

## ***Management Strategy of Tourist Attraction in The Mirror Batu Cave in Labuan Bajo, Komodo District, West Manggarai, East Nusa Tenggara***

**Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin di Labuan Bajo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur**

**Mariano Putra Denay Kantu<sup>1</sup>, Christimulia Purnama Trimurti<sup>2\*</sup>, I Gusti Bagus Rai Utama<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

Corresponding Author: [christimuliapurnama@undhirabali.ac.id](mailto:christimuliapurnama@undhirabali.ac.id)

### Article info

<p><b>Keywords:</b>          SWOT          Analysis,          Management          Strategy,          Tourist          Attraction</p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstract</b></p> <p><i>Batu Cermin Cave is located in Batu Cermin Village, Labuan Bajo, Komodo District, West Manggarai, East Nusa Tenggara, has a rich tourism potential but has not been managed optimally. This article aimed to analyze the ideal management strategy in developing the Batu Cermin Cave tourist attraction. This study used purposive sampling with 12 respondents and the methods of data collection are questionnaires, observations, interviews, and documentation. Data were analyzed qualitatively using SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) analysis. Through the analysis of IFAS and EFAS Matrix, the score calculation for IFAS is 3.15 and EFAS is 3.07, which means Batu Cermin Cave is in quadrant I means the Growth position. The technique of analysing data was carried out descriptively and the management strategy was analyzed using the SWOT approach. SO (Strength-Opportunities) strategy is implemented by using strengths to take advantage of opportunities. ST strategy (Strength-Threat) is to use strength to overcome threats. WO (Weakness-Opportunities) strategy is applied by minimizing weaknesses to take advantage of opportunities. WT (Weakness - Threat) strategy is implemented by minimizing weaknesses to avoid threats</i></p>
<p><b>Kata Kunci :</b>          Analisis          SWOT,          Strategi          Pengelolaan,          Daya Tarik          Wisata</p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstrak</b></p> <p>Gua Batu Cermin yang terletak di Desa Batu Cermin Labuan Bajo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, memiliki potensi daya tarik wisata yang kaya namun belum dikelola secara optimal. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan yang ideal dalam pengembangan daya tarik wisata Gua Batu Cermin. Penelitian ini menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sebanyak 12 orang dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i>). Melalui analisis Matriks IFAS dan EFAS diperoleh hasil perhitungan skor untuk IFAS sebesar 3,15 dan EFAS sebesar 3,07 yang berarti Gua Batu Cermin berada pada kuadran I yaitu posisi <i>Growth</i> (Pertumbuhan). Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif dan dianalisis strategi pengelolaannya dengan menggunakan pendekatan SWOT. Strategi SO (<i>Strength-Opportunity</i>) diimplementasikan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi ST (<i>Strength-Threat</i>) melibatkan penggunaan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO (<i>Weakness-Opportunity</i>) diimplementasikan dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Strategi WT (<i>Weakness-Threat</i>) diimplementasikan dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.</p>

### PENDAHULUAN

Provinsi Nusa Tenggara Timur menjadi salah satu daerah yang mempunyai begitu banyak tempat dan daya tarik wisata. Pemerintah telah menetapkan Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) menjadi salah satu daerah unggulan baru pariwisata mulai tahun

2007. Penetapan ini bertujuan untuk menjadikan NTT sebagai gerbang Asia - Pasifik berbasis pariwisata, seni, dan budaya yang spesifik. Selain itu NTT juga sudah ditetapkan sebagai destinasi wisata nasional dalam *Masterplan* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2012. Bahkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah melakukan pengelompokan (*clustering*), pada beberapa titik yang harus menjadi titik awal untuk mengembangkan pariwisata di NTT. Kekayaan alam dan budaya yang terdapat di NTT merupakan modal dasar dalam pengembangan industri di bidang pariwisata yang akan menjadi penggerak roda ekonomi daerah setempat.

Beberapa negara bahkan mengandalkan industri pariwisata sebagai pendapatan utama. Hal ini mendorong setiap negara berlomba - lomba menciptakan dan memberikan banyak sekali destinasi buat menikmati berbagai produk wisata & fasilitas yang tersedia.

Saat ini sudah diakui kalau pariwisata merupakan media yang kokoh yang mempengaruhi pergantian budaya serta ikatan internasional (Waani, 2016; Yasir, 2021; Kennedy, 2023). Banyak riset dalam bidang pariwisata secara tidak langsung tersambung dengan komunikasi internasional serta aliran data. Oleh sebab itu, periset wajib berupaya menciptakan sejarah riset pariwisata serta mendokumentasikan evolusi dalam bidang itu bagaikan komponen yang berkembang dalam urusan komunikasi internasional. Perkembangan daya tarik wisata di Flores sangat pesat, hal ini terlihat dari semakin banyaknya tempat yang dikelola menjadi destinasi wisata. Hal ini dibuktikan dalam RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah) NTT. Pernyataan tersebut mengidentifikasi bahwa perkembangan jumlah destinasi wisata di Flores akan mengalami peningkatan terus menerus seiring berjalannya waktu. Jumlah kunjungan wisatawan ke NTT dari tahun 2016-2019 mengalami kenaikan yang signifikan, sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan. Jumlah kunjungan wisatawan dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2015 - 2020

Tahun	Jumlah Kunjungan (Orang)		Total	Fluktuasi %
	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara		
2015	595.680	168.950	764.630	-
2016	566.550	201.345	767.895	0,04
2017	578.765	376.532	955.297	0,24
2018	582.681	391.281	973.962	0,01
2019	980.096	327.428	1.307.524	0,34
2020	555.287	406.089	961.376	0,26

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTT 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Provinsi Nusa Tenggara Timur cukup fluktuatif. Tingkat kunjungan tiap tahunnya terus meningkat walaupun tidak begitu signifikan. Tercatat persentase kunjungan wisatawan tahun 2015 sampai tahun 2019 terus mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara mengalami penurunan sebesar 0,26 dibandingkan data kunjungan wisatawan di tahun 2019. Hal ini dikarenakan kurangnya strategi pengembangan dalam mempromosikan suatu objek wisata yang ada di Nusa Tenggara Timur. Selain itu kemunculan wabah Virus Corona di Indonesia di tahun 2020 juga memberikan dampak

yang besar bagi eksistensi pariwisata Indonesia tidak terkecuali di NTT. Hal ini dapat terlihat dari perbedaan jumlah kunjungan wisatawan sebelum dan sesudah pandemi.

Seperti pada salah satu daya tarik wisata yang ditemukan oleh seorang arkeologi yaitu sebuah gua pada tahun 1951. Theodore Verhoeven mengemukakan bahwa gua ini dulunya berada di bawah laut yang setelah jutaan tahun terangkat ke permukaan dengan luas 19 hektar dan dengan ketinggian bebatuan 75 meter. Yang menarik dari gua ini, karena pada dinding gua banyak mengandung garam sehingga dapat memantulkan cahaya matahari. Di dalam gua dapat ditemukan beberapa fosil koral, kura-kura, dan penyu, fosil dalam gua juga mengandung garam laut yang merefleksikan cahaya dan menjadi pusat perhatian para wisatawan. Di dalam gua juga terdapat stalaktit & stalakmit dengan area yang lumayan sempit. Cahaya akan dipantulkan ke dinding-dinding gua sehingga refleksi tersebut sangat mirip seperti cahaya matahari yang memantul di cermin, maka dari itu gua ini diberi nama gua batu cermin. Ketika memasuki tempat wisata ini, para wisatawan akan disambut dengan pemandangan yang masih asri, udara yang sejuk, dan banyak tumbuhan hijau yang masih alami dan memanjakan mata, jika beruntung maka akan menemukan monyet berekor panjang. Pemandangan di sekitar gua juga selalu dijadikan spot foto yang sering menjadi incaran para fotografer. Dikarenakan ukuran gua yang lumayan sempit, maka jumlah wisatawan yang akan masuk ke dalam gua dibatasi untuk 10 orang yang memakan waktu sekitar 30 menit untuk sekali *tour*. Para wisatawan yang ingin melakukan *tour* wajib membayar retribusi resmi ketika datang dan biaya yang dikeluarkan sudah termasuk dengan alat keamanan seperti helm dan *headlight* yang digunakan ketika memasuki gua ini. Adapun bangunan amfiteater dan rumah adat untuk mendukung kegiatan seni dan budaya di area Gua Batu Cermin. Lalu fasilitas yang terdapat pada Gua Batu Cermin adalah kantor pengelola, loket, kafetaria, area parkir yang luas, auditorium, pusat informasi, dan toilet.

Pada 12 Maret 2020 COVID-19 telah dinyatakan oleh WHO sebagai dampak yang signifikan pada sistem ekonomi, politik, dan sosial budaya global. Pariwisata menjadi industri yang sangat rentan terhadap berbagai risiko lingkungan, politik, sosial dan ekonomi, pariwisata terbiasa dan telah menjadi tangguh dalam bangkit kembali (Novelli, Burgess, Jones, & Ritchie, 2018) dari berbagai krisis dan wabah (mis. Terorisme, gempa bumi, Ebola, SARS, Zika). Namun, keadaan dan dampak COVID-19 dalam dunia pariwisata ini juga menyebabkan fluktuasi pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Hal ini juga berdampak pada daya tarik wisata yang berada di wilayah Indonesia, salah satunya dialami pada Provinsi NTT.

Masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengelolaan Daya Tarik wisata Gua Batu Cermin Di Labuan Bajo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur selama Pandemi?

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Gua Batu Cermin yang terletak di Desa Batu Cermin Di Labuan Bajo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini bertujuan menentukan strategi pengelolaan daya tarik wisata Gua Batu Cermin di Kabupaten Manggarai Barat selama pandemik.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel lingkungan internal dan eksternal. Sanjaya & Junaedi (2021) Variabel lingkungan internal mencakup 4A yaitu: *Attraction*, *Accessible*, *Amenities* dan *Ancillary*. Sedangkan variabel lingkungan eksternal mencakup peraturan pemerintah, pesaing, sosial ekonomi, budaya, dan keamanan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif dan data

kuantitatif. Sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Penentuan sampel penelitian memakai tatacara: *Purposive Sampling*, yaitu metode pengambilan contoh yang digunakan apabila periset memiliki pertimbangan tertentu dalam menetapkan contoh cocok dengan tujuan penelitiannya. Sampel penelitian ini sebanyak 12 Responden yang terdiri dari Kepala Desa Batu Cermin, Ketua Pokdarwis beserta empat anggota, tiga orang Pengelola wisata Gua Batu Cermin dan tiga orang dari Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai Barat.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari empat metode antara lain: wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari faktor - faktor internal dan eksternal dari Gua Batu Cermin adalah analisis IFAS dan EFAS.

Tabel 2. Kriteria Hasil Analisis

Nilai	Hasil	Hasil	Klasifikasi
4	3,26-4,00	Sangat Baik	Kekuatan/Peluang
3	2,51-3,25	Baik	Kekuatan/Peluang
2	1,76-2,50	Kurang Baik	Kelemahan/Ancaman
1	1,00-1,75	Sangat Kurang Baik	Kelemahan/Ancaman

Sumber Rangkuti (2015)

Berdasarkan tabel di atas, posisi kekuatan dan peluang berkisar pada nilai 2,51 hingga 4,00, dan posisi kelemahan dan ancaman berkisar pada nilai 1,00 hingga 2,50. Lingkungan internal memberikan gambaran tentang peluang dan risiko perusahaan. Dan penggabungan antara kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman diperoleh suatu matrik yang dikenal dengan matrik SWOT. Adapun matriks yang digunakan didalam penelitian ini yaitu matriks IE (internal - eksternal).

**Total Skor Faktor Strategi Internal**

Total Skor Strategi	4.0 Tinggi	Kuat	3.0	Rata-rata	2.0	Lemah	1.0
		I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan			
3.0 Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan	VI Penciutan				
2.0 Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi				
1.0							

**Gambar 1. Internal-External Matrix**

(Sumber : Rangkuti., 2015:95)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis internal dan eksternal dengan pendekatan SWOT. Yudiaris (2015) menjelaskan, analisis SWOT adalah suatu metode untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal, dimana kekuatan dan kelemahan termasuk dalam lingkungan internal, sedangkan peluang dan ancaman termasuk dalam lingkungan eksternal yang terdapat dalam objek wisata Gua Batu Cermin Di Labuan Bajo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, NTT.

Tabel 3. Matriks SWOT

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESSES (W)</b> Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>		
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Tentukan factor-faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI (SO)</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI (WO)</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>TREATHS (T)</b> Tentukan factor-faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI (ST)</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI (WT)</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Rangkuti, 2015; 83).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil Pengamatan lingkungan internal pada objek wisata Gua Batu Cermin terdiri dari: 1) Daya tarik (*attraction*) merupakan hal yang pertama dilihat oleh wisatawan yakni sebuah bangunan amfiteater dan rumah adat sebagai objek yang dijumpai ketika memasuki area wisata. 2) *Accesable* yaitu akses menuju daya tarik wisata Gua Batu Cermin. 3) *Amenities*, adalah fasilitas-fasilitas yang tersedia di sekitar Gua Batu Cermin. 4) *Ancllary*, yakni Lembaga pariwisata yang ada di Gua Batu Cermin seperti guide.

Pengamatan lingkungan eksternal terdiri dari: Peraturan pemerintah, yaitu: 1) Dukungan pemerintah terhadap pengembangan Gua Batu Cermin sebagai daya tarik wisata serta harga tiket yang diberlakukan untuk wisatawan di Gua Batu Cermin. 2) Pesaing, yaitu daya tarik wisata sejenis di sekitar atau berdekatan yakni Gua Rangko. 3) Sosial dan ekonomi, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat sekitar di Gua Batu Cermin seperti Keramahtamahan penduduk, sikap masyarakat dan lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat. 4) Budaya, wisatawan yang lebih dinamis seperti kecenderungan untuk berwisata, pengenalan objek wisata lainnya serta kebudayaan daerah yang ada serta kebutuhan akan objek wisata yang baru, dan 5) Keamanan, keamanan wisatawan saat berada di Gua Batu Cermin dikarenakan apapun dapat terjadi baik diperkirakan ataupun tidak. Seperti kenyamanan wisatawan, jaminan keselamatan, keamanan, bencana alam, dan menjalankan protokol Kesehatan. Hasil penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada 12 Responden tentang Kekuatan dan Kelemahan pada Gua Batu Cermin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Indikator Internal sebagai Kekuatan dan Kelemahan Pada Gua Batu Cermin

No	Indikator Internal	Mean	Kategori
1	Daya tarik wisata	3,6	Kekuatan
2	Aktivitas wisata	3,1	Kekuatan
3	Transportasi, jalan raya, jalan setapak di jembatan penyebrangan.	3,3	Kekuatan
4	Jarak gua batu cermin dari pusat kota	3,7	Kekuatan
5	Akses menuju gua batu cermin mudah di jangkau	3,5	Kekuatan

6	Fasilitas umum yang disediakan seperti hotel, kios, homestay, toilet umum, dan tempat parkir	3,1	Kekuatan
7	Restoran yang berada di sekitar gua batu cermin	2,5	Kelemahan
8	Kelengkapan sarana prasarana di lokasi wisata	3,1	Kekuatan
9	Kualitas sarana prasarana yang ditawarkan	3,0	Kekuatan
10	Pusat informasi	3,0	Kelemahan
11	Pemandu wisata	3,1	Kelemahan
12	Keterlibatan masyarakat setempat secara langsung	2,7	Kekuatan
13	Pelayanan yang diberikan pada saat berada di gua batu cermin	3,5	Kekuatan

Tabel 5. Indikator Eksternal sebagai Peluang dan Ancaman pada Gua Batu Cermin

No	Indikator	Mean	Kategori
1	Dukungan pemerintah	3,5	Peluang
2	Harga Tiket	3,0	Peluang
3	Daya Tarik Wisata Sejenis disekitar atau berdekatan	2,9	Peluang
4	Keramahtamahan penduduk setempat	3,0	Peluang
5	Sikap masyarakat	3,0	Peluang
6	Lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat	2,5	Ancaman
7	Kecendrungan untuk berwisata	3,1	Peluang
8	Pengenalan objek wisata lainnya serta kebudayaan daerah yang ada	2,8	Peluang
9	Kebutuhan akan objek wisata yang baru	2,9	Peluang
10	Kenyamanan wisatawan	3,4	Peluang
11	Jaminan keselamatan	3,1	Peluang
12	CHSE clean	2,9	Peluang
13	Higiene	3,2	Peluang
14	Safety	2,9	Peluang
15	Environment	3,1	Peluang
16	Isu terorisme	2,1	Ancaman
17	Visa on arrival	3	Peluang
18	Regulasi pemerintah	3,1	Peluang
19	Faktor infrastruktur	3,5	Peluang

Adapun hasil perhitungan IFAS dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 6. *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) Gua Batu Cermin

No	Indikator Eksternal	Rating	Bobot	Skor
1	Daya tarik wisata	3,6	0,91	3,27
2	Aktivitas wisata	3,1	0,84	2,60
3	Transportasi, jalan raya, jalan setapak dan jembatan penyebrangan.	3,3	0,87	2,87
4	Jarak gua batu cermin dari pusat kota	3,7	0,88	3,25
5	Akses menuju gua batu cermin mudah di jangkau	3,5	0,76	2,66
6	Fasilitas umum yang disediakan seperti hotel, kios, homestay, toilet umum, dan tempat parkir	3,1	0,74	2,29
7	Restoran yang berada di sekitar gua batu cermin	2,5	0,56	1,4
8	Kelengkapan sarana prasarana di lokasi wisata	3,1	0,76	2,35
9	Kualitas sarana prasarana yang ditawarkan	3,0	0,70	2,1

10	Pusat informasi	3,0	0,66	1,98
11	Pemandu wisata	3,1	0,75	2,32
12	Keterlibatan masyarakat setempat secara langsung	2,7	0,69	1,86
13	Pelayanan yang diberikan pada saat berada di gua batu cermin	3,5	0,82	2,87
<b>TOTAL</b>		<b>42,0</b>	<b>10</b>	<b>3,15</b>

Pada Tabel 6 kita dapat melihat bahwa total skor IFAS adalah 3,15. Objek wisata Gua Batu Cermin, Kabupaten Manggarai Barat, Flores dan Nusa Tenggara Timur menunjukkan fase stabil. Berikut adalah hasil perhitungan EFAS:

Tabel 8. *External Factor Analysis Summary (EFAS) Gua Batu Cermin*

No	Indikator Internal	Rating	Bobot	Skor
1	Dukungan pemerintah	3,5	0,82	2,87
2	Harga Tiket	3,0	0,62	1,86
3	Daya Tarik Wisata Sejenis disekitar atau berdekatan	2,9	0,57	1,65
4	Keramahtamahan penduduk setempat	3,0	0,53	1,59
5	Sikap masyarakat	3,0	0,47	1,41
6	Lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat	2,5	0,46	1,15
7	Kecenderungan untuk berwisata	3,1	0,47	1,45
8	Pengenalan objek wisata lainnya serta kebudayaan daerah yang ada	2,8	0,50	1,4
9	Kebutuhan akan objek wisata yang baru	2,9	0,47	1,36
10	Kenyamanan wisatawan	3,4	0,68	2,31
11	Jaminan keselamatan	3,1	0,65	2,01
12	CHSE clean	2,9	0,50	1,45
13	Higiene	3,2	0,50	1,6
14	Safety	2,9	0,48	1,39
15	Environment	3,1	0,45	1,39
16	Issu terorisme	2,1	0,02	0,04
17	Visa on arrival	3	0,42	1,26
18	Regulasi pemerintah	3,1	0,58	1,79
19	Faktor infrastruktur	3,5	0,70	2,45
<b>TOTAL</b>		<b>57,8</b>	<b>10</b>	<b>3,07</b>

Indikator- Indikator internal menghasilkan kekuatan dan kelemahan Daya Tarik wisata Gua Batu Cermin, sedangkan indikator - indikator eksternal menghasilkan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh yang akan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT sehingga dapat diperoleh angka - angka yang akan diambil sebagai strategi pengelolaan.

<b>EFAS</b>	<b>IFAS</b>	<p><b>KEKUATAN (S):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya tarik wisata</li> <li>2. Aktivitas wisata</li> <li>3. Transportasi, jalan raya, jalan setapak di jembatan penyebrangan.</li> <li>4. Jarak gua batu cermin dari pusat kota</li> <li>5. Akses menuju gua batu cermin mudah di jangkau</li> <li>6. Fasilitas umum yang disediakan seperti hotel, kios, homestay, toilet umum, dan tempat parkir</li> <li>7. Kelengkapan sarana prasarana di lokasi wisata</li> <li>8. Kualitas sarana prasarana yang ditawarkan</li> <li>9. Keterlibatan masyarakat setempat secara langsung</li> <li>10. Pelayanan yang diberikan pada saat berada di gua batu cermin</li> </ol>	<p><b>KELEMAHAN (W):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Restoran yang berada di sekitar gua batu cermin</li> <li>2. Pusat informasi</li> <li>3. Pemandu wisata</li> </ol>
<p><b>PELUANG (O):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan pemerintah</li> <li>2. Harga Tiket</li> <li>3. Daya Tarik Wisata Sejenis disekitar atau berdekatan</li> <li>4. Keramahmataman penduduk setempat</li> <li>5. Sikap masyarakat</li> <li>6. Kecenderungan untuk berwisata</li> <li>7. Pengenalan objek wisata lainnya serta kebudayaan daerah yang ada</li> <li>8. Kebutuhan akan objek wisata yang baru</li> <li>9. Kenyamanan wisatawan</li> <li>10. Jaminan keselamatan</li> <li>11. CHSE clean</li> <li>12. Higiene</li> <li>13. Safety</li> <li>14. Environment</li> <li>15. Visa on arrival</li> <li>16. Regulasi pemerintah</li> <li>17. Faktor infrastruktur</li> </ol>	<p><b>STRATEGI (SO):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerja sama dengan pemerintah untuk pengelolaan daya tarik wisata</li> <li>2. Melibatkan masyarakat dalam menjaga dan melestarikan daya tarik wisata</li> <li>3. Memanfaatkan budaya masyarakat lokal sebagai daya tarik wisata</li> <li>4. Meningkatkan keamanan dan kenyamanan yang baik bagi para wisatawan maupun daya tarik wisata</li> </ol>	<p><b>STRATEGI (WO):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pelatihan bahasa asing kepada karyawan</li> <li>2. Meningkatkan Kualitas sumber daya masyarakat lokal</li> <li>3. Menyediakan kuliner dengan menu yang lebih banyak dan yang harganya terjangkau.</li> </ol>	
<p><b>ANCAMAN (T):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat</li> <li>2. Isu terorisme</li> </ol>	<p><b>STRATEGI (ST):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerjasama dengan penyedia provider komunikasi untuk memasang jaringan di lokasi daya tarik wisata</li> <li>2. Sosialisasi dampak pariwisata kepada masyarakat setempat</li> </ol>	<p><b>STRATEGI (WT):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan promosi yang difasilitasi oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat 2.</li> <li>2. Memanfaatkan promosi yang disediakan oleh pemerintah seperti portal web</li> </ol>	

Gambar 2. Analisis SWOT/TOWS

### Pembahasan Hasil Analisis SWOT

Dari hasil analisis SO, ST, WO, WT, maka diperoleh strategi yang dapat diterapkan pada Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin adalah sebagai berikut:

#### 1) Strategi SO

Strategi ini didasarkan pada penggunaan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat ditempuh oleh pengelola Objek Wisata Gua Batu Cermin, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat dan Nusa Tenggara Timur antara lain:

- a) Bekerja sama dengan pemerintah untuk pengelolaan daya tarik wisata misalnya dengan memanfaatkan media elektronik

- b) Melibatkan masyarakat dalam menjaga dan melestarikan daya tarik wisata
  - c) Memanfaatkan budaya masyarakat lokal sebagai daya tarik wisata
  - d) Meningkatkan keamanan dan kenyamanan yang baik bagi para wisatawan maupun daya tarik wisata
- 2) Strategi ST
- Strategi ini menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, strategi yang dapat diterapkan adalah:
- 1. Bekerjasama dengan penyedia provider komunikasi untuk memasang jaringan di lokasi daya tarik wisata
  - 2. Sosialisasi dampak pariwisata kepada masyarakat setempat
- 3) Strategi WO
- Strategi ini meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang, strategi yang dapat diterapkan adalah:
- 1. Memberikan pelatihan bahasa asing kepada karyawan
  - 2. Meningkatkan Kualitas sumber daya masyarakat lokal
  - 3. Menyediakan kuliner dengan menu yang lebih banyak dan yang harganya terjangkau.
- 4) WT Strategi
- Strategi ini meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman, strategi yang dapat diterapkan adalah:
- 1. Melakukan promosi yang difasilitasi oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat
  - 2. Memanfaatkan promosi yang disediakan oleh pemerintah seperti portal we

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian posisi Gua Batu cermin berada pada kudran I, maka diambil beberapa langkah strategis untuk menggenjot pengembangan dan memulihkan kembali sektor pariwisata yang lesu akibat pandemi yang masih melanda hingga saat ini. Adapun strategi yang dapat dilakukan oleh pengelola Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin adalah: 1) Penyediaan infrastruktur yang memadai sehingga para wisatawan dapat menjangkau Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin. 2) Promosi Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin melalui internet, elektronik, media cetak dan bekerjasama dengan provider telekomunikasi untuk menunjang promosi Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin, dan 3) Melibatkan masyarakat lokal untuk menjaga kelestarian alam, seni dan budaya di sekitar Gua Batu Cermin. 4) Memberikan pelatihan SDM kepada masyarakat setempat agar berkualitas dan berkompeten sehingga dapat membantu dalam pengelolaan Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin. 5) Memberikan pengetahuan tentang pengelolaan Daya Tarik Wisata Gua Batu Cermin dan manfaat yang ditimbulkan Destinasi Wisata Gua Batu Cermin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kennedy, P. S. J. 2023. Sosialisasi Peranan Generasi Muda dalam Pariwisata Danau Toba kepada Siswa SMKN1 Simanindo. *Income: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 2(3). <https://doi.org/10.56855/income.v2i3.717>
- Noveli, M., Burges, G. L., Jones, A., & Ritchie, B. W. 2018. No Ebola... Still Doomed – The Ebola- Induced Tourism Crisis. *Annals of Tourism Research*, 70(). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.03.006>

- Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sanjaya, P. E., & Junaedi, I. W. R. 2021. Strategi Pengembangan Pantai Salukaili untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kec. Baras Kab. Pasangkayu, Sulawesi Barat. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 16(2).
- Yasir, 2021. Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1).
- Yudiaris, I. G. 2015. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v5i1.5190>
- Waani, H. F. 2016. Sosial Budaya dalam Pengembangan Pariwisata di Kelurahan Bunaken Kecamatan Bunaken Kota Manado. *E-Journal "Acta Diurna"*, 5(2).