

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN CURUP JEPUN DESA NEGERI BARU WAY KANAN

Yola Ridani¹, Ardansyah²

Faculty of Economic and Business, Bandar Lampung University

E-mail: yola.18011157@student.ubl.ac.id¹, ardansyah@ubl.ac.id²

Abstract

Curup Jepun Waterfall The quantity of site visitors who revel in fluctuations tends to growth. Seeing this, Curup Jepun Waterfall needs interest, because the supervisor of Curup Jepun Waterfall still faces many shortcomings and limitations in tourism improvement. The reason of this examine became to decide the perfect tourism improvement method for Curup Jepun. The measuring gear used on this studies are questionnaires and interviews. Primarily based at the effects of the SWOT evaluation, it's miles concluded that there are several improvement techniques that may be taken by means of Curup Jepun Waterfall, and the government in helping an competitive boom policy (boom oriented approach). Where is Curup Jepun waterfall and the authorities can adapt to the developing environment e.g. which includes repairing the centers and infrastructure of Curup Jepun Waterfall, and the government should be capable of adapt to environmental developments, for instance including photograph spots and unique video games for youngsters, in addition to roads which can be still below maintenance and may be constructed quickly to complete children game.

Keywords: strategy analysis, development, waterfall tourism

Abstrak

Jumlah pengunjung Air Terjun Curup Jepun mengalami fluktuasi serta cenderung semakin tinggi. Melihat hal tersebut, Air Terjun Curup Jepun perlu menerima perhatian, sebab pengelola Air Terjun Curup Jepun masih menghadapi banyak kekurangan serta hambatan pada pengembangan pariwisata. Tujuan asal survei ialah untuk memilih taktik pengembangan wisata yang sempurna untuk Air Terjun Curup Jepun. Alat ukur yang dipergunakan pada survei ialah angket serta wawancara. Sesuai akibat analisis SWOT disimpulkan bahwa ada beberapa taktik pembangunan bisa ditempuh oleh Air Terjun Curup Jepun, serta pemerintah mendukung kebijakan growth oriented strategy. Dimana Air Terjun Curup Jepun serta pemerintah bisa menyesuaikan diri menggunakan pertumbuhan lingkungan, contohnya perbaikan wahana serta prasarana Air Terjun Curup Jepun, serta pemerintah wajib bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan lingkungan, contohnya menambah spot foto serta permainan khusus anak ataupun jalan masih pada renovasi serta akan segera dibangun untuk menuntaskan permainan anak.

Kata Kunci: analisis strategi, pengembangan, wisata air terjun

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sebagai mesin primer perekonomian global serta industri dunia pada era globalisasi sekarang. Pariwisata ialah pemasukan sangat besar bagi wilayah sadar akan potensinya pada bidang pariwisata. Berkembangnya pariwisata pada suatu wilayah akan membawa banyak manfaat bagi warga, yaitu ekonomi, sosial serta budaya. Provinsi

Indonesia mempunyai potensi buat menaikkan pariwisata Indonesia, salah satunya ialah Provinsi Lampung.

Lampung memberikan banyak daerah estetika alam menjadi salah satu destinasi wisata pada Indonesia, sebagai akibatnya banyak wisatawan domestik juga mancanegara ingin berwisata ke Lampung. Masih banyak lagi objek wisata air terjun sedang dikembangkan pada Provinsi Lampung, antara lain ialah objek wisata Air Terjun Curup Jepun di Kabupaten Way Kanan. Mengingat hal itu, Curup Jepun perlu menerima perhatian. Pengelola Air Terjun Curup Jepun masih mempunyai banyak kekurangan serta hambatan pada pengembangan pariwisata. Maka, dibutuhkan taktik pengembangan potensi pariwisata supaya berhasil membawa akibat perubahan, khususnya pada perekonomian kota. Sektor pariwisata direncanakan atau disusun sedemikian rupa sebagai akibatnya potensinya bisa dikembangkan sepenuhnya.

Table 1. Curup Jepun visitor data

No	Months	Targets	Visitors	Percentage
1.	September (2020)	1.700	1.173	69%
2.	October (2020)	1.700	1.256	73,88%
3.	November (2020)	1.700	1.182	69,53%
4.	December (2020)	1.700	1.378	81,05%
5.	January (2021)	1.700	1.354	79,65%
6.	February (2021)	1.700	1.436	84,47%

Sumber: Pengelola Curup Jepun (2021)

Melihat beberapa data bulanan objek wisata Air Terjun Curup Jepun, total pengunjung cukup fluktuatif serta cenderung semakin besar. Sesuai hal tadi, Wisata Air Terjun Curup Jepun wajib menerima perhatian lebih. Hal tadi dikarenakan pengelola pariwisata masih menghadapi banyak kendala serta kekurangan pada menyebarkan objek wisata tadi baik internal juga eksternal.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran ialah bagian sangat krusial peranannya pada suatu usaha sebab pemasaran memiliki fungsi mencari, menjaga serta menumbuhkan konsumen serta menguasai pasar. Asauri (2013), taktik pemasaran ialah seperangkat tujuan, pedoman, serta hukum memberi arah diupaya pemasaran emiten asal saat ke waktu disetiap taraf serta referensi serta atribusinya, terutama menjadi respons emiten terhadap lingkungan serta syarat persaingan, terus berubah. Rangkuti (2008:19) mengemukakan peluang serta ancaman menggunakan faktor internal kekuatan serta kelemahan antara faktor eksternal.

METODE SURVEI

Metode dipergunakan pada survei ialah metode naratif kualitatif melibatkan melakukan studi lapangan buat mengambil data dibutuhkan. Pada pengumpulan data

dibutuhkan buat survey ialah teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan cara observasi, wawancara, dokumentasi serta angket pada Pengelola Wisata Air Terjun Curup Jepun

Metode Analisis SWOT

Metode ialah metode berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluangnya serta terancam dari dalam emiten atau asal luar emiten atau asal pesaing. Analisis faktor strategis eksternal memakai sedangkan faktor strategis eksternal dianalisis memakai EFAS.

Diagram Matrik SWOT

Alat buat membuat faktor perbaikan strategis adalah matriks SWOT. Matriks bisa mendeskripsikan menggunakan jelas bagaimana peluang serta ancaman eksternal dihadapi objek wisata Air Terjun Curup Jepun di Way Kanan bisa dicocokkan menggunakan kekuatan serta kelemahannya.

Kuadran 1: Merupakan situasi sangat menguntungkan. Wisata Air Terjun Curup Jepun mempunyai peluang serta kekuatan, sebagai akibatnya bisa memanfaatkan peluang terdapat. Taktik diterapkan pada keadaan ialah menggunakan mendukung kebijakan pertumbuhan proaktif.

Kuadran 2: Meski banyak sekali ancaman, Wisata Curup Jepun mempunyai kekuatan internal. Taktik diterapkan ialah memanfaatkan kekuatan buat peluang jangka panjang melalui taktik diversifikasi pada produk ataupun pasar.

Kuadran 3: Wisata Air Terjun Curup Jepun mungkin menghadapi peluang pasar luar biasa namun disisi lain menghadapi beberapa keterbatasan ataupun kelemahan internal. Penekanan asal strategi pariwisata ialah meminimalkan persoalan internal supaya bisa memanfaatkan baiknya peluang pasar.

Kuadran 4: Situasi tadi sangat tak menguntungkan bagi wisata Air Terjun Curup Jepun menghadapi banyak sekali jenis ancaman serta kelemahan internal.

Analisis Internal

Pada analisis lingkungan internal, faktor terletak di pariwisata ialah kekuatan serta kelemahan emiten. Sebelum membentuk table kompendium analisis faktor taktik internal, perlu diketahui terlebih dulu faktor taktik internal emiten. Asal akibat kuesioner diberikan pada pengelola Air Terjun Curup Jepun, faktor internalnya ialah menjadi berikut:

1. Faktor sebagai kekuatan:
 - a. Lingkungan alami serta asri
 - b. Ramai terutama di hari libur nasional
 - c. Tempatnya dekat, masyarakatnya praktis dijangkau
2. Faktor sebagai kelemahan
 - a. Jalan masih pada pembangunan
 - b. Tak ada titik akses internet
 - c. Kurangnya perhatian pemerintah

Table 2. IFAS Waterfall Curup Japan

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1	Lingkungan alami serta asri	0.15	4	0.60
2	Ramai dikunjungi terutama hari libur	0.15	3	0.45
3	Tempat nya dekat mudah dijangkau warga	0.20	4	0.80
	Sub Total	0.50	11	1.95
Kelemahan				
1	Jalan masih dalam tahap perbaikan	0.20	3	0.60
2	Tidak ada jalur akses internet	0.20	2	0.40
3	Kurang nya perhatian dari pemerintah	0.10	2	0.20

Sumber: Data diolah, 2021

Sesuai perhitungan IFAS table di atas, diketahui bahwa faktor kekuatan 1,95 serta faktor kelemahan 1,20. Sedangkan skor IFAS holistik Curup Waterfall Jepun ialah 3,15.

Analisis Eksternal

Pada analisis lingkungan eksternal, pengelola menyelidiki faktor berada pada luar pariwisata, yaitu berupa peluang serta terancamannya. Asal daftar pertanyaan diberikan pada pengelola Air Terjun Curup Jepun, faktor strategis eksternal wisata ialah menjadi berikut:

1. Faktor sebagai peluang
 - a. Tak jarang dijadikan lokasi foto prewedding
 - b. Bisa membeli Soupernir
 - c. Terdapat area renang spesifik buat anak
2. Faktor mengakibatkan ancaman
 - a. Perjalanan ke daerah ekstrim
 - b. Daerah hutan
 - c. Jalan masih penuh lubang

Table 3. EFAS Waterfall Curup Japan

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1	Sering dijadikan tempat photo prewedding	0.20	4	0.80
2	Bisa membeli soupenir	0.20	4	0.80
3	Ada tempat berenang khusus anak	0.15	4	0.60
	Sub Total	0.55	12	2.20

Ancaman				
1	Perjalanan menuju lokasi ekstrim	0.15	1	0.15
2	Daerah perhutanan	0.10	1	0.10
3	Jalan masih banyak berlubang	0.20	1	0.20
	Sub Total	0.45	3	0.45
	TOTAL	1.00	15	2.65

Sesuai perhitungan table EFAS, diketahui bahwa faktor peluang 2,20 serta faktor ancaman 0,45. Sedangkan nilai EFAS secara holistik 2,65. Di matriks IE, skor 2,65 berada pada atas homogen pada kategori.

Diagram matrik SWOT

Diagram matriks SWOT ialah tahapan analisis selanjutnya sehabis table IFAS serta EFAS dirancang. Selain itu, posisi wisatawan pada diagram matriks SWOT bisa ditunjukkan menggunakan:

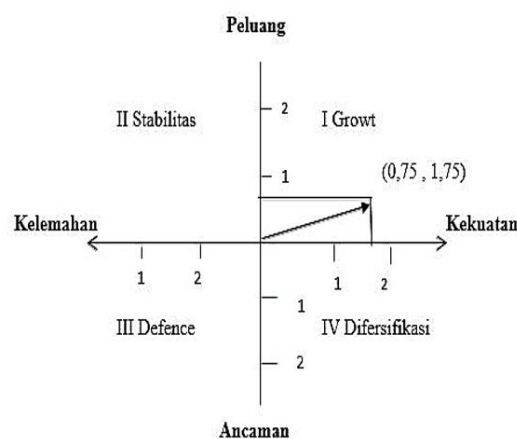
$X = \text{Total skor kekuatan (S)} - \text{Total Skor Kelemahan (W)}$

$Y = \text{Total Skor peluang (O)} - \text{Total Skor Ancaman (T)}$

$X = 1,95 - 1,20$, Jadi $X = 0,75$

$Y = 2,20 - 0,45$, Jadi $Y = 1,75$

Akibat perhitungan tadi bisa digambarkan pada diagram matriks SWOT terlihat Gambar 1. pada bawah:



Picture 1. Curup Waterfall Japan SWOT Diagram

Sesuai diagram matrik SWOT pada atas, objek wisata Curup Jepun diketahui bahwa lingkungan dihadapi mempunyai peluang cukup lebih besar buat dibandingkan menggunakan ancamannya, sedangkan kekuatan cukup memiliki peluang yang lebih besar buat dibandingkan menggunakan ancamannya. Sedangkan kekuatannya relatif lebih unggul asal kelemahannya. Taktik akan diterapkan pada keadaan ialah menggunakan mendukung kebijakan pertumbuhan agresif. Dimana pengelola Air Terjun Curup Jepun wajib

menyesuaikan diri menggunakan perkembangan lingkungan, mirip. B. mempertinggi wahana serta prasarana mirip membentuk rest area, membentuk tower jaringan internet, serta menambah taman bermain anak.

Table 4. SWOT Matrix Diagram of Curup Waterfall, Japan

IFAS EFAS	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	1) Lingkungan alami serta asri 2) Ramai dikunjungi terutama hari libur 3) Tempat dekat serta mudah dijangkau	1) Jalan masih dalam tahap perehapan 2) Tidak ada jalur akses internet 3) Kurangnya perhatian pemerintah
<i>Opportunity</i>	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
1) Sering di jadikan tempat photo prewedding. 2) Bisa membeli oleh-oleh seperti souvenir. 3) Ada tempat berenang khusus anak-anak.	Pihak wisata mengembangkan lingkungan alami serta asri agar selalu menarik wisatawan untuk berkunjung.	Pemerintah hendaknya melakukan pengembangan potensi serta fasilitas guna mempertahankan ketertarikan
<i>Threath</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
1)Perjalanan menuju lokasi ekstrim 2)Daerah perhutanan 3)Jalan masih banyak yang berlubang	Hendak nya pihak air terjun Curup Jepun diharuskan untuk membuat sekitar area wisata menambahkan wahana serta spot photo pengunjung.	Pihak pemerintah harus bergerak dalam mengembangkan wisata agar memberikan akses internet .

PENUTUP

Kesimpulan

Sesuai akibat analisis SWOT tersimpulkan jika beberapa taktik pengembangan bisa diterapkan di Air Terjun Curup Jepun, diantaranya, menambah lebih banyak spot foto serta permainan spesifik buat anak, penyelesaian jalan pada termin rehabilitasi serta pembangunan menara bisa Anda akses internet pada bidang pariwisata serta sekitarnya.

Saran

Asal akibat uraian serta pembahasan ditemukan, ada beberapa saran primer bisa dipertimbangkan oleh pengelola Wisata Air Terjun Curup Jepun menjadi berikut:

1. Pihak pengelola diperlukan menyampaikan perhatian spesifik di pariwisata, contohnya menggunakan menambah daerah serta permainan spesifik buat anak-anak.

2. Pemerintah diperlukan menyampaikan perhatian spesifik di pariwisata menggunakan menyediakan akses Internet, serta perbaikan berkelanjutan akan diselesaikan buat menaikkan pariwisata Air Terjun Curup Jepun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L. N. (2022). Pengaruh Inflasi, Bank Indonesia Rate Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Transportasi Dan Logistik Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4), 219-234.
- Asmara, R., Ayu, K. (2017). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Profesi Akuntansi Di Indonesia. 2(1), 51 – 54
- Assauri, Sofia. 2008. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep serta taktik*. Edisi pertama. Cetakan keempat. Penerbit Rajawali. Jakarta
- Bahri, Syaiful. (2020). *Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS*. Yogyakarta: Andi.
- Koetler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi serta Pengendalian*, Edisi Kesebelas. Diterjemahkan, Hendra Teguh. Jakarta: Redaktur PT Prenhallindo.
- Munadi, Fandi Ahmad. 2009. Analisis taktik pemasaran buat mempertinggi penjualan kendaraan bermotor CV. Mesin Turangga Mas
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Analisis perkara usaha*. Jakarta: Gramedia Pustaka primer
- Redaputri, Appin Purisky serta Barusman, M Yusuf S. taktik Pembangunan Ekonomi 2018 Provinsi Lampung. Universitas Telekomunikasi. *Jurnal Manajemen Indonesia* (Vol. 18(dua), hlm. 86-93, 2018).
- Ulya, Nadrotul. 2016. Analisis taktik pemasaran buat mempertinggi penjualan di PT. Baja Bhirawa. Fakultas Ekonomi Surabaya Perbanabana Surabaya.

