

<p>menuju objek wisata dapat menjadi hambatan serius dalam mengembangkan sektor pariwisata di Luwu Timur.</p> <p>4. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) terlatih dalam pengelolaan dan pelaksanaan event pariwisata bisa menjadi hambatan serius dalam mengembangkan sektor pariwisata di Luwu Timur. Event merupakan salah satu cara efektif untuk menarik wisatawan, mempromosikan destinasi, dan memberikan pengalaman unik kepada mereka.</p> <p>5. Lemahnya kelembagaan yang mengelola objek wisata dapat menghambat pengembangan dan pemasaran destinasi pariwisata secara efektif. Kelembagaan yang kuat dan terorganisir penting untuk memastikan</p>	<p>teknik-teknik konstruksi yang sesuai dengan lingkungan alam dan kondisi topografi di Luwu Timur.</p> <p>3. Pendidikan dan Pelatihan Dinas Pariwisata Luwu Timur dapat menyelenggarakan program pendidikan dan pelatihan bagi tenaga kerja di bidang pariwisata. Ini bisa melibatkan pelatihan dalam perencanaan event, manajemen acara, pemasaran, keramahamahan, dan keterampilan komunikasi.</p> <p>4. Pelatihan dan Pendidikan Memberikan pelatihan dan pendidikan kepada anggota tim untuk meningkatkan kompetensi dalam pengelolaan objek wisata. Ini termasuk pengetahuan tentang keramahamahan, pemasaran, kebersihan, dan keamanan.</p>	<p>baik adalah investasi jangka panjang dalam pertumbuhan pariwisata.</p> <p>3. Pengembangan Tim, Bentuk tim khusus yang bertanggung jawab atas pengelolaan event pariwisata. Pastikan anggota tim memiliki keahlian yang beragam, termasuk pemasaran, perencanaan, logistik, dan kreativitas.</p> <p>4. Rencana Pengembangan Jangka Panjang Buat rencana pengembangan jangka panjang untuk objek wisata. Rencana ini harus mencakup tujuan, strategi, dan langkah-langkah konkret untuk pengembangan yang berkelanjutan.</p>
---	--	---

<p>pengelolaan yang baik, promosi yang efektif, dan pengalaman positif bagi wisatawan.</p>		
--	--	--

Setelah diketahui hasil analisis dari pemasukan data berdasarkan klasifikasi SWOT di atas maka dapat digambarkan strategi yang akan digunakan dalam meningkatkan sector ekonomi di bidang pariwisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur : (1) Strategi Strengths Opportunities (S-O), strategi yang mengutamakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada: (a) Meningkatkan promosi dengan secara rutin baik dari iklan maupun secara online. (b) Memanfaatkan keindahan alam dan kebersihan objek wisata sebagai *brand image* wisata yang berada di Luwu Timur. (c) Meningkatkan pembangunan fasilitas umum yang urgensi seperti klinik Kesehatan dan pos keamanan. (d) Pemerintah mengadakan Kerjasama dengan Perusahaan atau investor dalam membantu pengembangan objek wisata dalam segi pembangunan ataupun pelatihan SDM pengelola (e) Pemerintah ataupun pihak swasta melakukan pelatihan UMKM kepada masyarakat sekitar objek wisata dan mendorong masyarakat sekitar untuk memanfaatkan wisatawan yang berkunjung untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

(2) Strategi Strengths Threats (S-T), strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi tantangan yang ada: (a) Berbagi Informasi Berguna, jangan hanya berfokus pada promosi murni, tetapi juga berbagi informasi berguna tentang lokasi, budaya, aktivitas, dan tips perjalanan di Luwu Timur. Ini akan membantu membangun citra daerah sebagai destinasi yang informatif. (b) Perencanaan Perbaikan dan Pengembangan Rancang rencana perbaikan dan pengembangan infrastruktur jalan dengan mempertimbangkan teknik-teknik konstruksi yang sesuai dengan lingkungan alam dan kondisi topografi di Luwu Timur. (c) Pendidikan dan Pelatihan Dinas Pariwisata Luwu Timur dapat menyelenggarakan program pendidikan dan pelatihan bagi tenaga kerja di bidang pariwisata. Ini bisa

melibatkan pelatihan dalam perencanaan event, manajemen acara, pemasaran, keramahtamahan, dan keterampilan komunikasi. (d) Pelatihan dan Pendidikan Memberikan pelatihan dan pendidikan kepada anggota tim untuk meningkatkan kompetensi dalam pengelolaan objek wisata. Ini termasuk pengetahuan tentang keramahtamahan, pemasaran, kebersihan, dan keamanan.

(3) Strategi Weaknesses Opportunities (W-O), strategi yang meminimalkan kelemahan intern dengan memanfaatkan peluang yang kuat untuk memperbaiki kondisi yang intern: : (a) Melakukan promosi melalui iklan di media social secara rutin. (b) Pemerintah melakukan sosialisasi secara rutin terhadap pemuda-pemuda sekitar objek wisata terkait pentingnya menjaga kenyamanan wisatawan di sekitar objek wisata. (c) Melakukan pelatihan kepada pengelola terkait pengelolaan dan perawatan sarana dan prasarana objek wisata. (d) Bekerjasama dengan dinas Kesehatan ataupun Palan Merah Indonesia (PMI) untuk mendirikan posko Kesehatan disekitar objek wisata sebagai klinik Kesehatan darurat. (e) Bekerjasama dengan organisasi kepemudaan ataupun EO untuk merancang event disekitar objek wisata.

4) Strategi Weaknesses Threats (W- T), strategi yang meminimalkan kelemahan intern untuk dapat bertahan dalam menghadapi tantangan: (a) Mengoptimalkan Kampanye Khusus Rencanakan kampanye khusus di media sosial, seperti kontes foto, kuis, atau penghargaan. Hal ini dapat mendorong partisipasi aktif dari pengikut dan memperluas jangkauan konten Anda. (b) Alokasi Dana Pastikan adanya alokasi dana yang memadai dari anggaran daerah untuk proyek perbaikan jalan dan infrastruktur terkait. Infrastruktur yang baik adalah investasi jangka panjang dalam pertumbuhan pariwisata. (c) Pengembangan Tim, Bentuk tim khusus yang bertanggung jawab atas pengelolaan event pariwisata. Pastikan anggota tim memiliki keahlian yang beragam, termasuk pemasaran, perencanaan, logistik, dan kreativitas. (d) Rencana Pengembangan Jangka Panjang Buat rencana pengembangan jangka panjang untuk objek wisata.

Rencana ini harus mencakup tujuan, strategi, dan langkah-langkah konkret untuk pengembangan yang berkelanjutan.

Setelah mengelompokkan kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dari strategi kebijakan pengembangan sector ekonomi di bidang pariwisata di Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur, maka akan dianalisa dengan menggunakan SWOT yang dapat menghasilkan kemungkinan alternatif strategi bersaing. Selain memperhatikan faktor-faktor diatas, dari kekuatan dan kelemahan (faktor internal) dan peluang serta ancaman (faktor eksternal) dalam dari strategi kebijakan pengembangan sector ekonomi di bidang pariwisata di Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur dapat disusun Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) untuk menentukan starategi bersaing yang akan digunakan IFAS tersebut dengan cara: (a) Menentukan faktor strategi yang menjadi kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman. (b) Beri masing-masing bobot dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. (c) Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding atau paling tinggi) sampai dengan 1 (poor atau paling rendah). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberikan rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberikan rating +1). Pemberian nilai ancaman kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika nilai ancaman sedikit ratingnya 4. (d) Menentukan nilai skor dengan mengalikan bobot dan rating. (e) Menjumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan terhadap IFAS.

#### **Tabel 5 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)**

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Skor
<b>Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)</b>				
<b>Strenghts (S)</b>				
1	Pemandangan objek wisata	0,15	3	0,45
2	Aksesibilitas menuju objek wisata	0,13	3	0,39
3	Kebersihan Objek Wisata	0,18	4	0,72
4	Realisasi Pembangunan Infrastruktur objek wisata	0,16	3	0,48
5	Pengelolaan Destinasi Wisata	0,13	3	0,39
	<b>Subtotal</b>	<b>0,75</b>		<b>2,43</b>
<b>Weakness (W)</b>				
1	Tidak adanya jejaring pariwisata regional	0,04	4	0,16
2	Masih sering terjadi konflik antar pemuda disekitar objek wisata	0,09	3	0,27
3	Sumber Daya Manusia yang masih kurang dalam hal memperbaiki sarana dan prasarana objek wisata	0,04	2	0,08
4	Tidak tersedianya klinik kesehatan di sekitar objek wisata	0,04	3	0,12
5	Masih kurangnya pelaksanaan event di objek wisata	0,04	2	0,08
	<b>Subtotal</b>	<b>0,25</b>		<b>0,71</b>
	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>30</b>	<b>3,14</b>

Sedangkan EFAS tersebut disusun dengan cara yang sama seperti dengan cara Menyusun IFAS akan tetapi kekuatan diganti dengan peluang, sedangkan kelemahan diganti dengan ancaman.

**Tabel 6 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)**

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Skor
<b>Faktor-faktor eksternal (Peluang dan Ancaman)</b>				
<b>Oppurtinities (O)</b>				
1	Keberadaan objek wisata memberi dampak pada usaha yang dikelolah oleh masyarakat sekitar objek wisata	0,16	4	0,64
2	Keberadaan objek wisata memperkenalkan historis budaya khas Luwu Timur	0,16	4	0,64
3	Adanya kerjasama antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat untuk mengembangkan objek wisata	0,16	4	0,64
4	Adanya objek wisata membantu masyarakat sekitar dengan tersedianya lapangan pekerjaan yang baru	0,16	4	0,64
5	Ketersediaan informasi mengenai objek wisata Luwu Timur	0,12	3	0,36
	<b>Subtotal</b>	<b>0,76</b>		<b>2,92</b>
<b>Threats (T)</b>				
1	Kurangnya amenities seperti penunjuk jalan menuju objek wisata	0,04	1	0,04
2	Kurangnya Promosi dalam bentuk media sosial	0,04	2	0,08
3	Aksesibilitas menuju objek wisata yang masih susah untuk diakses kendaraan darat	0,08	1	0,08
4	Kurangnya SDM pengelola dan Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam membuat dan melaksanakan event	0,04	1	0,04

5	Lemahnya kelembagaan yang mengelola objek wisata	0,04	1	0,04
	<b>Subtotal</b>	<b>0,24</b>		<b>0,28</b>
	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>3,2</b>

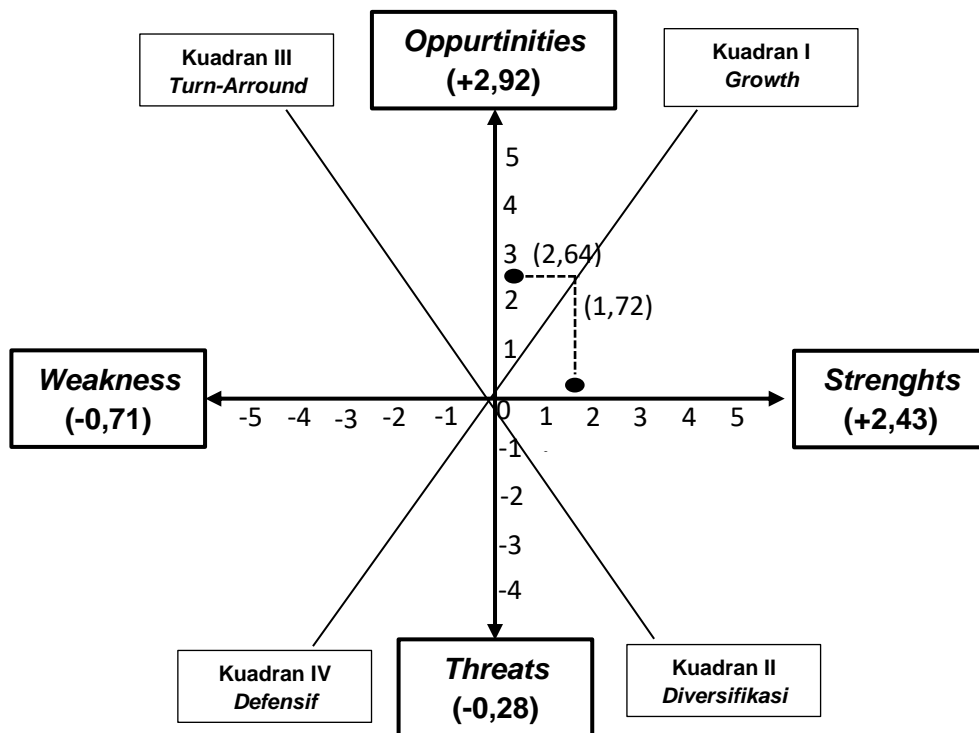
Pada tabel 4 diatas faktor-faktor kekuatan (strengths) mempunyai nilai skor 2,43 sedangkan faktor-faktor kelemahan (weaknesses) mempunyai nilai skor 0,71 berarti Dinas Pariwisata mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan dalam menentukan strategi Kebijakan. Selanjutnya pada tabel 5 diatas faktor-faktor peluang (Opportunities) mempunyai nilai skor 2,43 dan faktor-faktor ancaman (threats) mempunyai nilai skor 0,28 ini berarti dalam upaya menentukan strategi kebijakannya Dinas Pariwisata Luwu Timur memiliki peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang timbul. Dari hasil susunan faktor-faktor internal dan ekseternal diatas, menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut: Kekuatan (Strengths/S) = 2,43, Kelemahan (Weaknesses/W) = 0,71, Peluang (Opportunities/O) = 2,92 dan Ancaman (Threats/T) = 0,28.

**Tabel 7 Rekap Skor IFAS dan EFAS**

Skor Internal	Skor Eksternal	Pilihan Strategi
<b>S &gt; W (+)</b> <b>2,43 &gt; 0,71</b>	<b>O &gt; T</b> <b>2,92 &gt; 0,28</b>	<b>Growth</b>
<b>S &gt; W (+)</b>	<b>O &lt; T (-)</b>	<b>Diversifikasi</b>
<b>S &lt; W (-)</b>	<b>O &gt; T (+)</b>	<b>Turn-around</b>
<b>S &lt; W (-)</b>	<b>O &lt; T (-)</b>	<b>Difensif</b>

Untuk menentukan strategi yang lebih spesifik dari nilai yang dimasukkan dalam diagram pilihan strategi, karena hasil dari tabel terlihat bahwa dari skor yang ada mengarah ke strategi growth. Berdasarkan skor yang menunjukkan bahwa kekuatan (Strengths/S) lebih kecil dari peluang (Opportunities/O) sehingga hasilnya nampak pada diagram berikut ini:

**Gambar 1 Diagram Analisis SWOT EFAS/IFAS**



Kuadran I: merupakan situasi yang sangat menguntungkan, karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth). Kuadran II: meskipun menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Kuadran III: menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala yaitu kelemahan internal. Kuadran IV: merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Dari gambar 1 dan tabel 1 di atas yang didasarkan pada perhitungan SWOT, Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur  $S < O$ , yakni peluang lebih besar dari pada kekuatan yang ada, dimana arah kebijakan Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam kondisi *growth strategy*.



### 5.5. Rekomendasi Kebijakan Yang Dapat Diambil Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur

Strategi pertumbuhan (Growth Strategy) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam pengelolaan pariwisata dan profit bagi masyarakat sekitar objek wisata. Hal ini dapat dicapai dengan cara mengembangkan pembangunan fasilitas umum objek wisata, kualitas SDM yang mengelolah objek wisata, meningkatkan Kerjasama dengan perusahaan dan investor terkait pengelolaan objek wisata. Usaha yang dilakukan adalah meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit.

Rekomendasi Kebijakan yang dapat diambil oleh Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam mengembangkan Objek Wisata Alam yaitu ;

1. **Penetrasi Pasar**, Strategi ini fokus pada meningkatkan penetrasi pasar dengan memaksimalkan penjualan produk atau layanan yang sudah ada kepada pasar yang sudah ada pula. Dalam konteks pariwisata, Dinas Pariwisata Luwu Timur dapat mencoba menggaet lebih banyak wisatawan dari segmen yang sudah dikenal, seperti melalui promosi khusus, peningkatan pemasaran, atau penyediaan paket wisata yang lebih terjangkau. Upaya ini akan membantu meningkatkan pangsa pasar di kalangan wisatawan yang sudah familiar dengan daerah tersebut.
2. **Pengembangan Pasar**, Strategi ini melibatkan upaya memasuki pasar baru atau menggarap segmen wisatawan yang sebelumnya belum dieksplorasi. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata Luwu Timur dapat berusaha menarik wisatawan dari luar daerah atau bahkan luar negeri melalui pemasaran khusus dan promosi yang lebih luas. Dengan menjangkau segmen pasar baru, potensi pertumbuhan pariwisata dapat diperluas.
3. **Pengembangan Produk**, Fokus dari strategi ini adalah memperkenalkan produk atau layanan baru yang dapat menarik minat wisatawan. Dinas Pariwisata Luwu Timur dapat

mengembangkan berbagai jenis produk atau pengalaman wisata yang belum tersedia sebelumnya. Contoh-contohnya bisa berupa tur petualangan, acara budaya yang unik, atau kegiatan interaktif dengan alam. Pengembangan produk baru akan membuka peluang baru untuk menarik wisatawan dan memberikan pengalaman yang lebih beragam.

4. **Diversifikasi**, Diversifikasi adalah strategi yang melibatkan peluncuran produk atau layanan sepenuhnya baru yang tidak terkait langsung dengan produk atau layanan yang sudah ada. Dalam konteks pariwisata, Dinas Pariwisata Luwu Timur dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan jenis objek wisata yang berbeda dari objek wisata alam yang sudah ada. Misalnya, pengembangan tempat wisata bersejarah, seni dan budaya, atau hiburan. Meskipun lebih berisiko, diversifikasi dapat membantu mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk wisata.
5. **Pengembangan Amenitas**, Pengembangan amenitas, seperti penunjuk jalan menuju objek wisata di Luwu Timur, merupakan langkah penting dalam meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan. Ini dapat membantu wisatawan navigasi dengan lebih baik dan merasakan pengalaman yang lebih positif saat mengunjungi objek wisata. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil dalam pengembangan penunjuk jalan:
  - a. **Identifikasi Poin-Poin Penting**: Tentukan objek wisata yang paling populer dan sering dikunjungi di Luwu Timur. Hal ini dapat mencakup atraksi alam, budaya, sejarah, atau tempat-tempat lain yang menarik minat wisatawan.
  - b. **Pemetaan Lokasi**: Buat peta yang mencakup lokasi semua objek wisata yang akan ditunjukkan. Pastikan peta ini mudah dibaca dan intuitif. Gunakan tanda-tanda khusus untuk menandai lokasi dan arah.

- c. **Desain Penunjuk Jalan:** Desain penunjuk jalan yang informatif dan menarik. Gunakan warna-warna cerah, font yang mudah dibaca, dan ikon yang jelas untuk membantu wisatawan mengenali arah dan lokasi dengan cepat.
- d. **Penempatan yang Strategis:** Tempatkan penunjuk jalan di titik-titik yang strategis, seperti persimpangan jalan utama, area parkir, atau titik masuk ke objek wisata. Pastikan penunjuk jalan mudah terlihat dan mudah diakses.
- e. **Informasi Pendukung:** Sertakan informasi tambahan pada penunjuk jalan, seperti jarak tempuh, waktu estimasi, dan nomor kontak darurat. Ini akan membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik.
- f. **Penunjuk Jalan Berbahasa:** Jika objek wisata juga banyak dikunjungi oleh wisatawan asing, pertimbangkan untuk menyertakan informasi dalam bahasa Inggris atau bahasa-bahasa lain yang umum digunakan oleh wisatawan.
- g. **Penggunaan Teknologi:** Manfaatkan teknologi seperti QR code atau kode NFC pada penunjuk jalan. Wisatawan dapat memindai kode ini dengan ponsel mereka untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang objek wisata atau mendapatkan petunjuk navigasi yang lebih rinci.
- h. **Perawatan Rutin:** Pastikan penunjuk jalan tetap dalam kondisi baik dengan melakukan perawatan rutin. Ini termasuk membersihkan penunjuk jalan, memperbaiki kerusakan, dan mengganti informasi jika diperlukan.
- i. **Evaluasi dan Umpan Balik:** Setelah penunjuk jalan terpasang, lakukan evaluasi secara berkala. Terima umpan balik dari wisatawan mengenai efektivitas penunjuk jalan dan jika ada perbaikan yang diperlukan. Pengembangan penunjuk jalan yang baik dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman wisatawan, membantu mereka merasa lebih nyaman dan terarah saat menje. Pengembangan aksesibilitas

6. **Pengembangan Aksesibilitas**, objek wisata Luwu Timur adalah langkah penting untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi mereka. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil dalam mengembangkan aksesibilitas objek wisata:
- a. **Perbaiki Infrastruktur Jalan:** Tinjau kondisi jalan menuju objek wisata dan perbaiki jalan yang rusak atau tidak layak. Pastikan jalan-jalan tersebut mudah diakses oleh berbagai jenis kendaraan.
  - b. **Pemberian Tanda Jalan yang Jelas:** Pasang tanda-tanda jalan yang jelas dan informatif di sepanjang rute menuju objek wisata. Ini akan membantu wisatawan untuk tidak tersesat dan tiba dengan mudah.
  - c. **Transportasi Umum:** Buat koneksi transportasi umum yang memadai ke objek wisata. Ini akan memungkinkan wisatawan yang tidak membawa kendaraan pribadi untuk tetap mengunjungi destinasi.
  - d. **Peningkatan Fasilitas Parkir:** Pastikan tersedia area parkir yang cukup untuk kendaraan wisatawan. Fasilitas parkir yang aman dan nyaman akan memberikan pengalaman positif bagi wisatawan.
  - e. **Pengembangan Transportasi Alternatif:** Pertimbangkan pengembangan transportasi alternatif seperti sepeda sewa atau kereta wisata di sekitar objek wisata. Ini bisa menjadi cara unik bagi wisatawan untuk menjelajahi area tersebut.
  - f. **Informasi dan Peta:** Sediakan peta yang jelas dan mudah dimengerti di sekitar objek wisata. Informasi ini akan membantu wisatawan untuk menavigasi area dengan lebih baik.
  - g. **Pertimbangkan Topografi:** Sesuaikan aksesibilitas dengan topografi daerah. Jika objek wisata berada di daerah