Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index

Research Article e-ISSN: 2963-0924

Tanjung Boleng Tourism Village Development Strategy West Manggarai Regency, East Nusa Tenggara

Strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur

Dedi Iskandar[1], I Gusti Bagus Rai Utama[2*], Dermawan Waruwu[3]

[1,2,3] Program Studi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

Corresponding Author: raiutama@undhirabali.ac.id

Article info

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

Abstract

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

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

Abstrak

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

PENDAHULUAN

Desa Tanjung Boleng sebagian besar masyarakatnya adalah petani dan nelayan dan juga Desa tanjung boleng memiliki wisata buatan yaitu Wae Bobok yang terletak di puncak gunung Desa Tanjung Boleng dan Goa Rangko yang

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

terletak di bukit tanjung boleng dekat Kampung Rangko. Desa Wisata tanjug boleng sangat strategis karena terletak dipinggir jalan trans flores dan tidak jauh dari pusat kota Labuan Bajo, akses menuju Desa Tanjung Boleng sangatlah mudah bagi wisatawan yang berkunjung, wisatawan bisa menggunakan kendaraan roda dua dan empat, jalan menuju objek-objek wisata yang ada di Desa Tanjung Boleng sangat memadai.

Pada Tahun 2020 Kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng menurun drastis hal ini dikarenakan adanya Covid-19, bulan Agustus sampai bulan Desember Destinasi yang ada di Desa Tanjung Boleng di tutup, hal ini di karenakan untuk mengurangi penyebaran Covid-19 (Utama dkk., 2021).

METODE

Metode Penentuan sampel

Perposive sampling merupakan metode penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini. Artinya penelitian mempunyai pertimbangan untuk menetapkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitiannya dalam menggunakan teknik pengambilan sampel. Ada 2 jenis sampel penelitian ini, yakni sampel untuk pembobotan dan sampel untuk penilaian SWOT. Dalam pembobotan dan penilaian menggunakan 11 sampel jumlah ini dirasa sudah cukup karena sudah mendapat hasil yang beragam serta sudah sesuai dengan metodologi penelitian dimana jumlah minimum sampel adalah 11 (Asriwawanto, 2021).

1. Pembobotan SWOT
   Pemilihan pembobotan dilakukan secara *purposive*, berjumlah 2 orang yaitu, kepala Desa Tanjung Boleng, Pokdarwis Desa Tanjung Boleng. Ke Dua informan tersebut dipilih karena berpengaruh dalam pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Tanjung Boleng
2. Penilaian SWOT
   Sampel diambil secara sengaja orang orang maupun tokoh-tokoh masyarakat yang diperkirakan setelah peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan diharapkan dapat menjawab dengan baik, berjumlah 9 orang.

Metode Pengumpulan data

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

1. Observasi
   Merupakan metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya, dan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti.
2. Wawancara
   Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak dengan menggunakan panduan wawancara untuk memperoleh keterangan sesuai dengan sasaran penelitian. dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan pihak pengelolah, karyawan, masyarakat kecamatan Boleng, Dinas

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

pariwisata dan pihak yang berhubungan dengan penelitian untuk mendapatkan informasi yang akan digunakan sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada.

3. Dokumentasi

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

4. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner wisatawan, pemerintah untuk menyiapkan tanggapan tentang potensi pengembangan. Pengukuran data melalui kuesioner menggunakan skala sebagai parameter pengukuran. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert yang merupakan jenis skala yang menggunakan beberapa pertanyaan untuk mengukur perilaku individu. Skala Likert juga dikenal sebagai jenis skala yang paling sering digunakan karena dapat digunakan untuk mengukur persepsi, sikap dan tindakan individu atau kelompok tertentu terhadap mengenai sebuah fenomena sosial (Waruwu dkk., 2020). Adapun pilihan respon terhadap tiap pertanyaan pada skala ini terdiri dari lima titik pilihan yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS). Pada dasarnya skala ini menunjukan bentuk ketidaksetujuan dan kesetujuan terhadap fenomena penelitian. Semakin penilaian mendekati angka satu maka semakin dekat dengan ketidaksetujuan begitupun sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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

Kekuatan merupakan suatu kondisi internal yang menjadi pendorong keberhasilan meraih posisi. Unggul dalam menghadapi sebuah persaingan. kelemahan merupakan suatu kondisi internal yang menghambat keberhasilan mencapai tujuan suatu perusahaan. Untuk masing-masing masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding)* sampai dengan 1 (*poor)* berdsarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan, (Nurohman dkk., 2021).

Peluang merupakan keadaan lingkungan atau eksternal yang bersifat positif sehingga memudahkan untuk mencapai keberhasilan, sedangkan ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat atau menjadi penghalang untuk mencapai keberhasilan, (Anugrah, 2021).

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Pemberian Bobot Faktor Internal

Pemberian bobot dilakukan oleh para responden terkait dengan strategi Pengembangan Desa Wisata Tanjung Boleng, lebih jelasnya terdapat pada tabel 1 berikut:

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Adapun hasil perhitungan IFAS yang terdapat pada Tabel 1 yakni sebagai berikut:

Tabel 1. Perhitungan IFAS Desa Wisata Tanjung Boleng

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

EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Tabel 2 Perhitungan EFAS Desa Wisata Tanjung Boleng

KODE	INDIKATOR	BOBOT
E1	Keadaan Politik yang stabil di NTT	0,13
E2	Adanya undang-undang ketenagakerjaan mendukung kegiatan pariwisata yang di NTT.	0,13
E3	Pembangunan Infastruktur di NTT semakin Maju, Khususnya di Bidang Pariwisata	0,12
E4	Kenyamanan wisatawan menjadi prioritas	0,13
E5	Keamanan wisatawan selalu di utamakan	0,12
E6	Banyaknya Objek yang sejenis membuat Pariwisata di NTT semakin Ketat	0,10

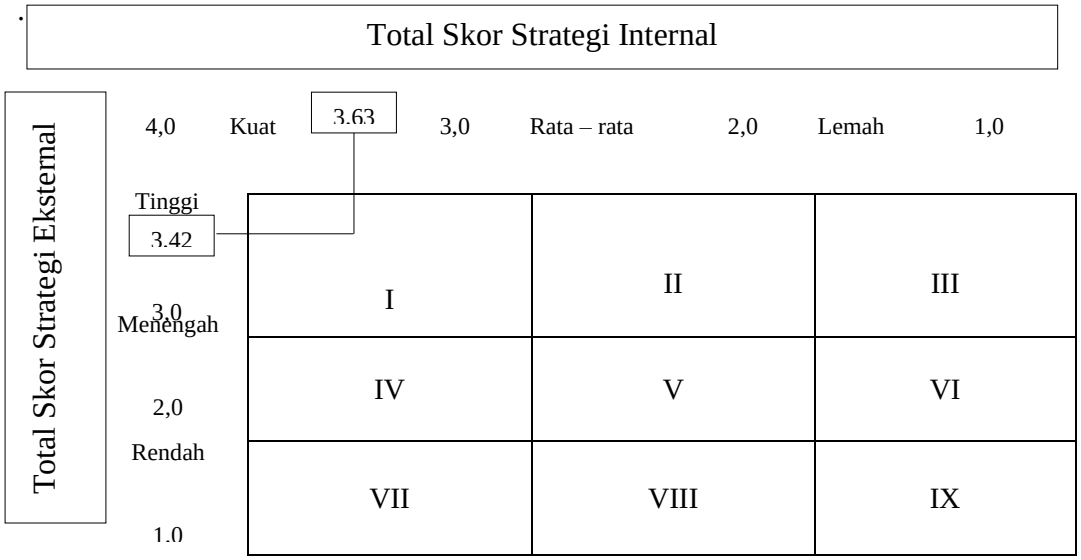
Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

E7	Banyaknya Objek wisata lain yang ada di sekitar Desa wisata Tanjung Boleng	0,09
E8	Semua orang suka untuk berwisata atau kecendrungan untuk berwisata hal ini menjadi budaya dalam berwisata	0,10
E9	Sebagian orang di Desa Tanjung Boleng masih memiliki dan takut melanggar adat dan budaya yang sejak dari zaman dulu	0,08
	TOTAL	**1.00**

Matrix Internal Eksternal (IE)

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

Perhitungan Internal Eksternal (IE)



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

Desa wisata Tanjung Boleng memiliki kekuatan (*strengths*) yang signifikan dan peluang (*opportunities)* yang positif. Kekuatan-kekuatan tersebut mencakup keindahan alam yang menakjubkan, kekayaan budaya lokal, sumber daya alam yang melimpah, dan warisan sejarah yang kaya. Peluang-peluang yang ada meliputi peningkatan minat wisatawan terhadap destinasi alam, pengembangan infrastruktur pariwisata, serta peningkatan dukungan dari pemerintah dan masyarakat setempat. Dalam konteks ini, pengembangan strategi yang tepat sangat penting untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki desa wisata Tanjung Boleng. Strategi yang direkomendasikan meliputi penguatan branding dan pemasaran untuk meningkatkan daya tarik destinasi, peningkatan fasilitas dan infrastruktur wisata yang mendukung, pengembangan produk wisata yang beragam, pelatihan dan

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

pengembangan keterampilan bagi masyarakat setempat, serta kerjasama yang erat antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku bisnis pariwisata.

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

Matriks SWOT Desa Wisata Tanjung Boleng

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

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

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

SIMPULAN

Berdasarkan pada nilai Matrik internal dan eksterna (IE) posisi Desa Wisata Tanjung Boleng dengan nilai total skor strategi internal sebesar 3,63 dan total skor strategi eksternal sebesar 3,42 berada pada kuadran I pada posisi pertumbuhan sehingga memerlukan strategi pengembangan yang tepat guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tanjung Boleng.Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dapat difokuskan Pada memanfaatkan potensi alam yang indah dan atraksi unik desa Tanjung Boleng, seiring dengan peluang yang tercipta melalui kondisi politik yang stabil, undang-undang ketenagakerjaan yang mendukung, dan perkembangan infrastruktur pariwisata .

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) perlu difokuskan pada peningkatan fasilitas penjualan tiket terpusat, papan informasi yang jelas, pelatihan pemandu wisata, dan peningkatan aksesibilitas ke objek wisata seperti Goa Rangko. Strategi ST (*Strengths-Threats*) mengarahkan pada diferensiasi desa wisata Tanjung Boleng dengan menonjolkan daya tarik alam, kolam alami, dan goa alami, serta melakukan promosi yang agresif. Terakhir, strategi WT (*Weaknesses-Threats*) mengharuskan penguatan nilai budaya dan adat lokal, melibatkan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, dan menjaga kelestarian budaya desa Tanjung Boleng di tengah persaingan dari objek wisata sejenis dan pesona wisata lainnya di sekitar daerah tersebut. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan Desa Wisata Tanjung.

DAFTAR PUSTAKA

Anugrah, D. Z. D. (2021). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Catur Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali Sebagai Wisata Edukasi*. Diploma Thesis Denpasar: Dhyana Pura.

Asriwawanto, A., 2021. *Strategi Pengembangan Desa Wae Lolos Sebagai Desa Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kecamatan Sano Nggoang, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur*. Skripsi. Denpasar: Universitas Dhyana Pura.

Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Ahzar, F. A. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal. *Among Makarti*, *15*(1). http://dx.doi.org/10.52353/ama.v15i2.333

Utama, I.G.B.R., Waruwu, D., Sumartana, I. M. & Krismawintar, N. P. D., 2021. Model Edukasi Pencegahan Dini Penyebaran Covid-19 di Bali. *Membangun Bali, 2*(1).

Waruwu, D. W., Erfiani, N. M. D., Darmawijaya, I. P. & Kurniawati, N. S. E., (2020). Pengembangan Tanaman Herbal Sebagai Destinasi Wisata di Desa Catur, Kintamani, Bali. Pengabdian Kepada Masyarakat LP2M Universitas Hasanudin. *Panrita Abdi, 4*. https://doi.org/10.20956/pa.v4i1.7668