

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA LIMBASARI KECAMATAN BOBOTSARI KABUPATEN PURBALINGGA

Oleh:

Wedi Wirajati¹⁾, Sudjarwanto¹⁾ dan Sukiman¹⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Email: Wedi_wirajati@yahoo.co.id

ABSTRACT

This research was entitled "Strategy of Developing Rural Tourism in Limbasari Bobotsari District Purbalingga Regency". The purpose of this research to receive the description about situation surrounding rural tourism in Limbasari both internal and external and also to have alternative for the strategy that could be apply to develop the rural tourism in Limbasari. The type of this research was descriptive qualitative and quantitative. Based data for this research are primary data and secondary data obtainable from interview the subject, questioner, and publication. The analysis method are used is SWOT analysis to formulate the strategy. SWOT analysis was strategic scheming method used for evaluate the strength, weaknesses, opportunity, and also threat under business project or speculation business. The results of this research used IFE matrix and EFE matrix showed IFE matrix total value is 3,64 and EFE matrix total value is 3,71. Both total value are used for IE and SWOT matrix analysis. IE matrix used for analyze whole total value and the result showed rural tourism in Limbasari located in cells I (one) means Limbasari could use growth and development strategy such as intensive or integrative strategy. Based on SWOT analysis there are five strategy of SO, eight strategy of WO, four strategy of ST, and four strategy of WT. The implication from this research is rural tourism in Limbasari be expected to upgrade human resources in order to develop the rural tourism more better and professional by join the training rural tourism, study comparative to another rural tourism that more developed, and also increase awareness villagers against tourism are potential by doing socialization about the village itself. The developers should increase facilities and infrastructures for the visitors such as trash can, hygiene sign, toilet, transportation, food and beverages hall, gifts and souvenir shop, and information sign about the location in tourism place to increase the visitors interest. The utilization of information technology should increase too as tools to introduce and promote the potentials from the tourism place to the public.

Keywords: Strategy, Rural Tourism, Limbasari, IFE, EFE, IE, SWOT

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu perjalanan dari satu tempat menuju tempat lain yang bersifat sementara, yang biasanya dilakukan orang-orang yang ingin menyegarkan pikiran setelah bekerja terus dan memanfaatkan waktu libur dengan menghabiskan waktu bersama keluarga untuk berekreasi. Alasan seseorang berwisata diantaranya dikarenakan adanya dorongan keagamaan seperti berekreasi ke tempat-tempat suci agama untuk mendalami ilmu tentang agama dan ada juga yang bertujuan untuk berolahraga atau sekedar menonton pertandingan olahraga (Spillane, 1987).

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Dampak pembangunan pariwisata terhadap kehidupan ekonomi masyarakat, khususnya pendapatan masyarakat perlu diperhatikan setelah program pembangunan pariwisata dilaksanakan. Disamping dampak yang dinilai positif juga perlu diperhatikan dampak yang tidak

diharapkan yaitu dampak negatif, seperti semakin memburuknya kesenjangan pendapatan antar kelompok masyarakat, memburuknya ketimpangan antar daerah, hilangnya kontrol masyarakat lokal terhadap sumber daya ekonomi, kerjasama antar masyarakat dan lain sebagainya (Pitana dan Gayatri, 2005).

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat, yakni membuka kesempatan kerja, menambah pemasukan atau pendapatan masyarakat daerah, menambah devisa negara, merangsang pertumbuhan kebudayaan asli Indonesia dan menunjang gerak pembangunan daerah. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, maka akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat.

Faktor ini merupakan indikator penting sejauh mana program pariwisata dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sesuai dengan salah satu misi pembangunan Kabupaten Purbalingga yaitu "Meningkatkan pertumbuhan perekonomian rakyat dengan mendorong secara sungguh-sungguh simpul-simpul ekonomi rakyat umumnya pertanian, industri, perdagangan dan

jasa, lembaga keuangan dan koperasi, serta pariwisata yang didukung dengan infrastruktur yang memadai". Industri pariwisata di Kabupaten Purbalingga diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru yang jelas akan memberikan lebih banyak peluang ekonomi, disamping juga menjadi sarana untuk menjaga dan memperbaiki lingkungan dan mendorong ekonomi daerah. Disamping itu juga akan dapat menyumbang pendapatan asli daerah.

Kabupaten Purbalingga adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Pemalang di utara, Kabupaten Banjarnegara di timur dan selatan, serta Kabupaten Banyumas di barat. Purbalingga berada di cekungan yang diapit beberapa rangkaian pegunungan. Di sebelah utara merupakan rangkaian pegunungan (Gunung Slamet dan Dataran Tinggi Dieng). Bagian selatan merupakan Depresi Serayu, yang dialiri dua sungai besar Kali Serayu dan anak sungainya, Kali Pekacangan. Ibukota Kabupaten Purbalingga berada di bagian barat wilayah kabupaten.

Kabupaten Purbalingga memiliki banyak lokasi tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi dan juga di kembangkan. Letak Kabupaten Purbalingga yang strategis merupakan salah satu potensi sebagai daerah pariwisata. Seni budaya, cenderamata dan kuliner juga menjadi aspek yang menarik untuk dinikmati. Sehingga menjadikan Kabupaten Purbalingga sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan, baik masyarakat sekitar Kabupaten Purbalingga sendiri maupun dari luar Kabupaten Purbalingga.

Obyek wisata yang terdapat di kabupaten Purbalingga ini di antaranya Goa Lawa, Monumen Tempat Lahir Jendral Soedirman, Ardi Lawet, Desa Wisata Karangbanjar, Pemandian Tirta Asri Walik, Obyek Wisata Air Bojongsari, dan lebih dikenal dengan Owabong, Pendakian G. Slamet, Curug Karang, Aquarium Purbasari, Pancuran Mas, Obyek Wisata Congot, Perpustakaan Umum dan Museum Budaya, Curug Nini, Curug Ciputut, Curug Ilang, Curug Silintang, Curug Silawang, Bumi Perkemahan Munjuluhur Desa Karangbanjar, Desa Wisata Limbasari, Desa Wisata Serang, Desa Wisata Panusupan dan Desa Wisata Tanalum.

Desa Wisata Limbasari merupakan salah satu desa wisata yang baru di Kabupaten Purbalingga. Desa Wisata Limbasari mempunyai potensi yang besar untuk dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata. Desa ini mempunyai kekuatan daya tarik wisata berupa *River Tubing* dan *landscape* alam pegunungan. Di samping itu juga keunikan budaya dan sejarah masyarakat juga menjadi daya tarik bagi masyarakat perkotaan. Di Desa Wisata Limbasari juga terdapat desa Inggris yang berpotensi untuk

dikembangkan sebagai sarana untuk belajar bahasa Inggris. Namun dari adanya potensi dan kekuatan obyek wisata yang ada di Desa Wisata Limbasari belum mampu menarik banyak jumlah wisatawan yang berkunjung Desa Wisata Limbasari.

Berlatar belakang dari kekuatan daya tarik wisata yang ada, sekelompok masyarakat Desa Wisata Limbasari, Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga, berusaha ikut berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata daerah dengan menggali dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada di wilayah desanya. Hal tersebut juga sebagai bentuk partisipasi Desa Wisata Limbasari dalam mendorong peningkatan jumlah pengunjung obyek wisata di Kabupaten Purbalingga. Atas dasar inilah perlu adanya kajian mengenai strategi yang tepat untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Purbalingga terutama untuk mencari alternatif strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Limbasari.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan atau melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat (Nazir, 2011).

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah kegiatan pariwisata di Desa Wisata Limbasari, Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Limbasari, Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga.

4. Sasaran Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah Dinas Budaya Pariwisata Pemuda dan Olahraga, pengelola Desa Wisata Limbasari, dan wisatawan yang berkunjung.

5. Jenis dan Sumber Data

Ada Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan, seperti data jumlah kunjungan Desa Wisata Limbasari, jumlah penduduk Desa Wisata

Limbasari, data Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Purbalingga, dan data Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata Kabupaten Purbalingga.

- b. Data Kualitatif adalah data yang tidak berbentuk bilangan. Data kualitatif dapat dikatakan sebagai data yang dapat digunakan untuk melengkapi dan menjelaskan data kuantitatif sehingga dapat memberikan kemudahan dalam menganalisa data yang diteliti. Dalam penelitian ini data kualitatif dapat bersumber dari hasil wawancara dan kuisisioner dengan pengelola dan wisatawan Desa Wisata Limbasari Kabupaten Purbalingga.

Berdasarkan sumber data, maka data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi :

- a. Data Primer yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang bisa dilakukan oleh peneliti (Umar, 2005). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari Dinas Pariwisata Purbalingga, Pemerintah Desa Wisata Limbasari, Ketua Kelompok Sadar Wisata, dan Pengunjung.
- b. Data Sekunder merupakan data yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain (Umar, 2005). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Dinas Pariwisata Purbalingga, Badan Pusat Statistik (BPS), Pemerintah Desa Wisata Limbasari, Internet, dan studi kepustakaan yang berhubungan dengan kajian yang sedang diteliti.

6. Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, populasinya adalah pengunjung Desa Wisata Limbasari dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Tidak diketahui secara pasti karena pengunjung yang datang setiap hari berbeda jumlahnya sehingga tidak bisa diprediksikan berapa orang yang akan berkunjung.

Pengambilan sampel untuk kuisisioner penelitian ini menggunakan sampel non-probabilitas atau non-peluang. Dengan metode non-probabilitas atau non-peluang ini, semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel karena misalnya ada bagian tertentu secara sengaja tidak dimasukkan dalam pemilihan untuk mewakili populasi (Umar, 2005).

7. Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara, yaitu cara pengumpulan data dengan mewawancarai langsung responden yang akan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan bantuan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.
- b. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 1988: 111).
- c. Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada pengunjung atau wisatawan yang datang ke Desa Wisata Limbasari serta masyarakat sekitar yang berdomisili di Desa Wisata Limbasari.

8. Definisi Operasional

- a. Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam, dan ilmu (Spillane, 1987).
- b. Desa Wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan, baik dari segi sosial budaya, adat-istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa, serta mempunyai potensi untuk dikembangkan berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atraksi, makan, minum, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya.
- c. Wisatawan adalah seorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata, jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi (Suwanto, 1997).
- d. Strategi (*strategy*) adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui

pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Atau dengan kata lain strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (Jauch & Glueck, 1994).

- e. Perencanaan strategis adalah proses yang sulit, kompleks, dan butuh partisipasi yang membawa organisasi menuju teritori asing. Perencanaan strategis tidak menyediakan resep yang langsung dapat digunakan untuk sukses, sebaliknya perencanaan strategis membawa organisasi ke dalam suatu perjalanan dan menawarkan kerangka kerja untuk menjawab pertanyaan dan memecahkan masalah. Menyadari kekurangan potensial dan mempersiapkannya adalah agar dapat berhasil (David, 2006).
 - f. Manajemen strategis adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi (David, 2006).
 - g. Lingkungan internal adalah analisis secara internal organisasi dalam rangka menilai atau mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) dari satuan organisasi yang ada (Rangkuti, 1998). Proses analisis lingkungan internal merupakan proses yang sangat penting, karena dari analisis tersebut dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang ada dan nantinya dapat berguna untuk mengetahui isu-isu strategis.
 - h. Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang merupakan kekuatan yang berada di luar organisasi, dimana organisasi tidak dapat mempengaruhinya, sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja institusi atau organisasi dalam suatu hubungan timbal balik (Santoso dkk, 2004).
- 9. Definisi Konseptual**
- a. Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usahamencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam, dan ilmu (Spillane, 1987).
 - b. Wisatawan menurut *United Nation Conference on Travel and Tourism* dalam Pitana dan Gayatri (2005: 42) yaitu “setiap orang yang mengunjungi Negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya untuk berbagai tujuan, tetapi bukan untuk mencari pekerjaan atau penghidupan dari negara yang dikunjungi”. Batasan ini hanya berlaku untuk wisatawan domestik dengan membagi negara atas daerah.
 - c. Obyek wisata, menurut Sihite (2000:222) adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang sudah ada secara turun temurun ataupun yang dibangun serta dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik, melihat, dan mengetahui untuk dinikmati dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.
 - d. Desa Wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan, baik dari segi sosial budaya, adat-istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa, serta mempunyai potensi untuk dikembangkan berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atraksi, makan, minum, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya.
 - e. Konsep sadar wisata merupakan sebuah konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif dalam pengembangan kepariwisataan di suatu wilayah atau tempat (Dinas Pariwisata Kota Denpasar, 2011)
 - f. Strategi (*strategy*) adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang (David, 2006)
 - g. Peluang dan ancaman eksternal (*external opportunities and thread*) mengacu pada ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, serta tren kompetisi dan kejadian yang secara signifikan dapat menguntungkan atau membahayakan organisasi di masa depan (David, 2006)
 - h. Kekuatan dan kelemahan internal (*internal strength and weaknesses*) adalah aktivitas organisasi yang dapat dikontrol yang dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk (David, 2006).

10. Teknik Analisis Data

a. Matriks Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFE)

Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation – IFE Matrix*), alat formulasi strategi ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut. Beberapa tahapan dalam mengembangkan Matriks IFE (David, 2006:206-207) yaitu:

- 1) Tuliskan faktor internal utama seperti diidentifikasi dalam proses audit internal. Gunakan total sepuluh hingga dua puluh faktor internal, mencakup kekuatan dan kelemahan. Tuliskan kekuatan lebih dahulu dan kemudian kelemahan. Buatlah sespesifik mungkin, gunakan presentase, rasio, dan angka komparatif.
- 2) Berikan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk masing-masing faktor. Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengindikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan pengembangan pariwisata di Desa Wisata Limbasari. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Limbasari harus berbobot yang paling tinggi. Jumlah bobot harus sama dengan 1,0.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Peringkat}}{\sum \text{Peringkat}}$$
- 3) Berikan peringkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut menunjukkan kelemahan utama (peringkat = 1), atau kelemahan minor (peringkat = 2), kekuatan minor (peringkat = 3), atau kekuatan utama (peringkat = 4).
- 4) Kalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkat untuk menentukan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variable.
- 5) Jumlahkan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variable untuk menentukan total rata-rata tertimbang untuk organisasi.
- 6) Total rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Total rata-rata tertimbang dibawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFE)

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation – EFE Matrix*) memungkinkan para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. Beberapa tahapan dalam mengembangkan Matriks EFE (David, 2006: 143-144) yaitu :

- 1) Buat daftar faktor eksternal yang diidentifikasi dalam proses audit eksternal. Masukkan dari total 10 hingga 20 faktor, termasuk peluang dan ancaman, yang mempengaruhi pengembangan pariwisata di Desa Limbasari. Tuliskan peluang terlebih dahulu dan kemudian ancaman. Usahakan untuk spesifik mungkin menggunakan presentase, rasio, dan nilai komparatif bila mungkin.
- 2) Berikan bobot untuk masing-masing faktor dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Bobot mengindikasikan tingkat penting relative dari faktor terhadap keberhasilan pengembangan pariwisata di Desa Limbasari. Peluang sering kali diberi bobot lebih tinggi jika mereka sangat serius atau sangat mengancam. Bobt yang tepat dapat ditentukan dengan membandingkan keberhasilan atau kegagalan pesaingatau dengan mendiskusikan faktor dan mencapai consensus kelompok. Penjumlahan seluruh bobot yang diberikan kepada semua faktor harus sama dengan 1,0.

$$\text{Bobobot} = \frac{\text{Peringkat}}{\sum \text{Peringkat}}$$
- 3) Berikan peringkat 1 hingga 4 untuk masing-masing faktor eksternal kunci. Dimana 4 = respon superior, 3 = respon di atas rata-rata, 2 = respon rata-rata, dan 1 = respon jelek.
- 4) Kalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan nilai tertimbang.
- 5) Jumlahkan nilai tertimbang dari masing-masing variable untuk menentukan total nilai tertimbang.
- 6) Total nilai tertimbang tertinggi sebesar 4,0 dan terendah 1,0. Total nilai tertimbang rata-rata adalah 2,5. Total nilai tertimbang sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa organisasi merespons dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada. Total nilai 1,0 mengindikasikan bahwa strategi perusahaan tidak

memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal

c. Matriks Internal-Eksternal

Menurut David (2006) bahwa matriks IE didasari pada dua dimensi kunci total rata-rata tertimbang IFE pada sumbu x dan total rata-rata tertimbang EFE pada sumbu y. pada sumbu x dari Matriks IE, total rata-rata tertimbang dari 1,0 hingga 1,99 dianggap rendah; nilai dari 2,0 hingga 2,99 adalah menengah; dan nilai dari 3,0 hingga 4,0 adalah tinggi. Matriks IE menurut David (2006) dibagi menjadi tiga daerah utama yang memiliki implikasi strategi berbeda yaitu:

- 1) Divisi yang masuk kedalam sel I, II, III, dan IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan kembangkan. Strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrative (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) dapat menjadi paling sesuai untuk divisi-divisi ini.
- 2) Divisi yang masuk dalam sel III, V, dan VII dapat dikelola dengan cara terbaik dengan strategi jaga dan pertahankan; penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang umum digunakan untuk divisi tipe ini.
- 3) Rekomendasi yang umum diberikan untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, dan IX adalah tuai atau divestasi.

d. Matriks SWOT

Alat analisis yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Matriks SWOT digunakan untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi (David, 2006:284), yaitu Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*), dan Strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Mencocokkan faktor eksternal dan internal kunci adalah bagian yang paling sulit dalam mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik.

Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang

eksternal. Jika perusahaan mempunyai kelemahan utama, perusahaan akan berusaha mengatasinya dan menjadikannya kekuatan. Ketika sebuah organisasi akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang. Strategi WO atau strategi kelemahan-peluang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Kadang-kadang terdapat peluang eksternal kunci tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengexploitasi peluang tersebut.

Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Strategi WT atau strategi kelemahan-ancaman adalah taktik *defensive* yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal akan berada pada posisi yang tidak aman.

Selanjutnya langkah-langkah menyusun matriks SWOT menurut David (2006) adalah sebagai berikut:

- 1) Tuliskan peluang eksternal kunci perusahaan.
- 2) Tuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan.
- 3) Tuliskan kekuatan internal kunci perusahaan.
- 4) Tuliskan kelemahan internal kunci perusahaan.
- 5) Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil Strategi SO dalam sel yang ditentukan.
- 6) Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil Strategi ST dalam sel yang ditentukan.
- 7) Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil Strategi WT dalam sel yang ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal

a. Faktor Internal

Kekuatan

- 1) Desa Wisata Limbasari merupakan desa wisata yang lengkap
- 2) Desa Wisata Limbasari mempunyai daya tarik obyek wisata

- 3) Desa Wisata Limbasari memiliki keunikan yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan
- 4) Tiket obyek wisata yang relatif murah
- 5) Kegiatan promosi dan pemasaran Desa Wisata Limbasari cukup baik
- 6) Keramahan masyarakat Desa Wisata Limbasari

Kelemahan

- 1) Akses petunjuk arah jalan yang belum baik menuju Desa Wisata Limbasari
- 2) Kesadaran masyarakat tentang konsep desa wisata
- 3) Sarana dan prasarana penunjang pariwisata di Desa Wisata Limbasari kurang mendukung
- 4) Tidak adanya toko souvenir atau pusat oleh-oleh
- 5) Tidak ada pusat informasi pariwisata di Desa Wisata Limbasari
- 6) Manajemen pengelola dalam pembangunan pariwisata di Desa Wisata Limbasari masih lemah.

b. Faktor Eksternal

Peluang

- 1) Berdampak positif dalam kegiatan sosial ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Desa Wisata Limbasari yang dapat mengurangi pengangguran.
- 2) Adanya bantuan dari pemerintah daerah

- 3) Terdapat Himpunan Pramuwisata Indonesia di wilayah Kabupaten Purbalingga
- 4) Adanya program pengembangan desa wisata dari pemerintah Kabupaten Purbalingga
- 5) Akses jalan yang sudah cukup baik menuju Desa Wisata Limbasari
- 6) Termasuk dalam pembangunan desa wisata utama kabupaten purbalingga.

Ancaman

- 1) Transportasi umum menuju Desa Wisata Limbasari belum cukup baik
- 2) Biro perjalanan yang belum optimal dalam mendukung pariwisata di Kabupaten Purbalingga
- 3) Penurunan jumlah wisatawan yang disebabkan kenaikan tarif dasar listrik, telepon, dan BBM.

2. Tahap Input (Input Stage)

- a. Analisis Dengan Menggunakan Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation Matrix*)
Matriks IFE merupakan hasil dari analisis kondisi internal Desa Wisata Limbasari yang sebelumnya sudah dilakukan, berupa kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada Desa Wisata Limbasari.

Tabel 1
Hasil Matriks Evaluasi Faktor Internal (*IFE Matrix*)

| No. | Faktor-faktor internal kunci | Bobot (B) | Rating (R) | Skor Bobot (BxR) |
|------------------------------------|---|-----------|------------|------------------|
| KEKUATAN (<i>STRENGTH</i>) | | | | |
| 1. | Desa Wisata Limbasari merupakan desa wisata yang lengkap | 0,093 | 4 | 0,372 |
| 2. | Desa Wisata Limbasari mempunyai daya tarik obyek wisata | 0,093 | 4 | 0,372 |
| 3. | Desa Wisata Limbasari memiliki keunikan yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan | 0,069 | 3 | 0,207 |
| 4. | Tiket obyek wisata yang relatif murah | 0,093 | 4 | 0,372 |
| 5. | Kegiatan promosi dan pemasaran Desa Wisata Limbasari cukup baik | 0,093 | 4 | 0,372 |
| 6. | Keramahan masyarakat Desa Wisata Limbasari | 0,069 | 3 | 0,207 |
| KELEMAHAN (<i>WEAKNESS</i>) | | | | |
| 1. | Akses petunjuk arah jalan yang belum baik menuju Desa Wisata Limbasari | 0,093 | 4 | 0,372 |
| 2. | Kesadaran masyarakat tentang konsep desa wisata | 0,069 | 3 | 0,207 |
| 3. | Sarana dan prasarana penunjang pariwisata di Desa Wisata Limbasari kurang mendukung | 0,069 | 3 | 0,207 |
| 4. | Kurangnya toko souvenir atau pusat oleh-oleh | 0,093 | 4 | 0,372 |
| 5. | Tidak ada pusat informasi pariwisata di | 0,093 | 4 | 0,372 |

| | | | |
|--|----------|-----------|-------------|
| Desa Wisata Limbasari | | | |
| 6. Manajemen pengelola dalam pembangunan parwisata di Desa Wisata Limbasari masih lemah. | 0,069 | 3 | 0,207 |
| TOTAL | 1 | 43 | 3,64 |

Pada Tabel 4 hasil dari perhitungan matriks IFE sebesar 3,639 menunjukkan bahwa Desa Wisata Limbasari sudah melakukan usaha yang baik dalam memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan. Hal itu ditunjukkan dengan kegiatan promosi yang sudah baik serta keramahan masyarakat desa juga menjadi kekuatan yang utama. Desa Wisata Limbasari merupakan desa wisata yang lengkap dengan biaya yang murah dan banyak sekali paket wisata yang ditawarkan, antara lain menyusuri sungai tuntung gunung (*Ruver Tubing*) yang menjadi andalan Desa Wisata Limbasari. Walaupun akses petunjuk jalan menuju Desa Wisata Limbasari belum ada dan toko souvenir atau pusat oleh-oleh belum ada serta kurangnya informasi obyek wisata di Desa Wisata Limbasari.

b. Analisis dengan Menggunakan Matriks EFE (External Factor Evaluation Matrix)

Matriks EFE berasal dari analisis kondisi eksternal Desa Wisata Limbasari yang telah dilakukan, berupa peluang dan ancaman yang terdapat pada Desa Wisata Limbasari. Angka 3,71 dari perhitungan

matriks EFE menunjukkan bahwa Desa Wisata Limbasari sudah melakukan usaha yang baik dalam memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang muncul.

3. Tahap penggabungan (Matching Stage)

Pada tahap penggabungan hasil yang telah diperoleh dari matriks IFE dan EFE dimasukkan ke dalam matriks IE (*Internal External Matrix*) untuk mengetahui posisi Desa Wisata Limbasari dengan tujuan untuk mempermudah dalam merumuskan alternatif strategi-strategi. Sedangkan hasil yang diperoleh dari analisis kondisi internal dan kondisi eksternal dimasukkan ke dalam matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats Matrix*) untuk mendapatkan alternatif-alternatif strategi bagi Desa Wisata Limbasari.

Dari hasil perhitungan pada matriks IFE dan matriks EFE Wanawisata Baturraden, didapatkan nilai sumbu X atau total skor bobot IFE sebesar 3,64 dan nilai sumbu Y atau total skor bobot EFE sebesar 3,71. Setelah itu, nilai-nilai tersebut dimasukkan ke dalam matriks IE yang hasilnya dapat dilihat pada Gambar 1

Tabel 2
Hasil Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE Matrix)

| No. | Faktor-faktor internal kunci | Bobot (B) | Rating (R) | Skor Bobot (BxR) |
|------------------------------|---|-----------|------------|------------------|
| PELUANG (OPPORTUNITY) | | | | |
| 1. | Berdampak positif dalam kegiatan sosial ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Desa Wisata Limbasari yang dapat mengurangi pengangguran | 0,091 | 3 | 0,27 |
| 2. | Adanya bantuan dari pemerintah daerah | 0,121 | 4 | 0,484 |
| 3. | Terdapat Himpunan Pramuwisata Indonesia di wilayah Kabupaten Purbalingga | 0,121 | 4 | 0,484 |
| 4. | Adanya program pengembangan desa wisata dari pemerintah Kabupaten Purbalingga | 0,121 | 4 | 0,484 |
| 5. | Akses jalan yang sudah cukup baik menuju Desa Wisata Limbasari | 0,091 | 3 | 0,27 |
| 6. | Termasuk dalam pembangunan desa wisata utama kabupaten purbalingga | 0,121 | 4 | 0,484 |
| ANCAMAN (THREAT) | | | | |
| 1. | Transportasi umum menuju Desa Wisata Limbasari belum cukup baik | 0,121 | 4 | 0,484 |
| 2. | Biro perjalanan yang belum optimal dalam mendukung pariwisata di Kabupaten | 0,121 | 4 | 0,484 |

| | | | | |
|-------|---|-------|----|------|
| 3. | Purbalingga Penurunan jumlah wisatawan yang disebabkan kenaikan tarif dasar listrik, telepon, dan BBM. | 0,091 | 3 | 0,27 |
| TOTAL | | 1 | 33 | 3,71 |

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa Desa Wisata Limbasari terletak pada sel ke-1. Pada sel ini strategi terbaik yang dapat digunakan adalah strategi pertumbuhan dan pembangunan (grow and build). Dimana dalam sel tersebut terdapat dua strategi yang dapat digunakan. Strategi pertama adalah strategi intensif yang berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Sedangkan strategi kedua adalah strategi integratif yang berupa integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal.

Strategi ini berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Penetrasi pasar mencakup meningkatkan jumlah tenaga penjual, meningkatkan jumlah belanja iklan, menawarkan promosi penjualan yang ekstensif, atau meningkatkan usaha publisitas. Strategi penetrasi pasar yang dapat diterapkan Desa Wisata Limbasari seperti meningkatkan pemasaran dan promosi yang ada di Desa Wisata Limbasari melalui biro-biro perjalanan wisata dan melalui media internet.

Strategi pengembangan pasar bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa ke daerah-daerah atau konsumen-konsumen baru. Strategi pengembangan pasar yang dapat diterapkan pada Desa Wisata Limbasari seperti memperkenalkan obyek wisata yang ada di Desa Wisata Limbasari ke luar daerah atau

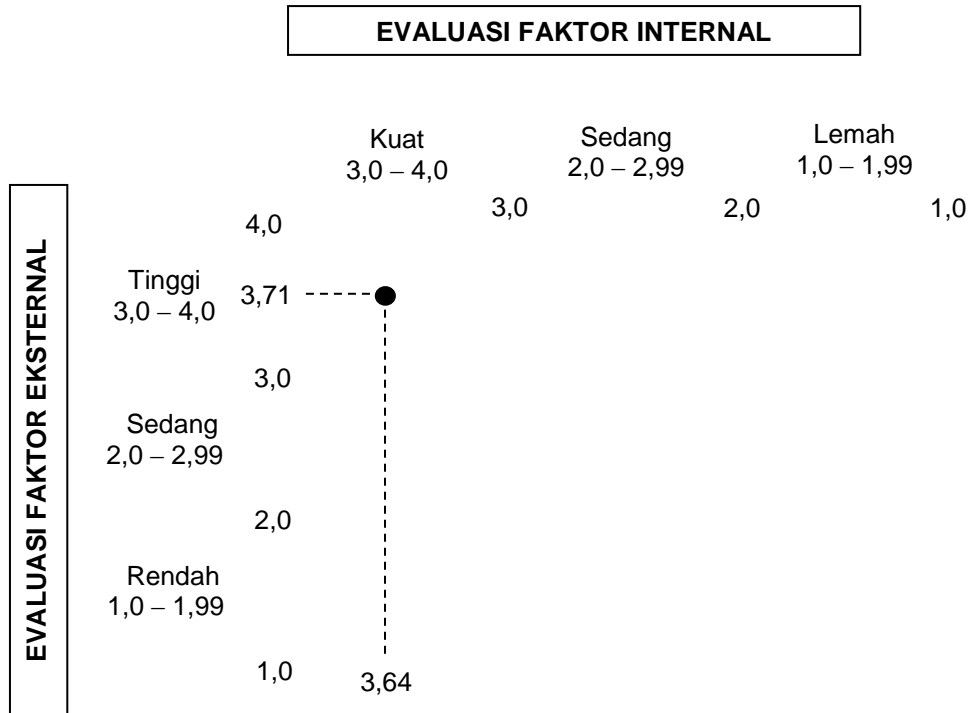
kepada konsumen-konsumen baru melalui kegiatan festival desa wisata yang diadakan di luar Kabupaten Purbalingga.

Strategi pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau modifikasi produk atau jasa saat ini atau melalui pengembangan produk baru. Saat ini Desa Wisata Limbasari sudah mempunyai beberapa paket wisata yang ditawarkan, tinggal bagaimana membuat paket tersebut lebih menarik.

Strategi integrasi ke depan merupakan strategi untuk mengendalikan atau mengontrol kegiatan distribusi yang dilakukan distributor atau pengecer. Pihak pengelola dapat bekerjasama dengan pihak-pihak terkait.

Integrasi ke belakang merupakan strategi untuk mengawasi pasokan bahan baku, terutama pada pasokan bahan baku yang mulai tidak menguntungkan lagi.

Strategi integrasi horizontal merupakan strategi untuk mengembangkan dan mencari kepemilikan atau meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing. Pihak Kelompok Sadar Wisata harus lebih meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah Dinas Pariwisata selain itu juga bisa bekerjasama dengan dinas lain seperti Dinas Pertanian, Dinas Kehutanan dan sebagainya, guna untuk mengembangkan Desa Wisata Limbasari.



Gambar 1
Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix) Desa Wisata Limbasari

4. Strategi Analisis Dengan Menggunakan Matriks SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Treats Matrix)

Analisis yang terakhir adalah penyusunan matriks SWOT guna menentukan alternatif strategi. Matriks ini disusun oleh faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang merupakan penyusun faktor-faktor strategis analisis internal dan eksternal. Pada matriks SWOT terdapat empat macam strategi yang dapat dikembangkan, yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strength-Threats*), WT (*Weakness-Threats*). Untuk hasil selengkapnya dari analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- a. Strategi SO, merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada.
- b. Strategi WO, merupakan perpaduan dari kelemahan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada untuk memperbaiki kelemahan.
- c. Strategi ST, merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi ancaman yang ada.
- d. Strategi WT merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki dan menghindari ancaman yang ada.

Tabel 3 – 6 menampilkan strategi tersebut

Tabel 3
Hasil Matriks SWOT Strategi SO Desa Wisata Limbasari

| Kekuatan (<i>Strenght</i>) | Peluang (<i>Opportunity</i>) | Strategi SO |
|---|---|--|
| 1. Desa Wisata Limbasari merupakan desa wisata yang lengkap. | 1. Berdampak positif dalam kegiatan sosial ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Desa Wisata Limbasari yang dapat mengurangi pengangguran. | 1. Lebih meningkatkan promosi wisata Desa Wisata Limbasari di daerah lain |
| 2. Desa Wisata Limbasari mempunyai daya tarik obyek wisata | 2. Adanya bantuan dari pemerintah daerah. | 2. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada wisatawan. |
| 3. Desa Wisata Limbasari memiliki keunikan yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. | 3. Terdapat Himpunan Pramuwisata Indonesia di wilayah Kabupaten Purbalingga. | 3. Menjaga kelestarian daya tarik wisata. |
| 4. Tiket obyek wisata yang relatif murah. | 4. Adanya program pengembangan desa wisata | 4. Mengoptimalkan rencana pengembangan pariwisata yang disusun oleh dinas pariwisata daerah. |
| 5. Kegiatan promosi dan pemasaran Desa Wisata | | 5. Meningkatkan kerjasama baik antara dinas pariwisata maupun dinas-dinas yang |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Limbasari cukup baik 6. Keramahan masyarakat Desa Wisata Limbasari</p> | <p>dari pemerintah Kabupaten Purbalingga 5. Akses jalan yang sudah cukup baik menuju Desa Wisata Limbasari 6. Termasuk dalam pembangunan desa wisata utama kabupaten purbalingga</p> | <p>terkait dan pemerintah daerah Kabupaten Purbalingga.</p> |
|---|--|---|

Tabel 4
Hasil Matriks SWOT Strategi ST Desa Wisata Limbasari

| Kekuatan (<i>Strenght</i>) | Ancaman (<i>Threats</i>) | Strategi ST |
|---|--|---|
| <p>1. Desa Wisata Limbasari merupakan desa wisata yang lengkap. 2. Desa Wisata Limbasari mempunyai daya tarik obyek wisata 3. Desa Wisata Limbasari memiliki keunikan yang menjadi daya tarik bagi para wisatwan. 4. Tiket obyek wisata yang relatif murah. 5. Kegiatan promosi dan pemasaran Desa Wisata Limbasari sudah baik. 6. Keramahan masyarakat Desa Wisata Limbasari</p> | <p>1. Transportasi umum menuju Desa Wisata Limbasari belum cukup baik 2. Biro perjalanan yang belum optimal dalam mendukung pariwisata di Kabupaten Purbalingga. 3. Penurunan jumlah wisatawan yang disebabkan kenaikan tarif dasar listrik, telepon, dan BBM.</p> | <p>1. Meningkatkan kerjasama dengan agen-agen perjalanan wisata lokal maupun luar daerah 2. Menawarkan alat transportasi umum untuk menjemput wisatawan ke Desa Wisata Limbasari 3. Menjaga mutu dan daya tarik wisata 4. Membangun jaringan dengan desa wisata lain yang berdekatan.</p> |

Tabel 5
Hasil Matriks SWOT Strategi WO Desa Wisata Limbasari

| Kelemahan (Weakness) | Peluang (Opportunity) | Strategi WO |
|---|--|--|
| 1. Akses petunjuk arah jalan yang belum baik menuju Desa Wisata Limbasari 2. Kesadaran masyarakat tentang konsep desa wisata 3. Sarana dan prasarana penunjang pariwisata di Desa Wisata Limbasari kurang mendukung 4. Kurangnya toko souvenir atau pusat oleh-oleh. 5. Tidak ada pusat informasi pariwisata di Desa Wisata Limbasari. 6. Manajemen pengelola dalam pembangunan pariwisata di Desa Wisata Limbasari masih lemah. | 1. Berdampak positif dalam kegiatan sosial ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Desa Wisata Limbasari yang dapat mengurangi pengangguran. 2. Adanya bantuan dari pemerintah daerah. 3. Terdapat Himpunan Pramuwisata Indonesia di wilayah Kabupaten Purbalingga. 4. Adanya program pengembangan desa wisata dari pemerintah Kabupaten Purbalingga 5. Akses jalan yang sudah cukup baik menuju Desa Wisata Limbasari 6. Termasuk dalam pembangunan desa wisata utama kabupaten purbalingga | 1. Lebih mempermudah akses masuk kawasan wisata dengan membuat petunjuk arah. 2. Mengadakan sosialisasitapesonabagi masyarakat Desa Wisata Limbasari guna mendukung kesuksesan pembangunan pariwisata di Desa Wisata Limbasari. 3. Peningkatan pembangunan sarana dan prasarana penunjang Desa Wisata Limbasari 4. Membangun pusat oleh-oleh atau souvenir. 5. Memperhatikan pembangunan fasilitas pendukung pariwisata seperti toilet umum, tempat penjual makanan dan minuman, tempat parkir serta tempat informasi wisata. 6. Meningkatkan kualitas SDM pengelola pariwisata di Desa Wisata Limbasari dengan mengikuti pelatihan mengenai desa wisata. 7. Memperbaiki manajemen pengembangan pariwisata di Desa Wisata Limbasari. 8. Membangun pusat informasi wisata untuk mempermudah wisatawan dalam hal informasi. |

Tabel 6
Hasil Matriks SWOT Strategi WT Desa Wisata Limbasari

| Kelemahan (Weakness) | Ancaman (Threats) | Strategi WT |
|--|---|---|
| 1. Akses petunjuk arah jalan yang belum baik menuju Desa Wisata Limbasari 2. Kesadaran masyarakat tentang konsep desa wisata 3. Sarana dan prasarana penunjang pariwisata di Desa Wisata Limbasari kurang mendukung 4. Tidak adanya toko souvenir atau pusat oleh-oleh. 5. Tidak ada pusat informasi pariwisata di Desa Wisata Limbasari. 6. Manajemen pengelola dalam pembangunan pariwisata di Desa Wisata Limbasari masih lemah. | 1. Transportasi umum menuju Desa Wisata Limbasari belum cukup baik 2. Biro perjalanan yang belum optimal dalam mendukung pariwisata di Kabupaten Purbalingga. 3. Penurunan jumlah wisatawan yang disebabkan kenaikan tarif dasar listrik, telepon, dan BBM. | 1. Meningkatkan koordinasi antara warga, pokdarwis dan pemerintah desa dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Limbasari. 2. Meningkatkan kualitas unggulan obyek wisata Desa Wisata Limbasari 3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya lingkungan dan wisata berkelanjutan. 4. Meningkatkan kinerja pokdarwis Desa Wisata Limbasari. |

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai strategi pengembangan Desa Wisata Limbasari Kecamatan Bobotsari Kabupaten Purbalingga dengan menggunakan Analisis SWOT, maka dapat disimpulkan:

1. Dari hasil analisis mengenai kondisi internal Desa Wisata Limbasari diperoleh enam faktor kekuatan dan tujuh faktor kelemahan Desa Wisata Limbasari. Faktor-faktor tersebut berasal dari kondisi internal Desa Wisata Limbasari dan Kelompok Sadar Wisata sebagai pihak pengelola dan para wisatawan yang berkunjung, kondisi internal fasilitas, sarana dan prasarana pendukung Desa Wisata Limbasari.
2. Kondisi eksternal Desa Wisata Limbasari Kecamatan Bobotsari Kabupaten Purbalingga didapat enam faktor yang menjadi peluang dan tiga faktor yang menjadi ancaman Desa Wisata Limbasari. Faktor-faktor tersebut berasal dari kondisi eksternal Desa Wisata Limbasari dan Kelompok Sadar Wisata sebagai pihak pengelola dan para wisatawan yang berkunjung, kondisi eksternal fasilitas, sarana dan prasarana pendukung Desa Wisata Limbasari.
3. Dari hasil perhitungan menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan Matriks SWOT diketahui bahwa Desa Wisata Limbasari terletak pada sel ke-I Matriks IE. Pada sel tersebut mendukung pertumbuhan dan pembangunan (*grow and build*) berupa strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi *integrative* (integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal). Kemudian dari hasil analisis matriks SWOT diperoleh lima strategi SO, delapan strategi WO, empat strategi ST, empat strategi WT.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, ada beberapa saran yang timbul yaitu meningkatkan koordinasi antara warga, pokdarwis, pemerintah Desa Limbasari dan pemerintah daerah Kabupaten Purbalingga dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Limbasari agar pembangunannya terencana dan terarah, Desa Wisata Limbasari diharapkan dapat meningkatkan sumber daya manusia agar pengelolaan bisa lebih baik dan profesional dengan cara mengikuti pelatihan desa wisata, studi banding ke desa wisata yang sudah maju dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata yang ada dengan cara sosialisai tentang desa wisata. Serta pengelola

harus meningkatkan sarana dan prasarana penunjang bagi pengunjung antara lain seperti tempat sampah dan rambu-rambu tentang kebersihan, toilet umum, transportasi, warung makan, tempat belanja souvenir atau oleh-oleh dan plang informasi wisata sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Karena saat ini sarana dan prasarana tersebut kurang begitu baik.

Pengelola juga perlu meningkatkan infrastruktur, seperti membuat petunjuk arah dari jalan utama atau Kecamatan Bobotsari ke Desa Wisata Limbasari agar memudahkan wisatawan yang ingin berkunjung. Mendirikan pusat informasi wisata Desa Wisata Limbasari agar memudahkan wisatawan untuk mengetahui obyek wisata di Desa Wisata Limbasari. Pemanfaatan teknologi informasi perlu ditingkatkan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi-potensi wisata kepada masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aripradana. 2006. Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Banyumas. *Skripsi*. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Purbalingga. 2013. *Rencana Tata Bangun dan Lingkungan (RTBL) Desa Wisata Limbasari Kecamatan Bobotsari Kabupaten Purbalingga*.
- Bungin, B. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif. Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- David, F. R., 2006. *Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Devi, I. 2015. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Baturraden. *Skripsi*. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Dinas Budaya Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Purbalingga. 2014. *Brosur Profil Wisata Kabupaten Purbalingga*.
- inas Budaya Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Purbalingga. 2015. *Pembangunan Kepariwisata di Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah*.

Muriawan, P.A. 2006. Konsep Desa Wisata.
*Jurnal Manajemen Pariwisata Volume 5
Nomor 1.*

Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian.* Ghalia
Indonesia, Jakarta.

- Nugroho, A. 2012. Pengembangan Pariwisata Pedesaan (Suatu Usulan Strategi Bagi Desa Wisata Kemawi Kecamatan Somagede Kabupaten Banyumas). *Skripsi*. Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.
- Pitana, I. G. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Pradikta, A. 2013. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungro Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Rachman, Z. 2014. Dampak Pariwisata Owabong Terhadap Sosial Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat Desa Bojongsari Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga. *Skripsi*. Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto
- Sihite, R. 2000. *Hotel Management : Pengelolaan Hotel*. SIC, Surabaya.
- Singarimbun, M. dan S. Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. LP3S, Yogyakarta.
- Soeratno dan L. Arsyad. 2008. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Revisi. BPFE, Yogyakarta.
- Spillane, J. J. 1987. *Ekonomi Pariwisata*. Kanisius, Yogyakarta.
- Subagyo, P. J. 2006. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Suharyadi dan Purwanto S.H. 2007. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi 2. Salemba Empat, Jakarta.
- Umar, H. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Vanhove,N. 2005. *The Economy of Tourism Destinations*. Elsevier Butterworth – Helnemann, Burlington.
- Yoeti, O.A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. PT Pradnya Paramita, Jakarta.