

Mengembangkan Potensi Wisata Way Tebing Ceppa: Pendekatan Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Produk Wisata

Radja Arfinda Prasetya^{1a*}, Muhammad Abby Risky^{2b}, Ika Salsabila Saputri^{3c},
Ajeng Anisa Saputri^{4d}, Angel Desviana^{5e}, Jessllyn Herry Gunawan^{6f}
Yusminar Wahyuningsih^{7g}

a, b, c, d, e, f, g Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

^a Radjaarfinda12@gmail.com

^b muhamadaby613@gmail.com

^c jessllynherrygunawan@gmail.com

^d ikasalsabila54@gmail.com

^e ajeng00978@gmail.com

^f angeldesviana6@gmail.com

^g yusminar@darmajaya.ac.id

Abstract

Way Tebing Cepa is one of the gems for tourism destination in Indonesia with beautiful natural and cultural attractions. This research aims to identify the potential and challenges of Way Tebing Cepa tourism development by applying SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) and formulate various strategies for sustainable tourism product development. The analysis shows that the main strengths of Way Tebing Cepa are its natural scenery and the uniqueness of its community culture. On the other hand, Way Tebing Cepa has weaknesses characterized by the lack of adequate infrastructure facilities and insufficient promotion. Given these problems, the two suggested development strategies are improvement of infrastructure facilities, widening of tourism types, and cooperation with local residents including the use of information technology for advertising. The essence of these strategies is to strengthen Way Tebing Cepa's competitive advantage as a tourist destination, improve community welfare, and help protect the environment.

Keywords: *Way Tebing Cepa; SWOT Analysis; Tourism Development Strategy; Tourism Destination; Tourism Product Development*

Abstrak

Way Tebing Cepa adalah salah satu permata untuk tujuan pariwisata di negara Indonesia dengan atraksi alam dan budaya yang indah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan pengembangan pariwisata Way Tebing Cepa dengan menerapkan analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) dan merumuskan berbagai strategi untuk pengembangan produk pariwisata yang berkelanjutan. Analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama Way Tebing Cepa adalah pemandangan alam dan keunikan budaya masyarakatnya. Di sisi lain, Way Tebing Cepa memiliki kelemahan yang ditandai dengan kurangnya fasilitas infrastruktur yang memadai dan promosi yang tidak cukup. Mengingat masalah ini, dua strategi pengembangan yang disarankan adalah perbaikan fasilitas infrastruktur, pelebaran jenis pariwisata, dan kerja sama dengan penduduk setempat termasuk penggunaan teknologi informasi untuk periklanan. Esensi dari strategi ini adalah memperkuat keunggulan kompetitif Way Tebing Cepa sebagai tujuan wisata, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan membantu melindungi lingkungan.

Kata Kunci: *Way Tebing Cepa; Analisis SWOT; Strategi Pengembangan Wisata; Destinasi Wisata; Pengembangan Produk Wisata*

1. Pendahuluan

Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat beragam, menjadikannya salah satu destinasi wisata unggulan di dunia. Salah satu potensi wisata yang belum banyak diketahui namun memiliki prospek besar untuk dikembangkan adalah Way Tebing Cepa. Sebagai salah satu destinasi wisata alam, Way Tebing Cepa menawarkan keindahan alam yang unik dan beragam aktivitas rekreasi yang dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Namun, dalam mengembangkan potensi wisata ini, diperlukan pendekatan yang strategis dan terencana agar pengelolaan wisata dapat memberikan manfaat maksimal, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis potensi dan tantangan pengembangan wisata ini adalah

pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini akan membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi Way Tebing Cepa dalam pengembangannya sebagai destinasi wisata unggulan.

Selanjutnya, hasil analisis SWOT ini akan digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan produk wisata yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Strategi pengembangan produk wisata ini mencakup aspek peningkatan fasilitas, diversifikasi aktivitas wisata, penguatan promosi, serta pelibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata. Dengan pendekatan yang terintegrasi, diharapkan Manner Tebing Cepa dapat menjadi destinasi wisata yang mampu berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus melestarikan nilai - nilai budaya dan lingkungan setempat.

Pendekatan ini penting untuk memastikan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar wisata regional maupun global. Way Tebing Ceppa merupakan salah satu destinasi wisata pemandian alami dari sumber mata air pegunungan langsung yang terletak di kaki Gunung Rajabasa tepatnya di Desa Taman Baru (Pekon biting) Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan.

Pemandian Alami Way Tebing Ceppa (WTC) berjarak kurang lebih 1 KM dari jalan utama Desa Taman Baru dan memiliki jarak tempuh 9 KM dari Pusat Kota Kalianda/Ibu Kota Kabupaten Lampung Selatan yang hanya memakan waktu 15 Menit. Wisata ini merupakan tempat yang sangat menarik untuk anda kunjungi karena mengangkat tema wisata alam Gunung Rajabasa yang memiliki mata air yang mengalir langsung untuk di nikmati para pengunjung lokal maupun di luar kabupaten lampung selatan, mengingat jarak yang tidak terlalu jauh dari gerbang Sumatera dan kota lainnya karena sudah ada akses melalui jalan tol yang jika dihitung hanya memakan waktu 1,5 Jam dari Kota Bandar Lampung dan kurang lebih 5 jam dari kota Palembang.

Selain itu wisata pemandian alami Way Tebing Ceppa (WTC) yang di kelola kelompok sadar wisata (Pokdarwis) ini juga menawarkan panorama alam kaki Gnung Rajabasa yang masih Asri dan terjaga kelestariannya sehingga sangat mendukung untuk berfoto sambil menikmati suguhan spot-spot alam yang ada di seputaran wisata tersebut. Perjalanan Wisata Pemandian Alami Way Tebing Ceppa (WTC), di awali pada tahun 2018 sebagai salah satu objek wisata berpotensi di kaki gunung Rajabasa yang di dimanfaatkan Oleh sebagian Masyarakat Desa Taman Baru dari berbagai unsur dengan semangat kebersamaan dan gotong royong, dan dengan segala keterbatasan hanya bermodal semangat dan dukungan kemudian membuahkan hasil hingga terbentuklah Kelompok Sadar Wisata

2. Kerangka Teori

2.1 Kerangka Teori Pengembangan Wisata Way Tebing Ceppa

Way Tebing Ceppa merupakan salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang, dengan potensi besar untuk menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Untuk mengembangkan destinasi wisata ini, dibutuhkan suatu pendekatan yang mengintegrasikan berbagai teori dan konsep dalam bidang pengembangan wisata, baik dari segi ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, maupun manajerial. Berikut adalah kerangka teori pengembangan wisata yang dapat diterapkan pada Way Tebing Ceppa:

1. Teori Ekonomi Pariwisata

Teori ini menyoroti dampak ekonomi yang dihasilkan oleh sektor pariwisata. Beberapa poin yang relevan dengan pengembangan Way Tebing Ceppa antara lain: Pendapatan dan Penciptaan Lapangan Kerja: Pengembangan wisata Way Tebing Ceppa dapat memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat lokal melalui penciptaan lapangan kerja di sektor perhotelan, restoran, transportasi, dan sektor terkait lainnya. Dampak Multiplier: Pengunjung yang datang ke Way Tebing Ceppa akan membelanjakan uang untuk berbagai layanan yang ada di sekitarnya, menciptakan efek multiplier yang dapat merangsang perekonomian lokal. Peningkatan Infrastruktur dan Investasi: Investasi dalam infrastruktur pariwisata, seperti akses jalan, fasilitas umum, dan transportasi, akan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan.

2. Teori Keberlanjutan dan Pengelolaan Sumber Daya Alam

Mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan adalah kunci untuk pengembangan destinasi wisata yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat setempat. Keberlanjutan (Sustainability): Pengembangan wisata di Way Tebing Ceppa harus memperhatikan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Ini mencakup pengelolaan sumber daya alam, minimisasi dampak negatif terhadap ekosistem lokal, serta memperkuat hubungan dengan komunitas lokal.

Teori Carrying Capacity: Mengidentifikasi kapasitas daya dukung Way Tebing Ceppa dalam menerima jumlah wisatawan tanpa menyebabkan kerusakan alam atau mengurangi kualitas pengalaman wisata.

Ecotourism: Memanfaatkan keindahan alam di Way Tebing Ceppa sebagai daya tarik utama yang dapat menarik wisatawan, namun dengan prinsip pelestarian alam dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata yang bertanggung jawab.

3. Teori Pengalaman Wisatawan

Pengalaman wisatawan adalah hal yang paling mendasar dalam pengembangan pariwisata. Teori ini fokus pada bagaimana wisatawan mengonsumsi pengalaman mereka selama berada di destinasi.

Model Servqual (Kualitas Layanan): Untuk memastikan kualitas pengalaman wisatawan, pengelolaan Way Tebing Ceppa harus mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung, baik itu dalam bentuk pelayanan di penginapan, fasilitas wisata, maupun aktivitas di lokasi.

Teori Pengalaman (Experience Economy): Pengembangan Way Tebing Ceppa harus menawarkan pengalaman yang unik dan otentik yang berkesan bagi pengunjung, misalnya melalui wisata alam, petualangan, atau pengalaman budaya yang mendalam.

Pengalaman Sensori dan Emosional: Way Tebing Ceppa dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dengan memanfaatkan kekayaan alamnya, seperti pemandangan tebing yang spektakuler, udara segar, dan potensi wisata petualangan seperti pendakian atau trekking.

4. Teori Pemasaran Pariwisata

Teori pemasaran pariwisata sangat penting dalam mengenalkan Way Tebing Ceppa ke pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional.

Segmentasi Pasar: Menentukan segmen pasar yang sesuai dengan karakteristik Way Tebing Ceppa, seperti wisatawan petualangan, wisatawan keluarga, atau wisatawan pencari pengalaman alam dan budaya.

Branding Destinasi: Membangun identitas dan citra Way Tebing Ceppa sebagai destinasi wisata yang unik dan menarik. Branding yang kuat akan menarik lebih banyak wisatawan dan memperkuat citra destinasi sebagai tempat yang patut dikunjungi.

Pemasaran Berbasis Pengalaman: Menggunakan teknik pemasaran berbasis pengalaman untuk menarik wisatawan, seperti mempromosikan pengalaman alam yang autentik dan berbeda dari destinasi wisata lainnya.

5. Teori Sosial dan Budaya

Pengembangan wisata di Way Tebing Ceppa tidak hanya mempengaruhi ekonomi tetapi juga aspek sosial dan budaya masyarakat lokal. Beberapa teori yang relevan adalah:

Teori Dampak Sosial Pariwisata: Pengembangan wisata di Way Tebing Ceppa dapat memiliki dampak positif dan negatif terhadap masyarakat lokal. Dampak positif termasuk peningkatan kesejahteraan ekonomi melalui peluang kerja, sementara dampak negatif bisa berupa perubahan sosial dan budaya yang tidak diinginkan.

Teori Penyimpangan Budaya (Cultural Commodification): Dalam mengembangkan wisata, perlu dipastikan bahwa budaya lokal tidak dikomersialkan dengan cara yang merusak nilai-nilai asli. Oleh karena itu, perlu pendekatan yang sensitif terhadap kebudayaan lokal dan pelestariannya.

Partisipasi Masyarakat Lokal: Pengembangan Way Tebing Ceppa seharusnya melibatkan masyarakat lokal dalam proses perencanaan dan pelaksanaan, agar mereka merasakan manfaat langsung dan berperan aktif dalam menjaga kelestarian budaya serta alam mereka.

6. Teori Manajemen dan Perencanaan Pariwisata

Manajemen yang baik adalah kunci utama untuk mengembangkan Way Tebing Ceppa secara berkelanjutan dan efektif. Perencanaan Pariwisata Terpadu: Perencanaan yang menyeluruh mencakup berbagai aspek seperti infrastruktur, fasilitas umum, kegiatan wisata, dan keberlanjutan lingkungan. Semua elemen ini harus saling mendukung agar wisata Way Tebing Ceppa berkembang secara harmonis.

Manajemen Destinasi: Pengelolaan Way Tebing Ceppa harus melibatkan semua pihak terkait, seperti pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat. Koordinasi yang baik antar stakeholder akan membantu dalam menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan.

Teori Stakeholder: Identifikasi dan keterlibatan stakeholder, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, pelaku usaha, dan wisatawan, sangat penting untuk memastikan bahwa pengembangan Way Tebing Ceppa menguntungkan bagi semua pihak.

7. Teori Teknologi dan Inovasi dalam Pariwisata

Perkembangan teknologi dapat membantu meningkatkan pengalaman wisatawan dan memperkenalkan Way Tebing Ceppa ke audiens yang lebih luas.

Penggunaan Teknologi Digital: Platform online, aplikasi mobile, dan media sosial bisa digunakan untuk memasarkan Way Tebing Ceppa, menawarkan informasi secara real-time, serta mempermudah proses pemesanan dan komunikasi dengan pengunjung.

Inovasi dalam Produk Wisata: Menyediakan berbagai produk wisata yang inovatif, seperti tur virtual, penggunaan augmented reality (AR) untuk memberikan pengalaman interaktif kepada pengunjung, atau program wisata yang menggabungkan budaya lokal dengan teknologi.

8. Teori Globalisasi dan Pariwisata

Pengaruh globalisasi dapat mempengaruhi pola perjalanan wisatawan, yang bisa berdampak pada Way Tebing Ceppa.

Wisatawan Global: Menarik wisatawan dari berbagai negara, baik untuk wisata alam maupun petualangan, dengan memperhatikan tren dan kebutuhan wisatawan internasional.

Wisata Kustomisasi: Dengan meningkatnya permintaan wisata yang lebih personal, Way Tebing Ceppa dapat menyediakan pengalaman yang lebih terpersonalisasi bagi pengunjung yang mencari pengalaman autentik.

9. Teori Pengembangan Destinasi Wisata Way Tebing Ceppa, Lampung

Pengembangan Way Tebing Ceppa sebagai destinasi wisata membutuhkan pendekatan yang terintegrasi dan multidimensional, mencakup teori-teori yang berkaitan dengan daya tarik wisata, manajemen destinasi, keberlanjutan, serta pemasaran pariwisata. Berikut adalah beberapa teori yang relevan dalam pengembangan Way Tebing Ceppa sebagai destinasi wisata di Lampung:

10. Teori Model Sistem Destinasi Wisata (Tourism Destination System Theory)

Teori ini berfokus pada bagaimana sebuah destinasi wisata adalah sebuah sistem yang terdiri dari berbagai elemen yang saling berinteraksi, seperti daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan pengelolaan. Setiap elemen memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan.

Komponen Sistem Destinasi Wisata:

- a. Daya Tarik Wisata (Attractions): Way Tebing Ceppa memiliki potensi alam yang luar biasa, seperti tebing, air terjun, dan jalur trekking yang indah. Daya tarik ini harus dikelola dengan baik agar dapat menarik wisatawan.
- b. Aksesibilitas (Accessibility): Untuk menjangkau Way Tebing Ceppa, aksesibilitas sangat penting, baik dari segi transportasi (jalan raya, angkutan umum) maupun kemudahan navigasi di lokasi. Penyediaan akses yang mudah akan meningkatkan jumlah pengunjung.
- c. Fasilitas (Facilities): Menyediakan fasilitas yang mendukung pengalaman wisatawan, seperti tempat parkir, toilet, penginapan, restoran, dan pusat informasi. Fasilitas ini harus memenuhi kebutuhan wisatawan dengan tetap memperhatikan keberlanjutan.
- d. Pengelolaan (Management): Pengelolaan destinasi yang efisien melibatkan perencanaan dan pengorganisasian berbagai aktivitas, termasuk pelatihan untuk pemandu wisata lokal, pengelolaan sampah, serta keamanan dan kenyamanan pengunjung.

Implementasi dalam Way Tebing Ceppa:

- a. Mengintegrasikan seluruh elemen tersebut secara harmonis untuk menciptakan destinasi yang tidak hanya menarik, tetapi juga nyaman dan aman untuk dikunjungi.
- b. Menyusun rencana pengelolaan yang melibatkan masyarakat lokal dalam setiap aspek pengelolaan destinasi.

Sumber:

- Leiper (1990): Teori ini menganggap destinasi wisata sebagai sebuah sistem yang terdiri dari elemen-elemen yang saling terkait dan saling mendukung untuk menciptakan pengalaman wisata yang optimal.

11. Teori Manajemen Destinasi Wisata (Destination Management Theory)

Teori ini menekankan pentingnya pengelolaan destinasi wisata yang holistik, di mana pengelolaan mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi seluruh aktivitas yang terjadi di destinasi tersebut. Manajemen destinasi yang baik dapat mengarahkan destinasi menuju pengembangan yang berkelanjutan.

Elemen Kunci dalam Manajemen Destinasi Wisata:

- a. Perencanaan Strategis: Merencanakan tujuan dan strategi pengembangan jangka panjang untuk Way Tebing Ceppa, dengan mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan potensi sumber daya yang ada.
- b. Koordinasi Antar Stakeholder: Pengelolaan destinasi wisata memerlukan koordinasi antara berbagai pihak terkait, seperti pemerintah daerah, pengusaha pariwisata, masyarakat lokal, serta lembaga konservasi. Koordinasi ini penting untuk menciptakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan.
- c. Pemasaran Destinasi: Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan Way Tebing Ceppa baik di tingkat lokal, regional, maupun internasional.

Implementasi dalam Way Tebing Ceppa:

- a. Menyusun rencana pengembangan jangka panjang yang fokus pada peningkatan kualitas destinasi, peningkatan fasilitas, serta pemasaran yang lebih luas.
- b. Membangun kolaborasi antara pemerintah daerah, sektor swasta, dan masyarakat lokal dalam pengelolaan Way Tebing Ceppa.

Sumber:

- Buhalis (2000): Mengemukakan bahwa manajemen destinasi wisata melibatkan koordinasi berbagai sektor dan pemangku kepentingan untuk menciptakan pengalaman wisata yang unggul.

12. Teori Keberlanjutan Pariwisata (Sustainable Tourism Development Theory)

Keberlanjutan menjadi kunci dalam pengembangan destinasi wisata, terutama bagi destinasi alam seperti Way Tebing Ceppa yang memiliki potensi ekosistem yang sensitif. Keberlanjutan pariwisata mencakup perlindungan lingkungan, pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, dan pelestarian budaya.

Prinsip Keberlanjutan dalam Pariwisata:

- a. Keberlanjutan Lingkungan: Melindungi ekosistem lokal agar tetap lestari meskipun destinasi wisata berkembang. Hal ini meliputi pengelolaan sampah, konservasi flora dan fauna, serta perencanaan infrastruktur yang ramah lingkungan.
- b. Keberlanjutan Sosial: Menjamin bahwa pengembangan wisata memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal tanpa merusak struktur sosial dan budaya mereka.
- c. Keberlanjutan Ekonomi: Memastikan bahwa pariwisata berkontribusi pada perekonomian daerah dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal.

Implementasi dalam Way Tebing Ceppa:

- a. Mengedepankan prinsip ekowisata dalam mengembangkan Way Tebing Ceppa. Membangun fasilitas yang ramah lingkungan, seperti penginapan berbasis ekowisata dan jalur trekking yang tidak merusak alam.
- b. Melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan, serta memastikan mereka mendapat manfaat langsung dari keberadaan wisata ini.
- c. Memastikan bahwa wisata yang berkembang tidak menyebabkan kerusakan pada tebing, hutan, atau flora dan fauna di sekitar.

Sumber:

- UNWTO (United Nations World Tourism Organization): Menyatakan bahwa keberlanjutan dalam pariwisata harus mengintegrasikan tiga aspek utama: lingkungan, sosial, dan ekonomi untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang.

13. Teori Daya Tarik Wisata (Tourism Attraction Theory)

Teori daya tarik wisata berfokus pada elemen-elemen yang membuat suatu destinasi menjadi menarik bagi wisatawan. Daya tarik utama suatu destinasi seringkali berasal dari keunikan alam, sejarah, budaya, atau fasilitas yang ditawarkan.

Komponen Daya Tarik dalam Pengembangan Way Tebing Ceppa:

- a. Daya Tarik Alam: Keindahan alam Way Tebing Ceppa, seperti tebing-tebing dramatis dan air terjun, merupakan daya tarik utama yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk wisata alam dan petualangan.
- b. Daya Tarik Budaya: Budaya dan tradisi masyarakat sekitar dapat menjadi elemen penting dalam daya tarik wisata. Pengembangan wisata budaya, seperti festival atau kegiatan berbasis budaya lokal, bisa menambah pengalaman bagi wisatawan.
- c. Pengalaman Wisata yang Autentik: Wisatawan saat ini mencari pengalaman yang unik dan autentik. Menghadirkan pengalaman yang berfokus pada interaksi langsung dengan alam dan budaya lokal dapat menambah daya tarik Way Tebing Ceppa.

Implementasi dalam Way Tebing Ceppa:

- a. Memperkenalkan lebih banyak aktivitas yang menonjolkan keindahan alam Way Tebing Ceppa, seperti trekking, camping, dan wisata petualangan lainnya.
- b. Mengembangkan produk wisata berbasis budaya yang mengangkat tradisi lokal, seperti kerajinan tangan atau kuliner khas Lampung, yang bisa menjadi daya tarik tambahan.

Sumber:

- Leiper (1990): Menyatakan bahwa daya tarik adalah elemen utama dalam pariwisata, dan harus dikelola dengan baik untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi wisatawan.

14. Teori Pemasaran Destinasi Wisata (Destination Marketing Theory)

Pemasaran destinasi wisata sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu destinasi. Pemasaran yang efektif dapat menarik lebih banyak wisatawan dan menciptakan citra positif tentang destinasi tersebut.

Strategi Pemasaran yang Dapat Digunakan untuk Way Tebing Ceppa:

- a. Branding dan Identitas Destinasi: Membangun identitas yang kuat untuk Way Tebing Ceppa sebagai destinasi wisata alam yang menakjubkan dan ramah lingkungan.
- b. Pemasaran Digital: Menggunakan platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi wisata untuk mempromosikan Way Tebing Ceppa kepada audiens yang lebih luas.
- c. Kerjasama dengan Pihak Ketiga: Bermitra dengan agen perjalanan, hotel, dan restoran untuk menawarkan paket wisata terintegrasi yang menarik.

Implementasi dalam Way Tebing Ceppa:

- a. Mengembangkan kampanye pemasaran yang menonjolkan keindahan alam dan potensi ekowisata.
- b. Meningkatkan promosi melalui media sosial, situs web, dan platform wisata internasional untuk menarik wisatawan domestik dan internasional.

Sumber:

- Kotler et al. (2016): Menyebutkan bahwa destinasi wisata harus memiliki citra yang jelas dan konsisten dalam pemasaran, serta memanfaatkan berbagai saluran untuk mencapai

2.2. Pustaka Rujukan

Way Tebing Ceppa adalah destinasi wisata alam yang terletak di Desa Taman Baru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Daya tarik utamanya adalah kolam pemandian alami dengan air yang berasal langsung dari mata air pegunungan Gunung Rajabasa, menawarkan kesegaran dan suasana asri bagi pengunjung.

Lokasi ini berjarak sekitar 9 km dari pusat Kota Kalianda dan dapat dicapai dalam waktu sekitar 1,5 hingga 2 jam perjalanan dari Kota Bandar Lampung. Fasilitas yang tersedia meliputi kamar bilas, warung, dan area parkir yang luas. Biaya masuknya terjangkau, dengan tiket masuk sekitar Rp3.000 per orang, parkir motor Rp3.000, dan parkir mobil Rp10.000.

Selain menikmati kesegaran air pegunungan, pengunjung juga dapat menikmati panorama indah Gunung Rajabasa yang menambah daya tarik tempat ini. Way Tebing Ceppa buka setiap hari mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB.

Untuk informasi lebih lanjut, Anda dapat mengunjungi artikel-artikel berikut:

"Way Tebing Ceppa: Hidden Gem di Kalianda Ada Kolam Alami Segar"

"Way Tebing Ceppa, Kolam Pemandian Jernih dan Alami yang Murah Meriah di Lampung Selatan"

"Berendam di Pemandian Way Tebing Ceppa Lampung Selatan Sambil Menikmati Panorama Gunung Rajabasa"

Semoga informasi ini membantu Anda dalam merencanakan kunjungan ke Way Tebing Ceppa.

2.3. Singkatan dan Akronim

Definisikan singkatan dan akronim pada kali pertama mereka menggunakan pada makalah, bahkan jika telah didefinisikan di abstrak. Singkatan yang sudah sangat dikenal tidak perlu didefinisikan. Jangan gunakan singkatan pada judul kecuali jika benar-benar tak dapat dihindari.

- WTC = Way Tebing Ceppa

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan jenis atau pendekatan penelitian kualitatif. Umumnya, strategi penelitian kualitatif cenderung menekankan penggunaan narasi dan logika induktif daripada kuantifikasi dalam pengumpulan dan analisis data (Bryman, 2012).

Pendekatan kualitatif Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Potensi ... Volume 14, Nomor 2, September 2024 147 digunakan untuk mencari tahu dan memahami pemaknaan yang diberikan oleh individu atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial (Creswell & Creswell, 2018).

Dalam proses penelitian kualitatif, Creswell & Creswell (2018) menjelaskan bahwa secara umum melibatkan serangkaian prosedur dan pertanyaan, kemudian analisis data dilakukan secara induktif, serta peneliti membuat interpretasi makna dari data yang telah dikumpulkan. Participant's meaning sangat penting dalam penelitian kualitatif, dimana dalam studi ini adalah perspektif dari pegiat wisata di Desa Karangrejo dan desa wisata lain di sekitar Borobudur.

Penelitian ini akan menggunakan sumber data primer sekaligus sekunder. Sumber data primer berupa dokumentasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara. Hal ini dilakukan untuk dapat menghasilkan penafsiran yang lebih akurat daripada hanya mengandalkan catatan pribadi peneliti (Yin, 2018). Kumpulan data ini berbentuk dokumentasi foto atau gambar, video, serta rekaman audio yang diambil berdasarkan persetujuan dari pihak yang bersangkutan. Selain itu, peneliti juga menggunakan bantuan data sekunder berupa literatur, dokumen, situs web resmi Desa Wisata Karangrejo ataupun berita di media mainstream lainnya yang relevan dan kredibel.

3.1 Metodologi pengembangan wisata Way Tebing Ceppa

Metodologi pengembangan wisata **Way Tebing Ceppa**, sebuah kawasan wisata alam yang terletak di Lampung, dapat melibatkan beberapa langkah terstruktur dan pendekatan yang menyeluruh untuk memastikan keberhasilan, keberlanjutan, dan pengelolaan yang baik. Proses ini harus mencakup aspek perencanaan, penelitian, pengelolaan, pemasaran, serta pemantauan dan evaluasi. Berikut ini adalah metodologi yang dapat diterapkan dalam pengembangan wisata Way Tebing Ceppa.

1. Identifikasi Potensi dan Pemahaman Kondisi Awal

Langkah pertama dalam metodologi pengembangan wisata adalah melakukan **identifikasi potensi** wisata Way Tebing Ceppa dan memahami kondisi awal dari destinasi tersebut. Pada tahap ini, dilakukan berbagai penelitian yang melibatkan pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan potensi alam, budaya, serta tantangan yang dihadapi.

Langkah-langkah:

- **Studi Lapangan:** Mengunjungi lokasi untuk memahami kondisi fisik dan potensi yang ada (contoh: tebing, aliran sungai, hutan, flora dan fauna, serta keunikan geologis atau sejarahnya).
- **Pengumpulan Data Primer:** Melakukan wawancara dengan masyarakat lokal, pengelola wisata, dan stakeholder terkait untuk menggali persepsi mereka tentang potensi dan tantangan pengembangan wisata.
- **Survey Pasar:** Mengumpulkan data tentang kebutuhan dan preferensi wisatawan yang relevan (misalnya wisatawan domestik, internasional, wisata petualangan, atau keluarga).

Tujuan: Memahami potensi wisata alam dan sosial serta menetapkan tantangan yang dihadapi, seperti aksesibilitas, infrastruktur, atau keterlibatan masyarakat lokal.

2. Perencanaan Pariwisata dan Pengelolaan Sumber Daya Alam

Setelah identifikasi potensi, langkah berikutnya adalah **perencanaan pariwisata** yang mendalam. Perencanaan ini harus mencakup konsep pengembangan yang berfokus pada keberlanjutan dan pengelolaan sumber daya alam dengan memperhatikan daya dukung lingkungan.

Langkah-langkah:

- **Analisis Sumber Daya Alam dan Budaya:** Mengidentifikasi nilai ekosistem yang ada dan budaya lokal yang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata. Ini bisa mencakup keindahan alam (seperti pemandangan tebing, sungai, dan flora/fauna), serta potensi budaya yang dapat digali (misalnya, tradisi lokal yang masih lestari).
- **Penentuan Daya Dukung Lingkungan (Carrying Capacity):** Menilai kapasitas lokasi untuk menampung wisatawan tanpa merusak ekosistem dan lingkungan sekitar. Ini termasuk analisis tentang pengelolaan limbah, perlindungan flora/fauna, serta konservasi tanah dan air.
- **Perencanaan Infrastruktur:** Menyusun rencana pengembangan fasilitas yang diperlukan, seperti jalan akses, tempat parkir, toilet umum, dan fasilitas penginapan yang ramah lingkungan. Infrastruktur ini harus mengutamakan aksesibilitas bagi wisatawan dengan memperhatikan aspek keberlanjutan dan dampak lingkungan.
- **Pengembangan Aktivitas Wisata:** Merancang kegiatan wisata yang sesuai dengan karakteristik alam Way Tebing Ceppa, seperti trekking, camping, wisata edukasi tentang konservasi alam, atau wisata petualangan (misalnya, rappelling di tebing).

Tujuan: Menciptakan perencanaan yang menyeluruh yang mengintegrasikan keberlanjutan lingkungan, ekonomi, sosial, dan budaya.

3. Pelibatan Stakeholder dan Partisipasi Masyarakat Lokal

Keberhasilan pengembangan wisata di Way Tebing Ceppa bergantung pada **pelibatan stakeholder** dan **partisipasi aktif masyarakat lokal**. Hal ini penting agar pengembangan destinasi dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus menjaga kelestarian sosial dan budaya.

Langkah-langkah:

- **Fasilitasi Diskusi dengan Stakeholder:** Mengadakan pertemuan dengan pemerintah daerah, sektor swasta (pengusaha pariwisata, hotel, restoran, dll.), serta masyarakat lokal untuk memastikan keterlibatan mereka dalam proses perencanaan dan pengelolaan.
- **Pemberdayaan Masyarakat Lokal:** Menyediakan pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat setempat mengenai keterampilan yang dibutuhkan dalam industri pariwisata, seperti pemandu wisata, keterampilan perhotelan, dan pengelolaan lingkungan.
- **Peningkatan Kapasitas Pengelola Wisata:** Membangun kapasitas pengelola destinasi wisata di Way Tebing Ceppa untuk mengelola wisata secara profesional, dengan fokus pada pelayanan yang berkualitas dan pelestarian lingkungan.

Tujuan: Memastikan bahwa masyarakat lokal merasa dilibatkan dan mendapatkan manfaat langsung dari pengembangan wisata, sambil menjaga kelestarian budaya dan lingkungan.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran

Setelah perencanaan selesai, langkah berikutnya adalah merancang **strategi pemasaran** yang efektif untuk menarik wisatawan, baik domestik maupun internasional. Pemasaran harus memperkenalkan Way Tebing Ceppa sebagai destinasi yang unik dengan daya tarik alam dan budaya yang khas.

Langkah-langkah:

- **Branding Destinasi:** Membangun identitas yang jelas untuk Way Tebing Ceppa sebagai destinasi wisata, dengan fokus pada kekuatan utama kawasan ini (misalnya, pemandangan alam yang indah, aktivitas petualangan, atau potensi ekowisata).
- **Pemasaran Digital:** Memanfaatkan media sosial, situs web, dan aplikasi wisata untuk mempromosikan Way Tebing Ceppa. Pemasaran digital dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan muda yang tertarik dengan petualangan dan ekowisata.
- **Kolaborasi dengan Agen Perjalanan:** Menjalin kemitraan dengan agen perjalanan dan platform pemesanan wisata untuk menawarkan paket wisata yang mencakup Way Tebing Ceppa.

Tujuan: Meningkatkan visibilitas dan daya tarik Way Tebing Ceppa sebagai destinasi wisata yang unik, serta menjangkau berbagai segmen pasar.

5. Implementasi dan Pengelolaan Operasional

Setelah rencana disusun dan strategi pemasaran dipersiapkan, tahap selanjutnya adalah **implementasi pengelolaan operasional** destinasi wisata. Pengelolaan ini mencakup pengawasan aktivitas wisata, pemeliharaan fasilitas, dan penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan.

Langkah-langkah:

- **Penyediaan Fasilitas:** Mengembangkan dan memastikan fasilitas yang memadai untuk wisatawan, seperti tempat parkir, toilet, tempat istirahat, serta akomodasi yang sesuai dengan konsep wisata ramah lingkungan.
- **Manajemen Kunjungan:** Menetapkan sistem pembatasan jumlah pengunjung per hari atau penggunaan tiket untuk mengontrol kunjungan agar tidak melebihi kapasitas daya dukung.
- **Monitoring dan Pemeliharaan:** Secara rutin memantau kondisi lingkungan, kebersihan, dan keamanan destinasi, serta memperbaiki fasilitas jika diperlukan.
- **Kepatuhan terhadap Standar Keberlanjutan:** Memastikan semua operasional wisata mematuhi prinsip-prinsip keberlanjutan, seperti pengelolaan sampah, pelestarian alam, dan konservasi budaya.

Tujuan: Menyediakan pengalaman wisata yang aman, nyaman, dan bertanggung jawab, sambil meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat.

6. Pemantauan dan Evaluasi

Setelah implementasi, dilakukan tahap **pemantauan dan evaluasi** untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan serta dampak yang ditimbulkan dari pengembangan wisata.

Langkah-langkah:

- **Pengumpulan Data Evaluasi:** Mengumpulkan data tentang jumlah pengunjung, pendapatan yang dihasilkan, dampak terhadap masyarakat lokal, dan perubahan kondisi lingkungan.
- **Survei Kepuasan Wisatawan:** Melakukan survei kepada wisatawan untuk menilai kepuasan mereka terhadap fasilitas, pelayanan, dan keseluruhan pengalaman wisata di Way Tebing Ceppa.
- **Penyesuaian dan Perbaikan:** Berdasarkan hasil evaluasi, melakukan penyesuaian terhadap strategi yang tidak efektif atau memperbaiki aspek yang perlu ditingkatkan.

Tujuan: Untuk memastikan bahwa pengembangan wisata berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan, serta memberikan dasar untuk perbaikan berkelanjutan.

3.2 Teori SWOT

Teori pengembangan pariwisata adalah suatu kerangka kerja yang digunakan untuk merencanakan dan mengelola pengembangan pariwisata dengan mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan. Teori ini relevan dalam industri pariwisata karena dapat membantu mengurangi dampak negatif pariwisata, seperti kerusakan lingkungan, kerusakan budaya, dan ketimpangan ekonomi. Dengan menerapkan teori pengembangan pariwisata, destinasi pariwisata dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat setempat.

Pentingnya menjaga kelestarian budaya dan alam dalam industri pariwisata tidak dapat diragukan lagi. Budaya dan alam adalah aset berharga yang harus dijaga dan dilestarikan untuk generasi mendatang. Namun, pariwisata juga dapat memiliki dampak negatif terhadap budaya dan alam. Contohnya, pariwisata massal dapat menyebabkan komersialisasi budaya, hilangnya keaslian budaya, dan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi destinasi pariwisata untuk mengadopsi prinsip-prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan guna menjaga kelestarian budaya dan alam.

Prinsip-prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan meliputi penggunaan sumber daya alam secara bijaksana, perlindungan lingkungan, pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, partisipasi masyarakat setempat, dan penghormatan terhadap budaya lokal. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, destinasi pariwisata dapat mengurangi dampak negatif pariwisata dan memastikan keberlanjutan industri pariwisata. Misalnya, dengan menggunakan energi

terbarukan dan mengurangi penggunaan bahan kimia berbahaya, destinasi pariwisata dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan berbeda dengan pembangunan pariwisata tradisional. Pembangunan pariwisata berkelanjutan berfokus pada keberlanjutan jangka panjang, sementara pembangunan pariwisata tradisional cenderung berfokus pada pertumbuhan ekonomi dan jumlah kunjungan wisatawan. Dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan, penting untuk mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari kegiatan pariwisata. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat dalam pengambilan keputusan, mempromosikan keadilan sosial dan ekonomi, dan melindungi lingkungan alam.

Pariwisata dapat memiliki dampak negatif terhadap budaya dan alam. Contohnya, pariwisata massal dapat menyebabkan komersialisasi budaya, hilangnya keaslian budaya, dan kerusakan lingkungan. Di beberapa destinasi pariwisata, budaya lokal telah menjadi komoditas yang dijual kepada wisatawan, yang mengakibatkan hilangnya keaslian budaya. Selain itu, pariwisata juga dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, seperti pencemaran air dan udara, kerusakan ekosistem, dan hilangnya habitat satwa liar.

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Salah satunya adalah diversifikasi produk pariwisata, yaitu mengembangkan berbagai jenis produk pariwisata yang beragam untuk menarik wisatawan dengan minat yang berbeda. Strategi lainnya adalah pengembangan pariwisata berbasis komunitas, di mana masyarakat setempat terlibat dalam pengambilan keputusan dan mendapatkan manfaat ekonomi langsung dari pariwisata. Selain itu, penggunaan teknologi hijau dan pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana juga merupakan strategi penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Peran masyarakat sangat penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Masyarakat setempat dapat berkontribusi dalam pengambilan keputusan, melindungi dan mempromosikan budaya lokal, serta mengelola sumber daya alam dengan bijaksana. Melibatkan masyarakat setempat juga dapat meningkatkan partisipasi dan kepemilikan dalam industri pariwisata, sehingga mereka dapat mendapatkan manfaat ekonomi langsung dari pariwisata. Selain itu, masyarakat setempat juga dapat menjadi duta pariwisata yang baik dengan mempromosikan destinasi mereka kepada wisatawan.

Di Indonesia, implementasi teori pengembangan pariwisata berkelanjutan telah menjadi fokus utama dalam pengembangan pariwisata. Pemerintah Indonesia telah mengadopsi prinsip-prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan dalam kebijakan pariwisata nasional. Misalnya, pemerintah telah meluncurkan program pengembangan pariwisata berkelanjutan di beberapa destinasi pariwisata, seperti Bali, Lombok, dan Raja Ampat. Program-program ini bertujuan untuk menjaga kelestarian budaya dan alam, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Salah satu contoh keberhasilan penerapan teori pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah di destinasi wisata Raja Ampat, Papua Barat. Raja Ampat telah berhasil menjaga kelestarian alamnya dengan melindungi terumbu karang dan satwa liar yang ada di sana. Selain itu, masyarakat setempat juga terlibat dalam pengelolaan pariwisata dan mendapatkan manfaat ekonomi langsung dari pariwisata. Keberhasilan ini dapat dicapai melalui kerjasama antara pemerintah, masyarakat setempat, dan pihak swasta dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan di era modern menghadapi tantangan dan peluang yang unik. Salah satu tantangan utama adalah penggunaan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Teknologi dapat mempengaruhi cara wisatawan mencari informasi, memesan akomodasi, dan berinteraksi dengan destinasi pariwisata. Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga dapat mempengaruhi preferensi wisatawan terhadap destinasi pariwisata yang berkelanjutan. Namun, tantangan ini juga dapat menjadi peluang untuk mengembangkan inovasi dan meningkatkan pengalaman wisatawan.

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Tujuan dan Manfaat SWOT Analysis

Tujuan dan manfaat analisis SWOT adalah untuk memadukan 4 faktor atau komposisi secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (strengths), mengatasi kelemahan (weaknesses), menemukan peluang (opportunities) dan strategi menghadapi beragam ancaman. Ketika teknik ini dapat dijalankan secara tepat dengan

menggabungkan ke empat elemen tersebut maka kesempurnaan dalam meraih visi dan misi program yang direncanakan tentunya akan berjalan lebih baik dengan hasil yang optimal.

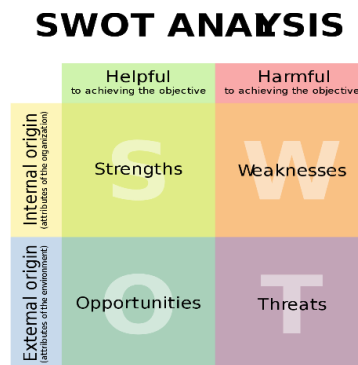
4.2 Pengertian SWOT Analysis

Menurut Robinson dan Pearce (1997) analisis SWOT merupakan salah satu komponen penting dalam manajemen strategik. Analisis SWOT ini mencakup faktor intern perusahaan. Dimana nantinya akan menghasilkan profil perusahaan sekaligus memahami dan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan organisasi. Kelemahan dan kekuatan ini kemudian akan dibandingkan dengan ancaman ekstern dan peluang sebagai dasar untuk menghasilkan opsi atau alternatif strategi lain.

Pendapat lain dikemukakan Rangkuti (1997) yang menyatakan bahwa pengertian swot adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau Strengths serta peluang atau Opportunities. Tapi secara beriringan, analisis ini juga harus bisa meminimalkan ancaman atau Threats dan kelemahan atau Weaknesses. Proses dalam pengambilan keputusan strategis diketahui memang selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi. Artinya, perencana strategis harus menganalisa berbagai faktor strategis organisasi atau perusahaan mulai dari kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan. Tidak mengherankan jika analisa swot juga disebut dengan nama Analisis Situasi.

4.3 Manfaat Analysis SWOT

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisa biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Dari pembahasan diatas tadi, analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.



Gambar 1. SWOT ANALYSIS

4.4 Teori-Teori dari Gambar Model Teori SWOT Analysis

Komponen Analisis:

1. Strenght (S)

Yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu di lakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat di manfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.

2. Weaknesses (W)

Yaitu analisi kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.

3. Opportunity (O)

Yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang.

4. Threats (T)

Yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.

4.5 Pembahasan

Tabel 1. Analisis SWOT Desa Wisata Way Tebing Ceppa

INTERNAL	
Strenght	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> Keindahan Alam: Way Tebing Ceppa memiliki pemandangan alam yang indah, seperti air terjun, bebatuan tebing, dan suasana yang asri, menarik bagi wisatawan yang mencari tempat rekreasi alam. Potensi Aktivitas Wisata: Lokasi ini cocok untuk berbagai kegiatan seperti trekking, fotografi, dan aktivitas outdoor lainnya. Nilai Lokal: Memiliki potensi budaya atau nilai lokal yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik tambahan. Aksesibilitas Lokal: Dekat dengan komunitas lokal yang mendukung pengembangan wisata. 	<ul style="list-style-type: none"> Infrastruktur Terbatas: Jalan menuju lokasi mungkin masih sulit diakses oleh kendaraan tertentu, terutama saat musim hujan. Kurangnya Fasilitas Pendukung: Kurangnya toilet umum, tempat makan, dan tempat istirahat yang memadai bagi wisatawan. Promosi Kurang Optimal: Belum banyak dikenal di luar daerah karena minimnya pemasaran dan branding. Manajemen Wisata: Masih perlu peningkatan dalam pengelolaan wisata, termasuk pelatihan bagi penduduk lokal yang terlibat.
EKSTERNAL	
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> Tren Wisata Alam: Semakin banyak wisatawan yang memilih destinasi berbasis alam untuk rekreasi dan relaksasi. Dukungan Pemerintah: Potensi mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah melalui program pengembangan pariwisata. Kerjasama dengan Travel Agency: Dapat bekerja sama dengan agen perjalanan dan komunitas pecinta alam untuk meningkatkan kunjungan. Pengembangan Produk Lokal: Menjual produk khas lokal seperti makanan, kerajinan, atau suvenir yang unik untuk menambah pemasukan. 	<ul style="list-style-type: none"> Persaingan Destinasi Wisata: Banyaknya tempat wisata serupa di sekitar Lampung yang dapat mengurangi daya tarik Way Tebing Ceppa. Kerusakan Lingkungan: Risiko kerusakan ekosistem akibat peningkatan jumlah pengunjung tanpa pengelolaan yang baik. Ketergantungan Musim: Wisata ini mungkin lebih sulit diakses atau kurang diminati saat musim hujan. Pandemi atau Perubahan Regulasi: Ancaman dari peristiwa global seperti pandemi, yang dapat menurunkan jumlah wisatawan.

Total skor dari masing-masing elemen SWOT dibandingkan untuk mengevaluasi keseimbangan antara kekuatan internal dan peluang eksternal versus kelemahan internal dan ancaman eksternal.

Tabel 2. Analisis SWOT yang Terstruktur

Faktor SWOT	Deskripsi	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Strengths				
1.Potensi alam yang unik	Destinasi dengan keindahan alam	4	5	20

2. Dukungan Komunitas Lokal	Partisipasi masyarakat Tinggi	3	4	12
Weaknesses				
1. Akses Transportasi Lokal	Jalan menuju lokasi kurang memadai	5	2	10
2. Promosi Kurang Efektif	Minim strategi pemasaran	4	2	8
Opportunities				
1. Potensi pasar Wisatawan	Kenaikan tren wisata lokal	4	5	20
2. Kemitraan dengan agen travel	Kerja sama untuk paket wisata	3	4	12
Threats				
1. Persaingan dengan desa lain	Desa lain dengan daya tarik serupa	4	3	12
2. Cuaca ekstrem	Risiko bencana alam	3	2	6

Langkah Analisis:

Jumlahkan skor setiap elemen (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

Contoh:

Strengths: $20 + 12 = 32$

Weaknesses: $10 + 8 = 18$

Opportunities: $20 + 12 = 32$

Threats: $12 + 6 = 18$

Bandungkan hasil skor faktor internal (**Strengths dan Weaknesses**) dengan faktor eksternal (**Opportunities dan Threats**).

Hasil analisis ini dapat membantu menentukan strategi prioritas seperti:

SO (Strengths-Opportunities): Memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

ST (Strengths-Threats): Menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman.

WO (Weaknesses-Opportunities): Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang.

WT (Weaknesses-Threats): Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 3. Analisis SWOT Desa Wisata Way Tebing Ceppa

Faktor SWOT	Deskripsi Faktor	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Strenghts (Kekuatan)				
1. Potensi alam yang unik	Keindahan alam khas dan daya tarik wisata	0.25	5	1.25
2. Dukungan komunitas lokal	Partisipasi aktif masyarakat setempat	0.20	4	0.80
Total Strenghts				2.05
Weaknesses (Kelemahan)				
1. Akses transportasi terbatas	Jalan menuju lokasi belum menandai	0.30	2	0.60
2. Promosi kurang efektif	Strategi pemasaran tidak optimal	0.25	5	0.50
Total Weaknesses				1.10
Opportunities (Peluang)				
1. Potensi pasar wisatawan	Kenaikan tren wisata lokal	0.25	5	1.25
2. Kemitraan dengan agen travel	Kerja sama untuk paket wisata	0.20	4	0.80
Total Opportunities				2.05
Threats (Ancaman)				
1. Persaingan dengan desa lain	Banyak desa wisata serupa	0.20	3	0.60
2. Cuaca ekstrem	Risiko bencana alam	0.25	2	0.50
Total Threats				1.10

Hasil Analisis SWOT:

Skor Internal (Strengths - Weaknesses):

$$2.05 - 1.10 = +0.95$$

Skor Eksternal (Opportunities - Threats):

$$2.05 - 1.10 = +0.95$$

Penempatan Kuadran:

Berdasarkan skor internal **+0.95** dan skor eksternal **+0.95**, hasil analisis berada di **Kuadran I**. Ini menunjukkan posisi strategis yang kuat dengan potensi pertumbuhan tinggi.

Kuadran I (Strengths & Opportunities):

Kuadran I mencerminkan situasi yang **menguntungkan** di mana kekuatan internal dapat dimanfaatkan untuk mengambil peluang eksternal. Strategi yang direkomendasikan dalam kuadran ini adalah **strategi agresif**, yaitu memaksimalkan potensi dan peluang untuk pertumbuhan atau keberhasilan.

Posisi Desa Wisata Way Tebing Ceppa di Kuadran I:

- ☐ **Skor Internal (Strengths - Weaknesses):** +0.95
- ☐ **Skor Eksternal (Opportunities - Threats):** +0.95
- ☐ Dengan skor positif di kedua dimensi, hasil menunjukkan bahwa Desa Wisata Way Tebing Ceppa memiliki kekuatan internal yang cukup untuk menangkap peluang eksternal yang tersedia.

1. Strengths (Kekuatan):

a) Pemandangan Alam yang Indah

Tebing Ceppa di Lampung menawarkan panorama alam yang memukau, berupa tebing-tebing tinggi yang menjulang dengan latar belakang perbukitan hijau dan hamparan sawah. Kawasan ini juga memiliki daya tarik khusus bagi pecinta wisata alam dan fotografi.

b) Sumber Daya Alam yang Melimpah

Kawasan sekitar Tebing Ceppa kaya akan sumber daya alam yang mendukung aktivitas wisata seperti trekking, hiking, dan camping. Kekayaan flora dan fauna menambah daya tariknya, terutama bagi wisatawan yang mencari pengalaman dekat dengan alam.

c) Lokasi Strategis

Letak Tebing Ceppa tidak jauh dari pusat kota Lampung, memudahkan aksesibilitas wisatawan lokal maupun luar daerah. Infrastruktur jalan menuju lokasi juga terus ditingkatkan.

d) Kearifan Lokal yang Unik

Masyarakat sekitar Tebing Ceppa memiliki budaya lokal yang kuat, seperti seni musik tradisional Lampung, tari, dan hasil kerajinan tangan seperti tapis Lampung. Hal ini memberikan nilai tambah bagi wisatawan yang ingin mengenal budaya setempat.

e) Beragam Wisata Buatan Manusia

Di sekitar Tebing Ceppa, pengelola dan masyarakat menyediakan fasilitas seperti area camping, flying fox, dan spot foto Instagrammable. Selain itu, ada kegiatan seperti belajar kerajinan lokal, kuliner tradisional, dan pertunjukan seni yang memberikan pengalaman interaktif kepada pengunjung.

2. Weaknesses (Kelemahan):

a) Kurangnya Kesadaran Masyarakat terhadap Lingkungan

Sebagian masyarakat belum sepenuhnya sadar akan pentingnya menjaga kebersihan dan keindahan kawasan wisata. Sampah plastik dan kurangnya fasilitas kebersihan menjadi masalah yang cukup signifikan.

b) Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Pengelola dan pemandu wisata lokal kadang kurang terlatih dalam memberikan pelayanan profesional, seperti bahasa asing atau manajemen pariwisata yang modern.

c) Minimnya Promosi

Promosi Tebing Ceppa masih terbatas pada media lokal dan belum maksimal menggunakan platform digital atau media sosial untuk menarik wisatawan nasional maupun internasional.

3. Opportunities (Peluang):

a) Tren Wisata Alam

Permintaan akan wisata berbasis alam terus meningkat, terutama pasca-pandemi COVID-19, di mana wisatawan lebih memilih destinasi terbuka dengan risiko rendah.

b) Dukungan Pemerintah

Pemerintah daerah Lampung aktif mendukung pengembangan desa wisata, termasuk melalui bantuan dana, pelatihan SDM, dan pembangunan infrastruktur.

c) Penggunaan Teknologi Digital

Adopsi teknologi digital seperti pemasaran melalui media sosial, e-commerce untuk menjual produk lokal, serta aplikasi berbasis wisata dapat memperluas jangkauan promosi Tebing Ceppa.

4. Threats (Ancaman):

a) Persaingan dengan Destinasi Lain

Persaingan dengan destinasi wisata lain di Lampung, seperti Way Kambas, Pantai Gigi Hiu, atau Teluk Kiluan, menjadi tantangan tersendiri untuk menonjolkan daya tarik unik Tebing Ceppa.

b) Bencana Alam

Sebagai kawasan dengan tebing dan hutan, Tebing Ceppa rentan terhadap tanah longsor, terutama saat musim hujan.

c) Pandemi dan Krisis Kesehatan

Ancaman pandemi di masa depan dapat kembali membatasi jumlah wisatawan dan mempengaruhi keberlanjutan sektor pariwisata.

4.6 Teori SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk Pengembangan Wisata Way Tebing Ceppa, Lampung

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang ada pada suatu destinasi atau sektor usaha. Dalam konteks pengembangan wisata **Way Tebing Ceppa** di Lampung, analisis SWOT dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai posisi destinasi ini saat ini, serta arah pengembangan yang dapat diambil.

Berikut adalah **analisis SWOT** untuk **Way Tebing Ceppa** berdasarkan kondisi yang ada dan potensi yang dapat digali.

1. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan adalah faktor internal yang mendukung perkembangan dan keberhasilan suatu destinasi wisata. Beberapa kekuatan Way Tebing Ceppa antara lain:

- **Keindahan Alam yang Spektakuler**
Way Tebing Ceppa memiliki pemandangan alam yang menakjubkan dengan tebing-tebing tinggi, air terjun, dan aliran sungai yang indah. Daya tarik alam ini menjadi kekuatan utama untuk wisata alam, ekowisata, dan petualangan seperti trekking, camping, serta wisata fotografi.
- **Keterjangkauan Lokasi**
Letaknya yang tidak terlalu jauh dari pusat kota Lampung atau kota-kota besar lainnya di Sumatra membuat Way Tebing Ceppa dapat dijangkau dengan mudah oleh wisatawan domestik, menjadikannya destinasi yang strategis.
- **Potensi Ekowisata dan Wisata Petualangan**
Kawasan ini ideal untuk pengembangan **ekowisata** dan **wisata petualangan**. Keanekaragaman hayati, hutan tropis, dan tebing-tebing alami memberikan peluang untuk menarik wisatawan yang tertarik dengan kegiatan luar ruangan yang penuh tantangan.
- **Budaya Lokal yang Kaya**
Keberadaan masyarakat lokal dengan tradisi dan budaya khas Lampung dapat menjadi daya tarik tambahan. Interaksi dengan budaya setempat, misalnya melalui kegiatan berbasis komunitas, bisa memperkaya pengalaman wisatawan.

2. Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal yang menghambat perkembangan atau memberikan tantangan dalam mengelola destinasi wisata. Beberapa kelemahan Way Tebing Ceppa yang perlu diperhatikan adalah:

- **Keterbatasan Infrastruktur**
Meskipun dapat dijangkau, infrastruktur di sekitar Way Tebing Ceppa masih terbatas, terutama akses jalan yang belum sepenuhnya memadai untuk kendaraan besar. Ini dapat membatasi jumlah pengunjung dan kenyamanan wisatawan.
- **Kurangnya Fasilitas Pendukung**
Fasilitas dasar seperti tempat parkir, toilet, penginapan, dan area makan yang memadai masih terbatas. Ini dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung, khususnya bagi mereka yang ingin menghabiskan lebih banyak waktu di lokasi.
- **Pemasaran yang Terbatas**
Pemasaran Way Tebing Ceppa masih terbatas, sehingga belum banyak wisatawan luar daerah yang mengetahui keberadaan dan potensi wisata di sini. Tanpa pemasaran yang kuat, potensi Way Tebing Ceppa mungkin terlewatkan.
- **Kurangnya Sumber Daya Manusia yang Terlatih**
Meskipun memiliki potensi yang besar, kekurangan sumber daya manusia (SDM) yang terlatih di bidang

pariwisata (pemandu wisata, pengelola, dan staf profesional lainnya) menjadi kendala dalam mengelola destinasi ini secara optimal.

3. Opportunities (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan potensi wisata Way Tebing Ceppa. Beberapa peluang yang bisa dimanfaatkan adalah:

- ☐ **Peningkatan Permintaan untuk Wisata Alam dan Ekowisata**
Tren pariwisata global dan nasional saat ini semakin condong ke wisata alam dan ekowisata yang berfokus pada keberlanjutan dan pelestarian alam. Way Tebing Ceppa yang memiliki potensi alam yang luar biasa dapat memanfaatkan tren ini dengan lebih optimal.
- ☐ **Pembangunan Infrastruktur oleh Pemerintah**
Program pembangunan infrastruktur dari pemerintah daerah atau pusat yang fokus pada pengembangan destinasi wisata dapat memberikan dampak positif pada aksesibilitas dan kenyamanan wisatawan. Pengembangan jalan, fasilitas umum, dan sistem transportasi yang lebih baik bisa membuka peluang besar bagi Way Tebing Ceppa.
- ☐ **Kolaborasi dengan Komunitas dan Pemerintah Daerah**
Melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan wisata, serta menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah, dapat membuka peluang dalam hal pendanaan, promosi, serta pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan.
- ☐ **Pengembangan Produk Wisata yang Beragam**
Way Tebing Ceppa dapat mengembangkan produk wisata yang lebih beragam seperti wisata petualangan, trekking, camping, dan wisata budaya lokal. Penawaran wisata yang lebih beragam dapat menarik lebih banyak segmen wisatawan, dari wisatawan petualangan hingga keluarga.

4. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat menantang pengembangan atau menghambat keberhasilan wisata di Way Tebing Ceppa. Beberapa ancaman yang perlu diperhatikan adalah:

- ☐ **Kerusakan Lingkungan**
Peningkatan jumlah wisatawan tanpa pengelolaan yang baik dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, seperti sampah, kerusakan flora dan fauna, serta gangguan terhadap ekosistem lokal. Ini dapat mengurangi daya tarik Way Tebing Ceppa dalam jangka panjang.
- ☐ **Kompetisi dengan Destinasi Wisata Lain**
Way Tebing Ceppa akan bersaing dengan destinasi wisata lain di Lampung maupun di Sumatra. Kompetisi ini bisa mempengaruhi jumlah kunjungan, apalagi jika destinasi pesaing memiliki fasilitas yang lebih lengkap atau promosi yang lebih agresif.
- ☐ **Perubahan Perilaku Wisatawan**
Krisis ekonomi atau ketidakstabilan sosial dapat menyebabkan perubahan dalam perilaku wisatawan, yang mungkin lebih memilih untuk mengunjungi destinasi yang lebih dekat dan lebih murah, mengurangi jumlah pengunjung ke Way Tebing Ceppa.
- ☐ **Perubahan Iklim dan Bencana Alam**
Perubahan iklim dan kemungkinan bencana alam, seperti banjir atau tanah longsor, dapat menjadi ancaman bagi destinasi wisata alam seperti Way Tebing Ceppa. Kerusakan alam dapat mengurangi daya tarik dan menyebabkan penutupan sementara tempat wisata.

Tabel 4. Analisis SWOT untuk Way Tebing Ceppa: Ringkasan

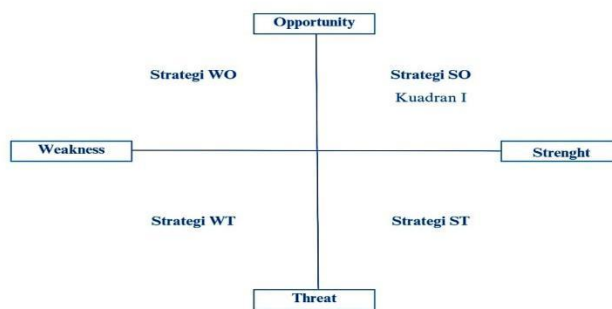
Faktor	Keterangan
Strengths (Kekuatan)	Keindahan alam, potensi ekowisata dan petualangan, budaya lokal, keterjangkauan lokasi
Weaknesses (Kelemahan)	Infrastruktur terbatas, fasilitas pendukung minim, pemasaran kurang efektif, kurangnya SDM terlatih
Opportunities (Peluang)	Permintaan wisata alam yang meningkat, pembangunan infrastruktur pemerintah, kolaborasi dengan komunitas dan pemerintah, pengembangan produk wisata beragam
Threats (Ancaman)	Kerusakan lingkungan, kompetisi dengan destinasi lain, perubahan perilaku wisatawan, perubahan iklim, bencana alam

4.7 Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan analisis SWOT ini, pengembangan **Way Tebing Ceppa** perlu fokus pada memaksimalkan kekuatan yang ada, seperti keindahan alam dan potensi ekowisata, sambil mengatasi kelemahan yang ada, terutama dalam hal infrastruktur dan pemasaran. Selain itu, perlu memanfaatkan peluang yang ada, seperti tren wisata alam dan dukungan infrastruktur dari pemerintah, dan menjaga agar ancaman seperti kerusakan lingkungan dan bencana alam dapat dihindari atau diminimalisasi melalui perencanaan dan pengelolaan yang baik.

Dengan pendekatan yang tepat, **Way Tebing Ceppa** dapat berkembang menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Lampung, yang tidak hanya menarik bagi wisatawan tetapi juga memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal.

Dalam menyusun strategi pengembangan pariwisata di desa wisata sekitar Borobudur pendekatan SWOT digunakan sebagai landasan analisis untuk merumuskan strategi. Pendekatan ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh desa wisata sekaligus mengurangi dampak kelemahan internal dan mengantisipasi ancaman eksternal yang mungkin timbul. Analisis SWOT ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam mengembangkan potensi pariwisata secara berkelanjutan. Menurut Apriliani A Laming (2023), strategi pengembangan pariwisata harus dilakukan dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT membantu dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan pariwisata. Analisis SWOT menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dan mampu memberikan solusi untuk permasalahan yang sedang dihadapi



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Implikasi Posisi di Kuadran I (Strengths-Opportunities)

Berada di Kuadran I menunjukkan bahwa Desa Wisata Way Tebing Ceppa berada dalam posisi strategis yang menguntungkan. Implikasi utamanya adalah desa wisata memiliki kombinasi kekuatan internal yang baik dan peluang eksternal yang besar untuk dimanfaatkan. Berikut beberapa implikasinya:

1. Strategi Agresif

Desa Wisata Way Tebing Ceppa sebaiknya fokus pada strategi agresif untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang secara maksimal. Contoh strategi:

- ☐ Diversifikasi Produk Wisata: Mengembangkan lebih banyak atraksi wisata yang memanfaatkan keindahan alam unik.
- ☐ Peningkatan Kerja Sama: Bekerja sama dengan pemerintah daerah, agen travel, dan pelaku industri pariwisata lainnya untuk meningkatkan daya tarik dan promosi.

2. Fokus pada Promosi dan Branding

Kelemahan dalam promosi dapat diatasi dengan mengoptimalkan peluang seperti tren peningkatan wisata lokal:

- ☐ Membuat kampanye pemasaran digital melalui media sosial.
- ☐ Menyelenggarakan acara budaya atau festival yang melibatkan komunitas lokal untuk meningkatkan kesadaran wisatawan.

3. Perbaikan Infrastruktur dan Aksesibilitas

Kekuatan komunitas lokal bisa dimanfaatkan untuk mengatasi kendala akses transportasi:

- ☐ Melibatkan pemerintah daerah atau lembaga swasta dalam perbaikan infrastruktur.
- ☐ Menyediakan layanan transportasi lokal seperti shuttle atau angkutan khusus wisata.

4. Menangkap Peluang Pasar Wisatawan

Dengan peluang peningkatan tren wisata lokal:

- ☐ Menawarkan paket wisata terintegrasi (nature tourism, eco-tourism).
- ☐ Menyasar segmen wisatawan yang mencari pengalaman unik seperti budaya lokal atau petualangan alam.

5. Memitigasi Ancaman dengan Kekuatan Internal

Gunakan kekuatan seperti dukungan komunitas lokal untuk mengurangi dampak ancaman, seperti:

- ☐ Persaingan: Tingkatkan diferensiasi dengan atraksi khas desa.
- ☐ Cuaca Ekstrem: Membangun fasilitas ramah lingkungan yang tahan cuaca dan membuat rencana darurat untuk mengatasi risiko bencana.

Kesimpulan Implikasi

Berada di Kuadran I memberikan peluang besar bagi Desa Wisata Way Tebing Ceppa untuk tumbuh dan berkembang dengan pendekatan yang agresif, fokus pada promosi, dan perbaikan infrastruktur. Strategi ini harus dilandasi pada kekuatan internal dan upaya optimalisasi peluang eksternal.

Analisis SWOT dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis, yaitu:

- a. Strategi SO (Strength-Opportunities) menunjukkan pemanfaatan kekuatan untuk merebut peluang yang ada.
- b. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) merupakan strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- c. Strategi ST (Strengths-Threats) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- d. Strategi WT (Weaknesses-Threats) adalah strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Berikut strategi pengembangan pariwisata di wisata alam way tebing ceppa yang dapat dilakukan berdasarkan analisis SWOT di atas:

a. Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada:

1. **Pengembangan Ekowisata Berkelanjutan dengan Teknologi Digital**
Memanfaatkan keindahan alam Way Tebing Ceppa dan kekayaan flora-fauna sebagai kekuatan utama. Mengintegrasikan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman wisatawan melalui aplikasi mobile yang memberikan informasi tentang jalur trekking, pengelolaan sampah ramah lingkungan, dan program restorasi alam. Hal ini bisa menarik wisatawan yang peduli lingkungan dan mempromosikan keberlanjutan.
2. **Promosi Kebudayaan dan Kearifan Lokal Melalui Paket Wisata Tematik**
Menggunakan budaya lokal dan kearifan masyarakat setempat untuk mengembangkan paket wisata tematik. Misalnya, wisata alam dengan pemandu lokal yang mengajarkan pengetahuan tradisional tentang alam dan budaya Lampung, atau workshop kerajinan tangan lokal dan kuliner khas. Ini mendukung pelestarian budaya dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.
3. **Kemitraan Strategis untuk Pengembangan Infrastruktur Wisata**
Menjalin kemitraan dengan pemerintah dan sektor swasta untuk meningkatkan infrastruktur wisata seperti akses jalan, transportasi, dan fasilitas wisata seperti tempat parkir, penginapan ramah lingkungan, dan ruang informasi digital. Infrastruktur yang baik akan meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan bagi wisatawan.
4. **Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Visibilitas**
Memanfaatkan media sosial dan situs web untuk mempromosikan keindahan alam Way Tebing Ceppa secara global. Menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menampilkan panorama alam, aktivitas wisata, dan atraksi lokal yang unik guna menarik wisatawan domestik dan internasional.

b. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Strategi WO berfokus pada memanfaatkan peluang yang ada sambil mengatasi kelemahan yang ada:

1. **Pengembangan Program Kesadaran Masyarakat Berbasis Komunitas**
Menggunakan tren wisata alam dan pariwisata pedesaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat sekitar tentang pentingnya menjaga keindahan alam dan kelestarian budaya. Program ini dapat berupa workshop, kampanye kebersihan, dan pelatihan pemandu wisata berbasis komunitas untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata.
2. **Optimalisasi Sumber Daya Manusia melalui Pelatihan dan Program Magang**
Menggunakan dukungan pemerintah untuk menyelenggarakan pelatihan dan program magang bagi penduduk lokal dalam bidang manajemen wisata, pemasaran digital, dan keterampilan lainnya. Program pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM lokal dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada wisatawan dan mendorong keterlibatan mereka dalam bisnis pariwisata.

3. **Penguatan Peran Komunitas Lokal dalam Pengelolaan Wisata**

Memanfaatkan peluang yang ada di sektor pariwisata pedesaan untuk melibatkan lebih banyak komunitas lokal dalam pengelolaan destinasi wisata. Ini bisa mencakup pelatihan untuk kelompok seni, pengrajin, atau petani lokal agar mereka dapat mengelola atraksi wisata, menyediakan akomodasi, atau menawarkan pengalaman budaya kepada pengunjung.

4. **Implementasi Inovasi Digital untuk Pengelolaan Wisata**

Mengatasi keterbatasan dalam pengelolaan dengan menciptakan platform digital yang memudahkan pengelolaan reservasi, informasi wisata, dan transaksi pendapatan untuk masyarakat lokal. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman wisata yang lebih baik bagi pengunjung.

c. Strategi ST (Strengths-Threats)

Strategi ST memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman eksternal:

1. **Memanfaatkan Keindahan Alam dan Budaya Lokal untuk Menghadapi Persaingan**

Diversifikasi produk wisata dengan menawarkan pengalaman trekking, wisata alam, dan budaya lokal yang menonjolkan keunikan Way Tebing Ceppa. Penguatan brand lokal dilakukan dengan menekankan keaslian alam dan budaya Lampung melalui promosi digital dan kerjasama dengan influencer atau media sosial. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik bagi wisatawan.

2. **Pengembangan Infrastruktur dan Kesiapsiagaan Bencana untuk Mengurangi Dampak Bencana Alam**

Meningkatkan infrastruktur seperti jalan, fasilitas umum, dan sistem transportasi yang tahan terhadap bencana alam. Selain itu, memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal dan wisatawan tentang kesiapsiagaan bencana, seperti simulasi evakuasi dan pembangunan tempat aman.

3. **Peningkatan Kualitas Sumber Daya untuk Menghadapi Pandemi atau Krisis Kesehatan**

Implementasi protokol kesehatan yang ketat, serta mempromosikan wisata berbasis kesehatan seperti spa alam atau yoga. Selain itu, pengembangan teknologi untuk memfasilitasi layanan wisata dengan pembayaran digital, pemesanan online, dan virtual tours guna meminimalkan kontak fisik dan memastikan kenyamanan serta keamanan selama masa krisis.

d. Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Strategi WT berfokus pada meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman eksternal:

1. **Peningkatan Kesadaran Masyarakat Tentang Keindahan Alam dan Mitigasi Bencana**

Mengadakan program edukasi kepada masyarakat setempat tentang pentingnya menjaga keindahan alam dan kesiapsiagaan terhadap bencana. Kegiatan seperti kampanye kebersihan, pelatihan mitigasi bencana, dan simulasi evakuasi dapat membantu masyarakat menjadi lebih siap menghadapi ancaman bencana sambil menjaga kelestarian alam.

2. **Pembangunan Infrastruktur yang Mendukung Keberlanjutan**

Fokus pada pembangunan infrastruktur yang ramah lingkungan dan tahan bencana. Pembangunan jalan, fasilitas umum, dan penginapan yang ramah lingkungan serta fasilitas evakuasi yang aman akan membantu mengurangi risiko bencana alam dan memastikan kenyamanan wisatawan.

5. Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis yang telah diungkap menjelaskan bahwa Way Tebing Ceppa termasuk destinasi wisata yang memiliki potensi yang cukup besar berkenaan keindahan alam, sumber daya manusia yang memadai, juga peluang ekonomis yang ditunjang oleh upaya-upaya pengembangan destinasi-wisata. Dengan pemandangan alam mulai dari kaki Gunung Rajabasa serta kesenian khas daerah seakan terwujudnya dengan pelayanan dan keramahan yang diberikan Pengunjung tertarik dikarenakan terwadainya atraksi wisata yang sudah cukup membaik, aksesibilitas yang bisa dikatakan lancar. Fasilitas yang dikembangkan juga sudah cukup lengkap dan adanya lembaga pelayanan yang bergabung dengan Pokdarwis juga memberikan daya yang positif bagi destinasi.

Oleh karena itu, berbagai potensi tersebut dapat memberikan tanda bahwa destinasi Way Tebing Ceppa dapat dihasilkan. Berdasarkan hasil tersebut, destinasi tersebut memiliki potensi besar karena daya tarik alam, sumber daya manusianya, dan kesempatan ekonomi. Destinasi ini unik karena terletak di pemandangan alam dari pegunungan Rajabasa. Selain itu, pertunjukan seni budayanya dan dukungan infrastruktur yang memadai membuat destinasi ini menarik bagi wisatawan. Fasilitas yang memadai sangat berkontribusi terhadap manajemen destinasi ini dan Pokdarwis yang dibentuk untuk meningkatkan kualitas layanan.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

a. Potensi Destinasi Wisata Way Tebing Ceppa

Potensi yang dimiliki oleh destinasi wisata Way tebing Ceppa adalah keindahan alami berupa sumber mata jernih berasal dari kaki Gunung Rajabasa yang berada di tebing yang tak terjal dan dikelilingi pepohonan memberikan udara yang sejuk. Selain itu juga, adanya potensi dari sumber daya manusia yang dimiliki oleh Desa Taman Baru, sehingga pada proses pengembangan banyak masyarakat yang membantu baik itu sebagai pengelola yang tergabung dalam kelompok sadar wisata atau pokdarwis Way Tebing Ceppa ataupun masyarakat yang secara sukarela membantu pengembangan dan pengelolaan wisata Way Tebing Ceppa. Adanya pengembangan ini memunculkan potensi ekonomi bagi masyarakat Desa Taman Baru seperti masyarakat bisa berwirausaha dengan cara berdagang, membuka lapangan pekerjaan baru, menambah penghasilan masyarakat. Selain itu, pengembangan wisata ini bisa membawa Desa Taman Baru banyak dikunjungi oleh wisatawan, dapat dikenal masyarakat, ditetapkan sebagai desa wisata, bertambahnya Pendapatan Asli Desa (PADes).

b. Pengembangan Destinasi Wisata Way Tebing Ceppa

Penelitian ini menggunakan teori pengembangan dari Cooper (2010) dalam (Yuliardi et al., 2021) yaitu:

1. Attraction (Daya Tarik)

Daya tarik yang ada di objek wisata Way Tebing Ceppa berupa pemandangan alam dengan sumber mata air yang langsung dari kaki Gunung Rajabasa menjadi daya tarik utama yang masyarakat lihat dari objek wisata Way Tebing Ceppa. Pemandian ini mampu menarik perhatian masyarakat untuk berenang di pada kolam yang telah disediakan di objek wisata Way tebing Ceppa. Kemudian ada juga pertunjukan paguyuban kuda lumping dan seni tari sebagai kesenian daerah dan untuk memikat minat wisatawan. Sehingga pengunjung tidak hanya melakukan aktivitas berenang saja tetapi bisa melihat pertunjukan kesenian kuda lumping dan seni tari.

2. Accessibility (Mudah Dicapai)

Aksesibilitas menuju lokasi objek wisata Way tebing Ceppa dapat diakses dengan mudah baik itu kendaraan roda dua maupun roda empat. Kemudian untuk penempatan penunjuk arah sudah ada di setiap persimpangan jalan agar memudahkan para pengunjung sampai pada lokasi wisata serta sudah adanya titik lokasi di aplikasi google maps agar masyarakat lebih leluasa untuk melihat rute perjalanan seperti pengunjung yang berada di luar daerah.

3. Amenitiy (Fasilitas)

Fasilitas yang disediakan di objek wisata Way Tebing Ceppa sudah memenuhi kebutuhan dari para pengunjung sesuai dengan kebutuhan dari objek wisata alam. Fasilitas ini terdiri dari tempat parkir, toilet, kamar ganti, warung makan, warung cinderamata, mushola, gazebo, tempat pembuangan sampah, tempat seni musik, tempat swafoto, penyewaan ban atau pelampung, homestay, rumah makan. Pengembangan fasilitas saat ini yang sedang dilakukan yaitu pembangunan tempat penitipan barang.

4. Ancillary Service (Lembaga Pelayanan)

Lembaga pelayanan yang ada di objek wisata Way Tebing Ceppa yaitu adanya kelompok sadar wisata atau pokdarwis Way Tebing Ceppa. Pokdarwis Way Tebing Ceppa memiliki tugas sebagai penjagaan di lokasi wisata, kemanana, dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh pengunjung. Program awal pembangunan yang dilakukan objek wisata dengan membangun loket, gazebo, dan mushola. Program yang sedang dilaksanakan pembuatan gudang, sekretariat pokdarwis, dan untuk kedepannya akan dilakukan penataan warung-warung. Pelaksanaan program-program pembangunan ini belum adanya catatan atau laporan yang tertulis karena pokdarwis akan melakukan pembangunan sesuai kondisi dengan merencanakan dan dilaksanakan saat itu juga. Selain itu, ada juga Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan yang memfasilitasi pengembangan sumber daya manusia maupun masyarakat untuk diberikan pelatihan dan sosialisasi agar bisa meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

5.2 Saran

1. Peningkatan Promosi

Untuk meningkatkan daya tarik Desa Wisata Way Tebing Ceppa, promosi perlu diperkuat melalui berbagai saluran yang lebih efektif. Misalnya:

- ☐ Memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dengan konten kreatif yang menampilkan keunikan budaya, alam, dan pengalaman yang ditawarkan desa ini.

- ☐ Mengadakan kerja sama dengan agen perjalanan dan platform wisata online untuk mempermudah akses wisatawan menemukan dan memesan paket wisata ke Way Tebing Ceppa.
- ☐ Menyelenggarakan event berkala, seperti festival budaya atau pasar tradisional, yang dapat menjadi daya tarik tambahan.

2. Peningkatan Fasilitas

Penyelesaian pembangunan fasilitas yang masih dalam proses, seperti tempat penitipan barang, toilet umum, dan jalur akses ramah disabilitas, perlu diprioritaskan. Selain itu, evaluasi terhadap fasilitas yang sudah ada perlu dilakukan secara berkala untuk memastikan kenyamanan pengunjung. Fasilitas tambahan seperti area parkir yang memadai, tempat istirahat, dan papan informasi wisata juga akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan.

3. Pelatihan dan Pengembangan SDM

Pengelolaan destinasi wisata yang berkualitas memerlukan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten. Oleh karena itu:

- ☐ Program pelatihan bagi pengelola wisata dan masyarakat lokal perlu difokuskan pada peningkatan keterampilan pelayanan, seperti komunikasi dengan wisatawan, manajemen konflik, dan pengelolaan homestay.
- ☐ Pelatihan khusus untuk pemandu wisata dapat mencakup pengetahuan tentang sejarah, budaya, dan kekayaan alam setempat, sehingga dapat memberikan informasi yang menarik dan edukatif bagi pengunjung.
- ☐ Pendampingan dalam pengelolaan bisnis kecil, seperti kuliner dan kerajinan lokal, untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam mendukung pariwisata desa.

5.3 Implikasi

Pengembangan Desa Wisata Way Tebing Ceppa memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal. Berikut adalah beberapa dampaknya:

1. Peningkatan Pendapatan Asli Desa (PADes)

Dengan pengelolaan yang baik, peningkatan jumlah wisatawan akan berdampak langsung pada pendapatan desa, yang dapat digunakan untuk pengembangan infrastruktur, fasilitas umum, dan kegiatan sosial.

2. Peluang Ekonomi bagi Masyarakat Lokal

- a. Pembukaan lapangan kerja baru, seperti pemandu wisata, pengelola homestay, atau penyedia jasa transportasi lokal.
- b. Meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjual makanan, minuman, kerajinan tangan, atau jasa lainnya.

3. Destinasi Wisata Unggulan

Dengan optimalisasi potensi budaya, keindahan alam, dan keramahan masyarakat, Way Tebing Ceppa dapat menjadi destinasi unggulan di kawasan tersebut, yang menarik wisatawan domestik maupun mancanegara.

4. Dampak Ekonomi yang Berkelanjutan

- a. Dengan adanya pelatihan dan pengelolaan yang baik, masyarakat lokal tidak hanya mendapatkan manfaat ekonomi jangka pendek, tetapi juga penguatan kapasitas jangka panjang.
- b. Partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan wisata memastikan keberlanjutan proyek dan mendorong kebanggaan terhadap identitas lokal.

5. Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat

Infrastruktur yang lebih baik, kesempatan pelatihan, dan peluang usaha akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, baik secara ekonomi maupun sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, bimbingan dan kasih karunia-NYA yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan Penelitian ini yang berjudul

“ MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA WAY TEBING CEPPA: PENDEKATAN ANALISIS SWOT DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA ” tepat pada waktunya.

Dalam menyusun Penelitian ini, penulis tidak luput dari berbagai kesulitan dan hambatan, namun atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya penulisan Penelitian ini dapat terselesaikan. Namun penulis menyadari bahwa Penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis sangat menghargai segala kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata Lampung Selatan. (2020). *Laporan Tahunan Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan*. Kalianda: Dinas Pariwisata Lampung Selatan.
- Rahmawati, A., & Sutrisno, H. (2021). "Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Way Tebing Ceba, Lampung Selatan." *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 10(3), 45-56.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Desa Wisata Way Tebing Ceba: Menuju Pariwisata Berkelanjutan*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Pratama, F., & Setiawan, R. (2023). "Strategi Pengelolaan Wisata Alam Way Tebing Ceba Melalui Pendekatan SWOT." *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 15(2), 120-135.
- Supriyadi, B. (2024). "Manajemen Pariwisata Lokal: Studi Kasus Way Tebing Ceba." *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 19(1), 78-92.
- Lampung Post. (2024). "Wisata Way Tebing Ceba, Daya Tarik Alami Lampung Selatan." *Lampung Post Online*. Diakses dari <https://lampungpost.id/waytebingcepa>.
- Universitas Lampung. (2023). *Pemanfaatan Potensi Wisata Desa Way Tebing Ceba: Skripsi Mahasiswa*. Diakses dari <https://repository.unila.ac.id>.
- Disway Aceh. (2024). "Eksplorasi Destinasi Wisata Mata Air Way Tebing Ceba." *Disway Aceh Online*. Diakses dari <https://aceh.disway.id>.
- YouTube Channel Explore Lampung. (2024). *Keindahan Way Tebing Ceba: Wisata Murah dan Asri*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=c3noYgHCJMQ>.
- ResearchGate. (2024). *Pengembangan Desa Wisata Way Tebing Ceba dengan Fokus UMKM dan Digitalisasi*. Diakses dari <https://researchgate.net>.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan.(2019). *Panduan Wisata Way Tebing Ceba: Pesona Alam Lampung Selatan*. Lampung Selatan: Dinas Pariwisata Lampung Selatan.
- Rahmawati, A., & Sutrisno, H. (2021). "Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Way Tebing Ceba, Lampung Selatan." *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 10(3), 45-56.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). *Desa Wisata Way Tebing Ceba (WTC)*. Diakses dari [https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/way_tebing_ceppa_wtc](https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/way_tebing_ceppa_wtc).
- Purwanto, A. (2023). "Pemanfaatan Media Digital untuk Promosi Pariwisata Way Tebing Ceba." *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Pariwisata*, 15(4), 112-125.
- Lampung Tourism Board.(2023). **Exploring Lampung: A Guide to Natural Wonders, Including Way Tebing Ceba**. Bandar Lampung: Lampung Tourism Board.
-

Supriyadi, B. (2023). "Strategi Pengembangan Wisata Alam Way Tebing Cepa Melalui Analisis SWOT." *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 12(2), 78-89.

Setiawan, R., & Nurlaila, D. (2024). "Peningkatan Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengelolaan Destinasi Wisata Way Tebing Cepa." *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 19(1), 33-42.

Lamsel.com. (2024). Way Tebing Cepa (WTC) Kalianda: Pemandian Alami di Lampung Selatan. Diakses dari [\[https://www.lamsel.com\]](https://www.lamsel.com)(<https://www.lamsel.com/post/way-tebing-cepa-wtc-kalianda-pemandian-alami-di-lampung-selatan/>).

ResearchGate. (2024). "Sosialisasi Pengelolaan UMKM dengan Meningkatkan Literasi Keuangan Digital di Desa Wisata Way Tebing Cepa Kabupaten Lampung Selatan." Diakses dari [\[https://www.researchgate.net\]](https://www.researchgate.net)(https://www.researchgate.net/publication/382284044_SOSIALISASI_PENGLOLAAN_UMKM_DENGAN_MENINGKATKAN_LITERASI_KEUANGAN_DIGITAL_DI_DESA_WISATA_WAY_TEBING_CEPA_KABUPATEN_LAMPUNG_SELATAN).

YouTube. (2024). Wisata Murah dan Rekomendasi di Lampung Selatan | Way Tebing Cepa. Diakses dari [\[https://www.youtube.com/watch?v=c3noYgHCJMQ\]](https://www.youtube.com/watch?v=c3noYgHCJMQ)(<https://www.youtube.com/watch?v=c3noYgHCJMQ>).

Universitas Lampung. (2023). Pengembangan Pariwisata Buatan Pemandian Alam Way Tebing Cepa. Diakses dari [\[https://digilib.unila.ac.id\]](https://digilib.unila.ac.id)(<https://digilib.unila.ac.id/77045/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>).

Disway Aceh. (2024). Eksplorasi Destinasi Wisata Mata Air Way Tebing Cepa, Lampung Selatan. Diakses dari [\[https://aceh.disway.id\]](https://aceh.disway.id)(<https://aceh.disway.id/read/eksplorasi-destinasi-wisata-mata-air-way-tebing-cepa-lampung-selatan/>).

Jurnal Penerbit Widina. (2024). Optimalisasi Sumber Daya Manusia dalam Manajemen Pariwisata di Desa Way Tebing Cepa Kabupaten Lampung Selatan. Diakses dari [\[https://jurnal.penerbitwidina.com\]](https://jurnal.penerbitwidina.com)(<https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPMWidina/article/download/744/747>).

<https://siat.ung.ac.id/files/wisuda/2012-2-93403-331309029-bab5-06022013104818.pdf>

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/17/143045769/pariwisata-pengertian-para-ahli-dan-indikator>

https://bappelitbangda.bandungbaratkab.go.id/kajian/bid-pemerintah/181107144747_BAB2PendekatanStudidanMetodePenelitian.pdf

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata>

https://bappelitbangda.bandungbaratkab.go.id/kajian/bid-pemerintah/181107144747_BAB2PendekatanStudidanMetodePenelitian.pdf

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata>

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/hospitality-and-tourism/tourism-education-and-research/tourism-theory/>

<https://mpar.upi.edu/teori-pengembangan-pariwisata-menjaga-kelestarian-budaya-dan-alam-di-era-modern/>