

STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISAT TAMAN NASIONAL KOMODO DI DESA KOMODO NUSA TENGGARA TIMUR

Putu Steven Eka Putra¹, Regasianus Parno²

^{1,2}Program Studi Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomika dan Humaniora
Universitas Dhyana Pura
E-mail: steven@undhirabali.ac.id¹

ABSTRAK

Desa Komodo memiliki potensi wisata alam yang layak untuk dikembangkan. Namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan ekowisata TNK di Desa Komodo. Penelitian ini memperoleh data melalui observasi, wawancara dan kuisisioner. Teknik penentuan sampel dilakukan berdasarkan teknik *purposive sampling* yang ditunjukkan kepada 20 orang responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yang terdiri dari Matrik IFAS/EFAS, Matrik IE dan Matrik SWOT. Hasil penilaian indikator internal kawasan wisata Desa Komodo memperoleh sebelas indikator sebagai kekuatan dan enam indikator sebagai kelemahan, indikator eksternal memperoleh tujuh indikator sebagai peluang dan dua indikator sebagai ancaman. Dari hasil penelitian tersebut, dirumuskan beberapa strategi pengembangan yakni: a) Menata kembali potensi ekowisata yang ada serta mengadakan penyuluhan sadar wisata kepada masyarakat sekitar kawasan, b) Meningkatkan fasilitas transportasi dan informasi serta mengembangkan infrastruktur penunjang pariwisata, c) Meningkatkan pengawasan dan pelestarian serta meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan bagi wisatawan, d) Meningkatkan promosi dan publikasi tentang TNK serta bekerjasama dengan *travel agent* dalam mempublikasikan TNK. Berdasarkan beberapa rumusan strategi tersebut, diharapkan kepada pengelola agar gencar melakukan promosi serta meningkatkan layanan informasi tentang TNK. Selain itu dalam pelestariannya agar memperhatikan dampaknya bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Komodo dan kepada pemerintah agar terus meningkatkan perbaikan dan pembangunan infrastruktur dan fasilitas penunjang pariwisata di kawasan TNK serta di Labuan Bajo yang merupakan pintu masuk utama ke Taman Nasional Komodo.

Kata kunci: Strategi pengembangan, Daya Tarik Ekowisata, Taman Nasional, Analisis SWOT

ABSTRACT

Komodo Village has the potential of natural tourism to be developed as a tourist attraction. But there are some things that must be considered in order to attract tourists to visit. The purpose of this research is to find out how the development strategy of ecotourism in Komodo Village. This research obtained data by observation, interview and questionnaire. The sampling technique is based on the purposive sampling shown to 20 respondents. The method of this research is SWOT analysis consists of IFAS / EFAS Matrix, IE Matrix and SWOT Matrix. The assessment results internal indicators of Komodo Village tourist areas obtained eleven indicators as strength and six indicators as weaknesses. Eexternal indicators obtained seven indicators as opportunities and two indicators as a threat. Based on the research result, be defined several development strategies such as: a) Re-arrange the existing ecotourism potential and conscious tourism awareness to the surrounding community, b) Improving the transportation and information facilities and developing tourism infrastructure, c) Improve supervision and conservation and improve the services quality for tourists, d) Conducting promotion and publication about KNP and cooperate with travel agent to publishing the KNP. Based on some strategy formulation, it is expected to management to intensively conduct promotion and improve information service about KNP. In addition, in its preservation to pay attention its impact on the economic growth of the people of Komodo Village and to the government to improve the development of infrastructure and tourism facilities in the area of KNP and Labuan Bajo which is the main entrance to Komodo National Park.

Keywords: *Development strategy, Ecotourism attraction, National Park, SWOT Analysis.*

1. Pendahuluan

Pembangunan sektor pariwisata di era globalisasi ini merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan ekonomi masyarakat baik ditingkat lokal maupun ditingkat internasional. Di Indonesia pariwisata mengalami perkembangan yang cukup pesat sehingga mampu memberikan kontribusi yang cukup besar dalam usaha peningkatan devisa negara.

Sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia, pada tahun 2008 pemerintah Indonesia mengadakan program/*brand* "*visit Indonesia year/Tahun Kunjungan Indonesia*". Kemudian sejak tahun 2011 pemerintah melalui Kementerian Pariwisata menggunakan *brand/image* baru yaitu "*wonderful Indonesia/Pesona Indonesia*" untuk mempromosikan pariwisata Indonesia.

Hasil dari program ini adalah meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara setiap tahunnya. Data BPS tahun 2017 mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2013 adalah 8,80 juta kunjungan, tahun 2014 meningkat menjadi 9,44 juta kunjungan, tahun 2015 mencapai 10,41 juta kunjungan, kemudian ditahun 2016 mencapai 11,52 juta kunjungan dan meningkat ditahun 2017 yaitu 14,04 juta kunjungan. Pemerintah Pusat melalui Depertemen terkait dan Dinas Pariwisata Daerah terus mengembangkan dan mempromosikan daerah-daerah yang menjadi destinasi favorit wisatawan.

Salah satu konsep pariwisata yang saat ini sangat diminati dan perlu dipromosikan sebagai daya tarik wisata adalah konsep pariwisata yang berbasis lingkungan (ekowisata). Fandeli (2000;5) mendefinisikan ekowisata sebagai

suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomis dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Samsuridjal (2001;24) menyatakan bahwa wisata alam lahir dari keadaan lingkungan yang memburuk di kota-kota besar yang menyebabkan orang-orang yang tinggal disekitar tempat tersebut ingin mencari suasana baru yaitu suasana lingkungan alam yang lebih segar dan menyenangkan untuk dikunjungi. Kondisi lingkungan kerja yang padat dan tingkat kejenuhan yang tinggi juga mengakibatkan banyak orang yang ingin menikmati udara bebas dan sejuk dari alam. Indonesia dengan kekayaan alamnya memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai pusat wisata alam (ekowisata).

Usaha pengembangan ekowisata di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1994 yang tersebar di berbagai propinsi di Indonesia. Salah satu propinsi yang memiliki potensi wisata alam yang layak untuk dikembangkan adalah Propinsi Nusa Tenggara Timur. Objek wisata alam di Propinsi NTT tersebar di 19 kabupaten/kota, yaitu: Kota Kupang, Timor Tengah Selatan (TTS), Timor Tengah Utara (TTU), Belu, Alor, Rote Ndao, Sabu Raijua, Lembata, Flores Timur, Sikka, Ende, Ngada, Manggarai Timur, Manggrai Barat, Sumba Timur, Sumba Tengah, Sumba Barat, Sumba Barat Daya dan Nagekeo.

Potensi wisata alam di Kabupaten Manggarai Barat adalah Taman Nasional Komodo (TNK) yang terletak diantara Pulau Sumbawa (NTB) dan Pulau Flores (NTT) di kepulauan Indonesia Timur. Secara administratif termasuk dalam wilayah Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat. Kawasan ini ditetapkan sebagai Taman Nasional Komodo pada tanggal 6 Maret 1980, dan dinyatakan sebagai situs warisan dunia oleh UNESCO pada tahun 1991. Kemudian pada tanggal 16 Mei 2012 ditetapkan sebagai salah satu Tujuh Keajaiban Alam Dunia (*New Seven Wonders of Nature*). Taman Nasional Komodo merupakan habitat asli dari hewan purba komodo serta menjadi rumah bagi lebih dari 250 jenis tumbuhan, 10 jenis mamalia darat, 16 jenis ular, 127 jenis burung barat dan pantai, lebih dari 1000 jenis ikan, 25 jenis ikan Paus dan Lumba-lumba serta 385 jenis karang. Aktifitas utama wisatawan di Taman Nasional Komodo adalah *Trekking*, *Diving* dan *Snorkeling*. Potensi alamnya yang indah menjadi faktor penarik wisatawan untuk berkunjung ke Taman Nasional Komodo.

Berdasarkan data statistik Balai Taman Nasional Komodo, bahwa jumlah wisatawan yang mengunjungi TNK mengalami peningkatan dari tahun 2013-2017 seperti yang terdapat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kawasan
Taman Nasional Komodo Tahun 2013-2017

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)	Fluktuasi
1	2013	63.801	-
2	2014	80.626	26,37%
3	2015	95.410	18,33%
4	2016	107.711	12,89%
5	2017	119.599	11,04%

Sumber: Kantor Balai Pengembangan TNK Tahun 2017

Dari tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Komodo pada tahun 2013 adalah 63.801 kunjungan, tahun 2014 meningkat menjadi 80.626 kunjungan, tahun 2015 mencapai 95.410 kunjungan, kemudian ditahun 2016 mencapai 107.711 kunjungan dan meningkat ditahun 2017

yaitu 119.599 kunjungan. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke TNK tidak lepas dari terpilihnya TNK menjadi salah satu Tuju Keajiban Alam Dunia (*New Seven Wonder of Nature*) pada tahun 2012, serta usaha dari pemerintah mengadakan Sail Komodo tahun 2013 dan mengadakan *Tour de Flores* pada tahun 2016 dan tahun 2017.

Keindahan alam Taman Nasional Komodo tersebar di empat desa yang terdapat di kawasan, yaitu Desa Komodo, Rinca, Kerora dan Desa Papagaran. Salah satu desa yang secara langsung merasakan dampak dari kegiatan ekowisata di TN Komodo adalah Desa Komodo. Potensi wisata alam TNK yang sangat bagus dan menjanjikan untuk dikembangkan serta fungsinya sebagai Taman Nasional, menjadikan TNK rentan terhadap konflik kepentingan (*Conflict Issue*) khususnya di Desa Komodo. Konflik kepentingan seperti yang terangkum dalam Rencana Strategi Balai Taman Nasional Komodo 2010-2014 adalah benturan antara bisnis, serta konflik kepentingan konservasi. Pengembangan daya tarik wisata di Desa Komodo belum berdampak luas pada pemberdayaan sadar wisata masyarakat setempat, kurangnya kesadaran masyarakat terhadap konservasi sehingga masih banyak masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari kekayaan sumber daya alam hayati dengan memanfaatkan sumber daya hutan untuk kayu bakar dan bahan baku untuk cendramata, serta pembuangan sampah secara sembarangan di Kawasan Taman Nasional Komodo. Pembangunan infrastruktur dan fasilitas penunjang pariwisata yang belum memadai serta aktifitas promosi yang dilakukan berpengaruh terhadap kecendrungan kunjungan wisatawan ke kawasan Taman Nasional Komodo khususnya Desa Komodo.

Hal ini mendorong perlu adanya langkah untuk meneliti dan menentukan arah strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di Desa Komodo yang merupakan bagian dari kawasan pengelolaan Taman Nasional Komodo. Pengembangan ekowisata di Desa Komodo memerlukan studi yang mendalam perihal analisis kondisi masyarakat, sosial ekonomi, pelaku dalam penerapan kebijakan pengembangan TNK, peraturan yang berlaku untuk Taman Nasional, dan lingkungan yang bisa dikembangkan sebagai pusat wisata alam.

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimanakah strategi pengembangan ekowisata di Desa Komodo Kabupaten Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur?

Sesuai dengan rumusan permasalahan yang akan diteliti maka tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan ekowisata yang bisa diterapkan di Desa Komodo.

Definisi pariwisata terdapat pada undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pada Bab 1 Pasal 1 mengenai ketentuan umum. Berdasarkan isi pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata ialah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Sebagian dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek wisata dan daya tarik wisata.

Pariwisata menurut Suyitno, (2001;2) adalah sebagai berikut:

1. Bersifat sementara, bahwa dalam kurun waktu pendek pelaku wisata akan kembali ketempat asalnya.
2. Melibatkan beberapa komponen wisata, misalnya: sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, souvenir, dll.
3. Memiliki tujuan tertentu yang intinya mendapatkan kesenangan.
4. Tidak untuk mencari nafka ditempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberi kontribusi bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi.

Menurut Spillane (2004;28-30) terdapat beberapa jenis pariwisata jika ditinjau dari kondisi suatu daerah destinasi wisata yaitu:

1. Wisata bahari yaitu pariwisata yang aktifitasnya dilakukan berkaitan dengan laut/air.
2. Wisata sejarah yaitu berupa kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap bersejarah atau mempunyai makna dan arti khusus bagi seseorang.
3. Wisata arkeologi yaitu pariwisata yang berkenaan dengan situs-situs arkeologi atau ilmu kepubakalaan.
4. Wisata budaya yaitu kunjungan ke suatu wilayah untuk menikmati hasil budaya atau kebudayaan suatu daerah.
5. Wisata agama yaitu pariwisata yang berhubungan dengan upacara-upacara keagamaan.
6. Wisata ziarah yaitu kunjungan ke tempat-tempat ziarah seperti makam pahlawan.

Menurut Fandeli (2001;35) kegiatan wisata khususnya wisata alam harus ditunjang oleh banyak sektor perhubungan, kehutanan, industri dan pekerjaan umum. Kegiatan wisata yang dapat dilakukan adalah menikmati pemandangan alam yang indah seperti pegunungan, air terjun, hutan, habitat terumbu karang, dan menikmati ekosistem mangrove. Wisata alam yang terdapat dalam kawasan pelestarian alam yang pengelolaan dan pengawasannya berada dalam wewenang Direktorat Jendral Perlindungan Hutan dan Pelestarian Alam yaitu Taman Nasional, Taman Wisata, Taman Buru, Taman Laut serta Taman Hutan Raya.

Menurut Fandeli (2001;35) kegiatan wisata khususnya wisata alam harus ditunjang oleh banyak sektor perhubungan, kehutanan, industri dan pekerjaan umum. Kegiatan wisata yang dapat dilakukan adalah menikmati pemandangan alam yang indah seperti pegunungan, air terjun, hutan, habitat terumbu karang, dan menikmati ekosistem mangrove. Wisata alam yang terdapat dalam kawasan pelestarian alam yang pengelolaan dan pengawasannya berada dalam wewenang Direktorat Jendral Perlindungan Hutan dan Pelestarian Alam yaitu Taman Nasional, Taman Wisata, Taman Buru, Taman Laut serta Taman Hutan Raya.

Fandeli (2000;5) mengemukakan bahwa ekowisata yaitu suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomis dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Pihak yang berperan penting dalam ekowisata bukan hanya wisatawan tetapi juga pelaku lain (*tour operator*) yang memfasilitasi wisatawan untuk menunjukkan tanggungjawab tersebut (Danamik, 2006;38).

Honey dalam Hakim (2004;54) mengatakan bahwa ekowisata harus memiliki beberapa parameter yakni: perjalanan ke kawasan alamiah, dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan rendah, membangun kepedulian terhadap lingkungan, dampak keuntungan ekonomi, memberikan dampak keuangan dan pemberdayaan terhadap masyarakat lokal serta adanya penghargaan terhadap kebudayaan masyarakat setempat.

The Ecotourism Society dalam Fandeli (2002;115-116) terdapat delapan prinsip yang bila dilaksanakan maka ekowisata menjamin pembangunan *ecological friendly* dari pembangunan berbasis kerakyatan.

1. Pendidikan konservasi lingkungan, mendidik wisatawan dan masyarakat setempat akan pentingnya arti konservasi;
2. Pendapatan langsung untuk kawasan, mengatur agar kawasan yang digunakan untuk ekowisata dan manajemen pengelola kawasan pelestarian dapat menerima langsung pendapatan atau penghasilan dari kegiatan pariwisata;
3. Partisipasi masyarakat baik dalam perencanaan maupun dalam pengawasan;
4. Keuntungan secara nyata terhadap ekonomi masyarakat;
5. Menjaga keharmonisan dengan alam;
6. Pada umumnya lingkungan alam mempunyai daya dukung lebih rendah dengan daya dukung kawasan buatan;

7. Peluang penghasilan pada porsi yang besar terhadap negara.
Direktorat Jendral Pariwisata dalam Yoeti (2000;45-46) menggariskan prinsip-prinsip pengembangan ekowisata, sebagai berikut:
 1. Kegiatan ekowisata harus bersifat ramah lingkungan, secara ekonomis dapat berkelanjutan dan serasi dengan kondisi sosial dan kebudayaan Daerah Tujuan Ekowisata (DTE);
 2. Untuk menjamin konservasi alam dan keanekaragaman hayati sebagai sumberdaya kepariwisataan utama, segenap upaya penting harus dilaksanakan untuk menjalin fungsi dan daya dukung lingkungan agar tetap terjaga;
 3. Kegiatan ekowisata yang secara langsung mendukung pada upaya perlindungan alam dan kelestarian keanekaragaman hayati harus dipromosikan;
 4. Harus ada tindakan pencegahan untuk menghindari dan meminimalkan dampak negatif keanekaragaman hayati yang disebabkan kegiatan ekowisata;
 5. Pengembangan kegiatan ekowisata hendaknya selalu menggunakan teknologi ramah lingkungan agar tidak merusak ekosistem dalam kawasan konservasi;
 6. Konsep dan kriteria ekowisata berkelanjutan harus dikembangkan dan dikaitkan dengan program pendidikan dan pelatihan untuk pekerja dibidang kepariwisataan;
 7. Masyarakat harus diberikan kemudahan untuk memperoleh informasi sebanyak-banyaknya mengenai manfaat perlindungan lingkungan dan konservasi keanekaragaman hayati melalui bentuk ekowisata yang berkelanjutan.

Spillane (2002;78) mengemukakan bahwa daya tarik wisata merupakan hal-hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata. Terdapat lima unsur penting yang juga sebagai persyaratan daya tarik wisata, antara lain:

1. Atraksi, yaitu sesuatu yang ditampilkan mampu memberikan motivasi bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan wisata untuk memenuhi atau memuaskan beberapa hal yang diinginkan baik dari keindahan alam maupun sejarah dan budaya.
2. Fasilitas, yaitu sesuatu hal yang harus disediakan sesuai dengan kebutuhan wisatawan seperti penginapan/akomodasi, restoran untuk makan dan minum serta yang lainnya.
3. Infrastruktur, termasuk semua konstruksi dari suatu daerah meliputi: sistem air, sumber listrik dan energi, jaringan komunikasi, jalan raya dan lainnya.
4. Transportasi, yaitu jasa pengangkutan yang aman dan nyaman bagi wisatawan untuk menuju tempat wisata maupun berkeliling disekitarnya.
5. Keramah-tamahan, merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga perasaan wisatawan dan harapan-harapan yang dibentuk terhadap suatu daerah tujuan wisata agar wisatawan merasa puas dan memiliki kesan baik terhadap daerah tujuan wisata yang dikunjungi.

Karsudi (2010;152) memaparkan beberapa faktor kunci dalam pengembangan ekowisata yang dikaji berdasarkan diskusi dengan ahli ekowisata, ahli kelembagaan, dan studi pustaka. Faktor-faktor kunci tersebut memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Dalam teori tersebut menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor kunci yang berpengaruh dalam pengembangan ekowisata yang berkelanjutan, yaitu: potensi objek dan daya tarik wisata alam, kebijakan pemerintah daerah, permintaan ekowisata, partisipasi masyarakat, sarana dan prasarana, keamanan, penataan ruang wisata, promosi dan pemasaran, kapasitas kelembagaan, manajemen atraksi, kerjasama antardaerah, kontribusi ekonomi, serta pendidikan masyarakat sekitar kawasan

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di Desa Komodo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Propinsi Nusa Tenggara Timur.

Penelitian ini memaparkan tentang alternatif strategi pengembangan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo, Kabupaten Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel internal dan variabel eksternal yang menunjang pengembangan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo, Kabupaten Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur.

Variabel internal dalam penelitian ini terdiri dari: Lokasi, Lingkungan, Sumber daya manusia (SDM), Akseibilitas, Infrastruktur, Partisipasi masyarakat, Keuangan, Variabel pemasaran atau promosi dan Variabel mutu pelayanan (Karsudi 2010;152). Sedangkan variabel eksternal dalam penelitian ini terdiri dari: Pesaing, Peraturan pemerintah, Budaya wisata masyarakat, Keamanan dan ancaman, dan Variabel sosial (Karsudi 2010;152).

Data Kualitatif adalah data yang memuat keterangan-keterangan yang berhubungan dengan hal-hal yang akan diteliti, seperti sejarah terbentuknya Taman Nasional Komodo, sistem zonasi Taman Nasional Komodo, serta kehidupan sosial masyarakat Komodo. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka yang berkaitan dengan penelitian, seperti jumlah kunjungan wisatawan, statistik Taman Nasional Komodo dan jumlah masyarakat yang mendiami Desa Komodo.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang berasal dari lingkungan internal dan eksternal Taman Nasional Komodo.

1. Data Primer, merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung dilapangan mengenai potensi Taman Nasional Komodo ataupun kegiatan-kegiatan lain yang mendukung penelitian, wawancara langsung dengan masyarakat Desa Komodo dan pengisian kuesioner atau responden, serta wawancara dengan staf Balai Taman Nasional Komodo.
2. Data Skunder, merupakan data yang diperoleh dari riset atau penelitian terdahulu dan sebagai literatur dari perpustakaan, jurnal penelitian, buku-buku teks, data statistik Balai Taman Nasional Komodo dan sebagainya.

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2001:73), teknik sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh yang artinya tidak semua populasi dijadikan sampel. Informasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah orang yang dianggap oleh peneliti memiliki pengetahuan atau pengalaman yang memadai mengenai topik penelitian ini (*Purposive*). Dasar pertimbangan penentuan infoman dalam penelitian ini adalah:

- 1 Mereka mengetahui kedalaman informasi sehubungan dengan masalah yang diteliti.
- 2 Mereka yang diterima oleh berbagai kelompok dengan penentuan kebijakan.
- 3 Mereka yang meiliki pengetahuan tentang permasalahan yang diteliti.

Dalam penelitian ini, sampel yang diambil berjumlah 20 responden yang terdiri dari: 2 Orang perwakilan Balai Pengembangan Taman Nasional Komodo, 1 Orang perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai Barat, 2 orang pemuka Masyarakat Desa Komodo, 3 Orang Pramuwisata, 6 Orang pengelola bisnis akomodasi (pemilik hotel/penginapan, pelaku jasa *tour&travel*, dan pemilik *art shop/souvenir shop*), 3 Orang Polisi Hutan yang berjaga di kawasan objek wisata dan 3 orang Naturalis Guide yang mendampingi wisatawan selama berwisata ke kawasan objek wisata.

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari empat metode pengumpulan data berikut:

1. Observasi
Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, yaitu dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti seperti mengamati lingkungan internal di objek wisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo, Kabupaten Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur.
2. Wawancara
Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan percakapan langsung dengan pihak-pihak yang berkompeten terkait masalah yang akan diteliti. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
3. Studi Dokumen
Studi dokumen merupakan salah satu teknik pengumpul data dengan cara mengumpulkan sejumlah dokumen yang diperlukan sebagai bahan data informasi yang diperlukan sesuai dengan masalah penelitian seperti peta, dan statistik, data penduduk, grafik, gambar, surat-surat, foto, dan sebagainya.
4. Kuisisioner
Teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden untuk dimintai keterangan mengenai hal-hal yang akan diteliti.

Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2001:67), analisis data ialah proses mengorganisir dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema untuk dirumuskan menjadi kesimpulan.

Dari data yang dijabarkan, selanjutnya diidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal untuk menyusun alternatif strategi pengembangan ekowisata dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT (Danamik dan Weber 2006;23).

Rangkuti (20015;19) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Dalam penelitian ini digunakan tahapan perencanaan strategis sehingga terbentuk suatu kerangka pikir penelitian yang terdiri dari tiga tahap formulasi yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan.

Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan tahap mengklasifikasikan data yang dapat dibedakan menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal yang dikenal dengan IFAS dan EFAS (Rangkuti, 2015:24).

1. *Iternal Strategic Analysis Summary* (IFAS)

IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor strategi internal yang akan dievaluasi melalui beberapa tahap yaitu:

- 1) Menganalisis kekuatan dan kelemahan lingkungan Desa Komodo dengan menggunakan tabel *Iternal Strategic Analysis Summary* IFAS seperti pada tabel 3.3.
- 2) Pemberian Bobot (kolom 2) dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (sangat tidak penting). Total bobot dan keseluruhan bobot masing-masing variabel haruslah sama dengan 1.00 atau 100%.

- 3) Menentukan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) hingga 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Ketentuannya adalah sebagai berikut: 1 (sangat kurang), 2 (kurang baik), 3 (baik), 4 (sangat baik).
- 4) Mengalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan yang ditulis pada kolom 4.
- 5) Menggunakan kolom 5 untuk menulis komentar dan catatan agar mengetahui mengapa faktor-faktor tersebut dipilih.
- 6) Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan secara keseluruhan.

Tabel 2
Iternal Strategic Analysis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
TOTAL	1,00			

Sumber: Rangkuti (2015:27)

2. *Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)*

EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor strategi eksternal yang akan dievaluasi melalui beberapa tahap yaitu:

- 1) Menganalisis peluang dan ancaman lingkungan Desa Komodo dengan menggunakan tabel *Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)* seperti pada tabel 3.4.
- 2) Pemberian Bobot (kolom 2) dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (sangat tidak penting). Bobot akan ditentukan dari masing-masing variabel oleh para responden dimana tabel bobot dan keseluruhan bobot masing-masing variabel haruslah sama dengan 1.00 atau 100%.
- 3) Menentukan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) hingga 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Ketentuannya adalah sebagai berikut: 1 (sangat kurang), 2 (kurang baik), 3 (baik), 4 (sangat baik).
- 4) Mengalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan yang ditulis pada kolom 4.
- 5) Menggunakan kolom 5 untuk menulis komentar dan catatan agar mengetahui mengapa faktor-faktor tersebut dipilih.
- 6) Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan secara keseluruhan.

Langkah-langkah tersebut merupakan cara untuk memperoleh skor yang nantinya akan dipakai untuk menentukan posisi perusahaan dan strategi apa yang tepat untuk digunakan. Penjabaran diatas dituangkan pada tabel 3 berikut:

Tabel 3
Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
Ancaman (<i>Threats</i>)				
TOTAL	1,00			

Sumber: Rangkuti (2015:26)

Pemberian interval penilaian atas posisi objek wisata terhadap faktor internal dan eksternal digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Range adalah selisih antara nilai tertinggi dan nilai terendah mulai dari 4 (sangat baik) -1 (sangat kurang baik) = 3.
- Kelas adalah jenis penilaian yang telah ditetapkan (sangat baik, baik, kurang baik dan sangat kurang baik).
- Interval penilaian = $\frac{3}{4} = 0,75$.

Tabel 4
Kriteria Hasil Analisis

Nilai	Range	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	Kelemahan / Ancaman

Sumber: Rangkuti (2015;36)

Tabel diatas memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki objek wisata. Posisi peluang berada pada rentang nilai 2.51 sampai 4.00 dan posisi ancaman berada pada rentang nilai 1.00 sampai dengan 2.50.

Tahap Analisis

Pada tahap ini Matrik Internal Eksternal (IE Matriks) digunakan untuk mengetahui posisi atau letak suatu objek wisata dan matriks SWOT digunakan untuk mendapatkan pertimbangan-pertimbangan yang logis dalam upaya pengambilan keputusan yang tepat.

1. Matrik Internal Eksternal (Matrik IE)

Matriks IE digunakan untuk melihat strategi yang tepat yang akan digunakan perusahaan. Sebelum menetapkan strategi harus menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi perusahaan yang akan datang. Matriks IE dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:

Gambar 1
Matrik Internal Eksternal (Matrik IE)

Total Skor Faktor Strategi Internal

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

Sumber: Rangkuti (2015;95)

Keterangan:

- I Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal
- II Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal
- III Strategi turn around
- IV Strategi stabilitas
- V Strategi stabilitas
- VI Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas
- VII Strategi divestasi
- VIII Strategi diservikasi konglomerat
- IX Strategi likuidasi atau bangkrut

2. Matrik SWOT

Selain matrik IFAS-EFAS, dan matrik IE, penelitian ini juga menggunakan matrik SWOT untuk mendapatkan pertimbangan-pertimbangan yang logis dalam upaya pengambilan keputusan yang tepat.

Menurut Rangkuti (2001:31) salah satu faktor yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Dalam penggunaannya matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Proses pengambilan keputusan strategis berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan.

Rangkuti (2015:84) matrik SWOT menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yaitu SO (*strengths, opportunities*), WO (*weaknesses, opportunities*), ST (*strengths, threats*), dan WT (*waknesses, threats*). Matrik SWOT digambarkan pada gambar 2 berikut:

Gambar 2
Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2015:83)

Menurut Rangkuti (2015:84) strategi yang terbentuk dari matrik SWOT terdiri atas empat bagian, yaitu:

- 1) Strategi SO
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2) Strategi ST
Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 3) Strategi WO
Strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT
Strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tahap Pengambilan Keputusan

Setelah melalui tahap pengumpulan data dan tahap analisis, selanjutnya akan diambil sebuah keputusan yaitu berupa perumusan strategi dengan melihat posisi kinerja dari objek wisata yang diidentifikasi dari faktor-faktor internal dan eksternal.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Penentuan Kekuatan dan Kelemahan indikator-indikator internal

Tabel 5
Indikator-indikator Internal sebagai Kekuatan dan Kelemahan Ekowisata
Taman Nasional Komodo di Desa Komodo

No	Indikator Internal	Rating Nilai Rata-rata)	Keterangan
1	Lokasi Wisata	2,30	Kelemahan
2	Keadaan objek wisata yang masih alami	3,65	Kekuatan
3	Kebersihan objek wisiata	2,15	Kelemahan
4	Pelestarian lingkungan objek wisata	3,30	Kekuatan
5	Profesionalitas pihak pengelolah	3,40	Kekuatan
6	Manajemen akomodasi	2,35	Kelemahan
7	Fasilitas transportasi	2,70	Kekuatan
8	Fasilitas komunikasi dan informasi	2,00	Kelemahan
9	Infrastruktur jalan	2,20	Kelemahan
10	Jalur untuk wisata <i>trekking</i>	3,65	Kekuatan
11	Ketersediaan akomodasi diobjek wisata	2,65	Kekuatan
12	Partisipasi masyarakat lokal	3,30	Kekuatan
13	Keuntungan finansial pelaku pariwisata	3,40	Kekuatan
14	Pendanaan dari pemerintah	3,05	Kekuatan
15	Media promosi yang digunakan	2,10	Kelemahan
16	Aktifitas promosi yang dilakukan	3,35	Kekuatan
17	Mutu pelayanan yang diberikan	3,35	Kekuatan

Sumber: Data Diolah

Melalui tabel 5 dapat diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki kawasan wisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo adalah Keadaan objek wisata yang masih alami, pelestarian lingkungan objek wisata, profesionalitas pihak pengelolah, fasilitas transportasi, jalur untuk wisata *trekking*, ketersediaan akomodasi diobjek wisata, partisipasi masyarakat lokal, keuntungan finansial pelaku pariwisata, pendanaan dari pemerintah, aktifitas promosi yang dilakukan, dan mutu pelayanan yang diberikan. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh kawasan wisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo adalah lokasi yang strategis, kebersihan objek wisiata, manajemen akomodasi, fasilitas komunikasi dan informasi, infrastruktur jalan dan saluran promosi yang digunakan.

Rating dilakukan oleh 20 orang yang berkompeten dan mengetahui secara jelas mengenai kawasan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo. Rating dari masing-masing indikator merupakan rata-rata rating dari 20 orang responden dengan menjumlahkan rating pada masing-masing indikator internal dan dibagi dengan jumlah seluruh responden untuk mendapatkan rating pada masing-masing indikator internal.

2. Penentuan Peluang dan Ancaman indikator-indikator eksternal

Tabel 6
Indikator-indikator Eksternal sebagai Peluang dan Ancaman Taman Nasional Komodo di Desa Komodo

No	Indikator Eksternal	Rating (Nilai Rata-rata)	Keterangan
1	Daya tarik serupa disekitar kawasan	3,55	Peluang
2	Dukungan pemerintah dalam pengembangan objek wisata	3,05	Peluang
3	Sanksi-sanksi pelanggaran	2,50	Ancaman
4	Kecendrungan masyarakat melakukan kegiatan wisata	2,45	Ancaman
5	Kebutuhan akan objek wisata alam baru	3,10	Peluang
6	Jaminan keamanan dan kenyamanan	3,65	Peluang
7	Ancaman bencana alam	3,30	Peluang
8	Peluang usaha bagi penduduk sekitar	3,55	Peluang
9	Keramah-tamahan penduduk sekitar objek wisata	3,25	Peluang

Sumber: Data Diolah

Melalui tabel 6 diketahui bahwa peluang yang dimiliki kawasan wisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo adalah daya tarik serupa disekitar kawasan, dukungan pemerintah dalam pengembangan objek wisata, kebutuhan akan objek wisata alam baru, jaminan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan, ancaman bencana alam, peluang usaha bagi penduduk sekitar dan keramah-tamahan penduduk sekitar objek wisata. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah sanksi-sanksi pelanggaran terhadap peraturan yang berlaku di kawasan Taman Nasional Komodo dan kecendrungan masyarakat melakukan kegiatan wisata. Rating dilakukan oleh 20 orang responden yang berkompeten dan mengetahui secara jelas mengenai kawasan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo.

Rating dari masing-masing indikator merupakan rata-rata rating dari 20 orang responden dengan menjumlahkan rating pada masing-masing indikator eksternal dan dibagi dengan jumlah seluruh responden untuk mendapatkan rating pada masing-masing indikator eksternal.

3. Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)

Tabel 7
Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)
Ekowisata TNK di Desa Komodo

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength):			
1. Keadaan objek wisata yang masih alami	7,00	3,65	0,25
2. Pelestarian lingkungan objek wisata	6,55	3,30	0,22
3. Profesionalitas pihak pengelola	6,60	3,40	0,22
4. Fasilitas transportasi	6,05	2,70	0,16
5. Jalur untuk wisata <i>trekking</i>	7,40	3,65	0,27
6. Ketersediaan akomodasi di objek wisata	5,15	2,65	0,14
7. Partisipasi masyarakat lokal	6,45	3,30	0,13
8. Keuntungan finansial pelaku pariwisata	6,40	3,40	0,22
9. Pendanaan dari pemerintah	6,30	3,05	0,19
10. Aktifitas promosi yang dilakukan	6,10	3,35	0,20
11. Mutu pelayanan yang diberikan	6,45	3,35	0,22
Kelemahan (Weakness):			
1. Lokasi wisata	4,95	2,30	0,11
2. Kebersihan objek wisata	5,62	2,15	0,14
3. Manajemen akomodasi	4,90	2,35	0,11
4. Fasilitas komunikasi dan informasi	4,75	2,00	0,09
5. Infrastruktur jalan	4,40	2,20	0,10
6. Saluran promosi yang digunakan	4,90	2,10	0,10
Total			2,87

Sumber: Data Diolah

Pada tabel 7 diperoleh 11 indikator kekuatan dengan hasil yang diperoleh berada pada range 2,65 sampai dengan 3,65 dan terdapat 6 indikator kelemahan dengan hasil yang diperoleh berada pada range 2,00 sampai dengan 2,35. Skor diperoleh dari hasil rata-rata pembobotan masing-masing indikator internal yang dikalikan dengan hasil rata-rata penilaian (rating) masing-masing indikator internal. Skor dari keseluruhan indikator-indikator internal tersebut kemudian dijumlahkan untuk memperoleh hasil skor indikator internal. Hasil skor dari matrik IFAS adalah 2,87 dimana posisi tersebut menunjukkan bahwa kawasan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo berada pada posisi rata-rata dan sedang mengalami pertumbuhan yang sangat cepat.

4. Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

Tabel 8
Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)
Ekowisata TNK di Desa Komodo

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities):			
1. Daya tarik serupa disekitar kawasan	12,35	3,55	0,44
2. Dukungan pemerintah dalam pengembangan objek wisata	11,25	3,05	0,34
3. Kebutuhan akan objek wisata alam baru	10,10	3,10	0,31
4. Jaminan keamanan dan kenyamanan	11,35	3,65	0,41
5. Ancaman bencana alam	10,85	3,30	0,36
6. Peluang usaha bagi penduduk sekitar	11,15	3,55	0,39
7. Keramah-tamahan penduduk sekitar objek wisata	11,10	3,25	0,36
Ancaman (Threats):			
1. Sanksi-sanksi pelanggaran	10,95	2,50	0,27
2. Kecendrungan masyarakat melakukan kegiatan wisata	10,90	2,45	0,27
Total			3,15

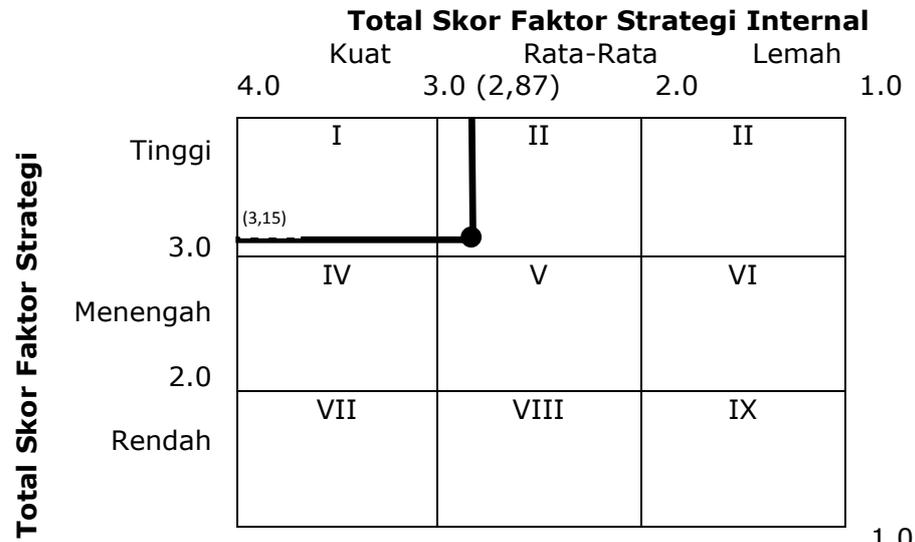
Sumber: Data Diolah

Pada tabel 8 diperoleh 7 indikator peluang dengan hasil yang diperoleh berada pada range 3,05 sampai dengan 3,65 dan terdapat 2 indikator ancaman dengan hasil yang diperoleh berada pada range 2,45 sampai dengan 2,50. Skor diperoleh dari hasil rata-rata pembobotan masing-masing indikator eksternal yang dikalikan dengan hasil rata-rata penilaian (rating) masing-masing indikator eksternal. Skor dari keseluruhan indikator-indikator eksternal tersebut kemudian dijumlahkan untuk memperoleh hasil skor indikator eksternal. Hasil skor dari matrik EFAS adalah 3,15 dimana posisi tersebut menunjukkan bahwa kawasan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan daya tarik wisata.

5. Matrik Internal Eksternal

Berdasarkan matrik IFAS dan matrik EFAS ditentukan jumlah skor IFAS adalah 2,87 dan jumlah skor EFAS adalah 3,15. Untuk mengetahui posisi kawasan ekowisata TNK di Desa Komodo maka jumlah skor IFAS dan EFAS yang didapat dimasukkan kedalam matrik Internal Eksternal (IE) seperti pada gambar 3 berikut:

Gambar 3
Matrik Internal Eksternal (Matrik IE) Posisi Ekowisata TNK di Desa Komodo



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan gambar 3 diatas ini dapat diketahui posisi kawasan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo berada pada kuadran II yaitu posisi pertumbuhan. Posisi tersebut merupakan posisi dimana kawasan ekowisata TNK di Desa Komodo sudah dikenal luas dan diterima oleh wisatawan sehingga permintaan akan produk wisata Taman Nasional komodo meningkat. Strategi yang dihasilkan dari posisi pertumbuhan adalah strategi melalui integrasi horisontal, yang berarti pengelola Balai Taman Nasional Komodo harus terus berusaha meningkatkan ukuran, penjualan, profit dan pangsa pasar potensialnya serta meningkatkan promosi yang meningkatkan kesadaran akan pemilihan produk wisata Taman Nasional Komodo.

6. Analisis SWOT

Gambar 4
Hasil Analisis Matrik SWOT

	IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
EFAS		<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek wisata yang alami 2. Pelestarian lingkungan 3. Profesionalitas pihak pengelola 4. Fasilitas transportasi 5. Lintasan untuk <i>trekking</i> 6. Ketersediaan akomodasi wisata 7. Partisipasi masyarakat 8. Keuntungan finansial bagi pelaku pariwisata 9. Pendanaan dari pemerintah 10. Aktifitas promosi 11. Mutu pelayanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Kebersihan objek wisata 3. Sistem manajemen akomodasi 4. Fasilitas komunikasi dan informasi 5. Infrastruktur jalan raya 6. Saluran promosi yang digunakan

<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik serupa 2. Dukungan pemerintah 3. Kebutuhan akan objek wisata baru 4. Jaminan keamanan dan kenyamanan 5. Ancaman bencana alam 6. Peluang usaha bagi penduduk sekitar 7. Keramah-tamahan penduduk 	<p>STRATEGI (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menata kembali potensi ekowisata dengan mengembangkan atraksi wisata yang ada 2. Mengadakan penyuluhan sadar wisata kepada masyarakat sekitar kawasan Taman Nasional 	<p>STRATEGI (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan fasilitas transportasi dan informasi untuk mempermudah akses ke kawasan wisata 2. Mengembangkan infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan dalam menambah daya tarik ekowisata Taman Nasional Komodo
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sanksi-sanksi pelanggaran 2. Kecendrungan masyarakat melakukan kegiatan wisata 	<p>STRATEGI (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pengawasan dan pelestarian kawasan 2. Meningkatkan kualitas serta mutu pelayanan bagi wisatawan 	<p>STRATEGI (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan promosi dan publikasi tentang TN Komodo 2. Bekerjasama travel agent dalam mempublikasikan TNK

Sumber: Data Diolah

8. Pembahasan hasil analisis SWOT

Dari hasil analisis SO, WO, ST, WT diperoleh strategi yang dapat diterapkan oleh pengelola Taman Nasional Komodo adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO
 - a) Menata kembali potensi ekowisata dengan mengembangkan atraksi wisata dikawasan dengan cara menggali potensi budaya setempat seperti mendirikan rumah adat khas Manggarai serta adanya atraksi tarian caci yang dikemas dengan gaya modern untuk menarik minat wisatawan.
 - b) Mengadakan penyuluhan sadar wisata kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya konservasi alam di Desa Komodo dan dampaknya terhadap ekonomi masyarakat sehingga diharapkan mampu meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat di kawasan wisata Komodo.
2. Strategi WO.

Strategi Kelemahan Peluang dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

 - a) Meningkatkan fasilitas transportasi dan informasi untuk mempermudah akses ke kawasan wisata. Dalam hal ini yaitu fasilitas transportasi dan informasi harus disesuaikan dengan permintaan pasar pariwisata seperti transportasi lokal yang dapat menjamin kenyamanan wisatawan khususnya di Labuan Bajo sebagai pintu masuk ke kawasan TNK.
 - b) Mengembangkan infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan dalam menambah daya tarik ekowisata Taman Nasiona Komodo seperti memperbaiki jalan penghubung antara Loh Liang dan Kampung Komodo sehingga wisatawan dapat dengan mudah menjangkau objek wisata tersebut serta mendirikan tempat peristirahatan di jalur wisata *trekking*.
3. Strategi ST
 - a) Meningkatkan pengawasan dan pelestarian kawasan dengan cara menindak tegas setiap pelanggaran yang dilakukan seperti *illegal fishing*, pemanfaatan sumber daya di zona inti tanpa izin serta pelestarian yang dapat dilakukan adalah menambah tanaman pohon disetiap pembatas zona yang telah ditetapkan.
 - b) Memberdayakan masyarakat lokal dalam pelestarian yaitu dengan cara memberikan edukasi tentang ekowisata seperti pelestarian jenis tanaman

dan jenis hewan yang terdapat dalam kawasan ekowisata khususnya hewan Komodo.

4. Strategi WT
 - a) Meningkatkan kegiatan promosi dan publikasi tentang TN Komodo dengan cara penyebaran brosur kepada setiap wisatawan, melakukan iklan di media masa, promosi melalui radio atau televisi serta pembuatan blog mengenai kegiatan wisata di kawasan Desa Komodo agar calon calon pengunjung dapat mengaksesnya secara online.
 - b) Bekerjasama dengan *travel agent* dalam menarik minat wisatawan dengan cara memasukan kegiatan wisata yang ada di kawasan wisata Desa Komodo sebagai salah satu destinasi wisata dalam paket perjalanan (*tour package*) yang ada di *travel agen* tersebut.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa posisi kawasan ekowisata TNK di Desa Komodo berada pada kuadran II yaitu posisi pertumbuhan dimana kawasan tersebut sudah dikenal luas dan diterima oleh wisatawan. Strategi yang dihasilkan adalah strategi melalui integrasi horisontal, yang berarti pengelola BTNK harus terus berusaha meningkatkan promosi ukuran, penjualan, profit dan pangsa pasar potensialnya.

Sementara itu dari hasil analisis SWOT diketahui 4 alternatif strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan ekowisata TNK di Desa Komodo yang dijabarkan dalam bentuk strategi berikut:

1. Menata kembali potensi ekowisata dengan cara menggali potensi budaya setempat serta mengadakan penyuluhan sadar wisata kepada masyarakat.
2. Meningkatkan fasilitas transportasi dan layanan informasi di pintu masuk ke Taman Nasional Komodo serta perbaikan infrastruktur penunjang ekowisata di Desa Komodo.
3. Meningkatkan pengawasan dan pelestarian kawasan wisata serta meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan bagi wisatawan.
4. Meningkatkan kegiatan promosi dan publikasi tentang TN Komodo serta bekerjasama dengan *travel agent* dengan cara memasukan kawasan wisata Desa Komodo sebagai salah satu destinasi wisata dalam paket perjalanan *travel agen* tersebut.

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang dipaparkan maka dapat disampaikan beberapa saran yang berguna bagi pengembangan ekowisata Taman Nasional Komodo di Desa Komodo antara lain sebagai berikut:

1. Kepada pengelola Balai TNK agar terus melakukan promosi yang lebih gencar lagi tentang pesona alam Taman Nasional Komodo, meningkatkan mutu pelayanan informasi tentang TNK serta mengembangkan potensi wisata yang ada. Selain itu dalam pelestariannya agar memperhatikan dampaknya bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Komodo dalam hal ini masyarakat bisa mendapatkan keuntungan langsung dari perkembangan ekowisata itu sendiri.
2. Kepada pemerintah agar terus meningkatkan perbaikan dan pembangunan infrastruktur dan fasilitas penunjang pariwisata di kawasan TNK serta di Labuan Bajo sebagai pintu masuk utama ke Taman Nasional Komodo.

Pustaka Acuan

- Danamik, J., Weber, H. F. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Fandeli. 2000. *Pengusahaan ekowisata*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM.
- Fandeli, C. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fandeli, C. 2002. *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Pusat Studi Pengembangan Pariwisata. Yogyakarta: Gadjah Mada.
- Hakim, L. 2004. *Dasar-Dasar Ekowisata*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.
- Karsudi, dkk. 2010. *Strategi Pengembangan Ekowisata di Kabupaten Kepulauan Yapen Provinsi Papua*. Bogor: IPB Bogor.
- Moleong, L. J. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. 2015. *Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Samsuridjal. 2001. *Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Suyitno. 2001. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane, JJ. 2004. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Spillane, J. 2002. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Taman Nasional Komodo. 2016. *Statistik Balai Taman Nasional Komodo Tahun 2009-2015*. Labuan Bajo: Balai Taman Nasional Komodo.
- Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 Pasal 1.
- Yoeti. 2000. *Ekowisata Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta: PT. Pertja.