan oleh para sarjana di Tiongkok atas kebijakan pemerintah nasional yang merangsang dan penekanan pada regenerasi pedesaan. Dengan latar belakang ini dan mengingat langkanya literatur tentang pemerintah sebagai pemangku kepentingan penting dalam pariwisata pedesaan, penelitian ini mengkaji peran pemerintah tingkat pusat dan daerah di Cina dalam pengembangan pariwisata pedesaan. Kami menganalisis data sekunder yang bersumber dari dokumen pemerintah dan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dengan pegawai pemerintah daerah dan penduduk di daerah tujuan pedesaan di Cina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah pusat memainkan peran kemudi dalam membimbing pariwisata pedesaan menuju arah yang diinginkan, dan pemerintah daerah memainkan peran melayani dengan mengelola langsung praktik

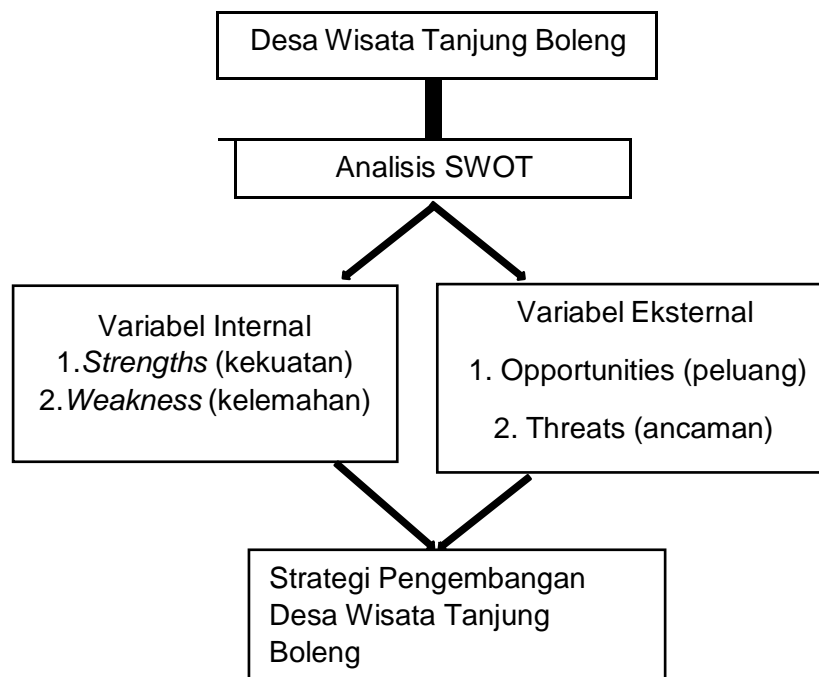
pariwisata dan berkoordinasi dengan bisnis dan penduduk untuk memberikan layanan dan memecahkan masalah. Interaksi sinergis antara pemerintah pusat dan daerah di China mendorong pesatnya perkembangan pariwisata pedesaan.

Penelitian dilakukan oleh Gao, Cheng, Iqbal, Cheng (2019) dengan judul *An integrated rural development mode based on a tourism-oriented approach: Exploring the beautiful village project in China*. Keberlanjutan Untuk mengatasi kemunduran pembangunan pedesaan, mode pembangunan yang efektif sangat diperlukan. Pariwisata pedesaan adalah pendekatan kunci dalam pengentasan kemiskinan dan revitalisasi pedesaan di Cina. Analisis komparatif dari 50 desa terindah yang dianugerahkan oleh Kementerian Pertanian China menunjukkan bahwa mode pengembangan pariwisata pedesaan dengan integrasi produksi, desa dan pemandangan mewujudkan pembangunan berkelanjutan di daerah pedesaan. Untuk mengkaji lebih jauh, studi ini mengambil Desa Qinggangshu sebagai studi kasus dan membangun model pembangunan berkelanjutan berbasis pariwisata pedesaan yang sistematis yang disebut Aims, Measures, Demands (AMD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Qinggangshu telah berubah dari desa pertanian tunggal menjadi desa wisata yang matang karena dukungan Proyek Desa Indah. Dalam proses ini, produksi, desa dan pemandangan telah membuat perubahan besar dengan mempromosikan pengembangan pariwisata pedesaan. Konsolidasi tanah dan aktivasi aset tanah merupakan inti dari transformasi dan pembangunan pedesaan, yang dapat mendorong reorganisasi dan aliran tenaga kerja dan modal dan juga dapat membuat desa yang dibangun kembali menjadi ruang hidup yang lebih nyaman. Selain itu, lingkungan lanskap yang baik dapat merangsang perkembangan dan persaingan.

## Kerangka Berpikir

Penelitian ini dilakukan berdasarkan kerangka pemikiran yang dibuat oleh peneliti seperti gambar di bawah ini. Dalam melakukan penelitian, berawal dari permasalahan Desa Wisata Tanjung Boleng yang memiliki potensi daya tarik wisata yang telah dikembangkan masih belum dapat dimanfaatkan dengan baik karena masih kurangnya strategi pengembangan yang tepat. Penelitian ini menggunakan beberapa teori terkait dengan permasalahan yang dilakukan yaitu mind mapping. dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pemikiran peneliti.

**Gambar 1.1**  
Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur.



Sumber: Rangkuti (2016:19).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan objek penelitian**

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Tanjung Boleng yang terletak di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur dengan objek penelitian adalah Strategi Pengembangan Desa Tanjung Boleng Sebagai Desa Wisata dalam meningkatkan kunjungan di Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, Lama Penelitian 2 Minggu.

#### **3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel lingkungan eksternal dan internal:

##### **3.2.1 Identifikasi Variabel**

###### **1. Internal**

Variabel yang digunakan dalam lingkungan internal mengandung indikator-indikator yang diterangkan pada tabel 3.1

**TABEL 3.1**  
**Variabel, Indikator, dan Divinisi Indikator Internal**

No	Variabel	Kode	Indikator	Difinisi Operasional Indikator
1	<i>Attraction</i>	I 1	Pemandangan Desa	Pemandangan Desa yang indah dan alam yang masih Asri, serta air sungai yang begitu jernih
		I 2	Kolam	Memiliki kolam alami yan bisa memuat dua orang saja dan air kolam berasal dari mata air yang berasal dari pegunungan
		I 3	Persawahan	Pemandangan Persawahan di Desa tanjung Boleng sangat indah.
		I 4	Goa	Memiliki goa alami yang terletak di bukit di desa tanjung boleng, memiliki stalaktik dan stalakmit yang unik.
		I 5	<i>Snorkeling</i>	Memiliki tempat snorkeling yang sangat bagus, memliki karang lau yang sangat bagus
		I 6	Pantai	Memiliki pasir putih yang sangat indah dan garis pantai yang cukup panjang
2	<i>Accesibility</i>	I 7	Jalan	Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng sangat memadai dang sangat bagus
		I 8	Kapal	Untuk Menuju Destinasi Wisata Yang ada di desa tanjung Boleng Khususnya Goa Rangko wisatawan Harus Menggunakan Kapal Laut.

No	Variabel	Kode	Indikator	Divinisi Operasional Indikator
		I 9	Motor/Mobil	Kendaraan roda dua dan roda empat mudah di jangkau karena jalan sudah memadai
3	<i>Aminities</i>	I 10	Toilet	Memiliki Toilet untuk wisatawan
		I 11	<i>Restaurant</i>	Memiliki Restaurant Kecil untuk wisatawan yang ingin makan di sana.
		I 12	Dermaga	Memiliki dermaga yang sangat cantik
		I 13	Pelampung	Memiliki Pelampung untuk wisatawan yang ingin berenang
4	<i>Ancillary</i>	I 14	Loket	Memiliki Tempat Penjualan Tiket disetiap destinasi wisata yang ada desa tanjung boleng
		I 15	Papan Informasi	Memiliki Papan Informasi di setiap jalan untuk menuju desa tanjung boleng
		I 16	Guide	Memiliki Pamandu Wisata Saat berkunjung ke desa tanjung boleng

2. Eksternal Variabel yang digunakan dalam lingkungan eksternal mengandung indikator-indikator yang diterangkan pada tabel berikut ini

**Tabel 3.2**  
**Variabel, Indikator, dan Definisi Indikator Eksternal**

No	Variabel	Kode	Indikator	Divinisi Identifikasi Variabel
1	Pemerintah	E1	Politik	Keadaan Politik yang setabil di NTT
		E2	Undang-Undang tenaga kerja	Adanya undang-undang tenaga kerrjaan mendukung kegiatan pariwisata yang di NTT.
		E3	Pembangunan Infastruktur	Pembangunan Infastruktur di NTT semakin Maju, Khususnya di Bidang Pariwisata
2	Persaingan	E4	Objek Wisata yang sejenis	Banyaknya Objek yang sejenis membuat Pariwisata di NTT semakin Ketat, Khususnya Desa Wisata.



		E5	Objek Wisata lain yang ada di sekitar	Banyaknya Objek wisata lain yang ada di sekitar Desa wisata Tanjung Boleng Menimbulkan Pesaing yang cukup kuat
3	Budaya	E6	Kecendrungan Berwisata	Sumua orang suka untuk berwisata atau kecendrungan untuk berwisata hal ini menjadi budaya dalam berwisata
		E7	Adat Istiadat yang masih kental	Sebagian orang di Desa Tanjung Boleng masih memiliki adat dan budaya yang sejak dari zaman dulu, dan jika melanggar adat istiadat yang telah di buat akan terima konsekuensinya.
4	Keamanan	E8	Kenyamanan wisatawan	Kenyamanan wisatawan di prioritaskan dan selalu melayani dengan penuh hati.
		E9	Keamanan Wisatawan	Keamanan wisatawan selalu di utamakan, untuk itu Desa Wisata Tanjung Boleng sudah menyiapkan guid untuk wisatawan yang berkunjung ke desa wisata tanjung boleng.

### 3.2.2 Definisi Operasional Variabel

#### 1. Internal

- a. *Attraction* adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam menarik perhatian untuk dikunjungi wisatawan. Hal ini berkaitan dengan keadaan alam dan lingkungan serta lokasi Desa Wisata Tanjung Boleng
- b. *Accesibility* adalah upaya yang ditempuh untuk memperlancar dan mempermudah wisatawan untuk menjangkau Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.

- c. *Amenities* adalah salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat menggunakan fasilitas yang ada serta dapat lebih lama di daerah Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.
- d. *Ancillary* merupakan lembaga penyelenggara perjalanan wisatawan sehingga kegiatan wisata dapat berlangsung, aspek ini dapat berupa, pemandu wisata, biro perjalanan, pemesanan tiket, dan ketersediaan informasi tentang Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.

## 2. Eksternal

- a. Pemerintah melakukan upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah setempat guna mendukung pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.
- b. Persaingan adalah suatu kondisi dimana ada persaingan antara satu obyek wisata dengan obyek wisata lainnya.
- c. Budaya merupakan salah satu faktor pendukung untuk mengembangkan Desa Wisata Tanjung Boleng
- d. Keamanan dan Ancaman adalah berupa ancaman dari luar Dwisata yang dapat mengganggu keamanan para wisatawan

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

1. Data Kualitatif

adalah jenis data yang tidak berupa angka melainkan data yang berisi tentang kondisi Desa Wisata Tanjung Boleng serta upaya-upaya yang dilakukan agar desa wisata ini semakin berkembang. Data kualitatif ini berupa letak geografis dan gambaran-gambaran objek wisata yang ada di Desa Tanjung Boleng. Data ini akan digunakan dalam menentukan faktor internal dan ekstrnal pada analisis SWOT

2. Data Kuantitatif

adalah jenis data data yang berupa angka-angka yang dapat dihitung secara statistik seperti jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Tanjung Boleng serta penilaian para responden terhadap perkembangan Desa Wisata Tanjung Boleng, dan informasi-informasi yang terkait dengan Desa Wisata Tanjung Boleng.

#### **3.4 Metode Penentuan sampel**

Perposive sampling merupakan metode penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini. Artinya penelitian mempunyai pertimbangan untuk menetapkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitiannya dalam menggunakan teknik pengambilan sampel. Ada 2 jenis sampel penelitian ini, yakni sampel untuk pembobotan dan sampel untuk penilaian SWOT. Dalam pembobotan dan penilaian menggunakan 11 sampel jumlah ini dirasa sudah cukup karena sudah mendapat hasil yang beragam serta sudah sesuai dengan metodologi penelitian dimana jumlah minimum sampel adalah 11 (Loungrath, 2014).

### 1. Pembobotan SWOT

Pemilihan pembobotan dilakukan secara *purposive*, berjumlah 2 orang yaitu, kepala Desa Tanjung Boleng, Pokdarwis Desa Tanjung Boleng. Ke Dua informan tersebut dipilih karena berpengaruh dalam pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Tanjung Boleng

### 2. Penilaian SWOT

Sampel diambil secara sengaja orang-orang maupun tokoh-tokoh masyarakat yang diperkirakan setelah peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan diharapkan dapat menjawab dengan baik, berjumlah 9 orang.

## **3.5 Metode Pengumpulan data**

Dalam mengumpulkan data, ada beberapa cara yang dilakukan sebagai berikut:

### 1. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya, dan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak dengan menggunakan panduan wawancara untuk memperoleh keterangan sesuai dengan sasaran penelitian. dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan pihak pengelola, karyawan, masyarakat kecamatan Boleng, Dinas pariwisata dan pihak yang berhubungan dengan penelitian untuk mendapatkan informasi yang akan digunakan sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan cara mengambil data dan catatan dokumentasi administrasi yang sesuai pada masalah yang diteliti. dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen- dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang diteliti.

### 4. Kuesioner

adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner wisatawan, pemerintah untuk menyiapkan tanggapan tentang potensi pengembangan. Pengukuran data melalui kuesioner menggunakan skala sebagai parameter pengukuran. Untuk penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert yang merupakan jenis skala yang menggunakan beberapa pertanyaan untuk mengukur perilaku individu. Skala Likert juga dikenal sebagai jenis skala yang paling sering digunakan karena dapat digunakan untuk mengukur persepsi, sikap dan tindakan individu atau kelompok tertentu terhadap mengenai sebuah fenomena sosial (Budiaji, 2013). Adapun pilihan respon terhadap tiap pertanyaan pada skala ini terdiri dari lima titik pilihan yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS). Pada dasarnya skala ini menunjukkan bentuk ketidaksetujuan dan kesetujuan terhadap fenomena penelitian. Semakin penilaian mendekati angka satu maka semakin dekat dengan ketidaksetujuan begitupun sebaliknya.

## **3.6 Teknik Analisis**

### **3.6.1 Teknik Analisis SWOT**

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Dalam penelitian Strategi ini menggunakan tahapan membentuk kerangka terdiri dari tiga tahap, yaitu: tahap pengumpulan data, tahap pengambilan keputusan. Analisis SWOT secara sistematis mengidentifikasi faktor-faktor untuk merumuskan strategi. Proses pengambilan keputusan strategis selalu terjalindengan pengambilan keputusan pengembangan misi, tujuan strategis dan kebijakan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis dalam kondisi tertentu.

### **3.6.2 Tahap Analisis IFAS dan EFAS**

Setelah mengumpulkan semua data dari hasil kuesioner responden faktor internal dan eksternal Desa Wisata Tanjung Boleng. Tahapan Hal selanjutnya yang dilakukan adalah tahap analisis data, (Rangkuti 2015;27).

### **3.6.3 Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)**

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh-pengaruh tersebut terhadap posisi strategi perusahaan.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut, kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua Variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan

membandingkan rata-rata industri atau dengan pesaing muda. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang hasilnya bervariasi mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*)
5. Gunakan kolom 5 untuk memberi komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu beraksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

**Tabel 3.3**  
***Internal Strategis Faktor Analisis Summary (IFAS)***

Faktor- faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan ( <i>Strengths</i> )			
Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )			
Total			

Sumber: Rangkuti (2015;27).

#### **3.6.4 Analisis EFAS (*External Factor Analysis Summary*)**

1. Susunlah dalam kolom I (5 sampai 10 peluang dan ancaman)
2. Berikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2 mulai dari 1,0 (Sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitunglah rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*).  
39 Berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang

bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar beri rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya Jika nilai ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1 sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom ke 2 dengan rating pada kolom ke 3 untuk memperoleh faktor dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor kebobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (poor).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu beraksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lain

**Tebal 3.4**  
**External Strategic Factors Summary (EFAS)**

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang( <i>opportunity</i> )			
Ancaman ( <i>Threats</i> )			
Total	100%		

Sumber: Rangkuti (2015;27).

Pemberian interval penilaian atas posisi perusahaan terhadap faktor internal dan eksternal yang digunakan rumus:

$$\text{Interval internal} = \frac{\text{Range}}{\text{Kelas}}$$



Keterangan:

- a. *Range* adalah selisih antara nilai tertinggi dan nilai terendah mulai dari 4 (sangat baik) -1 (sangat tidak baik) = 3
- b. Kelas adalah jenis penilaian yang telah ditetapkan (sangat baik, baik, kurang baik dan sangat kurang baik
- c. Interval penilaian =  $3/4 = 0,75$

**Tabel 3.5**  
**Kriteria Hasil Analisis**

Nilai	Range	Hasil	Klarifikasi
4	3,26-4,00	Sangat baik	Kekuatan/peluang
3	2,51-3,25	Baik	Kekuatan/peluang
2	1,76-2,50	Kurang Baik	Kelemahan/ancaman
1	1,00-1,75	Sangat Kurang	Kelemahan/ancaman

Sumber: Rangkuti (2015-38).

Berdasarkan tabel 3.5 posisi berada paling rentang nilai 2,51 sampai 4,00 dan posisi ancaman berada pada rentang 1,00 sampai 2,50 Untuk lingkungan internal memberikan gambaran tentang peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Sebutan sangat bagi dapat diartikan sebagai peluang dan kurang baik dapat diartikan dengan ancaman perusahaan. Sebutan sangat baik dapat diartikan dengan peluang yang kurang baik dapat diartikan dengan ancaman. Kombinasi antara kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan Range Interval = Kelas 41 ancaman dapat diperoleh suatu matrik yang dikenal dengan matrik SWOT yang dijelaskan pada tahap analisis.

Setelah semua data dianalisis dan mendapatkan total skor masing-masing faktor, adapun matrik yang digunakan dalam penelitian yaitu matrix IE (internal eksternal).

**Tabel 3.1**  
**Matrik Internal Ekternal (IE) Total Skor Strategi Internal**

4,0	Kuat	3,0	Rata-Rata	2,0	Lemah	1,0
I Pertumbuhan			II Pertumbuhan			III Stabilitas
IV Pertumbuhan			V Stabilitas			VI Penciutan
VII Stabilitas			VIII Penciutan			IX Penciutan

Sumber: Rangkuti (2015; 95).

Matrik Internal ekternal (IE) ini memiliki sembilan sel yang terdiri dari beberapa strategi yang diambil. Dalam sel-sel ini matrik internal dan ekternal terbagi dalam tiga implikasi:

1. Pada sel I, II, IV dapat diterapkan sebagai *Grow and Build*. Strategi Pertumbuhan ini yang cocok atau bisa diterapkan adalah strategi insentif atau strategi penetrasi pasar (*Market Penetration*), pengembangan pasar (*Market Development*) dan pengembangan produk (*Product development*).
2. Pada sel III, V, VII, paling baik dikendalikan dengan strategi *Hold and Maintain*. Strategi Stabilitas yang bisa dipakai yaitu strategi penetrasi Total Skor Strategi Ekternal 42 pasar (*Marketing Penetration*) dan pengembangan produk (*Product development*)
3. Pada sel VI, VIII, IX dapat menggunakan strategi *Harvest* atau *Divestiture*. strategi ini dilakukan dengan menjual divisi atau bagian dari organisasi.

### 3.6.5 Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT dirumuskan untuk menentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat diambil dalam upaya pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi yang mendukung pengembangan potensi dan daya tarik Desa Wisata Wae Lolos. Kombinasi ini menghasilkan empat strategi seperti disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3.2**  
**Matriks SWOT**

<b>IFAS</b>  <b>EFAS</b>	<i>STRENGTHS (S)</i> Tentukan 5-10 faktor - faktor kekuatan interna	<i>WEAKNESSES (W)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Tentukan 5-10 faktorfaktor peluang eksternal	<i>STRATEGI (SO)</i> Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan	<i>STRATEGI (WO)</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan
<i>THREATS (T)</i> Tentukan 5-10 faktorfaktor ancaman eksternal	<i>STRATEGI (ST)</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<i>STRATEGI (WT)</i> Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman

Sumber: Rangkuti (2017:83).

Berdasarkan diagram di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Strategi SO Strategi ini dibuat berdasarkan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO Strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT Strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN HASIL**

#### **4.1 Gambaran Umum Pengelolaan Desa Wisata Tanjung Boleng**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Desa Tanjung Boleng**

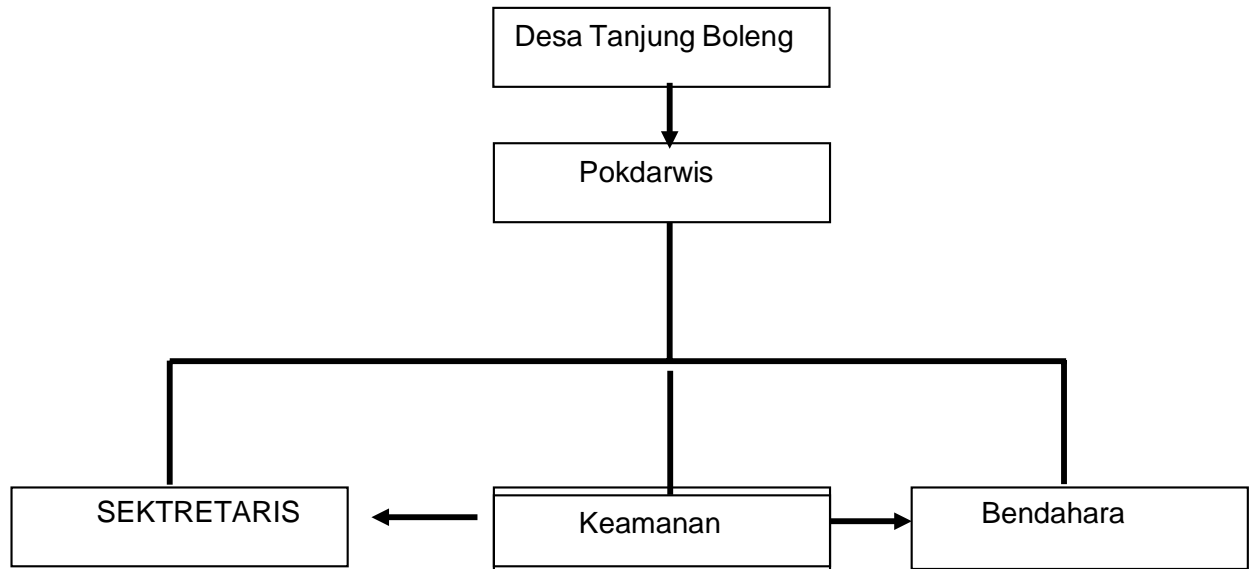
Desa Wisata Tanjung Boleng merupakan Desa yang berada di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat. Nama Desa Tanjung Boleng diambil dari sebuah Tanjung yang berada di kampung Boleng. Masyarakat setempat sering menyebut Tanjung Boleng.



Gambar 4.1 Desa Wisata Tanjung Boleng

Berdasarkan Keputusan Bupati Manggarai Barat Nomor: 237/KEP/HK/2020 tentang penetapan desa/kelurahan wisata di Kabupaten Manggarai Barat, Desa Tanjung Boleng ditetapkan sebagai salah satu Desa Wisata.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi Desa Tanjung Boleng



Sumber: Wawancara, 2023

Dari hasil wawancara bersama Kepala Desa Tanjung Boleng Saharudin, menerangkan struktur organisasi tersebut bersifat sementara, untuk selanjutnya akan dikembangkan lagi untuk pengelolaan Desa Tanjung Boleng, Desa Tanjung Boleng memberikan wewenang dalam pengelolaan Desa Tanjung Boleng kepada Pokdarwis, mulai dari pemberian tanggung jawab, dan pengambilan keputusan untuk pengembangan Desa Tanjung Boleng. sesuai dengan biaya yang didapat dari Desa Tanjung Boleng, untuk saat ini struktur organisasi yang seperti gambar di atas sudah cukup baik dalam mengelola pantai Kedungu, terbukti dengan adanya beberapa fasilitas yang sudah diperbaiki seperti toilet, tempat makan untuk pengunjung, dan tempat Parkir Cukup Luas.

## 4.2 Pembahasan dan Hasil

### 4.2.1 Lingkungan Internal

Lingkungan internal yaitu lingkungan yang terdapat didalam perusahaan itu sendiri yang memberikan unsur pendukung sebagai daya Tarik wisata, adapun yang termasuk dalam lingkungan internal pada daya Tarik wisata Desa Tanjung Boleng dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Attraction* adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam menarik perhatian untuk dikunjungi wisatawan. Hal ini berkaitan dengan keadaan alam dan lingkungan serta lokasi Desa Wisata Tanjung Boleng.



Gambar 4.2 Goa Rangko  
Dokumentasi Pribadi,2023.



Gambar 4.3 Pantai Desa Tanjung Boleng  
Dokumentasi Pribadi,2023.

- b. *Accesibility* adalah upaya yang ditempuh untuk memperlancar dan mempermudah wisatawan untuk menjangkau Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.



Gambar 4.4 Jalan Menuju Desa Tanjung Boleng  
Dokumentasi Pribadi,2023.



Gambar 4.5 Perahu Warga Lokal  
Dokumentasi Pribadi,2023.

- c. *Aminities* adalah salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat menggunakan fasilitas yang ada serta dapat lebih lama di daerah Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.



Gambar 4.6 Kantin  
Dokumentasi Pribadi,2023.



Gambar 4.7 Toilet  
Dokumentasi Pribadi,2023.



- d. *Ancillary* merupakan lembaga penyelenggara perjalanan wisatawan sehingga kegiatan wisata dapat berlangsung, aspek ini dapat berupa, pemandu wisata, biro perjalanan, pemesanan tiket, dan ketersediaan informasi tentang Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.



Gambar 4.8 Guide Lokal  
Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar 4.9 Loker Desa Wisata Tanjung Boleng  
Dokumentasi Pribadi, 2023

#### 4.2.2 Lingkungan Eksternal

- a. Pemerintah

melakukan upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah setempat guna mendukung pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng di Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat.

- b. Persaingan

Keberadaan Desa Wisata Batu Cermin yang memiliki daya tarik wisata sejenis jaraknya sekitar 5 km dengan Desa Wisata Tanjung Boleng. Pengelola Desa Wisata Tanjung Boleng mengembangkan daya tarik wisata alam dan budaya yang lebih menarik, dan keunikan kerajinan tangan yang menjadi *souvenir*

untuk wisatawan. Setiap wisatawan yang berkunjung selalu disambut hangat oleh masyarakat Desa Tanjung Boleng.

c. Budaya

Tradisi budaya dan adat istiadat yang melekat pada masyarakat yaitu selalu menggunakan sarung atau kain tenun songke, serta memberi minuman untuk menyambut wisatawan, hal ini menjadi konsep dari perkembangan Desa Wisata Tanjung Boleng. Keramahan dan kerja sama antar masyarakat juga sangat baik, masyarakat Desa Tanjung Boleng selalu bergotong royong membersihkan lingkungan desa setiap sekali dalam minggu.

d. Keamanan dan Ancaman.

Keamanan wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng belum terlalu nampak, belum adanya pos keamanan di Desa Wisata Tanjung Boleng. Namun rasa nyaman saat berkunjung wisatawan merasa puas dengan suguhan yang diberikan masyarakat desa dengan konsep pedesaan

### **4.3 Matriks Internal dan Eksternal**

Hasil penyebaran kuesioner kepada 11 responden untuk mendapatkan informasi yang akan digunakan sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada. dan memperoleh penilaian terhadap beberapa indikator internal yang bertujuan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan. untuk indikator eksternal yaitu bertujuan untuk menentukan peluang dan ancaman.

### 4.3.1 Kekuatan dan Kelemahan Desa Wisata Tanjung Boleng (Faktor Internal)

Kekuatan merupakan suatu kondisi internal yang menjadi pendorong keberhasilan meraih posisi. Unggul dalam menghadapi sebuah persaingan. Kelemahan merupakan suatu kondisi internal yang menghambat keberhasilan mencapai tujuan suatu perusahaan. Untuk masing-masing masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Maka dapat dilihat pada table posisi kekuatan dan kelemahan daya Tarik Desa Wisata Tanjung Boleng.

**Tabel 4.1**  
**Indikator Internal Desa Wisata Tanjung Boleng**

Kode	Indikator Internal	Mean	Keterangan
I 1	Pemandangan Desa yang indah	4,00	Kekuatan
I 2	Memiliki kolam alami	3,82	Kekuatan
I 3	Pemandangan Persawahan di Desa Tanjung Boleng sangat indah.	3,91	Kekuatan
I 4	Memiliki goa alami yang terletak di bukit di Desa Tanjung Boleng	4,00	Kekuatan
I 5	Memiliki tempat snorkeling yang sangat bagus	3,91	Kekuatan
I 6	Memiliki pasir putih yang sangat indah dan garis pantai yang cukup panjang	3,73	Kekuatan
I 7	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng dapat dilalui menggunakan Kendaraan	3,82	Kekuatan
I 8	Memiliki Toilet untuk wisatawan	3,73	Kekuatan
I 9	Memiliki Restaurant Kecil	3,73	Kekuatan
I 10	Memiliki dermaga yang sangat cantik	3,82	Kekuatan
I 11	Memiliki Pelampung untuk wisatawan yang ingin berenang	3,73	Kekuatan
I 12	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng sangat memadai	3,82	Kekuatan
I 13	Memiliki Tempat Penjualan Tiket disetiap destinasi wisata yang ada Desa Tanjung Boleng	2,50	Kelemahan
I 14	Memiliki Papan Informasi di setiap jalan untuk menuju desa tanjung boleng	2,50	Kelemahan
I 15	Memiliki Pemandu Wisata	2,50	Kelemahan
I 16	Akses Menuju Goa Rangko Harus Menggunakan Kapal Laut.	2,50	Kelemahan

Pada tabel 4.1 terdapat 16 indikator internal dengan kekuatan dan kelemahan. indikator dengan keterangan kekuatan berjumlah 12 indikator dan indikator dengan keterangan kelemahan berjumlah 4 indikator. Kekuatan yang dimiliki Desa Wisata Tanjung Boleng yaitu Pemandangan desa yang indah, Memiliki kolam alami, pemandangan persawahan di Desa Tanjung Boleng sangat indah. memiliki goa alami yang terletak di bukit di desa tanjung boleng, Memiliki tempat snorkeling yang sangat bagus serta memiliki pasir putih yang sangat indah dan garis pantai yang cukup panjang Kelemahan yang dimiliki Desa Tanjung Boleng yaitu tidak Memiliki tempat penjualan tiket di setiap destinasi wisata yang ada desa tanjung boleng tidak adanya papan informasi di setiap jalan untuk menuju desa tanjung boleng tidak memiliki pemandu wisata dan akses menuju Goa Rangko harus menggunakan kapal laut.

#### **4.3.2 Peluang dan Ancaman Pada Desa Wisata Tanjung Boleng (Faktor Eksternal)**

Peluang merupakan keadaan lingkungan atau eksternal yang bersifat positif sehingga memudahkan untuk mencapai keberhasilan, sedangkan ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat atau menjadi penghalang untuk mencapai keberhasilan.

**Tabel 4.2**  
**Indikator Eksternal Desa Wisata Tanjung Boleng**

<b>Kode</b>	<b>Indikator Internal</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
E1	Keadaan Politik yang stabil di NTT	4,00	Peluang
E2	Adanya undang-undang ketenagakerjaan mendukung kegiatan pariwisata yang di NTT.	3,78	Peluang
E3	Pembangunan Infastruktur di NTT semakin Maju, Khususnya di Bidang Pariwisata	3,67	Peluang
E4	Kenyamanan wisatawan menjadi prioritas	3,78	Peluang
E5	Keamanan wisatawan selalu di utamakan	3,67	Peluang
E6	Banyaknya Objek yang sejenis membuat Pariwisata di NTT semakin Ketat	2,50	Ancaman
E7	Banyaknya Objek wisata lain yang ada di sekitar Desa wisata Tanjung Boleng	2,50	Ancaman
E8	Semua orang suka untuk berwisata atau kecendrungan untuk berwisata hal ini menjadi budaya dalam berwisata	2,50	Ancaman
E9	Sebagian orang di Desa Tanjung Boleng masih memiliki dan takut melanggar adat dan budaya yang sejak dari zaman dulu	2,50	Ancaman

Sumber: Data diolah (2023)

Pada tabel 4.2 diketahui lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman dari pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng. Peluang terdiri dari 5 indikator dan ancaman terdiri dari 4 indikator.

#### **4.3.3 Pemberian Bobot Faktor Internal**

Pemberian bobot dilakukan oleh para responden terkait dengan strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng, lebih jelasnya terdapat pada table 4.3 berikut:

Sumber: Olah data (2023).

#### 4.3.4 IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Adapun hasil perhitungan IFAS yang terdapat pada Tabel 4.5 yakni sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Perhitungan IFAS Desa Wisata Tanjung Boleng**

KODE	INDIKATOR	BOBOT
I1	Pemandangan Desa yang indah	0,07
I2	Memiliki kolam alami	0,07
I3	Pemandangan Persawahan di Desa tanjung Boleng sangat indah.	0,07
I4	Memiliki goa alami yang terletak di bukit di desa tanjung boleng	0,07
I5	Memiliki tempat snorkeling yang sangat bagus	0,07
I6	Memiliki pasir putih yang sangat indah dan garis pantai yang cukup panjang	0,07
I7	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng dapat dilalui menggunakan Kendaraan	0,07
I8	Memiliki Toilet untuk wisatawan	0,07
I9	Memiliki Restaurant Kecil	0,07
I10	Memiliki dermaga yang sangat cantik	0,07
I11	Memiliki Pelampung untuk wisatawan yang ingin berenang	0,07
I12	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng sangat memadai	0,07
I13	Memiliki Tempat Penjualan Tiket di setiap destinasi wisata yang ada desa tanjung boleng	0,05
I14	Memiliki Papan Informasi di setiap jalan untuk menuju desa tanjung boleng	0,05
I15	Memiliki Pemandu Wisata	0,05
I16	Akses Menuju Goa Rangko Harus Menggunakan Kapal Laut.	0,05
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>

Sumber: Olah data (2023)

#### 4.3.5 EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

**Tabel 4.6**  
**Perhitungan EFAS Desa Wisata Tanjung Boleng**

<b>KODE</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>BOBOT</b>
E1	Keadaan Politik yang stabil di NTT	0,13
E2	Adanya undang-undang ketenagakerjaan mendukung kegiatan pariwisata yang di NTT.	0,13
E3	Pembangunan Infastruktur di NTT semakin Maju, Khususnya di Bidang Pariwisata	0,12
E4	Kenyamanan wisatawan menjadi prioritas	0,13
E5	Keamanan wisatawan selalu di utamakan	0,12
E6	Banyaknya Objek yang sejenis membuat Pariwisata di NTT semakin Ketat	0,10
E7	Banyaknya Objek wisata lain yang ada di sekitar Desa wisata Tanjung Boleng	0,09
E8	Semua orang suka untuk berwisata atau kecendrungan untuk berwisata hal ini menjadi budaya dalam berwisata	0,10
E9	Sebagian orang di Desa Tanjung Boleng masih memiliki dan takut melanggar adat dan budaya yang sejak dari zaman dulu	0,08
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>

Sumber: Olah data (2023)

#### 4.3.6 Matrix Internal Eksternal (IE)

Matrix Internal dan External (IE) bermanfaat untuk memposisikan strategi pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng ke dalam matriks yang terdiri atas 9 kuadran. Berdasarkan hasil analisis maka *matrix internal external* (IE) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Perhitungan Internal Eksternal (IE)**

		Total Skor Strategi Internal						
		4,0	Kuat	3,0	Rata – rata	2,0	Lemah	1,0
Total Skor Strategi Eksternal	Tinggi	3,42	I	II	III	IV	V	VI
	Menengah	3,0						
	Rendah		VII	VIII	IX			
	1,0							

Berdasarkan

tabel 4.7 diketahui bahwa posisi Desa Wisata Tanjung Boleng dengan nilai total skor strategi internal sebesar 3,63 dan total skor strategi eksternal sebesar 3,42 berada pada kuadran I pada posisi pertumbuhan sehingga memerlukan strategi pengembangan yang tepat guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng. Dalam kuadran I pertumbuhan.

Desa wisata Tanjung Boleng memiliki kekuatan (*strengths*) yang signifikan dan peluang (*opportunities*) yang positif. Kekuatan-kekuatan tersebut mencakup keindahan alam yang menakjubkan, kekayaan budaya lokal, sumber daya alam yang melimpah, dan warisan sejarah yang kaya. Peluang-peluang yang ada



meliputi peningkatan minat wisatawan terhadap destinasi alam, pengembangan infrastruktur pariwisata, serta peningkatan dukungan dari pemerintah dan masyarakat setempat. Dalam konteks ini, pengembangan strategi yang tepat sangat penting untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki desa wisata Tanjung Boleng. Strategi yang direkomendasikan meliputi penguatan branding dan pemasaran untuk meningkatkan daya tarik destinasi, peningkatan fasilitas dan infrastruktur wisata yang mendukung, pengembangan produk wisata yang beragam, pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi masyarakat setempat, serta kerjasama yang erat antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku bisnis pariwisata.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan desa wisata Tanjung Boleng dapat mengoptimalkan potensi pertumbuhan yang dimilikinya. Pertumbuhan yang berkelanjutan dan berkualitas dapat membawa manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang signifikan bagi masyarakat lokal, serta memberikan pengalaman wisata yang tak terlupakan bagi para wisatawan yang berkunjung ke desa wisata tersebut.

#### **4.4 Matriks SWOT**

Setelah mengetahui posisi pertumbuhan dari pengembangan desa wisata Tanjung Boleng selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal dengan menggunakan matrik SWOT sehingga diperoleh langkah atau strategi yang akan diambil sebagai suatu strategi pengembangan.

**Tabel 4.8**  
**Matriks SWOT Desa Wisata Tanjung Boleng**

	<b>Kekuatan/<i>Strength</i> (S)</b>	<b>Kelemahan/<i>Weakness</i> (W)</b>
<b>Peluang/<i>Opportunity</i> (O)</b> 1. Keadaan Politik yang stabil di NTT 2. Adanya undang-undang ketenagakerjaan mendukung kegiatan pariwisata yang di NTT. 3. Pembangunan Infrastruktur di NTT	<b>Strategi SO:</b> 1. Memperkuat branding dan pemasaran. 2. Mengembangkan fasilitas wisata. 3. Pengembangan kegiatan wisata 4. Kemitraan dan kolaborasi. 5. Peningkatan keamanan dan kenyamanan.	<b>Strategi WO:</b> 1. Meningkatkan informasi dan promosi. 2. Pelatihan pemandu wisata 3. Penyediaan alternatif akses. 4. Memanfaatkan kesempatan pembangunan infrastruktur:
	1. Pemandangan Desa yang indah 2. Memiliki kolam alami 3. Pemandangan Persawahan di Desa Tanjung Boleng sangat indah. 4. Memiliki goa alami yang terletak di bukit di desa tanjung boleng 5. Memiliki tempat snorkeling yang sangat bagus 6. Memiliki pasir putih yang sangat indah dan garis pantai yang cukup panjang 7. Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng dapat dilalui menggunakan Kendaraan 8. Memiliki Toilet untuk wisatawan 9. Memiliki Restaurant Kecil 10. Memiliki dermaga yang sangat cantik 11. Memiliki Pelampung untuk wisatawan yang ingin berenang 12. Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng sangat memadai	1. Memiliki Tempat Penjualan Tiket di setiap destinasi wisata yang ada desa tanjung boleng 2. Memiliki Papan Informasi di setiap jalan untuk menuju desa tanjung boleng 3. Memiliki Pemandu Wisata 4. Akses Menuju Goa Rangko Harus Menggunakan Kapal Laut.

<p>semakin Maju, Khususnya di Bidang Pariwisata</p> <p>4. Kenyamanan wisatawan menjadi prioritas</p> <p>5. Keamanan wisatawan selalu di utamakan</p>	<p>6. Meningkatkan kerjasama dengan pihak terkait</p>	<p>5. Kolaborasi dengan pihak terkait:</p>
<p><b>Ancaman/Treat (T)</b></p> <p>1. Banyaknya Objek yang sejenis membuat Pariwisata di NTT semakin Ketat</p> <p>2. Banyaknya Objek wisata lain yang ada di sekitar Desa wisata Tanjung Boleng</p> <p>3. Semua orang suka untuk berwisata atau kecenderungan untuk berwisata hal ini menjadi budaya dalam berwisata</p> <p>4. Sebagian orang di desa tanjung boleng masih memiliki dan takut melanggar adat dan budaya yang sejak dari zaman dulu</p>	<p><b>Strategi ST:</b></p> <p>1. Diversifikasi produk dan pengalaman:</p> <p>2. Peningkatan promosi dan branding:</p> <p>3. Pelatihan dan edukasi</p> <p>4. Kolaborasi dengan objek wisata lain.</p> <p>5. Peningkatan keberlanjutan yang peduli dengan lingkungan.</p>	<p><b>Strategi WT:</b></p> <p>1. Pengembangan fasilitas penjualan tiket terpusat:</p> <p>2. Peningkatan papan informasi dan navigasi</p> <p>3. Pelatihan dan peningkatan kualitas pemandu wisata</p> <p>4. Peningkatan aksesibilitas ke Goa Rangko</p> <p>5. Diferensiasi dan promosi berbeda.</p> <p>6. Penguatan nilai budaya dan adat lokal tradisional dan menjaga kelestarian budaya desa.</p>

Sumber: Data Diolah, (2023)

Matriks SWOT pada tabel 4.8 menghasilkan empat sel alternatif strategis yang dapat diidentifikasi melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sehingga dapat diambil kesimpulan oleh pengelola Desa Wisata Tanjung Boleng mengenai strategi yang digunakan dalam proses pengembangan serta mengantisipasi kendala yang akan dialami.

### 1. Strategi *Strength-Opportunities* (SO)

- a. Memperkuat branding dan pemasaran: Memanfaatkan keindahan pemandangan desa, kolam alami, persawahan, goa alami, tempat snorkeling, pasir putih, dan garis pantai yang panjang sebagai daya tarik utama. Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif melalui media

sosial, situs web, dan kolaborasi dengan agen perjalanan lokal untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik desa wisata Tanjung Boleng.

- b. Pengembangan fasilitas wisata: Meningkatkan fasilitas yang ada, seperti memperbaiki akses jalan menuju desa wisata dan memastikan kondisinya memadai. Menyediakan fasilitas toilet yang bersih dan nyaman bagi wisatawan. Mengembangkan restoran kecil dengan menu lokal yang menarik. Memperbaiki dermaga yang ada dan memastikan keamanan bagi wisatawan yang menggunakannya.
- c. Pengembangan kegiatan wisata: Menyusun paket wisata yang menarik dengan berbagai kegiatan, seperti trekking ke goa alami, snorkeling di tempat yang bagus, dan berjalan-jalan di sekitar persawahan yang indah. Menyediakan pelampung bagi wisatawan yang ingin berenang dengan aman. Mengadakan acara budaya lokal, seperti pertunjukan tari atau musik tradisional, untuk memperkaya pengalaman wisatawan.
- d. Kemitraan dan kolaborasi: Membangun kemitraan dengan pemerintah daerah, masyarakat setempat, dan pelaku bisnis pariwisata lainnya untuk meningkatkan pengelolaan dan promosi desa wisata. Kolaborasi dengan operator tur lokal dan hotel di sekitar wilayah untuk menciptakan paket wisata yang komprehensif dan saling menguntungkan.
- e. Peningkatan keamanan dan kenyamanan: Menempatkan keamanan dan kenyamanan wisatawan sebagai prioritas utama. Mengembangkan sistem pengawasan dan pengamanan yang efektif, termasuk pemasangan CCTV dan pelatihan keamanan bagi petugas desa wisata. Memberikan informasi dan panduan yang jelas kepada wisatawan mengenai tata tertib dan protokol keselamatan yang harus diikuti.

- f. Meningkatkan kerjasama dengan pihak terkait: Berkolaborasi dengan pemerintah daerah, organisasi pariwisata, dan asosiasi industri pariwisata untuk memanfaatkan peluang pembangunan infrastruktur yang semakin maju di NTT. Mengikuti kebijakan dan undang-undang ketenagakerjaan yang mendukung kegiatan pariwisata di daerah tersebut.

## **2. Strategi *Weakness-Opportunities* (WO)**

- a. Meningkatkan informasi dan promosi: Memperbaiki kelemahan dalam hal penjualan tiket dengan menyediakan tempat penjualan tiket yang mudah diakses dan jelas di setiap destinasi wisata di desa Tanjung Boleng. Memasang papan informasi di sepanjang jalan menuju desa wisata untuk memberikan panduan yang jelas kepada wisatawan. Mengembangkan materi promosi yang menarik, seperti brosur dan peta, untuk meningkatkan kesadaran wisatawan tentang desa wisata Tanjung Boleng.
- b. Pelatihan pemandu wisata: Mengakui keberadaan pemandu wisata sebagai kelemahan, melakukan pelatihan dan pengembangan bagi pemandu wisata yang ada. Memastikan pemandu wisata memiliki pengetahuan yang memadai tentang sejarah, budaya, dan daya tarik wisata di desa Tanjung Boleng. Meningkatkan kualitas layanan pemandu wisata agar dapat memberikan pengalaman yang berharga kepada wisatawan.
- c. Penyediaan alternatif akses: Mengatasi kelemahan akses menuju Goa Rangko yang membutuhkan kapal laut dengan menyediakan alternatif akses, seperti transportasi darat atau transportasi perahu yang lebih mudah dijangkau oleh wisatawan. Berkoordinasi dengan pihak terkait,

seperti operator tur atau pengelola kapal, untuk memastikan ketersediaan dan keamanan alternatif akses tersebut.

- d. Memanfaatkan kesempatan pembangunan infrastruktur: Mengikuti perkembangan pembangunan infrastruktur pariwisata di NTT dengan memanfaatkannya untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan di desa wisata Tanjung Boleng. Berkoordinasi dengan pemerintah daerah untuk memperoleh dukungan dalam pengembangan fasilitas dan infrastruktur yang dibutuhkan, seperti peningkatan jalan, penyediaan area parkir, dan perbaikan sarana wisata.
- e. Kolaborasi dengan pihak terkait: Bermitra dengan pemerintah daerah, asosiasi pariwisata, dan pelaku bisnis lokal untuk mengoptimalkan peluang yang ada. Melibatkan pihak terkait dalam pengembangan dan promosi desa wisata Tanjung Boleng, seperti mengadakan kerjasama dengan operator tur lokal, hotel, dan restoran untuk menciptakan paket

### 3. ***Strength-Threats (ST)***

- a. Strategi Diversifikasi produk dan pengalaman: Mengembangkan dengan memanfaatkan keindahan pemandangan desa, kolam alami, persawahan, goa alami, tempat snorkeling, pasir putih, garis pantai, dan dermaga sebagai daya tarik utama. Namun, untuk menghadapi persaingan yang ketat dan keberagaman objek wisata di sekitar Desa Tanjung Boleng, penting untuk diversifikasi produk dan pengalaman. Misalnya, mengembangkan aktivitas wisata tambahan, seperti hiking ke bukit sekitar desa, mengadakan acara budaya khusus, atau menyediakan fasilitas olahraga air tambahan.

- b. Peningkatan promosi dan branding: Mengkomunikasikan keunikan dan keindahan desa wisata Tanjung Boleng melalui kampanye promosi yang kreatif dan efektif. Meningkatkan kehadiran online melalui situs web, media sosial, dan kolaborasi dengan influencer pariwisata. Membangun merek yang kuat dengan menonjolkan nilai-nilai budaya lokal dan keaslian pengalaman wisata di desa Tanjung Boleng.
- c. Pelatihan dan edukasi: Mengatasi kekhawatiran masyarakat terkait pelanggaran adat dan budaya dengan melakukan pelatihan dan edukasi kepada masyarakat setempat. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat pariwisata yang bertanggung jawab, termasuk pemberdayaan ekonomi masyarakat, pelestarian budaya, dan pelestarian lingkungan. Melibatkan komunitas dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata untuk memastikan adanya keterlibatan dan dukungan yang kuat.
- d. Kolaborasi dengan objek wisata lain: Mengambil keuntungan dari keberadaan objek wisata lain di sekitar Desa Tanjung Boleng dengan menjalin kolaborasi dan kemitraan. Misalnya, mengembangkan paket wisata gabungan atau program bersama yang menggabungkan objek wisata di sekitar desa dengan pengalaman unik di desa wisata Tanjung Boleng. Ini dapat memberikan daya tarik lebih besar bagi wisatawan dan saling menguntungkan antara destinasi wisata.
- e. Peningkatan keberlanjutan: Mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan desa wisata Tanjung Boleng. Mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam dengan cara yang bertanggung jawab, menerapkan praktik pengelolaan limbah yang baik,

dan mempromosikan kesadaran lingkungan kepada wisatawan. Dengan demikian, desa wisata dapat menjadi contoh dalam pariwisata berkelanjutan dan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan yang peduli dengan lingkungan.

#### 4. Strategi *Weakness-Threats* (WT)

- a. Pengembangan fasilitas penjualan tiket terpusat: Mengatasi kelemahan tempat penjualan tiket yang tersebar di setiap destinasi wisata dengan mengembangkan pusat penjualan tiket yang terintegrasi. Hal ini akan meningkatkan efisiensi dalam proses pembelian tiket bagi wisatawan dan memberikan pengalaman yang lebih terorganisir.
- b. Peningkatan papan informasi dan navigasi: Menangani kelemahan kurangnya papan informasi di setiap jalan menuju desa Tanjung Boleng dengan memasang papan informasi yang jelas dan mudah diidentifikasi. Ini akan membantu wisatawan dalam navigasi dan memberikan informasi yang lengkap tentang desa wisata.
- c. Pelatihan dan peningkatan kualitas pemandu wisata: Menghadapi kelemahan kekurangan pemandu wisata dengan melakukan pelatihan dan peningkatan kualitas bagi pemandu wisata yang ada. Memberikan mereka pengetahuan yang mendalam tentang sejarah, budaya, dan atraksi wisata di desa Tanjung Boleng. Dengan pemandu wisata yang berkualitas, wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang lebih informatif dan memuaskan.
- d. Peningkatan aksesibilitas ke Goa Rangko: Menghadapi kendala akses menggunakan kapal laut untuk mencapai Goa Rangko, dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan aksesibilitas melalui penambahan



jalur transportasi alternatif, seperti jalur darat atau jalur perahu yang lebih mudah dijangkau oleh wisatawan. Ini akan membuka peluang lebih banyak bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

- e. Diferensiasi dan promosi berbeda: Mengatasi ancaman persaingan dari objek wisata sejenis dan objek wisata lain di sekitar Desa Tanjung Boleng dengan melakukan diferensiasi yang jelas. Fokus pada daya tarik unik desa wisata Tanjung Boleng, seperti pemandangan alam yang indah, kolam alami, dan goa alami. Selain itu, perlu melakukan promosi yang lebih agresif untuk menarik perhatian wisatawan dan membedakan diri dari destinasi wisata lainnya.
- f. Penguatan nilai budaya dan adat lokal: Mengatasi kekhawatiran sebagian orang di desa Tanjung Boleng yang takut melanggar adat dan budaya dengan memperkuat pemahaman dan apresiasi terhadap nilai-nilai budaya dan adat lokal. Melibatkan masyarakat dalam pengembangan pariwisata dan memastikan bahwa pengelolaan pariwisata dilakukan dengan menghormati nilai-nilai tradisional dan menjaga kelestarian budaya desa.

Penelitian ini dilakukan oleh Dedi Iskandar (2023). dengan judul "Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur" Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata, Tokoh Masyarakat, dan Pengunjung, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian Kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan alat analisis SWOT dengan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara. Kesimpulan dari penelitian ini adalah

membangun fasilitas seperti sarana menciptakan daya tarik wisata dan mempromosikan objek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan pemerintah dan swasta dalam pengelolaan pariwisata.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka simpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada nilai Matrik internal dan eksterna (IE) posisi Desa Wisata Tanjung Boleng dengan nilai total skor strategi internal sebesar 3,63 dan total skor strategi eksternal sebesar 3,42 berada pada kuadran I pada posisi pertumbuhan sehingga memerlukan strategi pengembangan yang tepat guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng.
2. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dapat difokuskan Pada memanfaatkan potensi alam yang indah dan atraksi unik desa Tanjung Boleng, seiring dengan peluang yang tercipta melalui kondisi politik yang stabil, undang-undang ketenagakerjaan yang mendukung, dan perkembangan infrastruktur pariwisata di NTT. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) perlu difokuskan pada peningkatan fasilitas penjualan tiket terpusat, papan informasi yang jelas, pelatihan pemandu wisata, dan peningkatan aksesibilitas ke objek wisata seperti Goa Rangko. Strategi ST (*Strengths-Threats*) mengarahkan pada diferensiasi desa wisata Tanjung Boleng dengan menonjolkan daya tarik alam, kolam alami, dan goa alami, serta melakukan promosi yang agresif. Terakhir, strategi WT (*Weaknesses-Threats*) mengharuskan penguatan nilai budaya dan adat lokal, melibatkan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, dan menjaga kelestarian budaya desa Tanjung Boleng di tengah persaingan dari objek wisata sejenis dan pesona wisata lainnya di sekitar daerah tersebut. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan Desa Wisata Tanjung

3. Boleng dapat meningkatkan daya tariknya, memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan pariwisata di daerah tersebut.

## 5.2 Saran

Berdasarkan data yang telah diberikan, adalah beberapa saran yang dapat diterapkan untuk pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng

1. Pengembangan infrastruktur dengan memperhatikan peningkatan akses jalan menuju desa wisata, fasilitas parkir yang memadai, serta penyediaan sarana dan prasarana yang nyaman dan aman bagi wisatawan seperti toilet umum, area istirahat, dan tempat makan.
2. Peningkatan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan dan peningkatan keterampilan kepada pemandu wisata, staf hotel, dan pengelola objek wisata untuk memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan berkualitas kepada wisatawan.
3. Diversifikasi produk dan kegiatan dengan cara mengembangkan beragam paket wisata yang mencakup kegiatan budaya, petualangan alam, kuliner lokal, dan interaksi dengan masyarakat setempat. Ini akan memberikan pengalaman yang lebih beragam dan memikat bagi wisatawan.
4. Promosi dan pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan media sosial, situs web, brosur, dan kemitraan dengan agen perjalanan untuk mempromosikan Desa Wisata Tanjung Boleng secara luas. Gunakan konten visual menarik dan cerita yang menarik untuk menarik minat wisatawan.
5. Libatkan masyarakat setempat dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Dorong partisipasi mereka dalam aktivitas wisata, pelatihan keterampilan, dan pengelolaan lingkungan. Hal ini akan meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap desa wisata.

6. Kelestarian lingkungan dan budaya dengan cara memprioritaskan keberlanjutan pariwisata dengan menjaga keaslian alam dan budaya setempat. Dorong praktik ramah lingkungan, pengelolaan sampah yang baik, dan pelestarian adat dan budaya melalui kegiatan edukasi dan keterlibatan masyarakat.
7. Kerjasama dengan pihak terkait dalam bentuk kemitraan dengan instansi pemerintah, lembaga pariwisata, dan sektor swasta untuk mendukung pengembangan desa wisata. Kolaborasi ini dapat melibatkan pembiayaan, pelatihan, dan bantuan teknis dalam pengelolaan dan pemasaran pariwisata.

## Daftar Pustaka

- Agustine, A. D. & Dwinugraha, A. P., 2021. Strategi Pengembangan Desa Wisata Osing dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ilmu Administrasi Publikl.* 6 (2) : pp 156-164.
- Ahmad, A., 2019. Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Bondowoso. *Https://Repository.Unej.Ac.Id/. Retrived 24 April 2023.*
- Anugrah, D. Z. D., 2021. Strategi Pengembangan Desa Wisata Catur Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali Sebagai Wisata Edukasi. *Denpasar: Dhayana Pura.*
- Ariani, Z. A. & Nursan, M., 2017. Strategi Pengembangan Desa Mantar Sebagai Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Sumba Barat. *Biologi Tropis, 17, No 2.*
- Asriwawanto, A., 2021. Strategi Pengembangan Desa Wae Lolos Sebagai Desa Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kecamatan Sano Nggoang, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. *Denpasar: Dhayana Pura.*
- Daeng, D. Z. A., 2021. Strategi Pengembangan Desa Wisata Catur Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali Sebagai Desa Wisata Edukasi. *Denpasar: Dhayana Pura.*
- Damanik, D. H. & Iskandar, D. D., 2019. *Https://Jurnal.Uns.Ac.Id/Jiep/Article/Viewfile/31944/25007* Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Ponggok. [Online].
- Firmansyah., 2020. *Strategi Mengembangkan Desa Wisata. Retrived 24 April 2023. [Online]. Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/171860-Id*
- Firmansyah, F., 2023. *Strategi Mengembangkan Desa Wisata. Retrived 24 April 2023.. [Online]. Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/171860-Id-*
- Fitriana , E., 2018. Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum-Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya. *Pendidikan Geografi. Kalimantan Tengah. PGRI Palangka Raya.*
- Gao, C., Cheng, L., Iqbal, J. & Cheng, D., N.D. *An Integrated Rural Development Mode Based On A Tourism Oriented Approach. Exploring The Beautiful Village Project In China, 9(2): Pp. 20-25.*

- Junaedi, .. I. W. R., Rai Utama, I. G. B. & Waruwu, D., 2021. Penggunaan Digital Marketing dalam Pembangunan Desa Catur Kintamani Mengwl. *Denpasar: Dhyana Pura*.
- Kurniawan, F. H. & Maulana, M. . A., 2022. Model Strategi Pengembangan Masyarakat Berbasis Desa Wisata di Situ Gunung Sukabumi. *Nuansa Akademik. 7 No. 2, pp.219-236*.
- Liu, C., Dou, X. & A Cai, J. L. L., 2020. *Analyzing Government Role In Rural Tourism Devolpment An Empirical Investigation From China.Rural Studies. 5(2): pp. 30-35*.
- Mirayani, N. K., Paristha, N. P. T. & Octaviana, N. K. R., 2023. Strategi Pengembangan desa wisata Kerta Kabupaten Gianyar Provinsi Bali Dalam New Normal Era. *Altasia, 5 No 1*.
- Nurohman, Y. A. & Qurniawati, R. S., 2021. Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal. *Among Makarti. 14 No. 1*.
- Pokdarwis, P., 2021. Objek Wisata yang dda di Desa Tanjung Boleng. *Labuan Bajo: Tanjung Boleng*.
- Rahayu, R. S., Talkah, A. & Daroini, A., 2020. Strategi Pengembangan Edukasi Hutan Obat Mbambangan Gunung Kelud Kabupaten Kediri. *Ekonomi Pertanian. 4 No.2*.
- Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah & Hirsan, F. P., 2019. Stertegi Pengembangan Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Planoearthl. 4(2): pp.111-116*.
- Rangkuti, 2015. *Tahap Analisis IFAS dan Efas*
- Sudana, I. P., 2017. Mode Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Kenderaan, Gianyar, Bali. *Analisis Pariwisata, 17. No. 1*
- Sumantri, D., 2019. Strategi Penegembangan Desa Wisata di Kelurahan Jelekong, Kabupaten Bandung. *Geography Of Tropical Environtmentsl.2 No 1*.
- Utama, I.G.B.R., 2015. Pengantar Industri Pariwisata. *Denpasar: Dhayana Pura*.
- Utama, I.G.B.R., & Eka Mahadewi, N. M., 2018. Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan. *Publikasi IAIN Batu Sangkar*.
- Utama, I.G.B.R., Waruwu, D., Sumartana, I. M. & Krismawintar, N. P. D., 2021. Model Edukasi Pencegahan Dini Penyebaran Covid-19 di Bali. *Membangun Bali, Vol. 2 No. 1. April 2021 (e-ISSN 2722-2462), pp. 2722-2454*
- Utomo, S. J. & Satriawan, B., 2017. Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.

*Neo-Bis.11(2), pp.142-153.*

Waruwu, D. W., Erfiani, N. M. . D., Darmawijaya, I. P. & Kurniawati, N. S. E., 2020. Pengembangan Tanaman Herbal Sebagai Destinasi Wisata di Desa Catur, Kintamani, Bali. Pengabdian Kepada Masyarakat LP2M Universitas Hasanudin. *Panrita Abdi. 4, Iss 1.*

Waruwu, D., Santoso, R.T.P.B. and Sandhika, I.M.G.S., 2022. The Management of Seaweed Cultivation as an Educational Tourism Destination in Lembongan Village, Klungkung Regency, Bali. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan, dan Humaniora, 6(2)*, pp.117-128.

Wicaksono. & Suryo, . A., 2021. Strategi Pengembangan Desa Wisata Kembang Arum Desa Donokerto Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.. *Eprints.Upnyk. 6 (2), pp. 156-164.*



Lampiran 1 Kuesioner Pembobotan (Expert Pariwisata Setempat)

## **KUESTIONER PEMBOBOTAN (EXPERT PARIWISATA SETEMPAT)**

### **STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TANJUNG BOLENG KABUPATEN MANGGARAI BARAT, NUSA TENGGARA TIMUR**

Mohon memberikan penilaian (bobot) atau tingkat kepentingan sesuai dengan pendapat Saudara/i, pada setiap indikator dengan skala 0% sampai dengan 100%

1. Menurut Saudara/i, seberapa penting indikator-indikator internal berikut untuk pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng?

<b>INDIKATOR</b>	<b>KETERANGAN</b>	<b>% BOBOT/ % TINGKAT KEPENTINGAN</b>
1. Pemandangan Desa yang Masih Arsi	Pemandangan Desa yang indah dan alam yang masih Asri,serta air sungai yang begitu jernih	
2. Kolam yang masih Alami	Memiliki kolam alami yan bisa memuat dua orang saja dan air kolam berasal dari mata air yang berasal dari pegunungan	
3. persawahan yang sanagat indah	.Pemandangan Persawahan di Desa tanjung Boleng sangat indah.	
4. goa yang masih alami	Memiliki goa alami yang terletak di bukit di desa tanjung boleng, memiliki stalaktik dan stalakmit yang unik.	

<b>INDIKATOR</b>	<b>KETERANGAN</b>	<b>% BOBOT/ % TINGKAT KEPENTINGAN</b>
5. Snorkeling di Pantai Desa Tanjung Boleng	Memiliki tempat snorkeling yang sangat bagus, memiliki karang lau yang sangat bagus	
6. Adanya Panatai yang indah	Memiliki pasir putih yang sangat indah dan garis pantai yang cukup panjang	
7. Adanya Jalan yang Bagus	Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng sangat memadai dang sangat bagus	
8. Adanya Kapal Lokal untuk Memudahkan Traspotasi	Untuk Menuju Destinasi Wisata Yang ada di desa tanjung Boleng Khususnya Goa Rangko wisatawan Harus Menggunakan Kapal Laut.	
9. Toilet Bersih	Memiliki Toilet yang Bersih Untuk Wisatawan	
10. Restaurant	. Memiliki Restaurant Kecil untuk wisatawan yang ingin makan di sana.	
11. Adanya Loket	Memiliki Tempat Penjualan Tiket disetiap destinasi wisata yang ada desa tanjung boleng	
12. Adanaya Guide	Memiliki Pamandu Wisata Saat berkujung ke desa tanjung boleng	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

2. Menurut Saudara/i, seberapa penting indikator-indikator eksternal berikut untuk pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Ayun?

INDIKATOR	PERNYATAAN	%BOBOT% TINGKAT KEPENTINGAN
1. Peraturan pemerintah	Adanya undang-undang tenaga kerjaan mendukung kegiatan pariwisata yang di NTT.	
2. Politik	Keadaan Politik yang setabil di NTT	
3. Objek Wisata yang sejenis	Banyaknya Objek yang sejenis membuat Pariwisata di NTT semakin Ketat, Khususnya Desa Wisata.	
4. Kenyamanan wisatawan	Kenyamanan wisatawan di prioritaskan dan selalu melayani dengan penuh hati.	
5. Keamanan Wisatawan	Keamanan wisatawan selalu di utamakan, untuk itu desa wisata tanjung boleng sudah menyiapkan guid untuk wisatawan yang berkunjung ke desa wisata tanjung boleng.	
6. Adat Istiadat yang masih kental	Sebagian orang di desa tanjung boleng masih memiliki adat dan budaya yang sejak dari zaman dulu, dan jika melanggar adat istiadat yang telah di buat akan terima konsekuensinya.	
7. Objek Wisata lain yang ada di sekitar	Banyaknya Objek wisata lain yang ada di sekitar Desa wisata Tanjung Boleng Menimbulkan Pesaing yang cukup kuat	

8. Pembangunan Infastruktur	Pembangunan Infastruktur di NTT semakin Maju, Khususnya di Bidang Pariwisata	
9. Kecendrungan Berwisata	Sumua orang suka untuk berwisata atau kecendrungan untuk berwisata hal ini menjadi budaya dalam berwisata	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

Lampiran 2 Kuesioner Penilaian Untuk Para Responden

## KUESTIONER RATING UNTUK PARA RESPONDEN

### STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TANJUNG BOLENG KABUPATEN MANGGARAI BARAT, NUSA TENGGARA TIMUR

Petunjuk: Mohon memberikan penilaian (rating) sesuai dengan pendapat saudara/l dengan mengisi tanda *check list* pada kolom STS, TS, S, SS yang telah disediakan sebagai jawaban dari masing-masing indikator, dengan keterangan sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Setuju
- 4 = Sangat Setuju

1. Bagaimana Saudara/i menilai pengaruh indikator-indikator internal berikut pada Daya Taik Desa Wisata Tanjung Boleng?

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
1. Pemandangan Desa yang Masih Arsi				
2. Adanya Kolam yang masih Alami				
3. Adanya persawahan yang sanagat indah				
4. Adanya goa yang masih alami				
5. Snorkeling di Pantai Desa Tanjung Boleng				

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
6. Adanya Panatai yang indah				
7. Adanya Jalan yang Bagus				
8. Adanya Kapal Lokal untuk Memudahkan Traspotasi				
9. Adanya Toilet Bersih				
10. Adanya Restaurant				
11. Adanya Loket				
12. Adanaya Guide				

2. Bagaimana Saudara/i menilai pengaruh indikator-indikator eksternal berikut pada Daya Tarik Wisata Taman Ayun?

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
1. Adanya peraturan pemerintah				
2. Adanya Politik Yang Stabil				
3. Terdapat Objek Wisata yang sejenis				
4. Adanya Kenyamanan wisatawan				
5. Adanya Keamanan Wisatawan				
6. Adanya Adat Istiadat				
7. Adanya Objek Wisata lain yang ada di sekitar				

PERNYATAAN	RATING			
	STS	TS	S	SS
8. Adanya Pembangunan Infastruktur				
9. Adanya Kecendrungan Berwisata				

Lampiran 3 Hasil Pembobotan Internal dan External Desa Wisata Tanjung Boleng  
**Indikator Internal Desa Wisata Tanjung Boleng**

Kode	Indikator Internal	Mean	Keterangan
I 1	Pemandangan Desa yang indah	4,00	Kekuatan
I 2	Memiliki kolam alami	3,82	Kekuatan
I 3	Pemandangan Persawahan di Desa Tanjung Boleng sangat indah.	3,91	Kekuatan
I 4	Memiliki goa alami yang terletak di bukit di Desa Tanjung Boleng	4,00	Kekuatan
I 5	Memiliki tempat snorkeling yang sangat bagus	3,91	Kekuatan
I 6	Memiliki pasir putih yang sangat indah dan garis pantai yang cukup panjang	3,73	Kekuatan
I 7	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng dapat dilalui menggunakan Kendaraan	3,82	Kekuatan
I 8	Memiliki Toilet untuk wisatawan	3,73	Kekuatan
I 9	Memiliki Restaurant Kecil	3,73	Kekuatan
I 10	Memiliki dermaga yang sangat cantik	3,82	Kekuatan
I 11	Memiliki Pelampung untuk wisatawan yang ingin berenang	3,73	Kekuatan
I 12	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tanjung Boleng sangat memadai	3,82	Kekuatan
I 13	Memiliki Tempat Penjualan Tiket disetiap destinasi wisata yang ada Desa Tanjung Boleng	2,50	Kelemahan
I 14	Memiliki Papan Informasi di setiap jalan untuk menuju desa tanjung boleng	2,50	Kelemahan
I 15	Memiliki Pemandu Wisata	2,50	Kelemahan
I 16	Akses Menuju Goa Rangko Harus Menggunakan Kapal Laut.	2,50	Kelemahan

### Indikator Eksternal Desa Wisata Tanjung Boleng

Kode	Indikator Internal	Mean	Keterangan
E1	Keadaan Politik yang stabil di NTT	4,00	Peluang
E2	Adanya undang-undang ketenagakerjaan mendukung kegiatan pariwisata yang di NTT.	3,78	Peluang
E3	Pembangunan Infastruktur di NTT semakin Maju, Khususnya di Bidang Pariwisata	3,67	Peluang
E4	Kenyamanan wisatawan menjadi prioritas	3,78	Peluang
E5	Keamanan wisatawan selalu di utamakan	3,67	Peluang
E6	Banyaknya Objek yang sejenis membuat Pariwisata di NTT semakin Ketat	2,50	Ancaman
E7	Banyaknya Objek wisata lain yang ada di sekitar Desa wisata Tanjung Boleng	2,50	Ancaman
E8	Semua orang suka untuk berwisata atau kecendrungan untuk berwisata hal ini menjadi budaya dalam berwisata	2,50	Ancaman
E9	Sebagian orang di Desa Tanjung Boleng masih memiliki dan takut melanggar adat dan budaya yang sejak dari zaman dulu	2,50	Ancaman

Lampiran 4 Hasil Tebulasi Penilaian Internal Desa Wisata Tanjung Boleng

**Tabel 4.3**  
**Pembobotan Faktor Internal Pada Desa Wisata Tanjung Boleng**

Resp	TABULASI DATA INTERNAL BOBOT INDIKATOR																Total	%
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16		
R1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	56	8,93
R2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	57	9,09
R3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	56	8,93
R4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	55	8,77
R5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	56	9,25
R6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	60	9,57
R7	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	56	8,93
R8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	54	8,61
R9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	58	9,25
R10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	56	8,93
R11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	2	2	2	56	8,93
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>43</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>620</b>	<b>100</b>
<b>%</b>	<b>7,02</b>	<b>6,70</b>	<b>6,86</b>	<b>7,02</b>	<b>6,86</b>	<b>6,54</b>	<b>6,70</b>	<b>6,54</b>	<b>6,54</b>	<b>6,70</b>	<b>6,54</b>	<b>6,70</b>	<b>4,63</b>	<b>4,78</b>	<b>4,94</b>	<b>4,94</b>	<b>100</b>	

Sumber: Olah data (2023).

Pemberian bobot dilakukan oleh para responden terkait dengan strategi Pengembangan

Desa Wisata Tanjung Boleng pada faktor eksternal dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Pembobotan Faktor Eksternal Pada Desa Wisata Tanjung Boleng**



Resp	TABULASI DATA EKSTERNAL BOBOT INDIKATOR									Total	%
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9		
R1	4	4	3	3	4	3	2	2	3	28	8,48
R2	4	3	3	4	4	2	2	3	2	27	8,18
R3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	29	8,79
R4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	30	9,09
R5	4	4	4	4	3	2	3	3	2	29	8,79
R6	4	4	4	4	3	3	3	3	2	30	9,09
R7	4	4	4	4	3	2	3	2	2	28	8,48

#### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saharudin  
 Jabatan : Kepala Desa Tanjung Boleng  
 Desa : Tanjung Boleng

Menyatakan bahwa:

Nama : Dedi Iskandar  
 Sekolah : Universitas Dhyana Pura  
 Program : Manajemen Bisnis Pariwisata  
 Nim : 19110101064

Bahwa memang benar nama tersebut diatas telah mengambil data untuk keperluan penelitian Skripsi di Desa Tanjung Boleng, Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. Demikian surat keterangan ini dibuat sebagaimana mestinya agar dapat dipergunakan sebaik- baiknya.





UNIVERSITAS DHYANA PURA  
SK. MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011, TGL. 7 JULI 2011  
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. Raya Padang Luwih, Br. Tegaljaya, Dalung, Kuta Utara, Badung  
Telp. (0361) 426450 - 426451, Fax. (0361) 426452

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dedi Iskandar  
NIM : 19110101064  
Prog. Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Bisnis Perumihan



Judul Skripsi :  
Strategi Pengembangan Daya Wisata  
Tanjung Bering Kabupaten Manggarai Barat  
Kec. Tenggara Timur.

Pembimbing I: Dr. Gusti Bagus Rai Utama, SE, M.MA, MA

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	24/03/2023	Kesahan dalam menulis	
2	13/04/23	Ganti Tahun, daftar pustaka	
3	27/04/23	Perbaiki Perumihan	
4	05/05/23	Acc Bab II	
5	22/05/23	Acc kuisner dan pencari data	
6	21/06/23	Perbaiki tabo dan daftar pustaka	
7	11/07/23	Tambahan daftar pustaka	
8	25/07/23	Acc skripsi	
<p><i>Acc dan diteliti</i> 25/7/2023</p>			

Badung, Universitas Dhyana Pura  
Fak. Ekonomika dan Humaniora  
Program Studi Manajemen

Ni Putu Dyah Krismawintari, SE., MM  
Ketua Program Studi

Tanggal, \_\_\_\_\_  
Mahasiswa dinyatakan siap  
Mengikuti Ujian Skripsi

Pembimbing I

Pembimbing II: I. E. Darmawan Waruwu, M.Si

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	17/03/2023	Typo, Spacing, ukuran huruf	
2	17/04/2023	Daftar pustaka, kesahan mengahk	
3	03/07/2023	Perbaiki catat tulis di Bab 9	
4	14/07/23	Perbaiki catat tulis	
5	12/09/23	Perbaikan cara penulisan	
6	13/09/23	Perbaiki Perumihan	
7	20/09/23	Perbaiki Perumihan	
8	24/07/22	ACC	
<p><i>Acc dan diteliti</i> 25/7/2023</p>			

Tanggal, \_\_\_\_\_  
Mahasiswa dinyatakan siap  
Mengikuti Ujian Skripsi

Pembimbing II