

STRATEGI PENGELOLAAN DESA WISATA UNTUK MENINGKATKAN PENILAIAN ANUGRAH DESA WISATA INDONESIA

(Studi Kasus: Desa Wisata Kampung Eduwisata Bhinneka, Desa Wisata Perkampungan Budaya Betawi dan Desa Wisata Pulau Untung Jawa)

Egi Dyana Gea^{*1}, Rubby Halim Surya Wijaya², Siti Hanna Shakira Nur Prasetyo³, Devita Gantina⁴, Sularso Budilaksono⁵, Woro Harkandi Kencana⁶, Febrianty⁷

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti^{1,4}, Universitas Persada Indonesia YAI^{2,6,5},
Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech⁷

Email : egidyanagea12@gmail.com^{*1}, rubbyhlm@gmail.com², hannasiti72@gmail.com³,
devita@stptrisakti.ac.id⁴, sularso@upi-yai.ac.id⁵, woro.harkandi@gmail.com⁶, febrianty@palcomtech.ac.id⁷

Abstract: *A tourist village is a village that is used as tourism where it is hoped that the activities of the tourist village can improve the community's economy. In a tourist village, uniqueness is needed that will attract tourists to come. In the development of tourist villages in Indonesia, the government held a tourism village competition event, namely a momentum to encourage the development of tourist villages, especially in the context of national economic recovery. Tourism villages are divided into 4 categories for development, namely pioneering, developing, advanced, and independent tourism villages. Eduwisata Bhinneka Village Tourism Village in the pilot category, Betawi Cultural Village Tourism Village in the Independent category, and Untung Jawa Island Tourism Village in the Independent category. This study tries to find the right strategy for tourism village managers in developing tourist attractions, homestays, toilets, souvenirs in tourist villages. The data were analyzed through qualitative descriptive and SWOT analysis, this analysis was used to identify the potential and weaknesses of the tourist village. Data was collected through observation, interviews, and documentation. The research shows that each village in this study has unique attractions, the need for homestay development is different in each type or category of tourist village. Souvenirs for each village must be developed again. Existing facilities in the form of toilets still need to be developed again.*

Keywords: *tourism village, village management strategy, tourist attraction.*

Abstrak: Desa wisata merupakan desa yang dijadikan pariwisata dimana harapannya dari kegiatan desa wisata tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Pada sebuah desa wisata diperlukan keunikan yang akan menarik wisatawan datang. Dalam perkembangan desa wisata di Indonesia, pemerintah mengadakan suatu ajang perlombaan desa wisata yaitu momentum untuk mendorong geliat pengembangan desa wisata khususnya dalam rangka pemulihan ekonomi nasional. Desa wisata terbagi ke dalam empat kategori dalam pengembangan, yaitu Desa wisata Rintisan, Berkembang, Maju, dan Mandiri. Desa Wisata kampung Eduwisata Bhinneka dalam kategori rintisan, Desa Wisata Perkampungan Budaya Betawi dalam kategori Mandiri dan Desa Wisata Pulau Untung Jawa dalam kategori Mandiri. Penelitian ini mencoba mencari strategi yang tepat untuk pengelola desa wisata dalam mengembangkan Daya Tarik wisata, homestay, toilet, souvenir yang ada di desa wisata. Data dianalisis melalui deskriptif kualitatif dan analisis SWOT, analisis ini digunakan untuk mengenali potensi dan kelemahan Desa wisata. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian menunjukkan bahwa setiap desa dalam penelitian ini mempunyai atraksi yang unik, keperluan pengembangan homestay berbeda di setiap jenis atau kategori desa wisata. Souvenir masing-masing desa harus di kembangkan lagi. Fasilitas yang ada berupa toilet masih harus dikembangkan lagi.

Kata kunci: desa wisata, strategi pengelolaan desa, atraksi wisata.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan negara, oleh karena itu pengelolaan sektor pariwisata menjadi hal yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Hal

ini terbukti pada saat krisis ekonomi nasional, sektor pariwisata ternyata masih tetap mampu memberi kontribusi terhadap Perekonomian nasional dan daerah Laporan Akhir *Passenger*

PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Exit Survey, 3 Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata 2004 dalam (Agustina, 2013).

Desa Wisata Kampung Bhinneka adalah Desa wisata yang menawarkan kegiatan wisata seperti perkebunan, pertanian, peternakan dan perikanan. Desa ini juga memiliki pemandangan yang indah serta hawa yang sejuk. Desa Wisata ini adalah Desa Wisata ini yang masuk ke dalam kategori Desa Wisata Rintisan. Desa Wisata ini pernah masuk dalam 300 besar pada kompetensi ADWI 2021.

Desa Wisata Untung Jawa adalah Desa wisata yang berada di Kepulauan Seribu. Desa wisata ini adalah desa wisata yang masuk ke dalam kategori Desa Wisata Mandiri. Desa wisata ini pernah mendapatkan nominasi sebagai "Desa Terbaik Kategori Homestay Juara 3 Desa Wisata Untung Jawa, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta". Dengan memanfaatkan lokasinya yang sangat strategis desa ini dapat menarik minat para wisatawan. Desa ini juga menyediakan berbagai macam atraksi, wahana air dan lokasi dengan pemandangan yang indah.

Desa Wisata Kampung Betawi Setu Babakan adalah Desa wisata yang menawarkan beberapa macam wisata bertemakan budaya betawi diantaranya adalah museum betawi, wahana air, teater, berbagai macam makanan khas betawi dan juga mengadakan beberapa acara untuk memeriahkan tempat wisata tersebut. Desa Wisata yang masuk ke dalam Kategori Desa Wisata Mandiri. Desa Wisata ini juga pernah mendapatkan nominasi sebagai "Desa Wisata Terbaik Kategori CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability*) Juara 1 Desa Wisata Kampung Betawi, DKI Jakarta".

1.1 Anugerah Desa Wisata

Anugerah Desa Wisata (ADWI) dimulai dengan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemendagri) terus memberikan dukungan terhadap program-program yang ada di kementerian/lembaga teknis, termasuk terkait hal pengembangan Desa Wisata. Bersama Kementerian Pariwisata dan Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, Kemendagri PMK mengkoordinasikan kementerian/lembaga dalam menginisiasi pengembangan Desa Wisata sejak tahun 2019 dengan menyusun Buku Pedoman

Desa Wisata dan penetapan klasifikasi desa wisata.

Kemitraan yang dijalin oleh Kemendagri PMK sejatinya tidak hanya dengan kementerian/lembaga namun juga dengan pemangku kepentingan lainnya. Salah satunya yaitu dengan Bank Indonesia yang pada tahun 2021 melakukan kajian dan penyusunan indikator pengembangan pariwisata yang berkualitas (*quality tourism*) di desa wisata.

Pemerintah menggelar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021 sebagai apresiasi bagi desa wisata yang berhasil masuk menjadi 50 besar desa wisata terbaik yang sudah terkurasi dan divisitasi oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tujuannya adalah untuk mempublikasikan secara luas pariwisata Indonesia di dalam negeri maupun luar negeri.

Program ADWI diharapkan mampu mewujudkan visi "Indonesia sebagai Negara Tujuan Pariwisata Berkelas Dunia, Berdaya Saing, Berkelanjutan dan Mampu Mendorong Pembangunan Daerah dan Kesejahteraan Rakyat". Terdapat empat kategori Desa Wisata menurut pengembangan yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan selanjutnya.

Kategori pertama adalah Desa Wisata Rintisan yang merupakan desa wisata yang masih berupa potensi sebagai desa wisata. Sarana prasarana desa wisata rintisan terbilang terbatas, sehingga masih sedikit kunjungan dari wisatawan.

Kategori kedua adalah Desa Wisata Berkembang yang merupakan desa wisata yang sudah ada kunjungan dari wisatawan dari luar daerah. Sarana prasarana dan fasilitas juga sudah berkembang.

Kategori ketiga adalah Desa Wisata Maju yang tergolong desa wisata yang masyarakatnya sadar akan potensi wisata yang ada di daerahnya. Desa Wisata Maju dapat dikategorikan sebagai desa wisata yang mampu memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata.

Kategori keempat adalah Desa Wisata Mandiri yang memiliki inovasi dalam pengembangan potensi desa menjadi unit kewirausahaan mandiri. Sehingga, desa ini banyak dikenal wisatawan mancanegara dan menerapkan konsep berkelanjutan (*sustainability*) yang diakui dunia. Desa Wisata Mandiri memanfaatkan dana desa menjadi bagian dalam inovasi wisata. Selain itu

digitalisasi menjadi bentuk promosi mandiri dalam mempromosikan wisata di desa tersebut.

Pengelolaan desa wisata memerlukan manajemen yang tepat. George Terry (Nawawi, 2012) mengatakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya dengan menggunakan bantuan orang lain. Mary Parker Follet menyatakan bahwa manajemen adalah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Demikian juga dengan Drucker yang telah merumuskan pengertian bahwa manajemen adalah kegiatan spesifik dalam menggerakkan sejumlah orang agar berlangsung efektif dalam mencapai tujuan dan membuat organisasi yang produktif.

1.2 Manajemen Strategi Pariwisata

Manajemen strategi merupakan rangkaian dua perkataan yang terdiri dari makna “manajemen” dan “strategi” yang masing-masing memiliki pengertian tersendiri, yang telah dirangkai menjadi satu terminologi berubah dengan memiliki pengertian tersendiri pula. Dilihat dari sudut pandang etimologis (asal kata) berarti penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi- fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi (Nawawi 2012: 175).

Desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata. Desa wisata adalah bentuk industri pariwisata yang berupa kegiatan perjalanan wisata identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat mendorong wisatawan sebagai konsumen agar menggunakan produk dari desa wisata tersebut

atau melakukan perjalanan wisata ke desa wisata. Unsur produk pariwisata terdiri dari angkutan wisata, atraksi wisata, dan akomodasi pariwisata (Yuliati & Suwandono, 2016).

Manajemen pariwisata adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber daya lainnya yang termasuk dalam kegiatan pariwisata. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT menurut (Gürel & Tat, 2017) SWOT membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan ditinjau untuk mengetahui peluang dan ancaman pada saat ini dan masa depan. Semakin jelas pengetahuan akan strength dan weakness, semakin kecil opportunities yang tidak tercapai. Peluang yang baik dapat digunakan untuk melawan ancaman, selain itu kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan institusi. Matriks SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Tahapan dalam penyusunan matriks SWOT adalah sebagai berikut (Setyorini, et.al, 2016): 1) Menyusun daftar peluang dan dan ancaman eksternal perusahaan serta perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. 2) Menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan internal dan peluang eksternal. 3) Menyusun strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal. 4) Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan internal dan ancaman eksternal. 5) Menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal.

Tabel 1. Matriks SWOT Pulau Untung Jawa

| <i>Strength</i> | <i>Weakness</i> |
|--|---|
| 1. Memiliki wahana wisata pantai yang lengkap seperti; banana boat, doughnut boat, snorkeling, dan flying fish | 1. Kurangnya pengetahuan masyarakat terkait pentingnya konservasi kawasan hutan mangrove. |
| 2. Memiliki Kawasan Konservasi Hutan Mangrove | 2. Keterbatasan dana masyarakat untuk |

PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

| | <i>Strength</i> | <i>Weakness</i> |
|---|--|---|
| | 3. Memiliki wisata sejarah Tugu Perpindahan Penduduk | mengelola kawasan pantai dan sekitarnya. |
| | 4. Memiliki struktur Pokdarwis yang berperan mengelola Desa Wisata | 3. Belum adanya strategi pengelolaan keuangan lebih lanjut dari Pemerintah |
| | 5. Dekat dengan Ibukota Jakarta | 4. Wisata bahari beresiko terhadap perubahan cuaca |
| | | 5. Kendala dalam penanganan sampah. |
| | | 6. Kendala dalam sarana transportasi dan penanganan sampah. |
| | | 7. Kemampuan dan pengetahuan SDM yang kurang. |
| | | 8. Adanya pulau lain yang lebih berkembang dan terkenal dibandingkan dengan pulau Untung Jawa |
| <i>Opportunity</i> | <i>Strategi SO (Growth)</i> | <i>Strategi WO (Stability)</i> |
| 1. Minat pengunjung yang tinggi terhadap kawasan wisata pantai. | 1. Pemetaan Potensi desa dan pengembangan Desa Wisata berdasarkan model klaster pariwisata dan basis potensi desa. | 1. Peningkatan koordinasi dan kerja sama antar pemerintah, pokdarwis, dan swasta. |
| 2. Meningkatkan pendapatan daerah serta masyarakat lokal terkait adanya wisatawan. | 2. Kerjasama antara masyarakat Desa dengan Pemerintah, dan Dinas Pariwisata Indonesia. | 2. Peningkatan penggunaan teknologi informasi untuk media promosi. |
| 3. Akses menuju Pulau Untung Jawa terdapat 2 Dermaga untuk menuju ke Pulau Untung Jawa, dari Muara Angke dan Tanjung Pasir. | 3. Melibatkan masyarakat desa dalam peran pengelolaan objek maupun wahana wisata. | 3. Melakukan perbaikan untuk sarana prasarana yang terkendala. |
| 4. Adanya pemasaran dari kelompok yang diikuti. | 4. Pembuatan paket wisata yang ekonomis oleh pokdarwis untuk dipasarkan kepada wisatawan lokal. | 4. Meningkatkan Kerjasama dengan Pemerintah dan Instansi terkait yang menanganai Pariwisata. |
| 5. Ikut dalam pembinaan program kemitraan. | | 5. Meningkatkan kualitas fasilitas wisata, seperti homestay. |
| 6. Adanya peran Dinas Koperasi & UMKM Pulau Untung Jawa. | | |
| 7. Adanya kelompok hobi wisata mancing dan Diving. | | |
| <i>Threat</i> | <i>Strategi ST (Diversification)</i> | <i>Strategi WT (Defend)</i> |
| 1. Banyaknya wisata sejenis di Kepulauan Seribu selain Pulau Untung Jawa. | 1. Membangun ciri khas yang mudah diingat oleh masyarakat luas yang membedakan Pulau Untung Jawa dengan desa lain yang hampir mempunyai potensi yang sama. | 2. Menerapkan pariwisata berbasis masyarakat untuk mengurangi resiko bisnis wisata. |
| 2. Wisatawan yang membawa makanan dan minuman dari luar Pulau Untung Jawa. | 2. Pelihara dan kembangkan potensi wisata dengan cara | 3. Meningkatkan mutu pendidikan masyarakat dalam |

| | | |
|--|--|---|
| 3. Tingginya ombak dan pengaruh cuaca sangat berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Untung Jawa. | memperkenalkan destinasi kepada pihak asing melalui studi banding pariwisata terhadap pariwisata lain. | urusan mengelolah Pariwisata Pulau Untung Jawa. |
| 4. Minimnya investasi dari luar pengelola | 3. Mengembangkan wisata minat khusus berbasis lingkungan bahari. | |

Tabel 2. Matriks SWOT Kampung Betawi Setu Babakan

| | <i>Strength</i> | <i>Weakness</i> |
|---|---|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai lahan yang luas untuk dikelola lebih lanjut. 2. Mempunyai sumber daya manusia yang kompeten dalam pengelolaan. 3. Memberi kebebasan untuk warga sekitar untuk berjualan di UPK PBB Setu Babakan. 4. Sebagai sarana yang berperan dalam menyediakan kesempatan bagi sanggar-sanggar Betawi. 5. Memiliki tradisi turun-temurun yang masih bertahan hingga saat ini. 6. Memiliki kapasitas air yang kaya dan melimpah. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan serta pemanfaatan lahan yang belum menyeluruh . 2. Kurangnya sumber daya manusia dalam manajemen pengelolaan. 3. Banyaknya sampah yang ada saat musim liburan tiba. |
| <i>Opportunity</i> | <i>Strategi SO (Growth)</i> | <i>Strategi WO (Stability)</i> |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Lahan yang luas dapat dijadikan sebagai wisata terpadu. 2. Mampu menarik perhatian wisatawan lokal maupun asing. 3. Meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat. 4. Dapat memperkenalkan kebudayaan kesenian Betawi kepada masyarakat sekitar. 5. Adanya pengelolaan desa wisata yang berdampak langsung terhadap masyarakat. 6. Adanya Kerjasama dengan Pemerintah. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengembangan tata letak yang strategis untuk kesejahteraan masyarakat. 2. Memanfaatkan Budaya Betawi yang masih terjaga dengan meningkatkan kenyamanan bagi masyarakat dan pengunjung. 3. Membuat peraturan dengan melibatkan peran aktif masyarakat agar peraturan tersebut dapat terlaksana dengan baik serta meningkatkan keamanan dan kenyamanan terhadap kelestarian lingkungan. 4. Memanfaatkan lahan yang luas dengan baik oleh UPK PBB untuk pengembangan kawasan wisata terpadu tidak hanya dengan menyediakan lahan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan koordinasi dan kerja sama antar pemerintah, pokdarwis, dan swasta. 2. Peningkatan penggunaan teknologi informasi untuk media promosi. 3. Melakukan perbaikan untuk sarana prasarana yang terkendala. 4. Meningkatkan Kerjasama dengan Pemerintah dan Instansi terkait yang menangani Pariwisata. 5. Meningkatkan kualitas fasilitas wisata, seperti homestay. |

PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

rekreasi saja, akan tetapi juga dengan menyediakan hiburan khas betawi guna menambah minat pengunjung.

5. Menyediakan lahan yang lebih luas bagi para pedagang untuk berjualan.
6. Melibatkan para pengunjung untuk ikut serta mengikuti kesenian tradisional bersama seniman-seniman betawi.

| <i>Threat</i> | <i>Strategi ST (Diversification)</i> | <i>Strategi WT (Defend)</i> |
|---|--|--|
| 1. Kurangnya ketertarikan masyarakat untuk datang ke Setu Babakan karena atraksi yang kurang menarik. | 1. Membangun serta meningkatkan pemikiran masyarakat dengan mempromosikan desa wisata setu babakan merupakan cara yang tanggap terhadap perubahan dan trend teknologi yang dapat menambah daya tarik pengunjung. | 1. Mengadakan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi mengenai pelestarian kesenian dan kebudayaan Betawi. |
| 2. Kurangnya kebersihan lingkungan dari pengunjung wisata. | | 2. Melakukan Kerjasama dengan agen travel untuk dapat menyediakan paket wisata budaya ke PBB Setu Babakan. |
| 3. Adanya kepadatan kawasan karena tingkat kunjungan yang tinggi. | | |

| <i>Threat</i> | <i>Strategi ST (Diversification)</i> | <i>Strategi WT (Defend)</i> |
|---|---|---|
| 4. Banyaknya pesaing dari destinasi yang lebih modern di wilayah Jakarta Selatan. | 2. Membangkitkan kembali atraksi berupa pagelaran seni dan budaya Betawi atau pameran yang berhubungan dengan objek-objek wisata seni dan budaya Betawi. 3. Menyediakan tempat sampah di setiap sudut ruangan yang terdapat di Kawasan desa wisata.. 4. Pembangunan berlanjut dan secara berkala harus dilakukan sesuai dengan zonasi yang telah ditentukan serta tetap memperhatikan tata ruang yang ada. 5. Rutin mengadakan pertunjukan seni yang variatif guna tidak menimbulkan rasa jenuh bagi pengunjung. | 3. Membuat aturan agar tidak membuang sampah sembarangan dengan cara yang unik agar dapat dipahami dan menarik perhatian dan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. 4. Mengadakan kegiatan daur ulang sampah yang melibatkan warga sekitar. 5. Membangun sekolah budaya dan seni Betawi guna mengenalkan budaya dan seni Betawi kepada generasi muda. |

Tabel 3. Matriks SWOT Kampung Eduwisata Bhinneka

| | | <i>Strength</i> | <i>Weakness</i> |
|--|---|--|--|
| | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kegiatan edukasi wisata berbasis pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan . 2. Adanya Bank Sampah yang digunakan untuk pengelolaan limbah organik dan anorganik. 3. Tergolong jenis edukasi wisata yang diproduksi dengan membuat pemandangan alam buatan. 4. Memiliki pemandangan alam yang indah, berhawa sejuk, dan masih terjaga keasriannya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya sumber daya manusia dalam manajemen pengelolaan edukasi wisata ini. 2. Pengelolaan serta pemanfaatan lahan yang belum menyeluruh. 3. Kurangnya strategi promosi. 4. Belum tersedia kegiatan kuliner. 5. Tingkat SDMnya masih relatif rendah |
| <i>Opportunity</i> | <i>Strategi SO (Growth)</i> | <i>Strategi WO (Stability)</i> | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan sampah menjadi bisnis bagi desa tersebut. 2. Meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat 3. Mendatangkan wisata lokal maupun asing sambil belajar peduli lingkungan, bertanam, dan lain sebagainya. 4. Adanya kegiatan pembuangan sampah menjadi investasi melalui Bank Sampah. 5. Mampu memperkenalkan hasil pertanian dan perkebunan yang menghasilkan ladang bisnis kepada wisatawan. 6. Menciptakan lapangan kerja. 7. Menerapkan konsep wisata edukasi berbasis lingkungan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memilah dan mengidentifikasi produk yang memiliki daya tarik dan bernilai ekonomis tinggi. 2. Membuat produk jadi yang berasal dari bahan alam yang bisa dijadikan sebagai produk ciri khas desa wisata sehingga dapat menarik wisatawan. 3. Memfokuskan kegiatan wisata dengan 4. Memanfaatkan sumber daya yang dimiliki masyarakat sebagai subjek utama dalam pengelolaan keuntungan kawasan eduwisata ini 5. Memperbanyak kegiatan kulineran sebagai tambahan daya tarik wisatawan. 6. Memperkenalkan produk wisata berbasis lingkungan ke sekolah-sekolah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penggunaan teknologi dan informasi sebagai media promosi. 2. Mengadakan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan serta bagaimana memanfaatkan bahan alam agar dapat dijadikan sumber mata pencaharian. 3. Membuka lowongan pekerjaan guna mensejahterakan masyarakat. 4. Mengintegrasikan konsep lingkungan dan pariwisata. | |
| <i>Threat</i> | <i>Strategi ST (Diversification)</i> | <i>Strategi WT (Defend)</i> | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum dikenalnya desa wisata kampung eduwisata Bhinneka oleh calon wisatawan. 2. Banyaknya pilihan destinasi modern di wilayah Jakarta Pusat. 3. Belum adanya Kerjasama dengan tour operator untuk mendatangkan pengunjung | <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkoordinasi dengan pemerintah setempat khususnya bagian Dinas Pariwisata guna mendapatkan bantuan berupa dana serta masukan terhadap upaya pengembangan dan perintisan Desa Wisata Bhinneka ini. 2. Berkoordinasi dengan Tour operator | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kegiatan daur ulang sampah yang melibatkan warga sekitar. 2. Mengelola lahan dengan membuat perkebunan sesuai dengan jenisnya agar terlihat lebih terstruktur. 3. Bekerjasama dengan pemerintah setempat guna | |

PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

memperkenalkan tujuan wisata
minat khusus

pengelolaan eduwisata lebih
lanjut.

4. Menetapkan kampung
eduwisata bhinneka sebagai
tujuan wisata minat khusus
-

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Poerwandari, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis SWOT.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan kepada pengelola ketiga desa wisata yaitu: Bapak Joko Sarwono, selaku pengelola dari Desa Wisata Kampung Eduwisata Bhinneka; Bapak Jaka Yudha Purnama, selaku Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi; dan Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kelurahan PULAU Untung Jawa, Bapak Rusli. Wawancara dilakukan pada bulan Agustus 2022. Sedangkan observasi langsung dilakukan dengan terjun lapangan ketiga desa wisata di periode Juli – Agustus 2022. Instrumen wawancara pada penelitian ini meliputi tujuh penilaian ADWI yaitu: daya tarik pengunjung, *homestay*, digital dan kreatif, *souvenir*, toilet umum, CHSE, dan kelembagaan desa. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) atau dikenal pula dengan nama K3A (kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman) merupakan suatu metode untuk merumuskan dan menerapkan strategi objek wisata untuk mencapai misi dan tujuannya. Analisis SWOT dilakukan karena suatu organisasi terlibat dalam berbagai keadaan lingkungan yang dinamis sehingga pengaruh lingkungan terhadap keberhasilan objek wisata linjuang sangat dominan. Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai lingkungan, baik lingkungan internal yang berupa kekuatan dan kelemahan objek wisata linjuang dalam melakukan persaingan maupun lingkungan eksternal yang berupa peluang dan ancaman.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Pulau Untung Jawa terletak di Teluk Jakarta yang merupakan bagian dari gugusan Kepulauan Seribu baik secara geografis dan administratif. Secara geografis, Pulau Untung Jawa terletak pada koordinat 05°10'00" LS- 05°57'00" LS dan 106°19'30" BT – 106°44'50" BT. Luas wilayah daratan 40,10 hektar dan luas lautan mencapai 6.997,50 km² di lepas Pantai Utara Jakarta dengan posisi memanjang dari utara ke selatan. Atraksi Wisata di Pulau Untung Jawa lebih diarahkan pada titik-titik tertentu sesuai dengan potensi yang ada seperti wisata pantai, hutan mangrove, tugu perpindahan penduduk dan jembatan Pelangi.

Desa wisata Setu Babakan merupakan Desa Betawi yang berada di Srengseng Sawah, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Desa Wisata Kampung Betawi ini memiliki beragam daya tarik wisata. Salah satu wisata yang populer di desa ini adalah wisata air di Setu Babakan yang di sana wisatawan bisa sepeda air, memancing, hingga perahu naga. Adapun atraksi yang ditawarkan dalam tempat wisata ini adalah wisata budaya, wisata agro, wisata air, amfiteater, museum Betawi, dan wisata kuliner.

Desa Wisata Kampung Eduwisata Bhinneka terletak di Kebon Kosong, Komplek Angkasa Pura RT 014/06, Kebon Kosong, Kemayoran, Jakarta. Kampung Eduwisata ini menyediakan objek wisata alam buatan yang menjadikannya wisata edukasi bagi para wisatawan yang berkunjung. Bahkan menjadikan objek wisata tersebut sebagai bisnis untuk meningkatkan taraf ekonomi yang berbasis pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan.

3.1 Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengelolaan desa wisata merupakan arah penetapan sasaran dari desa wisata untuk mencapai tujuan jangka panjang yang dapat memenuhi harapan masyarakat melalui proses pemanfaatan sumber daya

manusia yang meliputi fungsi- fungsi manajemen, seperti: perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Kondisi Desa Wisata Pulau Untung Jawa, Kampung Bhinneka dan Setu Babakan yang dapat dilihat dari beberapa faktor salah satunya adalah dari segi fisik masih perlu perhatian dan perkembangan, strategi promosi yang kurang maksimal, dan belum adanya wisata kuliner yang bisa menampung banyak wisatawan. Hal ini diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan penduduk dan pengurus kelompok sadar wisata masing-masing desa. Jika dilihat dari faktor-faktor yang mendukung seperti kekhasan desa dan atraksi wisata sebenarnya Desa Pulau Untung Jawa memiliki kekhasan sebagai wisata bahari dan spot-spot foto, Desa Bhinneka yang memiliki keunggulan dalam edukasi lingkungan, tanaman maupun pengolahan sampah serta Desa Setu Babakan yang budayanya sangat kuat yaitu adat Betawi yang bahkan sudah terkenal hingga luar daerah. Dalam merancang suatu strategi maka sangat penting untuk mengkaji kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat di desa wisata penglipuran. Analisis SWOT ini diperoleh untuk mengetahui faktor internal mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Desa Wisata Pulau Untung Jawa, Desa Bhinneka dan Setu Babakan, serta melihat juga faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang dimiliki desa wisata dalam meningkatkan penilaian Anugrah Desa Wisata Indonesia atau ADWI. Berikut dijabarkan faktor internal dan eksternal tersebut antara lain:

3.3 Desa Wisata Kampung Eduwisata Bhinneka

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, maka didapatkan strategi pengelolaan Desa Wisata yang tepat untuk Desa Wisata Kampung Eduwisata Bhinneka adalah Strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada (*strengths*) untuk meningkatkan keuntungan melalui peluang (*opportunities*). Melalui strategi SO (*growth*) tersebut, Desa Wisata Kampung Bhinneka diharapkan dapat menarik minat para wisatawan melalui produk khas dan kuliner desa wisata ini.

Strategi SO (*growth*) yang tertuang dalam matriks SWOT, menunjukkan bahwa terdapat empat strategi yang dapat dilakukan untuk

meningkatkan penilaian ADWI terhadap Desa Wisata Kampung Eduwisata Bhinneka diantaranya:

1. Memilah dan mengidentifikasi produk yang memiliki daya tarik dan bernilai ekonomis tinggi.
2. Membuat produk jadi yang berasal dari bahan alam yang bisa dijadikan sebagai produk ciri khas desa wisata sehingga dapat menarik wisatawan.
3. Memfokuskan kegiatan wisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki masyarakat sebagai subjek utama dalam pengelolaan keuntungan kawasan eduwisata ini.
4. Memperbanyak kegiatan kulineran sebagai tambahan daya tarik wisatawan

3.4 Desa Wisata Pulau Untung Jawa

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, maka didapatkan strategi pengelolaan Desa wisata yang tepat untuk Desa Wisata Pulau Untung Jawa adalah Strategi SO (*growth*). Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada (*strengths*) untuk meningkatkan keuntungan melalui peluang (*opportunities*). Melalui strategi SO (*growth*) tersebut, Desa Wisata Pulau Untung Jawa diharapkan agar dapat menjaga konservasi alam sekitarnya, mengajak masyarakat ikut serta berupaya memaksimalkan potensi objek wisata di Desa Wisata Pulau Untung Jawa.

Strategi SO (*growth*) yang tertuang dalam matriks SWOT, menunjukkan bahwa terdapat empat strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penilaian ADWI di Desa Wisata Pulau Untung Jawa diantaranya:

1. Pemetaan potensi desa dan pengembangan desa wisata berdasarkan model klaster pariwisata dan basis potensi desa.
2. Kerjasama antara masyarakat desa dengan pemerintah, dan Dinas Pariwisata Indonesia.
3. Melibatkan masyarakat desa dalam peran pengelolaan objek maupun wahana wisata.
4. Pembuatan paket wisata yang ekonomis oleh Pokdarwis untuk dipasarkan kepada wisatawan lokal.

PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

3.5 Desa Wisata Setu Babakan

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, maka didapatkan strategi pengelolaan desa wisata yang tepat untuk Desa Wisata Kampung Betawi Setu Babakan adalah Strategi ST. Strategi ST merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada (*strengths*) untuk menghadapi dan menyelesaikan ancaman (*threats*) yang ada maupun yang mungkin akan muncul. Melalui strategi ST (*diversification*) tersebut, Desa Wisata Kampung Betawi Setu Babakan diharapkan dapat menghadapi rintangan yang ada dan tetap menjaga dan mengembangkan budaya betawi dan memaksimalkan potensi yang ada Strategi SO (*growth*) yang tertuang dalam matriks SWOT, menunjukkan bahwa terdapat lima strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penilaian ADWI Pada Desa Wisata Kampung Betawi Setu Babakan diantaranya:

1. Membangun serta meningkatkan pemikiran masyarakat dengan mempromosikan desa wisata setu babakan merupakan cara yang tanggap terhadap perubahan dan trend teknologi yang dapat menambah daya tarik pengunjung.
2. Membangkitkan kembali atraksi berupa pagelaran seni dan budaya Betawi atau pameran yang berhubungan dengan objek-objek wisata seni dan budaya betawi.
3. Menyediakan tempat sampah di setiap sudut ruangan yang terdapat di Kawasan desa wisata.
4. Pembangunan berlanjut dan secara berkala harus dilakukan sesuai dengan zonasi yang telah ditentukan serta tetap memperhatikan tata ruang yang ada.
5. Rutin mengadakan pertunjukan seni yang variatif guna tidak menimbulkan rasa jenuh bagi pengunjung.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis SWOT diperoleh untuk mengetahui faktor internal mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Desa Wisata Pulau Untung Jawa, Desa Bhinneka dan Setu Babakan, serta melihat juga faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang dimiliki desa wisata dalam meningkatkan penilaian Anugerah Desa Wisata Indonesia atau ADWI. Jika dilihat dari faktor-faktor yang mendukung seperti kekhasan desa dan atraksi wisata, sebenarnya

Desa Pulau Untung Jawa memiliki kekhasan sebagai wisata bahari dan spot-spot foto. Desa Bhinneka yang memiliki keunggulan dalam edukasi lingkungan, tanaman maupun pengolahan sampah serta Desa Setu Babakan yang budayanya sangat kuat yaitu adat Betawi yang bahkan sudah terkenal hingga luar daerah.

Atraksi Wisata di Pulau Untung Jawa lebih diarahkan pada titik-titik tertentu sesuai dengan potensi yang ada seperti wisata pantai, hutan mangrove, tugu perpindahan penduduk dan jembatan Pelangi. Salah satu wisata yang populer di desa ini adalah wisata air di Setu Babakan yang di sana wisatawan bisa sepeda air, memancing, hingga perahu naga. Adapun atraksi yang ditawarkan dalam tempat wisata ini adalah wisata budaya, wisata air, dan wisata kuliner. Kampung Eduwisata ini menyediakan objek wisata alam buatan yang menjadikannya wisata edukasi bagi para wisatawan yang berkunjung. Bahkan menjadikan objek wisata tersebut sebagai bisnis untuk meningkatkan taraf ekonomi yang berbasis pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan.

Untuk pengelolaan pariwisata di Pulau Untung Jawa, Kampung Setu Babakan dan Kampung Bhinneka masih membutuhkan dukungan pemerintah, partisipasi SDM yang maksimal, penggunaan sumber daya lokal secara berkesinambungan, penguatan institusi lokal. Perlu adanya dukungan pemerintah daerah terkait pembuatan peraturan atau kebijakan. Rekomendasi dari penelitian ini dalam membuat kebijakan terkait larangan wisatawan untuk tidak membawa makanan dan minuman dari luar desa wisata, meningkatkan keamanan transportasi laut di Pulau Untung Jawa yang dapat dilihat dari sisi sarana berupa kapal maupun prasarana seperti sistem navigasi serta SDM yang terlibat di dalamnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

KEMENKO PKM (2021). *Anugerah Desa Wisata Indonesia, Kemenko PMK Dukung Desa Menuju Pariwisata Kelas Dunia* [Online] Available at: <https://www.kemenkopmk.go.id/anugerah-desawisata-indonesia-kemenko-pmk-dukung-desamenuju-pariwisata-kelas-dunia> [Accessed: 5 September 2022]

UNAIR NEWS (2021) *Kategori Desa Wisata di Indonesia Berdasarkan Pengembangannya* [Online] Available at: <https://news.unair.ac.id/2021/08/03/kategori-desa-wisata-di-indonesia-berdasarkan-pengembangannya/?lang=id> [Accessed: 5 September 2022]

Kompas.com (2022) *Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya* [Online] Available at: <https://amp.kompas.com/money/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya> [Accessed: 5 September 2022]

Terry, George R. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen, penerjemah J-Smith D.F.M.* Jakarta: PT Bumi Aksara. (Nawawi 2012: 175).

Yuliati, E., & Suwandono, D. 2016. *Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang.* Jurnal LPPMP Undip: Ruang, 2(4), 263-272. <https://doi.org/10.14710/ruang.2.4.263-272>

Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot Dan Qspm (Studi Kasus: Restoran Ws Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 46-53.

Anang Firmansyah, dan Budi W. 2018 Mahardika, *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Neobis*, 11(2), 142–153.

Parlina, N., & Widodo, P. (2020, December). PendidikanLingkungan Hidup Melalui Kampung Eduwisata Bhinneka Bagi Siswa Sdn Kebon Kosong 01 Pagi Kemayoran Jakarta Pusat. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, pp. SNPPM2020P-185).