

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan wilayah Indonesia. Pariwisata saat ini semakin diakui sebagai sektor yang memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara, pertumbuhan ekonomi, neraca pembayaran dan penyediaan devisa. Sektor ini terbukti menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi sektor swasta serta menjadi pendorong pendapatan utama bagi individu dan menciptakan berbagai peluang kerja. Dengan potensi yang dimiliki pariwisata menjadi sektor strategis yang perlu terus dikembangkan melalui kebijakan yang mendukung pengembangan infrastruktur, keberlanjutan lingkungan dan peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan daya saing global (Wardiyanta, 2020).

Secara regulasi, pemerintah Indonesia telah menetapkan berbagai kebijakan untuk mendukung pengembangan pariwisata. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dalam Bab 1 Pasal 1 menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sementara, 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, Pemerintah Daerah dan pengusaha. Dengan dasar hukum ini, pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata menjadi lebih terarah dan terstruktur. Suwanto dalam Yafiz (2025) mendefinisikan pariwisata sebagai aktivitas seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan sementara ke suatu tempat di luar wilayah tempat tinggalnya tanpa tujuan untuk bekerja atau mencari penghasilan. Lebih lanjut Gamal dalam Azis & Meirinawati (2020) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu proses perjalanan sementara yang dilakukan oleh seseorang atau lebih ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya. Perjalanan ini didorong oleh berbagai alasan, seperti kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan dan faktor lainnya. Saat ini, pemerintah Indonesia tengah mengupayakan secara intensif agar sektor pariwisata di tanah air mengalami perkembangan yang pesat. Apalagi dalam RPJMN 2020-2024 oleh kemenparekraf menyampaikan visi yaitu sektor pariwisata dan ekonomi kreatif harus maju, berdaya saing, berkelanjutan dan mengedepankan kearifan lokal (Kemenparekraf, 2020). Salah satu upaya pemerintah dalam mewujudkan visinya yaitu maju, berdaya saing, berkelanjutan dan mengedepankan kearifan lokal yaitu dengan membangun dan mengembangkan daerah sekitar tempat wisata untuk dapat mendukung dengan lebih baik tempat wisata yang telah ada. Salah satu langkah nyata yang diambil adalah menghadirkan desa wisata yang mengoptimalkan keindahan alam desa dan berbagai keunikan serta kearifan lokal yang tentunya tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Desa memiliki potensi besar sebagai tujuan wisata berbasis komunitas yang mengutamakan kearifan lokal dan budaya masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya menjadikan desa lebih menarik, tetapi juga memberdayakan warga secara langsung. Selain itu, pengembangan wisata desa dapat mendorong pertumbuhan ekonomi melalui semangat gotong royong, di mana masyarakat berperan aktif dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya lokal. Keberlanjutan menjadi faktor penting agar manfaatnya dapat dirasakan dalam jangka panjang, baik secara sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Hal ini sesuai dengan konsep membangun dari pinggiran atau dari desa untuk mensejahterakan masyarakat Indonesia dengan menggali potensi lokal dan pemberdayaan masyarakatnya yang dicanangkan oleh Pemerintah sebagai program prioritas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menjelaskan bahwa Desa memiliki hak asal usul dan hak tradisional dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat dan berperan mewujudkan cita-cita kemerdekaan berdasarkan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pemerintah tingkat desa memiliki otonomi sendiri untuk mengelola sumber daya dan arah pembangunannya.

Menurut Sutiani (2021) dalam Sungoro (2025) Desa wisata adalah bentuk pengembangan desa yang dapat menyelenggarakan aktivitas pariwisata serta memenuhi kebutuhan wisatawan dengan memanfaatkan potensi lokal tanpa mengubah atau merusak sumber daya yang sudah ada. Desa wisata dikelola oleh penduduk setempat yang tinggal dan menetap di desa tersebut. Masyarakat sendiri terdiri dari sekelompok individu yang hidup bersama dalam satu lingkungan dan berinteraksi sosial dalam kurun waktu yang panjang. Melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus, terbentuklah suatu sistem sosial yang berkembang dari kebiasaan serta kerja sama antar kelompok. Proses ini kemudian melahirkan adat istiadat yang menjadi bagian dari identitas dan budaya di wilayah tersebut (Prasetyo & Irwansyah dalam Sungoro (2025)). Menurut WTO, Desa wisata berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa dengan memanfaatkan daya tarik wisata yang dimilikinya untuk terus berinovasi dan berkembang. Melalui pengembangan ini, diharapkan masyarakat desa dapat keluar dari keterbatasan ekonomi dan sosial yang sebelumnya tertutup, sehingga lebih terhubung dengan lingkungan luar. Selain itu, keberadaan desa wisata juga berkontribusi terhadap pembangunan daerah dan negara serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Seryasat, 2013). Pemerintah mengembangkan pariwisata sebagai salah satu aset guna untuk memperoleh pendapatan daerah (Hanum Ladia & Zainal Abidin, 2020).

Berdasarkan data dari Jejaring Desa Wisata (JADESTA) platform yang dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) untuk mendata profil desa wisata di seluruh Indonesia serta menentukan klasifikasinya berdasarkan potensi dan pengelolaan yang dilakukan. Saat ini terdapat 6.115 desa wisata di Indonesia yang tersebar di berbagai daerah. Desa wisata ini diklasifikasikan ke dalam empat kategori berdasarkan tingkat perkembangannya, yaitu Desa Wisata Rintisan, Berkembang, Maju, dan Mandiri. Dari jumlah tersebut, 4.762 desa wisata masih berada dalam kategori rintisan, yang berarti masih dalam tahap awal pengembangan dan membutuhkan banyak dukungan untuk berkembang lebih lanjut. Sementara itu, 998 desa wisata telah mencapai tahap berkembang, yang menunjukkan adanya peningkatan dalam pengelolaan dan daya tarik wisata. Kemudian, 320 desa wisata masuk dalam kategori maju, yang berarti telah memiliki sistem pengelolaan yang lebih baik serta daya tarik wisata yang cukup kuat untuk menarik pengunjung. Adapun desa wisata yang telah mencapai tingkat tertinggi, yaitu kategori mandiri, hanya berjumlah 35 desa wisata. Desa-desa dalam kategori ini telah mampu mengelola pariwisatanya secara mandiri dan berkelanjutan dengan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi lokal.

Tabel 1. Klasifikasi Desa Wisata di Indonesia Berdasarkan Tingkat Perkembangan

No	Kategori Desa Wisata	Jumlah Desa Wisata
1	Rintisan	4.762
2	Berkembang	998
3	Maju	320
4	Mandiri	35
Total Desa Wisata di Indonesia		6.115

*Sumber : Jaringan Desa Wisata (2025)*

Di Provinsi Sulawesi Selatan terdapat 537 desa wisata, yang menunjukkan potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata berbasis desa. Hal ini mencerminkan besarnya peluang bagi daerah tersebut untuk mengoptimalkan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Tabel 2. Jumlah desa wisata yang tersebar di Kabupaten/Kota Provinsi Sulawesi Selatan

No	Desa Wisata Provinsi Sulawesi Selatan	
	Nama Kabupaten/Kota	Jumlah Desa Wisata
1	Kepulauan Selayar	15
2	Pangkajene Dan Kepulauan	21
3	Jeneponto	43
4	Luwu	23
5	Bulukumba	19
6	Maros	63
7	Gowa	24
8	Wajo	12
9	Luwu Timur	80
10	Barru	11
11	Bantaeng	30
12	Sidenreng Rappang	10
13	Takalar	16
14	Toraja Utara	19
15	Luwu Utara	29
16	Enrekang	27
17	Sinjai	20
18	Makassar	12
19	Tana Toraja	29
20	Pinrang	13
21	Bone	4
22	Soppeng	5
23	Palopo	8
24	Parepare	4

*Sumber : Jaringan Desa Wisata (2025)*

Sementara itu di Kabupaten Soppeng, terdapat lima desa wisata yang telah terdaftar dalam platform Jadesta. Desa tersebut meliputi Desa Wisata Bulu'e yang dikenal dengan keindahan alam dan potensi budayanya, Desa Wisata Kawasan Wisata Alam Citta dan Jompi Pitue yang menawarkan pesona alam yang menyejukkan, Desa Wisata Kuliner Timusu yang menonjolkan kekayaan kuliner khas daerah, Desa Wisata Mattabulu yang memiliki keindahan alamnya dan kearifan lokalnya. , serta Desa Wisata Walennae Lompulle yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Keberadaan desa-desa wisata ini menunjukkan bahwa Kabupaten Soppeng memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata yang berbasis kearifan lokal dan kelestarian alam. Dengan strategi pengelolaan yang tepat serta dukungan dari berbagai pihak, desa-desa wisata ini berpeluang untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah.

Tabel 3. Daftar Desa Wisata Kabupaten Soppeng dan Partisipasinya dalam Ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) Tahun 2021–2024

No	Desa Wisata Kabupaten Soppeng				
	Desa Wisata	ADWI 2021	ADWI 2022	ADWI 2023	ADWI 2025
1	Bulue	-	-	-	300 Besar
2	Kawasan Wisata Alam Citta dan Wisata Jompi Pitue	-	-	-	-
3	Kuliner Timusu	-	-	-	-
4	Mattabulu	-	500 Besar	300 Besar	50 Besar
5	Walenna Lompulle	-	-	500 Besar	300 Besar

Sumber : Jaringan Desa Wisata (2025)

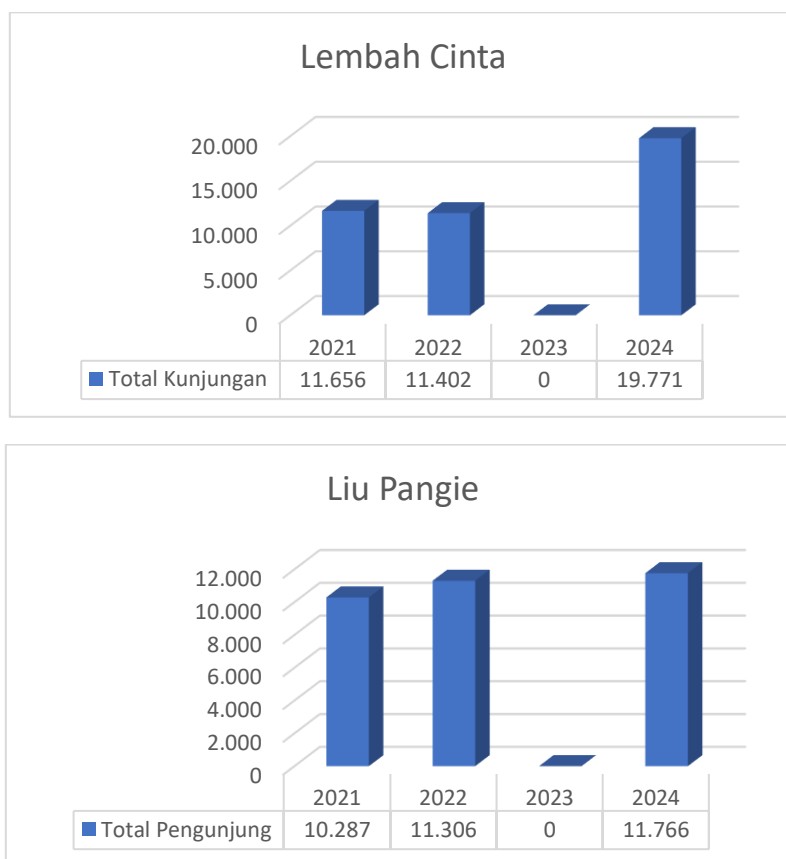
Salah satu desa wisata di Kabupaten Soppeng yang berhasil menunjukkan perkembangannya adalah Desa Wisata Mattabulu. Desa ini resmi menjadi desa wisata pada tahun 2021 berdasarkan Keputusan Bupati pada tahun 2021. Desa ini terletak di Kecamatan Lalabata. Desa ini memiliki beragam daya tarik wisata yang mencakup objek wisata alam dan situs budaya yang menarik. Desa Wisata Mattabulu juga menyimpan kekayaan budaya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Berbagai situs bersejarah seperti Situs Petta Bulu Matanre, Situs Petta Awo dan Situs Petta Abbanuange menjadi saksi bisu perjalanan sejarah desa ini serta memberikan nilai edukatif bagi pengunjung. Selain potensi wisata tersebut, ekonomi kreatif di desa ini juga tengah berkembang pesat. Beberapa produk unggulan hasil inisiatif warga antara lain Kopi Mattabulu, Madu Mattabulu dan Gula Merah Mattabulu yang seluruhnya diproduksi secara mandiri oleh masyarakat setempat.

Dalam konteks pembangunan desa wisata, pemerintah telah menetapkan Peraturan Daerah Kabupaten Soppeng Nomor 2 Tahun 2019 tentang Desa Wisata, yang memberikan pedoman bagi pengembangan desa wisata dengan menitikberatkan pada pelestarian budaya dan lingkungan. Selain itu, Peraturan Bupati Soppeng Nomor 8 Tahun 2022 tentang Pedoman Penetapan dan Penyelenggaraan Desa Wisata memberikan panduan lebih rinci terkait klasifikasi desa wisata, kelembagaan, serta strategi pengelolaannya. Regulasi ini menjadi acuan penting dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Soppeng, termasuk Desa Wisata Mattabulu.

Menurut informasi dari Jadesta (2024), Desa Wisata Mattabulu saat ini berstatus desa berkembang. Meskipun demikian, Desa Wisata Mattabulu telah menunjukkan pencapaian yang membanggakan dengan meraih berbagai penghargaan bergengsi. Salah satu prestasi yang diraih adalah masuk dalam 50 besar nominasi Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menandakan potensi wisata desa ini semakin diakui secara nasional. Selain itu, Desa Wista Mattabulu juga berhasil meraih peringkat 10 dalam kategori desa sangat tertinggal atau tertinggal pada Lomba Desa Wisata Nusantara 2024 yang diadakan oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT). Prestasi ini menjadi bukti nyata bahwa desa ini terus berkembang dan mampu bersaing dengan desa wisata lainnya. Keberhasilan ini tentunya tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung, seperti kolaborasi yang baik antara BUMDes dan Pokdarwis dalam mengelola wisata, partisipasi aktif masyarakat dalam menyediakan fasilitas pendukung seperti homestay, serta dukungan dari pemerintah kabupaten dalam bentuk bantuan tenaga, anggaran, dan kebijakan strategis.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Soppeng, jumlah pengunjung di tempat wisata Lembah Cinta dan Liu Pangie yang berada di Desa Wisata Mattabulu mengalami peningkatan antara tahun 2021, 2022 dan 2024, meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2023 karena penutupan sementara akibat perbaikan fasilitas wisata.

Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Soppeng



Sumber : <https://visit.soppeng.go.id>

Meskipun tren kunjungan wisatawan ke desa ini menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu, berbagai tantangan masih dihadapi dalam mengoptimalkan pengembangan potensi pariwisata yang dimiliki. Dari aspek aksesibilitas, Desa Mattabulu masih menghadapi sejumlah tantangan yang cukup serius. Jalan menuju desa khususnya melalui jalur Elle Tellue di beberapa titik mengalami kerusakan yang cukup parah. Selain itu tidak adanya transportasi umum reguler bisa saja menyulitkan wisatawan untuk mencapai lokasi dengan aman dan nyaman. Risiko bencana alam seperti longsor saat musim hujan turut memperburuk kondisi tersebut. Akses yang kurang memadai dan infrastruktur pendukung yang masih terbatas berpotensi pada kenyamanan bagi pengunjung

Gambar 2. Kondisi Jalan Menuju Desa Wisata Mattabulu saat musim hujan



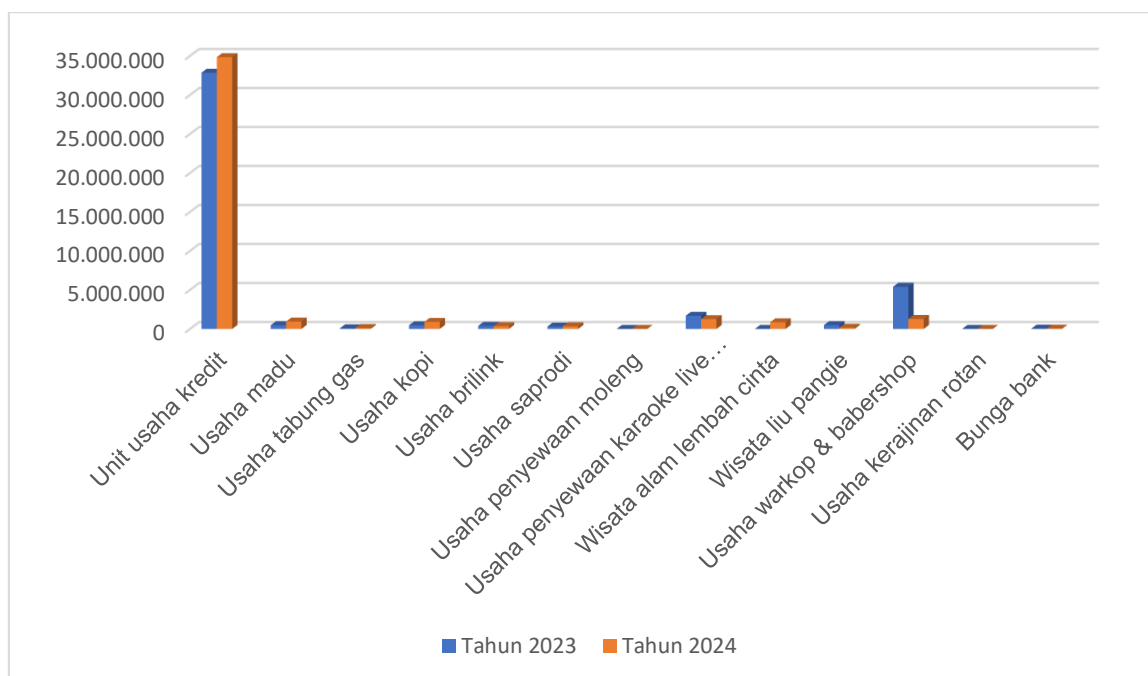
Sumber : Dokumentasi pribadi (2025)

Dalam hal fasilitas, meskipun beberapa sarana dasar seperti toilet, musholla, penginapan, dan spot foto telah tersedia namun sebagian besar kondisinya sudah menurun akibat kurangnya perawatan dan terbatasnya sumber daya manusia yang mengelola. Keberadaan fasilitas yang tidak terawat atau rusak dapat memberikan kesan buruk bagi wisatawan. Tidak cukupnya tenaga kerja yang kompeten semakin memperparah kondisi infrastruktur yang ada.

Sementara itu dari sisi atraksi, Desa Mattabulu sebenarnya menyimpan potensi besar melalui kekayaan budaya dan aktivitas lokal seperti pengolahan kopi, gula aren, madu trigona, dan kegiatan adat. Namun, upaya pengelolaan atraksi tersebut masih belum optimal. Para pelaku atraksi belum dibekali keterampilan sebagai pemandu wisata yang profesional. Di sisi lain, promosi berbasis digital masih sangat minim sehingga informasi terkait daya tarik desa belum tersampaikan secara luas. Kurangnya kesadaran pengunjung terhadap nilai-nilai budaya dan kebersihan juga mengakibatkan rusaknya sejumlah titik wisata. Selain itu, status wilayah desa yang berada di kawasan hutan lindung menjadi hambatan tersendiri dalam pengembangan fisik karena dibatasi oleh ketentuan regulasi yang ketat.

Berdasarkan data dari Pemerintah Desa Wisata Mattabulu data pendapatan BUMDes Pada Ati tahun 2023 dan 2024, terlihat bahwa total pendapatan mengalami sedikit penurunan dari Rp 42.190.750 pada tahun 2023 menjadi Rp 41.072.963 pada tahun 2024 atau menurun sebesar Rp 1.117.787 (sekitar 2,65%).

Gambar 3. Pendapatan BUMDes Pada Ati Desa Wisata Mattabulu



Sumber : Pemerintah Desa Wisata Mattabulu (2025)

Kondisi ini menunjukkan bahwa BUMDes Pada Ati masih sangat bergantung pada unit usaha kredit sebagai sumber pendapatan utama, sehingga perlu adanya strategi pengembangan yang dapat memperkuat kontribusi sektor lain, khususnya sektor pariwisata yang meliputi wisata alam, warkop dan penyewaan fasilitas. Peningkatan pendapatan pada usaha madu, tabung gas, dan wisata alam dapat menjadi peluang untuk diversifikasi pendapatan, namun penurunan tajam pada warkop & barbershop dan penyewaan fasilitas menjadi kelemahan yang perlu segera diatasi. Secara keseluruhan, upaya pengembangan desa wisata Mattabulu memerlukan penguatan unit usaha yang terkait langsung dengan atraksi wisata agar kontribusinya terhadap pendapatan BUMDes semakin signifikan dan berkelanjutan

Untuk itu, dalam mengembangkan potensi wisata dibutuhkan strategi pengembangan yang tepat sesuai dengan karakteristik potensi wisata yang dimiliki serta kebutuhan yang ada agar hasil yang diperoleh dapat optimal. Tujuan pengembangan pariwisata harus diarahkan pada pemanfaatan sumber daya alam dan ditunjang oleh potensi lokal baik berupa obyek wisata alam maupun wisata buatan manusia. Strategi pengembangan sangat penting terutama untuk menjaga keamanan wisatawan dan menyediakan fasilitas yang dibutuhkan serta menciptakan kenyamanan bagi pengunjung. Akses menuju lokasi wisata dan sarana prasarana yang aman dan nyaman juga perlu diperhatikan. Pengembangan pariwisata membutuhkan strategi yang efektif dan efisien agar dapat mencapai keberhasilan. Keberhasilan dalam pengembangan wisata tersebut sangat bergantung pada tingkat pengelolaan serta tersedianya sarana dan prasarana yang memadai di destinasi wisata. Destinasi wisata yang menarik dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan, baik dari daerah domestik maupun internasional. Hal ini akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Menurut Yoeti (2018), strategi dalam mengembangkan destinasi wisata mencakup beberapa indikator penting. Pertama adalah atraksi, yaitu objek atau daya tarik yang dimiliki suatu daerah, baik berupa keindahan alam maupun budaya, yang mampu menarik wisatawan. Kedua adalah aksesibilitas, yaitu kemudahan dalam mencapai lokasi wisata dengan berbagai moda transportasi seperti darat, laut, dan udara. Ketiga adalah amenitas, yang merujuk pada fasilitas pendukung untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi tersebut (Edison & Muhammad Reza, 2018).

Lebih lanjut, penulis melakukan tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait studi Strategi Pengembangan. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dan menjadi perbandingan yang penting untuk mendukung analisis dalam penelitian ini sebagai berikut. Penelitian tentang strategi pengembangan pariwisata Penelitian yang dilakukan oleh Iin Choirunnisa, Mila Karmilah, dan Bobby Rahman (2021) berjudul "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya" mengkaji strategi pengembangan pariwisata budaya di tiga wilayah studi, yaitu Kawasan Pecinan Lasem (Rembang), Kampung Lawas Maspati (Surabaya), dan Desa Selumbung (Karangasem, Bali). Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap kawasan memiliki kekhasan budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata, seperti atraksi seni, bangunan bersejarah, dan tradisi masyarakat. Selain itu, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman guna menyusun strategi yang tepat sasaran. Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pengelola wisata, dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Penelitian lain tentang strategi pengembangan pariwisata dilakukan oleh Wilda Nabiyah dan Dewi Rahmi (2024) berjudul "Strategi Pengembangan Desa Wisata Mukapayung Kabupaten Bandung Barat" bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Mukapayung melalui analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Mukapayung memiliki kekuatan berupa potensi alam yang indah dan subur, udara sejuk pegunungan, atraksi permainan, serta keberadaan organisasi kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Selain itu, desa ini memiliki peluang besar berupa dukungan pemerintah daerah dan peningkatan kunjungan wisatawan setiap tahun. Namun demikian, terdapat kelemahan yang cukup signifikan, seperti kondisi akses jalan yang buruk, kurangnya sarana dan prasarana pendukung wisata, minimnya promosi, serta rendahnya partisipasi masyarakat. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dengan destinasi wisata lain, risiko bencana alam, dan potensi kerusakan lingkungan. Berdasarkan analisis SWOT, disusun empat strategi pengembangan: strategi SO yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, strategi ST yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, strategi WO yang mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang, serta strategi WT yang meminimalkan kelemahan dan ancaman secara bersamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Desa Mukapayung memiliki kelayakan yang sangat baik untuk

dikembangkan lebih lanjut sebagai desa wisata, dengan syarat adanya sinergi antar pemangku kepentingan, peningkatan infrastruktur, serta pemanfaatan teknologi dan promosi yang optimal.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ikhlas Ramadhan (2023) bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Desa Wisata Hutanagodang yang terletak di kawasan Danau Toba sebagai Destinasi Super Prioritas, dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT terhadap komponen 3A pariwisata (Atraksi, Aktivitas, dan Akses). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Hutanagodang memiliki kekuatan berupa panorama alam Danau Toba, perbukitan, hamparan sawah, serta warisan budaya seperti kerajinan tenun ulos Batak. Aksesibilitas juga terbilang baik karena dekat dengan Bandara Silangit. Namun demikian, kelemahan desa ini terletak pada sumber daya manusia yang belum optimal, kurangnya fasilitas wisata, serta minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Strategi pengembangan yang disarankan mencakup pengadaan festival budaya tahunan, event olahraga trail running, pengembangan fasilitas wisata di pesisir Danau Toba, pelatihan hospitality bagi masyarakat, diversifikasi paket wisata trekking, serta peningkatan promosi digital. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam merancang strategi berbasis potensi lokal dengan pendekatan komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal destinasi wisata.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengembangan Desa Wisata Mattabulu di Kabupaten Soppeng.

## 1.2 Tinjauan Teori

### 1.2.1 Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata merupakan alat jangka panjang yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata dan memberikan manfaat bagi wisatawan serta masyarakat lokal (Edison, 2020).

Strategi merupakan pengetahuan tentang bagaimana merancang dan mengarahkan berbagai aktivitas dalam skala besar, serta mengatur kekuatan agar berada pada posisi yang paling menguntungkan. Kemampuan dalam menyusun atau mengelola strategi adalah suatu bentuk kecerdikan dalam meraih tujuan. Dalam konteks ini, strategi dapat dipahami sebagai taktik atau rencana yang disusun untuk mencapai suatu sasaran. Strategi pada dasarnya dirancang sebagai respon terhadap perubahan eksternal yang berpengaruh terhadap suatu organisasi. Dalam menghadapi perubahan organisasi harus mempertimbangkan kapasitas internal yang dimiliki. Keberhasilan organisasi bergantung pada kemampuan dalam memanfaatkan peluang serta mengurangi risiko eksternal guna memperoleh manfaat optimal dengan mengandalkan keunggulan yang dimiliki. Jika organisasi gagal atau tidak menyadari perubahan lingkungan eksternal hal ini dapat menimbulkan dampak yang berpotensi mengganggu stabilitasnya. Oleh karena itu strategi berperan penting dalam menjaga serta meningkatkan kinerja dan daya saing organisasi (Pearce and Robinson dalam Sudiantini, 2022). Dalam suatu daerah tujuan wisata, pengembangan pariwisata selalu dipertimbangkan berdasarkan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata perlu direncanakan dengan baik agar memberikan manfaat bagi masyarakat sekaligus dari segi ekonomi, sosial dan budaya.

Strategi pengembangan pariwisata merupakan langkah yang dilakukan untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di suatu wilayah. Upaya ini dapat berupa peningkatan infrastruktur, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik, dengan tujuan utama meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan wisata. Strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk menciptakan produk dan layanan yang berkualitas, seimbang dan berkelanjutan. Dalam pengembangan pariwisata daerah, kegiatan ini dilakukan untuk memajukan wilayah tertentu yang perlu ditata dengan baik, baik melalui pelestarian yang sudah ada maupun penciptaan hal baru. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata merupakan rangkaian usaha untuk menyatukan pemanfaatan sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan berbagai

aspek di luar sektor pariwisata yang berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan pengembangannya.

Menurut Yoeti dalam Edison & Reza (2018), terdapat beberapa faktor utama yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata, yaitu:

1. *Accessibilitas of the destination*. Semua infrastruktur yang mempermudah wisatawan untuk mengunjungi suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) sangatlah penting. Tanpa akses yang memadai, pengembangan pariwisata sebagai industri tidak dapat berjalan optimal. Kemudahan akses ini mencakup berbagai moda transportasi, baik darat, laut, maupun udara.
2. *Facilities of destination*. Berbagai fasilitas yang menunjang kenyamanan wisatawan selama berada di suatu DTW menjadi faktor penting. Hal ini mencakup akomodasi yang memadai, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat lokal, serta aspek keamanan dan kenyamanan lainnya.
3. *Atraction of the destination*. Berbagai objek dan daya tarik yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung menjadi faktor utama dalam pengembangan pariwisata. Daya tarik ini dapat berupa keindahan alam, pantai, tamasya wisata, kebudayaan, tradisi masyarakat, keunikan alam dan budaya, seni pertunjukan, serta acara ilmiah atau perdagangan yang menarik minat wisatawan.

Menurut Carter dan Fabricius dalam Sunaryo (2013), terdapat beberapa elemen penting yang perlu diperhatikan dalam proses perencanaan pengembangan destinasi pariwisata. Unsur-unsur dasar tersebut mencakup:

1. Pengembangan Daya Tarik Wisata. Daya tarik wisata merupakan unsur utama yang mendorong minat dan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Bentuk dari daya tarik ini bisa beragam, seperti arsitektur bangunan bersejarah (contohnya candi, piramida, monumen, masjid, gereja, dan lainnya), karya seni dan budaya (seperti museum, pertunjukan seni, seni rupa, sastra, serta kehidupan sosial masyarakat), pengalaman unik, maupun penyelenggaraan berbagai acara dan pertunjukan.
2. Pengembangan Fasilitas dan Akomodasi. Fasilitas atau amenities pada dasarnya adalah infrastruktur pendukung yang harus disediakan agar wisatawan merasa nyaman selama berkunjung. Hal ini mencakup fasilitas dasar seperti jalan, utilitas, transportasi, tempat menginap, pusat informasi, dan area perbelanjaan. Secara lebih luas, amenities juga mencakup berbagai sarana pendukung seperti rumah makan, toko suvenir, layanan kesehatan, fasilitas perbankan, layanan komunikasi, pos keamanan, biro perjalanan, serta ketersediaan air bersih dan listrik.
3. Pengembangan Aksesibilitas. Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan yang diberikan kepada wisatawan untuk menjangkau destinasi wisata. Ini tidak hanya mencakup ketersediaan sarana transportasi, tetapi juga menyangkut efisiensi waktu perjalanan, kejelasan penunjuk arah, dan infrastruktur pendukung lainnya yang mempermudah wisatawan mencapai lokasi tujuan.
4. Pengembangan Citra Destinasi. Pembangunan citra atau image destinasi adalah bagian dari strategi penempatan posisi di benak wisatawan. Hal ini dilakukan melalui kombinasi yang terencana dari berbagai aspek seperti kualitas layanan, strategi komunikasi pemasaran, penentuan harga, serta penggunaan saluran distribusi yang sesuai. Citra destinasi ini juga dibentuk oleh tampilan dan pengalaman yang diberikan oleh produk pariwisata tersebut.

Teori yang kemudian digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu teori dari Yoeti (2008) mengenai faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pengembangan pariwisata. Penggunaan teori ini dikarenakan peneliti merasa teori ini relevan terhadap masalah yang penulis angkat. Teori ini dapat menganalisis pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu berdasarkan kondisi yang ada dengan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi.

### 1.2.2 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2006) dalam Sunarsi (2024), analisis SWOT merupakan suatu proses sistematis dalam mengidentifikasi berbagai faktor yang digunakan untuk menyusun strategi organisasi. Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran logis yang bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), sekaligus mengurangi dampak dari kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) secara bersamaan.

Analisis SWOT adalah metode dalam perencanaan strategik yang dipakai dalam mengidentifikasi empat faktor utama yang mempengaruhi kegiatan organisasi sepanjang masa. Menurut Kurniasih (2021) terdapat empat indikator dalam analisis SWOT, diantaranya :

1. Kekuatan (Strength)

Kekuatan merupakan keunggulan atau keistimewaan tertentu yang dimiliki perusahaan dibanding para pesaingnya, serta relevan dengan kebutuhan pasar yang dilayani. Kekuatan ini bisa berupa keahlian khusus atau sumber daya yang memberikan keunggulan kompetitif, seperti kondisi keuangan yang stabil, citra positif, posisi dominan di pasar, atau hubungan yang kuat dengan pelanggan dan pemasok.

2. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam sumber daya, kemampuan, maupun keahlian yang dapat menghambat efektivitas kinerja suatu perusahaan. Hal ini bisa mencakup lemahnya kondisi finansial, kurangnya kemampuan manajerial, rendahnya keterampilan pemasaran, atau citra merek yang buruk, yang semuanya berpotensi mengganggu operasional dan perkembangan bisnis.

3. Peluang (Opportunity)

Peluang adalah kondisi eksternal yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Peluang dapat muncul dari perubahan tren pasar, perkembangan teknologi, revisi regulasi, atau munculnya segmen pasar baru yang sebelumnya terabaikan. Perusahaan yang mampu mengenali dan memanfaatkan peluang ini bisa meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnisnya.

4. Ancaman (Threat)

Ancaman adalah kondisi eksternal yang berpotensi merugikan dan mengganggu posisi strategis perusahaan. Ancaman bisa berasal dari persaingan yang semakin ketat, pertumbuhan pasar yang melambat, meningkatnya daya tawar pembeli atau pemasok, serta perubahan teknologi atau kebijakan yang merugikan. Jika tidak diatasi, ancaman-ancaman ini dapat menghambat pencapaian tujuan jangka pendek maupun jangka panjang perusahaan.

Analisis SWOT menurut Friesner (2010) dalam Sunarsi (2024) melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis ini dilakukan dengan mengelompokkan dan menelaah berbagai elemen yang berkaitan dengan keempat komponennya. Hasilnya kemudian dituangkan dalam bentuk matriks SWOT. Dalam penerapannya, analisis ini membantu menunjukkan bagaimana kekuatan (*strengths*) dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang (*opportunities*), bagaimana kelemahan (*weaknesses*) bisa diatasi agar tidak menghambat peluang (*opportunities*), bagaimana kekuatan (*strengths*) dapat digunakan untuk menghadapi ancaman (*threats*), serta bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Alat yang digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategis dalam suatu perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dapat disesuaikan atau dihadapkan dengan peluang serta ancaman dari lingkungan eksternal. Melalui analisis ini, dapat dihasilkan empat kelompok alternatif strategi yang dapat diterapkan.

Tabel 4. Matriks SWOT

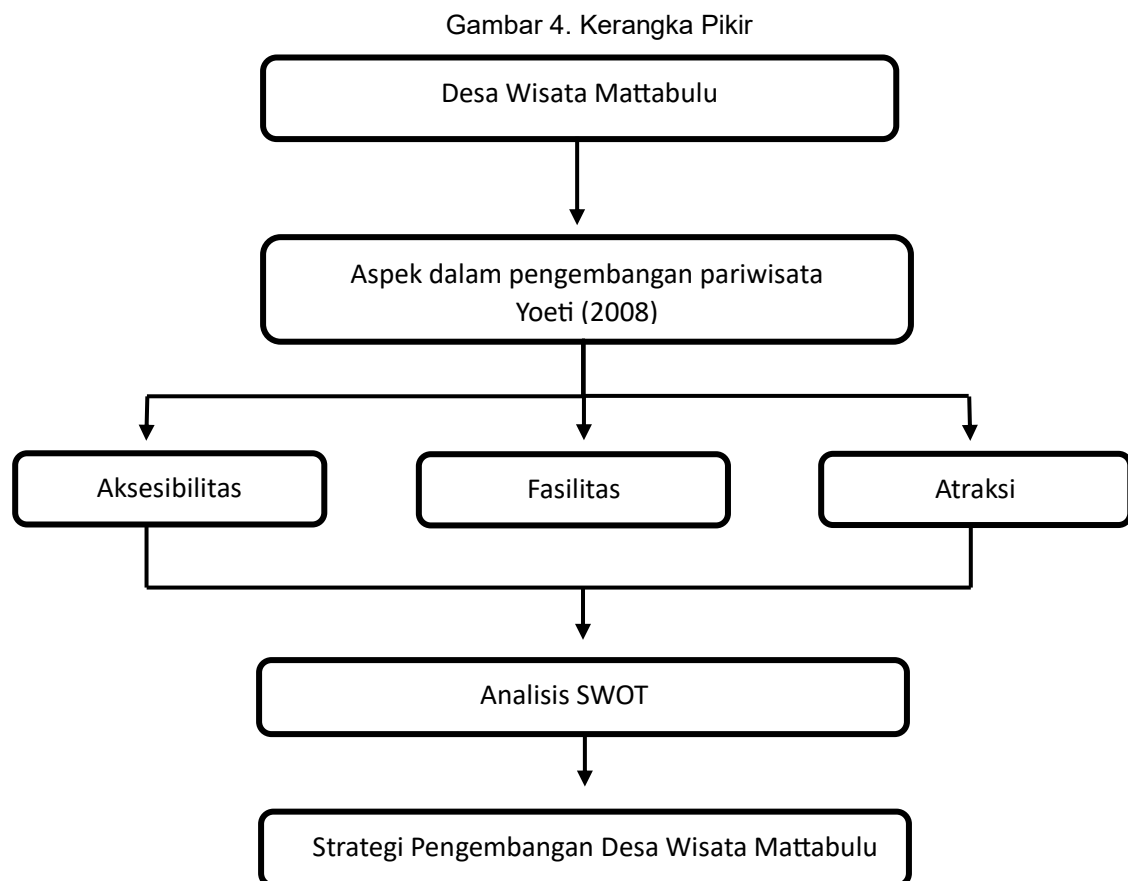
Faktor Eksternal \ Faktor Internal	Kekuatan ( <i>Strengthens</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
	Peluang ( <i>Opportunity</i> )	Strategi S – O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
Kendala/Ancaman ( <i>Threat</i> )	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman	Strategi W – T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Kurniasih (2021).

Dari tabel di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strengths – Opportunities)  
Strategi ini dirancang dengan tujuan untuk mengoptimalkan kekuatan internal perusahaan dalam rangka meraih dan memanfaatkan peluang eksternal secara maksimal.
2. Strategi ST (Strengths – Threats)  
Merupakan pendekatan yang mengandalkan keunggulan internal guna menghadapi dan mengatasi berbagai potensi ancaman dari luar perusahaan.
3. Strategi WO (Weaknesses – Opportunities)  
Strategi ini berfokus pada pemanfaatan peluang yang tersedia, dan mengurangi atau memperbaiki kelemahan yang dimiliki perusahaan agar lebih siap dalam merespons peluang tersebut.
4. Strategi WT (Weaknesses – Threats)  
Strategi ini bersifat defensif, yaitu dengan meminimalisir kelemahan internal dan menghindari potensi ancaman eksternal, guna menjaga kelangsungan dan stabilitas perusahaan.

### 1.2.3 Kerangka Pikir



Sumber : Olahan Peneliti (2025)

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu dengan berdasarkan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi menggunakan analisis SWOT.

### 1.4 Tujuan dan Manfaat

#### 1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu dengan berdasarkan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi menggunakan analisis SWOT.

#### 1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a) Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Publik, khususnya dalam konteks pengembangan desa wisata berdasarkan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi dengan analisis SWOT.

b) Manfaat Praktis

- Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait Pengembangan Desa Wisata Matabulu di Kabupaten Soppeng serta memungkinkan peneliti untuk mengaktualisasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam penelitian ini.
- Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah Kabupaten Soppeng dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih efektif untuk pengembangan dan pengelolaan desa wisata secara berkelanjutan.
- Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengembangan Desa Wisata Matabulu, sehingga dapat menjadi referensi bagi pengelola desa wisata dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan wisata desa.

## **BAB II METODE PENELITIAN**

### **2.1 Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian terkait Manajemen Strategi dalam Pengembangan Desa Wisata Mattabulu di Kabupaten Soppeng, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu dengan berdasarkan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi. Serta mengidentifikasi tantangan dan peluang berdasarkan kondisi nyata di lapangan.

### **2.2. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus, yaitu pendekatan yang mendalam untuk meneliti individu, kelompok, organisasi, atau suatu program dalam periode tertentu. Tujuan dari kajian kasus adalah memperoleh gambaran yang komprehensif dan mendetail mengenai suatu entitas, sehingga dapat menghasilkan data yang dianalisis lebih lanjut untuk membangun teori lebih lanjut. Sesuai dengan prosedur penelitian kualitatif, data dalam studi kasus dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta analisis dokumen dan arsip (Abdussamad, 2021).

Tipe studi kasus dalam penelitian ini adalah deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan gejala, fakta, atau kenyataan terkait pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu dengan berdasarkan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi.

### **2.3 Prosedur Penelitian**

#### **2.3.1 Penentuan Informan**

Informan merupakan individu atau pihak yang memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dan dapat memberikan informasi yang diperlukan. Keyinforman dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng
- 2) Sekertaris Pemerintah Desa Wisata Mattabulu
- 3) Ketua Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Pada ati'
- 4) Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Mattabulu
- 5) 5 Wisatawan atau pengunjung

#### **2.3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Patton dalam (Raco, 2010) mengemukakan tiga jenis pengumpulan data dalam metode kualitatif yaitu wawancara, observasi, dan dokumen :

##### **a) Wawancara**

Merupakan pengumpulan data secara langsung kepada informan melalui tanya jawab yang dilakukan secara mendalam (*indepth*) yang menghasilkan data-data berupa persepsi, pendapat, perasaan, dan pengetahuan. Melalui wawancara ini, peneliti menggali informasi mengenai aspek dalam pengembangan wisata yaitu Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi untuk mengetahui arah pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu.

##### **b) Observasi**

Merupakan langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data berupa gambaran di lapangan dalam bentuk sikap, tindakan, pembicaraan, dan interaksi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi Desa Wisata Mattabulu berdasarkan Aksesibilitas, Fasilitas

dan Atraksi. Pengamatan ini bertujuan untuk memahami pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu.

c) Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa memorabilia, korespondensi, serta materi audiovisual. Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang mendukung hasil observasi dan wawancara. Dokumen yang mencakup laporan resmi pemerintah daerah, peraturan terkait pariwisata desa, penghargaan yang telah diraih Desa Wisata Mattabulu, serta berbagai publikasi yang membahas tentang strategi pengelolaan desa wisata.

Dengan menggunakan teknik pengumpulan data ketiga ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu dengan berdasarkan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi.

### 2.3.3 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah dan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi. Proses ini mencakup pengorganisasian data ke dalam kategori tertentu, pemecahan menjadi unit-unit yang lebih kecil, melakukan sintesis, menyusun pola, menentukan aspek penting yang akan dikaji, serta merumuskan kesimpulan agar lebih mudah dipahami, baik oleh peneliti sendiri maupun oleh orang lain (Sugiyono, 2013) Miles dan Huberman (1984) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga mencapai kejenuhan data. Proses analisis ini mencakup tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a) *Data reduction* (reduksi data)

Reduksi data adalah proses penyederhanaan dan pemilihan informasi penting agar lebih terstruktur dan mudah dianalisis sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengembangan yang diteliti.

b) *Data display* (Penyajian data)

Penyajian data adalah proses pengorganisasian dan visualisasi informasi agar lebih jelas, terstruktur, dan mudah dipahami dalam analisis penelitian. Hal ini akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Melalui tampilan data, peneliti dapat menggambarkan pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Wisata Mattabulu dengan berdasarkan aspek Aksesibilitas, Fasilitas dan Atraksi.

c) *Conclusion Drawing/Verification*

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah proses mengonfirmasi temuan berdasarkan data yang dikumpulkan. Setelah data dirangkum, dikelompokkan, dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan sementara yang dapat diuji kembali. Hasil akhirnya harus menjawab rumusan masalah penelitian.

### 2.3.4 Validasi dan Reliabilitas Data

a) Validasi

Validitas kualitatif merujuk pada sejauh mana temuan dalam penelitian kualitatif dianggap akurat, baik dari sudut pandang peneliti, peserta, maupun pembaca laporan (Creswell & David Creswell, 2018). Ini mencakup kepercayaan terhadap data dan interpretasi yang diberikan, serta keaslian dan kredibilitas dari hasil penelitian. Validitas dalam penelitian kualitatif sering diukur dengan melihat apakah temuan tersebut dapat dipercaya dan benar-

benar mencerminkan realitas yang diteliti. Dalam menjamin akurasi dan kredibilitas peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Menurut Creswell & Creswell (2018) Triangulasi berarti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berbeda dan kemudian membandingkannya. Dengan memeriksa bukti dari beberapa sumber, peneliti dapat memastikan bahwa tema-tema atau kesimpulan yang ditemukan didukung oleh berbagai perspektif atau data yang konsisten. Jika tema-tema ini muncul dari berbagai sumber data atau sudut pandang peserta yang berbeda, maka peneliti bisa lebih yakin bahwa hasil penelitian tersebut akurat dan valid. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan berbagai informasi dari berbagai sumber yang diperoleh dari informan.

b) Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan “konsistensi” suatu alat ukur (instrumen). Alat ukur yang konsisten memberikan hasil yang sama meskipun pengukuran dilakukan oleh orang yang berbeda, tempat yang berbeda dan waktu yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif, reliabilitas disebut *independability* yang bertujuan untuk melihat kredibilitas informasi dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dalam menguji reabilitas yang digunakan oleh peneliti yaitu menentukan masalah/fokus, kegiatan lapangan, menentukan informan, melakukan analisis informasi atau data, uji keabsahan informasi sampai dengan menarik kesimpulan dan dilakukan secara sistematis.

### 2.3.5 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lakukan di Desa Wisata Mattabulu, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, Provinsi Sulawesi Selatan.

Gambar 5. Denah Desa Wisata Mattabulu



Sumber : Sosial media Desa Wisata Mattabulu (2020)

## BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran Umum Desa Wisata Mattabulu

Desa Mattabulu terletak di Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, Provinsi Sulawesi Selatan. Memiliki luas wilayah sekitar 50 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sekitar 1.392 jiwa. Seluruh penduduk desa beragama Islam dan terbagi ke dalam dua dusun, yaitu Dusun Cirowali dan Dusun Teppoe. Terletak di ketinggian ±596 meter di atas permukaan laut, Desa Mattabulu menyuguhkan panorama alam yang indah dengan udara sejuk dan suasana asri. Desa ini resmi menjadi desa wisata pada tahun 2021 berdasarkan Keputusan Bupati pada tahun 2021. Desa ini memiliki beragam daya tarik wisata yang mencakup objek wisata alam dan situs budaya yang menarik.

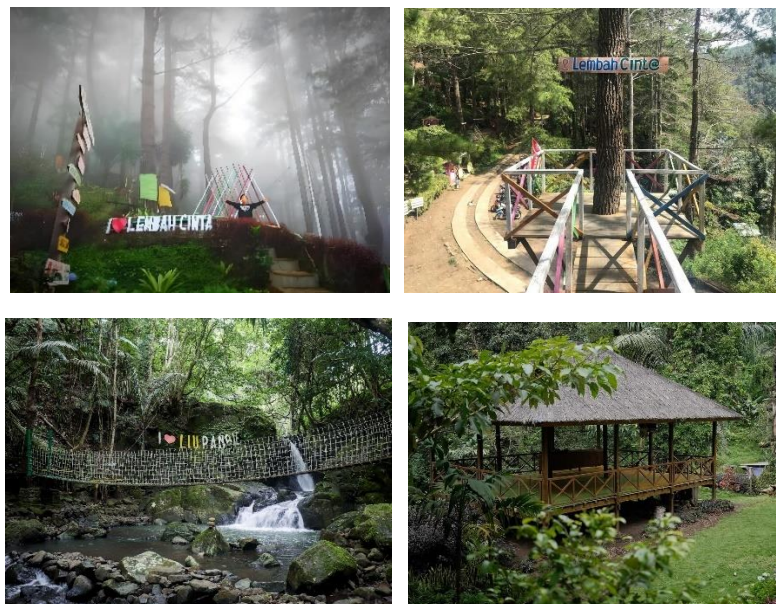
Tabel 5. Objek Wisata yang ada di Desa Wisata Mattabulu

No.	Objek Wisata
1	Lembah Cinta
2	Air Terjun Liu Pangie
3	Air Terjun Lamelle
4	Situs Budaya Petta Bulu Matanre
5	Makam Petta Awo
6	Makam Petta Abbanuangnge

Sumber : Katalog wisata & budaya Desa Mattabulu (2020)

Keindahan alam desa ini dilengkapi dengan objek wisata seperti Lembah Cinta dan air terjun Liu Pangie yang menawarkan berbagai wahana dan fasilitas. Lembah Cinta menyediakan area outbound, zona kopi lokal, pengolahan gula aren, spot selfie, hammock area, dan aula pertemuan untuk wisata alam serta budaya. Sementara itu, air terjun Liu Pangie menghadirkan river tubing, area berkemah, dan panggung pertunjukan yang menambah daya tarik wisatawan.

Gambar 6. Wisata alam Desa Wisata Mattabulu



Sumber : Jaringan Desa Wisata (2025)

Selain keindahan alamnya, Desa Wisata Mattabulu juga menyimpan kekayaan budaya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Berbagai situs bersejarah seperti Situs Petta Bulu Matanre, Situs Petta Awo dan Situs Petta Abbanuange menjadi saksi bisu perjalanan sejarah desa ini serta memberikan nilai edukatif bagi pengunjung. Selain itu, tradisi kesenian lokal seperti mappadandang dan musik gambus tetap dilestarikan serta sering ditampilkan dalam berbagai acara budaya yang memperkuat identitas masyarakat setempat. Dengan keberagaman atraksi wisata yang dimiliki diperlukan pengelolaan yang optimal agar potensi alam dan budaya desa ini dapat berkembang secara berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

Gambar 7. Wisata budaya Desa Wisata Mattabulu



Sumber : Jaringan Desa Wisata (2025)

Selain potensi wisata tersebut, ekonomi kreatif di desa ini juga tengah berkembang pesat. Beberapa produk unggulan hasil inisiatif warga antara lain Kopi Mattabulu, Madu Mattabulu, serta Gula Merah Mattabulu yang seluruhnya diproduksi secara mandiri oleh masyarakat setempat.

Tabel 6. Produksi Ekonomi Kreatif Mandiri yang ada di Desa Wisata Mattabulu

No.	Produksi Ekonomi Kreatif
1	Kopi Mattabulu
2	Madu Mattabulu
3	Gula Aren Mattabulu
4	Sonri Golla Mattabulu (Gula Kelapa)
5	Getah Pinus
6	Kemiri
7	Cengkeh
8	Keloak

Sumber : Katalog wisata & budaya Desa Mattabulu (2020)

Gambar 8. Produk lokal Desa Wisata Mattabulu



Sumber : Jaringan Desa Wisata (2025)

Warga Desa Mattabulu juga sangat antusias dalam melestarikan seni dan budaya. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan beberapa kelompok kesenian tradisional Bugis yang masih aktif mempertahankan Oni-oni Toriolo, seperti Mappadandang, Ma'Gambus, dan Mandolin. Selain itu, organisasi kepemudaan turut berperan aktif dalam memajukan desa, di antaranya Karang Taruna, Kelompok Sadar Wisata Bulu Matanre (Pokdarwis), Lembaga Adat Ulu Salo Desa Mattabulu, serta BUMDes Pada Ati Desa Mattabulu.

### 3.2 Pengembangan Desa Wisata Mattabulu Di Kabupaten Soppeng

#### 3.2.1 Aksesibilitas

Menurut Yoeti (2018) Aksesibilitas (*Accessibilitas of the destination*) merupakan salah satu faktor kunci dalam pengembangan destinasi pariwisata. Aksesibilitas dimaknai sebagai seluruh bentuk infrastruktur dan sarana transportasi yang memudahkan wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata (DTW). Tanpa dukungan akses yang memadai, kegiatan pariwisata tidak dapat berkembang secara optimal karena wisatawan akan kesulitan menjangkau lokasi. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata harus selalu memperhatikan unsur aksesibilitas baik dari segi jarak, kondisi jalan, moda transportasi maupun ketersediaan petunjuk arah dan fasilitas perjalanan lainnya.

Dalam konteks Desa Wisata Mattabulu, aspek aksesibilitas memiliki peran yang sangat strategis karena desa ini berada di wilayah perbukitan Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng. Secara geografis, wilayah ini memiliki kontur tanah yang menanjak dan berkelok sehingga menimbulkan tantangan tersendiri dalam pengembangan infrastruktur transportasi. Desa ini berjarak sekitar 10 kilometer dari pusat kota Soppeng dan dapat ditempuh melalui dua jalur utama yaitu jalur Elle Tellue dan jalur Jolle. Jalur Elle Tellue merupakan jalur utama dan lebih dekat tetapi kondisinya masih banyak mengalami kerusakan di beberapa titik. Sementara jalur Jolle lebih baik dari sisi kualitas jalan, namun jaraknya lebih jauh dan waktu tempuhnya dua kali lipat lebih lama.

Kondisi ini dijelaskan oleh sekertrasi Desa Wisata Mattabulu yang menegaskan bahwa:

“Jadi terkait aksesibilitas jalan Mattabulu sampai saat ini termasuk mudah sebenarnya, cuma satu persoalan karena jalan ke Ale Tellue (pintu gerbang ke kantor desa) ada sedikit kerusakan jadi ada sedikit hambatan sampai ke desa Mattabulu (tempat wisata). Kadang kalau musim hujan karena tidak ada saluran air sepanjang jalan, sehingga kadang menutupi jalan.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Gambar 9. Kondisi jalan di beberapa titik yang belum mempunyai saluran drainase



Sumber : *Dokumentasi Pribadi (2025)*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kendala utama dalam aksesibilitas menuju desa adalah kerusakan jalan dan rawan longsor pada musim penghujan. Tidak adanya saluran drainase di sepanjang jalur menuju desa menyebabkan air hujan sering mengikis badan jalan sehingga sebagian aspal terkelupas dan menimbulkan lubang-lubang yang bisa mengurangi kenyamanan wisatawan dalam berkendara.

Kondisi medan yang menanjak dan berada di ketinggian juga menimbulkan risiko tersendiri bagi kendaraan wisatawan terutama kendaraan roda empat. Hal ini diungkapkan oleh Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang menyatakan bahwa:

“Untuk saat ini terus terang, akses jalan tidak terlalu mulus. Kalau untuk kendaraan roda dua masih bisa dilewati, tapi kalau roda empat harus tinggi mobilnya karena masih ada jalan berlubang sekitar tujuh kilometer. Jadi sering wisatawan mengeluh, ‘aih jalannya ngeri sekali, di sampingnya jurang’. Jalur dari kota memang dekat tapi kalau dari atas lebih mulus walau dua kali lipat jauhnya.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kondisi fisik jalan menjadi hambatan dominan dalam pengembangan aksesibilitas wisata di Mattabulu. Wisatawan dengan kendaraan pribadi berjenis sedan atau mobil kecil cenderung mengalami kesulitan melintasi jalan yang menanjak dan berlubang. Sementara kendaraan besar seperti mobil dinas atau kendaraan off road lebih memungkinkan untuk digunakan. Kondisi jalan ini juga berdampak negatif terhadap citra kenyamanan wisata karena wisatawan yang belum pernah berkunjung sering kali menilai perjalanan ke Mattabulu sebagai sesuatu yang “berisiko” atau “menantang.”

Meskipun demikian, kondisi geografis yang ekstrem ini juga memberikan nilai tersendiri bagi wisatawan pencinta petualangan (*adventure tourism*). Jalur menuju desa menyuguhkan panorama alam perbukitan yang indah, udara yang sejuk dan keberadaan satwa liar seperti monyet di tepi jalan yang sering menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung.

Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menyampaikan bahwa bahwa rute menuju desa menawarkan sensasi tersendiri :

“Bisa merasakan adrenalin naik turun karena jalannya naik gunung dan berkelok, ditambah view-nya juga bagus. Banyak monyet di pinggir jalan, jadi itu juga menjadi daya tarik.” ( Wawancara, 12 Juni 2025)

Gambar 10. Keberadaan satwa liar yang berada di Desa Wisata Mattabulu



Sumber : *Sosial media Desa Wisata Mattabulu (2020)*

Dalam konteks teori Yoeti (2018), kondisi ini menggambarkan potensi pengembangan wisata alam dengan konsep *experiential tourism*, di mana perjalanan menuju destinasi menjadi bagian dari pengalaman wisata itu sendiri.

Selain persoalan infrastruktur fisik, keterbatasan dalam transportasi umum reguler juga menjadi hambatan utama bagi wisatawan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, tidak terdapat kendaraan umum yang secara rutin melayani rute ke Desa Mattabulu. Wisatawan yang datang biasanya menggunakan kendaraan pribadi, menyewa kendaraan warga atau dijemput langsung oleh pengelola wisata jika datang berkelompok. Ketua Pokdarwis menjelaskan:

“Kalau masalah transportasi umum, kita bisa tetapi pesan dulu karena tidak ada mobil khusus jurusan ke sini jadi kita ada memang mobil warga yang kita pakai jika butuh rombongan untuk dijemput.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Hal ini memperlihatkan bahwa sistem transportasi menuju desa masih bersifat informal dan bergantung pada inisiatif masyarakat. Dalam jangka panjang, kondisi seperti ini dapat menjadi penghambat bagi pertumbuhan wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi terutama wisatawan domestik dari luar Kabupaten Soppeng yang membutuhkan layanan transportasi terjadwal.

Upaya peningkatan aksesibilitas sebenarnya telah menjadi perhatian pemerintah daerah. Dalam wawancara, Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng menyatakan bahwa:

“Desa Wisata Mattabulu termasuk prioritas pengembangan karena sudah masuk dalam jaringan desa wisata nasional. Pemerintah daerah sudah mulai menyiapkan rencana peningkatan akses jalan dan sarana pendukung agar wisatawan dapat lebih mudah berkunjung.” (Wawancara, 20 Juni 2025)

Namun, berdasarkan penjelasan Sekretaris Desa wisata mattabulu bahwa perbaikan jalan tersebut masih terkendala kewenangan administratif dan anggaran karena status jalan yang menuju desa merupakan jalan kabupaten bukan jalan desa. Hal ini membuat pemerintah desa tidak memiliki wewenang untuk melakukan pembangunan secara besar-besaran. Oleh karena itu, perbaikan jalan selama ini dilakukan secara swadaya dengan melibatkan partisipasi masyarakat:

“Kami dari pihak desa paling mengupayakan masyarakat bergotong royong, jalan yang rusak itu kita perbaiki secara manual karena ini kewenangan kabupaten. Jalan dari perbatasan Mattabulu sampai ke tempat wisata seperti Lembah Cinta itu sudah kewenangannya pemerintah kabupaten.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya inisiatif lokal dalam menjaga aksesibilitas melalui kegiatan gotong royong masyarakat. Keterlibatan warga dalam pemeliharaan infrastruktur menjadi wujud nyata partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*).

Kendala aksesibilitas ini juga berdampak langsung terhadap aspek ekonomi lokal. Ketua BUMDes Pada Ati menuturkan bahwa:

“Selama saya ini sebagai pengelola BUMDes, kendala utama itu memang akses jalan. Karena jalan rusak, wisatawan dari luar enggan datang. Otomatis ini berpengaruh pada jumlah pengunjung ke Lembah Cinta dan Liu Pangie.” (Wawancara, 15 Juni 2025)

Keterangan tersebut memperkuat bahwa aksesibilitas yang buruk tidak hanya menghambat arus wisatawan tetapi juga menurunkan potensi pendapatan BUMDes yang sebagian besar bersumber dari aktivitas wisata. Hal ini menandakan bahwa investasi dalam perbaikan akses jalan tidak hanya berdampak pada kenyamanan wisatawan tetapi juga menjadi faktor penting dalam memperkuat keberlanjutan ekonomi desa wisata.

Dari sisi wisatawan, pengalaman perjalanan ke Desa Mattabulu juga memberikan kesan yang beragam. FQ selaku Wisatawan menyampaikan bahwa meskipun kondisi jalan cukup ekstrem, pemandangan yang disuguhkan di sepanjang jalur menuju desa menjadi daya tarik tersendiri:

“Pemandangan menuju desa ini sebenarnya indah, tapi jalannya ekstrem sekali. Kalau hujan, licin dan longsor bisa menutup jalan. Tapi justru bagi saya, itu yang bikin seru dan alami.” (Wawancara, 21 Juni 2025)

Pandangan ini menunjukkan bahwa meskipun akses jalan menjadi tantangan, nuansa alamiah dan petualangan dapat dimanfaatkan sebagai nilai jual unik bagi wisatawan yang menyukai perjalanan eksploratif. Hal ini menunjukkan peluang bagi pengelola untuk mengemas perjalanan menuju desa sebagai bagian dari atraksi wisata, misalnya melalui pengembangan paket wisata *off road adventure* atau *jeep tour* yang mengandalkan karakteristik medan berbukit dan jalan menantang.

Selain itu, hambatan lain yang ditemukan adalah rusaknya beberapa penunjuk jalan dan *safety road* menuju lokasi wisata. Menurut Ketua Pokdarwis, kondisi tersebut terjadi karena papan petunjuk yang sebelumnya ada telah rusak dan belum diperbaiki:

“Untuk petunjuk arah, jujur masih kurang. Dulu memang ada, tapi sekarang sudah rusak. Insya Allah tahun ini kami akan menambahkannya.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Dalam konteks teori Yoeti (2018), aspek ini menunjukkan bahwa aksesibilitas tidak hanya berkaitan dengan kondisi fisik jalan, tetapi juga mencakup ketersediaan informasi yang membantu wisatawan dalam melakukan perjalanan dengan aman dan nyaman.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan berbagai pihak, dapat disimpulkan bahwa tingkat aksesibilitas Desa Wisata Mattabulu masih berada pada kategori cukup baik namun belum optimal dan menjadi pengahambat utama dalam pengembangan pariwisata. Infrastruktur jalan sudah ada dan dapat dilalui kendaraan pribadi, tetapi masih memerlukan perbaikan dan peningkatan kualitas agar mampu menunjang peningkatan jumlah wisatawan. Hambatan utama terletak pada kondisi jalan yang rusak, risiko longsor, ketiadaan transportasi umum reguler dan minimnya dan rusaknya beberapa rambu lalu lintas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek aksesibilitas memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan pengembangan Desa Wisata Mattabulu sebagai destinasi unggulan Kabupaten Soppeng. Akses yang baik tidak hanya mendukung kenyamanan wisatawan tetapi juga menjadi faktor penentu dalam peningkatan daya saing desa wisata di tengah perkembangan pariwisata daerah. Dengan demikian, upaya perbaikan dan pengelolaan aksesibilitas perlu dilakukan secara terarah melalui perumusan strategi yang tepat dan berbasis pada kondisi faktual di lapangan.

Kondisi aksesibilitas yang belum optimal memiliki dampak langsung terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan daya saing desa wisata. Untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, dilakukan analisis SWOT sebagai dasar perumusan arah pengembangan aksesibilitas di Desa Wisata Mattabulu.

Tabel 7. Matrik SWOT aspek aksesibilitas Desa Wisata Mattabulu

Faktor Internal	Kekuatan ( <i>Strengthens</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi desa dekat dengan pusat Kota Soppeng (<math>\pm 10</math> km).</li> <li>2. Keindahan panorama sepanjang jalan menjadi daya tarik wisata.</li> <li>3. Masyarakat aktif bergotong royong memperbaiki jalan.</li> <li>4. Dua jalur alternatif memberi fleksibilitas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi jalan masih rusak dan rawan longsor.</li> <li>2. Tidak ada transportasi umum menuju lokasi wisata.</li> <li>3. Minimnya rusaknya beberapa papan petunjuk arah dan rambu lalu lintas</li> </ol>

	pengunjung.	
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan pemerintah daerah melalui program pengembangan desa wisata (ADWI).</li> <li>2. Potensi pengembangan wisata petualangan berbasis alam.</li> <li>3. Peluang kerja sama dengan perguruan tinggi dan pihak swasta dalam perbaikan infrastruktur.</li> </ol>	<p>Strategi S – O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan semangat gotong royong masyarakat dan dukungan pemerintah untuk mempercepat perbaikan jalan utama menuju lokasi wisata.</li> <li>2. Mengembangkan konsep wisata petualangan (<i>adventure route</i>) yang menjadikan panorama dan medan menantang sebagai bagian dari atraksi wisata.</li> <li>3. Menjalin kemitraan dengan perguruan tinggi dalam perencanaan teknis peningkatan akses jalan dan drainase.</li> </ol>	<p>Strategi W – O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengajukan bantuan pembangunan jalan, drainase, dan rambu jalan melalui program ADWI dan Dinas Pariwisata.</li> <li>2. Mengembangkan transportasi wisata berbasis komunitas</li> <li>3. Melibatkan pihak swasta atau CSR dalam penyediaan infrastruktur jalan dan penunjang keselamatan.</li> </ol>
<p>Kendala/Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Risiko longsor dan erosi jalan saat musim hujan.</li> <li>2. Terbatasnya anggaran pembangunan daerah.</li> <li>3. Potensi berkurangnya minat wisatawan akibat akses masih kurang baik.</li> </ol>	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam pemeliharaan rutin jalan dan sistem tanggap darurat longsor.</li> <li>2. Mengubah citra jalan ekstrem menjadi daya tarik wisata petualangan aman melalui promosi digital dan event lokal.</li> </ol>	<p>Strategi W – T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyusun peta titik rawan longsor dan perencanaan drainase bersama pemerintah kabupaten untuk mencegah kerusakan berulang.</li> <li>2. Membuat jalur alternatif sementara bagi wisatawan saat akses utama terhambat.</li> </ol>

	3. Meningkatkan koordinasi dengan pemerintah kabupaten agar jalan masuk prioritas pembangunan daerah.	
--	---	--

Sumber : *Olahan Peneliti (2025)*

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap aspek aksesibilitas Desa Wisata Mattabulu, diperoleh empat strategi utama yang paling relevan dan aplikatif untuk diterapkan. Strategi-strategi ini disusun berdasarkan kombinasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ditemukan dari hasil wawancara dan observasi lapangan.

- 1) Untuk SO (Strengths and Opportunities) dipilih strategi “Mengembangkan konsep wisata petualangan (*adventure route*) yang memanfaatkan panorama alam dan medan jalan menantang sebagai atraksi wisata baru”.

Strategi ini merupakan bentuk inovasi dalam pengembangan pariwisata dengan cara mengubah keterbatasan aksesibilitas menjadi keunggulan kompetitif. Medan jalan yang menanjak, berbatu, dan berkelok tidak lagi dipandang sebagai hambatan, melainkan justru sebagai potensi atraksi wisata baru yang menawarkan sensasi petualangan bagi wisatawan. Kondisi geografis Desa Mattabulu yang dikelilingi perbukitan, lembah, dan hutan alami sangat mendukung pengembangan konsep wisata petualangan berbasis alam (*adventure tourism*) seperti *off-road adventure*, *jeep tour*, *mountain trail*, atau *cycling track*. Strategi ini juga sejalan dengan tren wisata minat khusus (*special interest tourism*) yang semakin diminati oleh wisatawan milenial dan pencinta alam. Selain menambah nilai daya tarik, konsep ini dapat membantu memperluas segmentasi pasar wisatawan yang datang ke Mattabulu. Dengan dukungan dari pemerintah daerah melalui program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI), pengembangan jalur petualangan ini bisa menjadi branding khas bagi Desa Mattabulu sebagai destinasi wisata alam yang unik di Kabupaten Soppeng. Selain itu, strategi ini memberi nilai tambah ekonomi langsung kepada masyarakat lokal. Warga dapat berperan sebagai pemandu wisata (*local guide*), penyedia jasa kendaraan off-road, atau penjual produk lokal di sepanjang jalur wisata. Dengan demikian, strategi S–O ini tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

- 2) Untuk strategi ST (Strengths and Threats) dipilih strategi “Mengajukan bantuan peningkatan jalan dan drainase melalui program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) serta kerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng”

Strategi ini merupakan langkah paling prioritas dan realistis untuk mengatasi kelemahan utama Desa Mattabulu, yaitu kondisi jalan yang rusak dan tidak adanya saluran drainase permanen. Dengan memanfaatkan peluang eksternal berupa dukungan dari program pemerintah pusat dan daerah, Desa Mattabulu memiliki peluang besar untuk memperoleh pendanaan dan bantuan teknis dalam peningkatan infrastruktur dasar wisata. Program ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah terbukti memberikan dampak signifikan terhadap pembangunan infrastruktur di desa wisata lain di Indonesia. Melalui program ini, desa dapat mengajukan proposal pembangunan atau perbaikan. Selain itu, Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng telah menegaskan komitmennya untuk menjadikan Desa Mattabulu sebagai salah satu prioritas pengembangan wisata daerah sehingga sinergi kebijakan dapat dimanfaatkan secara optimal. Implementasi strategi ini juga memberikan efek multiplier terhadap aspek lainnya, seperti meningkatnya akses distribusi produk lokal

(kopi, madu dan gula aren), meningkatnya kenyamanan wisatawan, serta mendorong tumbuhnya investasi di sektor jasa dan akomodasi. Dengan demikian, strategi W–O ini berfungsi sebagai fondasi utama bagi keberlanjutan pengembangan pariwisata Mattabulu, karena tanpa akses jalan yang baik, kegiatan wisata dan ekonomi lokal tidak dapat berjalan secara maksimal.

- 3) Untuk Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*) dipilih strategi “Mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam pemeliharaan rutin jalan serta pencegahan longsor melalui kegiatan gotong royong dan sistem tanggap darurat desa”.

Strategi ini menitikberatkan pada pemanfaatan kekuatan sosial masyarakat Mattabulu untuk mengurangi ancaman eksternal seperti longsor, erosi, dan keterlambatan perbaikan jalan. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat Mattabulu dikenal memiliki semangat gotong royong yang tinggi. Setiap kali terjadi kerusakan jalan akibat hujan atau longsor, warga secara sukarela melakukan perbaikan manual agar akses tidak terputus. Nilai sosial ini menjadi modal sosial (*social capital*) yang kuat dalam pengelolaan infrastruktur desa wisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*). Dengan menerapkan strategi ini, desa dapat membentuk tim tanggap darurat jalan dan bencana, yang berfungsi melakukan pemantauan dan perbaikan cepat di titik rawan longsor. Selain itu, Pokdarwis dan BUMDes dapat bekerja sama dalam menyediakan peralatan sederhana seperti cangkul, sekop dan karung pasir untuk menjaga kelancaran akses. Pemerintah desa dapat membuat jadwal kerja bakti rutin untuk pembersihan saluran air dan perawatan jalan setiap bulan. Strategi ini sangat efektif diterapkan karena tidak memerlukan anggaran besar tetapi memiliki dampak langsung terhadap keberlangsungan aksesibilitas wisata. Di sisi lain, partisipasi masyarakat juga memperkuat rasa memiliki terhadap destinasi wisata dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga sarana umum. Dengan demikian, strategi S–T ini berfungsi sebagai benteng pertahanan sosial dalam menghadapi ancaman bencana alam dan keterbatasan anggaran pemerintah.

- 4) Untuk Strategi W–T (*Weakness–Threat*) dipilih strategi “Menyusun peta titik rawan longsor dan rencana drainase bersama pemerintah kabupaten untuk mencegah kerusakan berulang dan menghindari risiko akses terputus”.

Strategi ini bersifat preventif dan teknis, bertujuan untuk menekan risiko bencana serta mengurangi dampak kerusakan infrastruktur di masa depan. Berdasarkan kondisi lapangan, longsor dan erosi jalan merupakan ancaman utama setiap musim hujan. Hal ini disebabkan oleh belum adanya sistem drainase permanen di sepanjang jalur menuju Desa Mattabulu. Oleh karena itu, penyusunan peta risiko bencana dan rencana teknis drainase menjadi langkah penting untuk mendukung kebijakan pembangunan yang berbasis data. Melalui strategi ini, pemerintah desa dapat bekerja sama dengan Dinas Pekerjaan Umum (PU) dan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Soppeng untuk melakukan survei topografi dan pemetaan area rawan longsor. Hasil peta tersebut dapat digunakan sebagai dasar perencanaan pembangunan sehingga perbaikan jalan dapat dilakukan secara tepat sasaran dan berkelanjutan. Selain itu, peta risiko juga bermanfaat sebagai dokumen pendukung proposal bantuan anggaran ke tingkat kabupaten maupun kementerian. Strategi W–T ini bukan hanya solusi teknis tetapi juga mencerminkan bentuk perencanaan adaptif yang tanggap terhadap perubahan lingkungan. Dengan data yang akurat, Desa Mattabulu dapat mengantisipasi ancaman secara sistematis dan mengurangi potensi kerugian akibat bencana alam yang berulang setiap tahun.

### 3.2.2 Fasilitas

Menurut Yoeti (2018), Fasilitas (*Facilities of the destination*) merupakan seluruh bentuk sarana dan prasarana yang memberikan pelayanan dan kenyamanan bagi wisatawan selama berada di suatu daerah tujuan wisata (DTW). Fasilitas ini menjadi komponen vital dalam sistem pariwisata, karena meskipun daya tarik wisata memiliki keunikan tersendiri, tanpa dukungan fasilitas yang memadai maka pengalaman wisatawan tidak akan optimal. Fasilitas mencakup berbagai elemen mulai dari akomodasi, restoran, sarana ibadah, kebersihan, keamanan, pusat informasi hingga pelayanan masyarakat setempat. Dengan kata lain, fasilitas berfungsi sebagai *supporting elements* yang memastikan wisatawan merasa nyaman, aman dan terpenuhi kebutuhannya selama berwisata.

Dalam konteks Desa Wisata Mattabulu, aspek fasilitas memiliki peranan penting karena desa ini sedang bertransformasi dari kawasan pedesaan biasa menjadi destinasi wisata berbasis alam dan budaya. Berdasarkan hasil observasi peneliti, fasilitas dasar seperti toilet umum, gazebo, tempat parkir, dan musholla sudah tersedia di dua kawasan wisata utama yaitu Lembah Cinta dan Liu Pangie. Selain itu, tersedia juga jaringan internet (wifi) yang dioperasikan secara mandiri oleh pengelola desa, beberapa homestay, serta fasilitas pendukung seperti area perkemahan dan spot foto yang dibuat dari material alami. Namun, kondisi sebagian fasilitas tersebut sudah mengalami kerusakan dan belum terkelola secara profesional.

Kondisi tersebut dijelaskan oleh Sekretaris Desa Mattabulu yang menyampaikan bahwa:

“Terkait masalah fasilitas yang ada di desa Mattabulu saat ini, khususnya di tempat wisata, saya kira meskipun masih ada kekurangan tapi sejauh ini wisatawan masih dapat menikmati fasilitas-fasilitas yang ada. Sudah ada WC, penginapan, villa, musholla, spot foto, wifi juga ada. Tapi memang perlu kita kembangkan dan benahi lagi karena sebagian butuh perawatan.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas sebenarnya sudah cukup lengkap untuk ukuran desa wisata, tetapi aspek kualitas dan perawatan masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan kenyamanan maksimal bagi wisatawan.

Kondisi yang sama juga diungkapkan oleh Ketua Pokdarwis yang menyoroti keterbatasan jumlah dan kualitas fasilitas pendukung:

“Kalau fasilitas, sebenarnya sudah memadai tetapi masih banyak kekurangan. Gazebo masih sedikit, kalau hujan pengunjung menumpuk. Toilet juga kurang, apalagi kalau ada acara malam minggu atau camping, kadang sampai antri. Fasilitasnya perlu direstorasi dan diperbarui lagi karena sebagian sudah rusak.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Selain keterbatasan fisik, aspek perawatan dan manajemen fasilitas juga menjadi kendala. Pemerintah Desa Mattabulu telah berupaya mengalokasikan sebagian dana desa untuk memperbaiki fasilitas wisata, namun skala pembiayaan masih terbatas. Menurut Sekretaris Desa wisata mattabulu :

“Kondisi fasilitas saat ini memang ada sebagian yang sudah butuh perbaikan dan pemeliharaan. Tahun ini kami sudah merencanakan anggaran untuk itu, tapi karena dana desa juga terbatas dan ada prioritas lain seperti ketahanan pangan dan pemberdayaan masyarakat maka pembangunannya dilakukan bertahap.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Dari sisi kelembagaan, Ketua BUMDes Pada Ati Desa wisata mattabulu menjelaskan bahwa pengelolaan fasilitas wisata berada di bawah tanggung jawab BUMDes melalui unit jasa lingkungan (jasling) yang bekerja sama dengan Pokdarwis. Namun karena sebagian

kawasan wisata berada di area hutan lindung, pembangunan fasilitas baru sering terhambat oleh regulasi:

“Sebagian kawasan wisata itu masuk kawasan hutan lindung, jadi kita tidak bisa sembarangan membangun fasilitas baru tanpa izin dari kementerian kehutanan. Padahal banyak investor yang mau masuk, tapi terhambat aturan kawasan.” (Wawancara, 15 Juni 2025)

Kendala regulatif ini membuat pembangunan fasilitas berskala besar seperti cottage permanen, restoran, dan taman rekreasi keluarga belum bisa dilaksanakan secara optimal. Meskipun demikian, upaya pengelola lokal untuk memanfaatkan potensi yang ada dengan membangun fasilitas sederhana dari bahan alami seperti bambu, kayu, dan batu menjadi bentuk adaptasi yang menarik dan mencerminkan kearifan lokal.

Pemerintah Kabupaten Soppeng juga memberikan perhatian khusus terhadap peningkatan fasilitas wisata di desa ini. Hal ini ditegaskan oleh Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng yang mengatakan:

“Kami sudah memasukkan Desa Wisata Mattabulu sebagai salah satu prioritas pengembangan. Pemerintah daerah siap mendukung, terutama dalam penyediaan fasilitas dasar wisata seperti jalan, papan informasi dan penataan kawasan wisata agar lebih nyaman bagi pengunjung.” (Wawancara, 10 Juni 2025)

Dukungan tersebut membuka peluang besar bagi Desa Mattabulu untuk mendapatkan bantuan peningkatan fasilitas melalui program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI).

Dari sisi pengalaman wisatawan, fasilitas yang ada dinilai sudah cukup memadai namun masih perlu peningkatan dari aspek kenyamanan dan kebersihan. Salah seorang wisatawan menuturkan:

“Tempatnya bagus, tapi toiletnya sedikit. Selain itu perlu juga adanya penambahan dan pembaharuan spot agar lebih menarik lagi ” (Wawancara, 21 Juni 2025)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa harapan wisatawan terhadap fasilitas tidak hanya pada ketersediaan, tetapi juga pada kualitas pelayanan dan penataan kawasan. Hal ini penting karena persepsi wisatawan terhadap fasilitas berpengaruh langsung terhadap citra destinasi dan niat kunjungan ulang (*revisit intention*).

Dari hasil observasi dan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata di Desa Mattabulu sudah tersedia tetapi belum memadai secara kualitas maupun kuantitas. Masalah utama yang dihadapi meliputi keterbatasan anggaran, perizinan kawasan hutan dan kurangnya perawatan fasilitas yang sudah ada. Namun di sisi lain, terdapat peluang besar untuk mengembangkan fasilitas baru melalui dukungan pemerintah daerah, kerja sama perguruan tinggi serta keterlibatan investor swasta.

Kondisi aksesibilitas ini menjadi aspek penting dalam analisis SWOT karena berpengaruh langsung terhadap kemudahan kunjungan wisatawan dan keberlanjutan ekonomi desa wisata.

Tabel 8. Matrik SWOT aspek Fasilitas Desa Wisata Matabulu

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (<i>Strengthens</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sudah tersedia fasilitas dasar (toilet, musholla, homestay, wifi).</li> <li>2) Dukungan masyarakat tinggi dalam pemeliharaan dan kebersihan.</li> <li>3) Keramahan masyarakat menciptakan kenyamanan wisatawan.</li> </ol>	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) kondisi sebagian fasilitas rusak dan tidak terawat.</li> <li>2) Jumlah fasilitas masih terbatas (toilet, gazebo, papan informasi).</li> <li>3) SDM pengelola wisata masih kurang dan belum profesional.</li> </ol>
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan program pemerintah (ADWI, Desa Brilian).</li> <li>2. Potensi kerja sama dengan universitas untuk perencanaan masterplan wisata.</li> <li>3. Minat investor dan komunitas untuk membantu pengembangan.</li> </ol>	<p>Strategi S – O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan dukungan masyarakat dan pemerintah untuk meningkatkan fasilitas dasar seperti toilet, gazebo, dan homestay.</li> <li>2. Menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi untuk menyusun <i>masterplan</i> pengembangan fasilitas wisata berkelanjutan.</li> <li>3. Mendorong kolaborasi BUMDes dan investor lokal dalam membangun fasilitas ramah lingkungan.</li> </ol>	<p>Strategi W – O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengajukan bantuan sarana prasarana melalui program ADWI dan CSR swasta.</li> <li>2. Melakukan pelatihan pengelolaan fasilitas bagi Pokdarwis dan masyarakat.</li> <li>3. Membangun fasilitas tambahan (spot foto, papan informasi, area parkir) dengan desain estetis berbasis kearifan lokal.</li> </ol>

Kendala/Ancaman ( <i>Threat</i> )	Strategi S-T	Strategi W – T
1) Batasan pembangunan karena status kawasan hutan lindung. 2) Keterbatasan anggaran daerah dan dana desa. 3) Risiko kerusakan fasilitas akibat cuaca ekstrem dan bencana alam.	1. Menyusun kebijakan pemeliharaan rutin oleh Pokdarwis untuk mencegah kerusakan fasilitas. 2. Menggunakan material tahan cuaca dalam pembangunan fasilitas agar lebih awet. 3. Menjalin koordinasi dengan dinas terkait untuk menyesuaikan pembangunan di kawasan hutan lindung.	1. Menyusun sistem inventarisasi dan audit fasilitas setiap tahun untuk mengantisipasi kerusakan. 2. Membentuk tim kebersihan dan pemeliharaan berbasis masyarakat untuk efisiensi anggaran. 3. Menyusun skema pengelolaan dana bersama antara BUMDes dan Pokdarwis untuk perawatan fasilitas.

Sumber : *Olahan Peneliti (2025)*

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap aspek fasilitas Desa Wisata Mattabulu, diperoleh empat strategi utama yang paling relevan dan aplikatif untuk diterapkan. Strategi-strategi ini disusun berdasarkan kombinasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ditemukan dari hasil wawancara dan observasi lapangan.

1. Untuk SO (Strengths and Opportunities) dipilih strategi “Memanfaatkan dukungan masyarakat dan pemerintah untuk meningkatkan fasilitas dasar seperti toilet, gazebo, dan homestay.

Strategi ini dipilih karena Desa Wisata Mattabulu memiliki kekuatan sosial berupa semangat gotong royong masyarakat yang tinggi serta dukungan pemerintah daerah melalui program pengembangan desa wisata (ADWI). Dengan menggabungkan dua potensi ini, desa dapat mempercepat peningkatan fasilitas dasar seperti toilet, musholla, area parkir dan gazebo tanpa harus sepenuhnya bergantung pada anggaran desa. Penerapan strategi ini dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan dana dari pemerintah daerah atau program CSR sebagai pendanaan utama, sementara masyarakat dan Pokdarwis berperan dalam pelaksanaan teknis di lapangan. Kegiatan ini bukan hanya bentuk kemandirian masyarakat, tetapi juga memperkuat rasa memiliki terhadap destinasi. Dengan adanya dukungan pemerintah melalui ADWI, proses perbaikan fasilitas dapat dilakukan lebih cepat dan terarah. Dari sisi ekonomi, strategi ini akan berdampak positif karena perbaikan fasilitas dasar meningkatkan kenyamanan dan memperpanjang lama tinggal (*length of stay*) wisatawan. Secara sosial, partisipasi masyarakat memperkuat hubungan antarwarga dan memperkuat identitas lokal sebagai pelaku utama pariwisata. Secara lingkungan, pendekatan berbasis gotong royong memungkinkan pembangunan dilakukan dengan memperhatikan kearifan lokal dan kelestarian alam.

Dengan demikian, strategi S–O ini tidak hanya menitikberatkan pada pembangunan fisik, tetapi juga pada penguatan struktur sosial masyarakat sebagai fondasi keberlanjutan pariwisata.

2. Untuk strategi ST (Strengths and Threats) dipilih strategi “Mengajukan bantuan fasilitas wisata melalui program ADWI dan kemitraan CSR swasta untuk revitalisasi dan penambahan sarana publik”

Strategi ini dipilih karena faktor kelemahan utama Desa Mattabulu terletak pada keterbatasan dana dan kerusakan beberapa fasilitas wisata, sementara di sisi eksternal terdapat peluang besar berupa program pemerintah dan CSR yang mendukung pengembangan desa wisata. Desa Mattabulu sudah terdaftar dalam jaringan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang memungkinkan desa mengakses bantuan infrastruktur, pelatihan dan promosi. Melalui strategi ini, pemerintah desa dapat menyusun proposal formal ke Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) serta menjalin kemitraan dengan perusahaan swasta lokal di Soppeng yang memiliki program tanggung jawab sosial (CSR). Dengan adanya bantuan eksternal, fasilitas yang sudah ada dapat direvitalisasi tanpa membebani APBDDes. Program CSR juga dapat diarahkan pada pembangunan fasilitas ramah lingkungan, seperti tempat sampah terpilah, lampu tenaga surya, atau ruang terbuka hijau. Dari sisi pengelolaan, Pokdarwis dan BUMDes dapat dijadikan mitra pelaksana kegiatan agar pemberdayaan ekonomi masyarakat tetap berjalan. Strategi ini juga membuka peluang pelatihan SDM pengelola fasilitas, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga pelaku utama dalam pengelolaan fasilitas wisata.

Secara jangka panjang, strategi W–O ini akan meningkatkan daya saing Desa Mattabulu sebagai destinasi wisata unggulan karena fasilitas yang baik merupakan indikator utama kesiapan destinasi dalam menarik kunjungan wisatawan.

3. Untuk Strategi WO (Weaknesses and Opportunities) dipilih strategi “Meningkatkan daya tahan fasilitas melalui penggunaan material lokal tahan cuaca dan penerapan sistem pemeliharaan rutin berbasis masyarakat”

Strategi ini dikembangkan untuk mengatasi ancaman eksternal berupa kerusakan fasilitas akibat cuaca ekstrem, curah hujan tinggi, serta keterbatasan anggaran perawatan. Dengan kekuatan berupa semangat gotong royong masyarakat dan keberadaan Pokdarwis aktif, Desa Mattabulu dapat membangun sistem pemeliharaan berkala dengan pendekatan berbasis komunitas. Fasilitas yang berada di kawasan perbukitan rentan rusak karena faktor alam, seperti erosi tanah, kelembaban tinggi, dan hembusan angin. Oleh karena itu, pembangunan fasilitas perlu memperhatikan aspek bahan bangunan dan desain adaptif. Berdasarkan kondisi tersebut, strategi ini mendorong penggunaan material lokal yang tahan cuaca seperti bambu tua, kayu keras lokal, atau batu alam yang dipadukan dengan sistem perawatan berkala oleh masyarakat. Pokdarwis dapat membentuk “tim pemelihara fasilitas” yang bertugas membersihkan, memperbaiki, dan mengecat ulang fasilitas secara periodik. Dari sisi keberlanjutan, strategi ini mampu menekan biaya perawatan jangka panjang sekaligus memperkuat kemandirian desa. Selain itu, penggunaan material lokal juga menciptakan nilai estetika yang selaras dengan karakter alam Mattabulu, memperkuat citra destinasi sebagai wisata alam berwawasan lingkungan (*eco-friendly tourism*).

Dengan penerapan strategi S–T ini, fasilitas wisata diharapkan memiliki umur pakai yang lebih panjang, lebih ramah lingkungan, serta mampu bertahan menghadapi perubahan cuaca ekstrem yang sering terjadi di kawasan perbukitan.

4. Untuk Strategi W–T (Weakness–Threat) dipilih strategi “Membentuk sistem manajemen fasilitas terpadu melalui koordinasi BUMDes dan Pokdarwis untuk mengatasi kerusakan dan risiko stagnasi perawatan”

Strategi ini dipilih karena kelemahan utama (fasilitas rusak dan kurang perawatan) dapat menjadi ancaman serius jika tidak dikelola secara sistematis. Dalam kondisi anggaran terbatas dan risiko cuaca ekstrem tinggi, dibutuhkan sistem manajemen terpadu agar seluruh fasilitas dapat dipantau, dirawat dan diperbaiki secara berkala. Melalui strategi ini, pemerintah desa dapat membentuk Tim Manajemen Fasilitas Wisata yang terdiri atas unsur BUMDes, Pokdarwis, aparat desa dan perwakilan masyarakat. Tim ini bertugas

melakukan inventarisasi aset, mengevaluasi kondisi fasilitas dan membuat rencana pemeliharaan tahunan yang terintegrasi dengan anggaran desa maupun CSR. Manajemen terpadu memungkinkan pembagian tanggung jawab yang jelas antar lembaga, sehingga perawatan fasilitas tidak lagi bersifat insidental. Selain itu, sistem ini dapat disertai dengan mekanisme pelaporan dan audit tahunan agar pengelolaan fasilitas lebih transparan dan akuntabel.

Secara jangka panjang, strategi W-T ini akan menciptakan efisiensi biaya, menghindari duplikasi anggaran dan memastikan keberlanjutan fasilitas wisata. Jika diterapkan secara konsisten, Desa Mattabulu dapat memiliki sistem pengelolaan fasilitas yang modern dan mandiri tanpa harus menunggu intervensi dari pemerintah kabupaten.

### 3.2.3 Atraksi

Menurut Yoeti (2018), Atraksi (*Attraction of the Destination*) merupakan seluruh daya tarik yang mampu menimbulkan minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata (DTW). Daya tarik ini dapat berupa keindahan alam, keunikan budaya, tradisi masyarakat, sejarah, maupun kegiatan khusus seperti festival, kesenian, dan pameran. Atraksi menjadi elemen paling utama dalam sistem pariwisata karena berfungsi sebagai motif utama wisatawan datang ke suatu destinasi. Tanpa adanya atraksi yang menarik, fasilitas dan aksesibilitas sebesar apa pun tidak akan cukup untuk menarik kunjungan wisata. Oleh karena itu, keberhasilan pengelolaan destinasi wisata sangat bergantung pada kemampuan daerah tersebut dalam mengelola dan mengemas daya tarik menjadi pengalaman wisata yang berkesan dan berkelanjutan.

Dalam konteks Desa Wisata Mattabulu, atraksi wisata yang tersedia merupakan kombinasi antara daya tarik alam, budaya dan edukatif, yang mencerminkan kekayaan potensi lokal masyarakat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan para informan, terdapat beberapa atraksi utama yang menjadi magnet bagi wisatawan, di antaranya Lembah Cinta, Liu Pangie, pengolahan gula aren dan kopi, serta kegiatan budaya seperti Mappadendang dan Situs Bulu Matanre.

Kondisi ini dijelaskan oleh Sekretaris Desa Mattabulu yang menegaskan bahwa:

“Untuk atraksi wisata di desa Mattabulu, kami punya beberapa andalan seperti Lembah Cinta dan Liu Pangie. Selain itu ada juga kegiatan pengolahan gula aren dan kopi yang banyak menarik wisatawan. Kadang ada wisatawan asing datang hanya untuk melihat prosesnya. Kegiatan budaya seperti Mappadendang juga rutin setiap tahun dan menjadi daya tarik tersendiri.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Dari penuturan tersebut, terlihat bahwa keanekaragaman atraksi menjadi kekuatan utama desa. Atraksi alam seperti Lembah Cinta menawarkan panorama perbukitan dengan udara sejuk dan area perkemahan yang sering digunakan untuk kegiatan komunitas dan mahasiswa. Sedangkan Liu Pangie menjadi lokasi favorit wisatawan karena terdapat sungai jernih dan pemandangan hutan alami yang cocok untuk wisata petualangan (*adventure tourism*).

Kegiatan pengolahan gula aren dan kopi lokal menjadi atraksi edukatif yang sangat diminati, terutama oleh wisatawan yang ingin mengalami langsung proses pembuatan produk khas desa. Ketua Pokdarwis menuturkan:

“Yang paling banyak diminati pengunjung itu biasanya proses pembuatan gula aren dan kopi. Mereka senang karena bisa lihat langsung bagaimana nira disadap, dimasak, sampai jadi gula merah. Bahkan pernah ada bule datang khusus untuk melihat pengolahannya.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Selain itu, aktivitas pertanian dan budidaya trigona (lebah madu) juga mulai dikembangkan sebagai atraksi tambahan yang bernilai edukatif. Namun, sebagian besar kegiatan ini masih bersifat spontan dan belum dikemas dalam bentuk paket wisata profesional. Ketua Pokdarwis menambahkan:

“Kalau atraksi yang belum dikelola itu seperti budidaya trigona dan cabai. Sebenarnya bisa jadi atraksi edukasi, pengunjung bisa lihat dan beli hasilnya. Tapi kendalanya SDM dan fasilitasnya masih kurang.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Sementara itu, dari sisi budaya, Desa Mattabulu masih mempertahankan tradisi tahunan seperti Mappadendang, yaitu ritual adat syukuran panen padi yang diiringi musik tabuhan lesung. Kegiatan ini menjadi simbol kearifan lokal dan sering dihadiri wisatawan domestik. Menurut Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng:

“Kegiatan budaya seperti Mappadendang di Mattabulu sangat potensial dikembangkan sebagai atraksi budaya unggulan karena merepresentasikan kearifan lokal Soppeng.” (Wawancara, 20 Juni 2025)

Selain atraksi budaya, situs Bulu Matanre juga menjadi salah satu titik kunjungan populer. Lokasi ini dipercaya memiliki nilai sejarah dan spiritual, serta sering menjadi destinasi tambahan bagi wisatawan yang berkunjung ke Lembah Cinta. Ketua BUMDes Pada Ati menjelaskan:

“Situs Bulu Matanre itu sebenarnya ramai dikunjungi juga, cuma belum dikelola maksimal. Belum ada fasilitas pendukung dan belum ada pendapatan yang masuk ke BUMDes. Tapi ke depan rencananya akan masuk unit usaha BUMDes supaya bisa memberi hasil.” (Wawancara, 15 Juni 2025)

Dari perspektif wisatawan, pengalaman berkunjung ke Mattabulu memberikan kesan yang kuat karena keaslian alam dan interaksi dengan masyarakat lokal. Salah seorang wisatawan menyampaikan:

“Saya memilih ke Mattabulu karena tempatnya sejuk dan suasananya masih alami. Yang paling berkesan itu kopinya karena beda rasanya dan diolah langsung sama warga di sini.” (Wawancara, 21 Juni 2025)

Pendapat serupa juga disampaikan oleh wisatawan lain :

“Tempatnya bagus, pemandangannya indah dan banyak spot foto yang alami. Cuma kalau promosi di media sosial masih kurang padahal potensinya besar sekali.” (Wawancara, 21 Juni 2025)

Selain itu, kendala lain adalah keterbatasan promosi digital. Menurut Ketua Pokdarwis:

“Promosi sementara ini masih lewat media sosial seperti Instagram dan TikTok. Untuk promosi di media lain butuh biaya besar, jadi kami manfaatkan yang gratis dulu.” (Wawancara, 12 Juni 2025)

Namun demikian, inisiatif kreatif masyarakat seperti live music di akhir pekan, talkshow dengan komunitas wisata dan kolaborasi dengan duta wisata lokal menjadi bentuk partisipasi aktif dalam menjaga keberlanjutan atraksi di desa.

Dari berbagai hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata di Desa Mattabulu sudah beragam dan memiliki potensi tinggi namun masih perlu peningkatan dalam hal pengemasan, promosi dan profesionalitas pengelolaan. Sebagian atraksi alami sudah berkembang dengan baik tetapi atraksi buatan dan budaya masih belum dikelola secara maksimal karena keterbatasan dana dan sumber daya manusia.

Untuk mengidentifikasi arah pengembangan yang tepat dalam memperkuat atraksi wisata di Desa Mattabulu, dilakukan analisis SWOT guna menilai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pengelolaan atraksi wisata.

Tabel 9 . Matrik SWOT aspek Atraksi Desa Wisata Mattabulu

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (<i>Strengthens</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Tersedia berbagai atraksi berbasis alam, budaya, dan edukatif.</li> <li>2) Adanya dukungan kelembagaan lokal melalui Pokdarwis dan BUMDes.</li> <li>3) Keramahan dan partisipasi masyarakat lokal tinggi dalam menjaga daya tarik wisata.</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Kelemahan <i>(Weakness)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kurangnya pembaruan atraksi dan inovasi kegiatan wisata.</li> <li>2) Minimnya promosi digital dan dokumentasi profesional.</li> <li>3) Keterbatasan dana untuk perawatan dan pengembangan atraksi.</li> <li>4) Generasi muda kurang tertarik terhadap kegiatan budaya tradisional.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Dukungan pemerintah daerah dan pusat melalui program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI).</li> <li>2) Tren wisata alam dan edukasi (<i>eco-culture tourism</i>) meningkat di kalangan wisatawan pascapandemi.</li> <li>3) Potensi kolaborasi dengan perguruan tinggi, komunitas kreatif, dan agen perjalanan untuk promosi dan pengemasan atraksi.</li> <li>4) Kemungkinan investor lokal mendukung pengembangan atraksi ramah</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi S – O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan paket wisata terpadu berbasis alam, budaya, dan edukasi</li> <li>2. Mendorong kolaborasi dengan komunitas kreatif dan influencer lokal</li> <li>3. Mengembangkan wisata edukasi pertanian dan konservasi alam</li> <li>4. Pelatihan Pokdarwis untuk ekowisata dan hospitality.</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi W – O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kapasitas SDM pariwisata</li> <li>2. Membentuk tim promosi digital dan media desa wisata</li> <li>3. Mengembangkan inovasi atraksi baru berbasis partisipasi masyarakat,</li> <li>4. Mengajukan dukungan dana CSR dan bantuan sarana pariwisata</li> </ol>

lingkungan.		
<p>Kendala/Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Persaingan dengan desa wisata lain</li> <li>2) Risiko kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata yang tidak terkendali.</li> <li>3) Cuaca ekstrem dan risiko bencana alam (longsor, banjir) yang dapat mengganggu kegiatan wisata.</li> </ol>	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menetapkan zonasi konservasi wisata alam dan budaya</li> <li>2. Menetapkan Peraturan Desa (Perdes) tentang perlindungan sumber daya alam dan pelestarian budaya lokal</li> <li>3. Meningkatkan kesadaran lingkungan wisatawan dan masyarakat</li> </ol>	<p>Strategi W – T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun sistem pengelolaan atraksi terpadu antara BUMDes dan Pokdarwis</li> <li>2. Membuat SOP dan sistem pemeliharaan rutin untuk setiap atraksi wisata</li> <li>3. Membentuk tim monitoring dan evaluasi atraksi wisata</li> </ol>

Sumber : *Olahan Peneliti (2025)*

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap aspek atraksi Desa Wisata Mattabulu, diperoleh empat strategi utama yang paling relevan dan aplikatif untuk diterapkan. Strategi-strategi ini disusun berdasarkan kombinasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ditemukan dari hasil wawancara dan observasi lapangan.

1. Untuk SO (Strenghts and Opportunities) dipilih strategi “Mengembangkan paket wisata terpadu berbasis alam, budaya, dan edukasi dengan dukungan pemerintah dan komunitas lokal“

Strategi ini dipilih karena Desa Wisata Mattabulu memiliki keunggulan komparatif berupa daya tarik alam yang indah, kekayaan budaya yang masih lestari dan aktivitas edukatif masyarakat lokal seperti pengolahan kopi, gula aren dan madu trigona. Kekuatan tersebut selaras dengan peluang eksternal berupa dukungan program pemerintah serta tren wisata pascapandemi yang menekankan pengalaman langsung, keaslian dan keberlanjutan (*experiential and sustainable tourism*).

Melalui strategi ini, desa dapat mengoptimalkan seluruh potensi atraksi yang sudah ada dengan menggabungkannya ke dalam satu paket wisata terpadu yang berorientasi pada eco–culture tourism. Kondisi lapangan menunjukkan bahwa banyak wisatawan datang untuk menikmati panorama alam di Lembah Cinta dan Liu Pangie tetapi belum disambungkan dengan kegiatan lain yang memperkaya pengalaman wisatawan. Dengan paket terpadu, kunjungan wisata tidak lagi bersifat singkat melainkan menjadi rangkaian aktivitas yang menyatu antara rekreasi, pembelajaran dan apresiasi budaya. Implementasi strategi ini dapat dilakukan melalui penyusunan paket wisata tematik “Sehari di Mattabulu” yang menggabungkan tiga unsur utama alam, budaya dan edukasi. Pemerintah desa dapat bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng untuk dukungan

promosi dan fasilitasi pelatihan bagi pemandu wisata. Komunitas lokal, Pokdarwis dan BUMDes berperan dalam pelaksanaan kegiatan dan pengelolaan pendapatan secara kolektif.

Selain itu, kerja sama dengan lembaga pendidikan atau komunitas pecinta alam dapat memperluas jangkauan promosi dan menambah variasi kegiatan wisata seperti *eco-camping*, *forest walk* dan *village experience*. Secara jangka panjang, strategi ini akan menciptakan identitas destinasi wisata terpadu yang kuat bagi Mattabulu, di mana wisatawan tidak hanya datang untuk melihat keindahan alam tetapi juga belajar, berinteraksi dan berkontribusi langsung terhadap ekonomi masyarakat. Pendekatan kolaboratif ini akan memperkuat posisi Mattabulu sebagai desa wisata berbasis alam dan budaya yang berkelanjutan.

2. Untuk strategi ST (Strengths and Threats) dipilih strategi “Menetapkan zonasi konservasi wisata alam dan budaya disertai Peraturan Desa (Perdes) tentang pelestarian.”

Strategi ini dipilih untuk menjawab ancaman nyata berupa kerusakan lingkungan dan potensi hilangnya nilai-nilai budaya akibat komersialisasi wisata. Desa Wisata Mattabulu memiliki kekuatan besar berupa keindahan alam yang masih alami serta kekayaan budaya yang hidup di tengah masyarakat. Namun, tanpa pengaturan yang jelas, peningkatan kunjungan wisatawan dapat mengancam kelestarian lingkungan, terutama di kawasan perbukitan Lembah Cinta dan sekitar Liu Pangie yang rawan longsor. Selain itu, pelaksanaan kegiatan budaya seperti *Mappadandang* juga memerlukan perlindungan agar tidak kehilangan makna aslinya akibat pengaruh modernisasi.

Melalui strategi ini, pemerintah desa dapat menetapkan zonasi konservasi wisata yang membagi wilayah wisata menjadi beberapa area seperti: zona perlindungan alam (hutan dan sungai), zona atraksi umum (Lembah Cinta, Liu Pangie) dan zona budaya (lokasi upacara dan situs sejarah seperti Bulu Matanre). Penerbitan Peraturan Desa (Perdes) menjadi instrumen hukum yang memastikan seluruh aktivitas wisata berjalan sesuai prinsip keberlanjutan dan tidak merusak lingkungan maupun adat istiadat. Keterlibatan masyarakat lokal menjadi aspek penting dalam implementasi strategi ini. Kelompok adat, tokoh masyarakat dan Pokdarwis dapat berperan sebagai pengawas dan pengelola lapangan, sehingga setiap pengunjung maupun pelaku wisata wajib mengikuti aturan konservasi yang ditetapkan. Desa juga dapat mengadakan program edukasi “Wisata Hijau Mattabulu” yang menanamkan nilai-nilai pelestarian kepada wisatawan dan generasi muda.

Dalam jangka panjang, strategi ini tidak hanya melindungi alam dan budaya desa, tetapi juga memperkuat posisi Mattabulu sebagai destinasi ekowisata berbasis konservasi dan budaya. Citra positif ini akan meningkatkan daya saing desa dan menarik wisatawan yang memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan.

3. Untuk Strategi WO (Weaknesses and Opportunities) dipilih strategi “Membentuk tim promosi digital desa wisata dan menjalin kolaborasi dengan universitas untuk memperkuat branding atraksi”

Strategi ini dipilih karena salah satu kelemahan utama Desa Wisata Mattabulu adalah minimnya promosi dan pengelolaan digitalisasi pariwisata. Hasil wawancara menunjukkan bahwa promosi saat ini masih terbatas pada media sosial pribadi anggota Pokdarwis sehingga jangkauannya sempit dan tidak memiliki identitas visual yang konsisten. Di sisi lain, terdapat peluang besar melalui dukungan pemerintah daerah, universitas dan komunitas kreatif yang dapat membantu dalam pelatihan promosi digital dan pengembangan konten wisata. Strategi ini sangat relevan dengan tren *digital tourism* yang kini menjadi sarana utama dalam menarik wisatawan terutama kalangan muda. Pembentukan Tim Promosi Digital Desa Wisata di bawah koordinasi Pokdarwis dan BUMDes akan menjadi langkah awal dalam memperkuat citra destinasi. Tim ini bertugas membuat konten visual yang menarik seperti video dokumenter atraksi alam, foto produk lokal dan cerita budaya desa. Dengan bantuan universitas, tim juga dapat memperoleh pelatihan dalam *digital marketing*, pengelolaan media sosial, serta strategi komunikasi pariwisata. Selain itu, kolaborasi ini membuka peluang

penelitian dan pengabdian masyarakat yang dapat memperkaya inovasi dalam promosi dan pengembangan atraksi. Implementasi strategi ini relatif mudah karena hanya membutuhkan koordinasi dan kreativitas bukan anggaran besar. Media sosial seperti Instagram, TikTok dan YouTube dapat dimanfaatkan sebagai kanal promosi utama dengan biaya rendah namun dampak luas. Dengan promosi yang konsisten dan terarah, wisatawan potensial akan lebih mudah mengenal dan tertarik berkunjung.

Dalam jangka panjang, strategi ini akan menjadikan Desa Wisata Mattabulu sebagai destinasi yang kompetitif secara digital dengan identitas visual yang kuat dan jaringan promosi yang luas. Peningkatan branding digital juga akan memperkuat kepercayaan wisatawan, mempermudah kerja sama dengan pihak luar, serta menumbuhkan rasa bangga masyarakat terhadap desanya sendiri.

4. Untuk Strategi W–T (Weakness–Threat) dipilih strategi “Membangun sistem pengelolaan terpadu antara BUMDes dan Pokdarwis dengan SOP dan evaluasi tahunan atraksi wisata”

Strategi ini dipilih untuk mengatasi kelemahan utama berupa pengelolaan atraksi yang belum terstruktur dan ketergantungan pada kegiatan musiman, serta ancaman jangka panjang berupa stagnasi dan kerusakan atraksi akibat kurangnya perawatan. Meskipun Desa Mattabulu telah memiliki dua lembaga penting yaitu BUMDes pada Ati dan Pokdarwis.

Melalui strategi ini, desa dapat membentuk Unit Pengelolaan Atraksi (UPA) di bawah BUMDes dengan Pokdarwis sebagai pelaksana teknis di lapangan. Unit ini bertanggung jawab terhadap inventarisasi aset wisata, pengawasan kegiatan wisata, serta evaluasi mutu atraksi setiap tahun. Penerapan SOP (Standard Operating Procedure) menjadi penting agar seluruh kegiatan pengelolaan atraksi memiliki standar pelayanan yang jelas yang dimulai dari kebersihan, keamanan, perawatan hingga pelayanan wisatawan. Evaluasi tahunan akan membantu desa menilai atraksi mana yang perlu diperbaiki atau dikembangkan lebih lanjut.

Keterlibatan masyarakat tetap menjadi elemen kunci dalam strategi ini. Pemerintah desa dapat memberikan insentif atau penghargaan bagi warga yang aktif dalam pemeliharaan fasilitas dan kebersihan area wisata. Selain itu, desa juga dapat mengalokasikan sebagian pendapatan dari BUMDes untuk kegiatan perawatan dan promosi atraksi sehingga keberlanjutan operasional tetap terjamin tanpa ketergantungan penuh pada dana pemerintah.

Dalam jangka panjang, strategi ini akan menciptakan sistem pengelolaan atraksi yang profesional, efisien dan transparan. Mattabulu dapat menjadi model pengelolaan desa wisata yang berdaya secara kelembagaan dan mampu bertahan menghadapi tantangan ekonomi maupun lingkungan. Keterpaduan antara BUMDes dan Pokdarwis juga akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan wisata sebagai sumber pendapatan bersama.