

ANALISIS POTENSIDAN STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA SANGKAR BURUNG DI KELURAHAN SIDIANGKAT KABUPATEN DAIRI

Yusnia Sinambela¹, Marya Kristina Situmorang²
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Quality
¹belasinambela@gmail.com, ²maryakristina89@gmail.com

ABSTRAK

Objek Wisata Sangkar Burung terletak di Kabupaten Dairi, Sumatera Utara. Kawasan Wisata ini memiliki panorama dan pemandangan yang menarik dan asri. Kawasan Wisata ini memiliki potensi untuk dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi kawasan wisata sangkar burung dan untuk menganalisis strategi pengembangan. Objek dan daya tarik yang telah diperoleh kemudian dianalisis sesuai dengan kriteria penskorangan pada Pedoman Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Dirjen PHKA tahun 2003 sesuai dengan nilai yang telah ditentukan untuk masing-masing kriteria. Potensi yang ditawarkan oleh obyek wisata Sangkar Burung adalah adanya flora dan fauna, panorama alam yang indah. Kawasan Wisata Sangkar Burung memiliki potensi wisata alam yang layak dikembangkan dengan persentasi kelayakan 61,75%. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT serta matrik internal dan eksternal (IE). Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh menunjukkan objek wisata ini berada pada Kuadran I yaitu mendukung strategi pertumbuhan agresif yang menunjukkan Objek Wisata ini memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: Objek Wisata; Potensi; Strategi; SWOT

I. PENDAHULUAN

Sidikalang merupakan kecamatan di Kabupaten Dairi, secara Geografis berada di barat laut Propinsi Sumatera Utara dengan luas daerah sekitar 191.625 Ha. Jika ditinjau dari aspek Topografis Kecamatan Sidikalang yang berada di ketinggian 1.066 m dpl tersebut terdiri dari gunung-gunung dan bukit-bukit dengan kemiringan yang bervariasi. Keadaan lingkungan yang masih cukup alami dan udara yang sejuk serta jumlah penduduk yang masih seimbang dengan luas wilayahnya, menjadikan Sidikalang sebagai daerah yang relatif nyaman untuk dihuni. Bagi penduduk di Kabupaten Dairi, Sidikalang merupakan kota pusat perdagangan, pendidikan, pariwisata, kesehatan, dan pelayanan umum lainnya. Potensi itu harus digali dan dimanfaatkan untuk kesejahteraan. Kecamatan Sidikalang memiliki kawasan wisata di Kelurahan Sidiangkat yang merupakan panorama alam dengan keindahan latar hijau menonjolkan

pariwisata dengan bertemukan sangkar burung. Ada tiga sangkar burung berukuran jumbo yang memikat pengunjung untuk berfoto, dua menggantung dan satu terletak di atas bukit.

Ada pula rumah pohon dan gardu pandang. Dua sangkar burung yang berukuran jumbo bergantung di antara pohon pinus yang rindang. Sangkar tersebut berjarak lima meter dari permukaan tanah. Lokasi ini berada tepat di perbatasan antara Kabupaten Dairi dengan Pakpak Bharat.

Pengembangan wisata kawasan Sidiangkat ini diharapkan mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menganalisa potensi dan prioritas pengembangan dari Objek Wisata Sangkar Burung dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung yang akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Dari sudut sosial, kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan

pembangunan sarana dan prasarana baik dari sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung.

Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui potensi objek wisata Sangkar Burung dan untuk menganalisis strategi pengembangan objek wisata Sangkar Burung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Objek Wisata

Obyek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Ridwan, 2012). Objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa, dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. (Fandeli, 2016).

Definisi Strategi

Menurut Assauri mengatakan seorang yang merupakan orang strategis, akan selalu menghadapi tugas atau kegiatan mengidentifikasi peluang untuk menetapkan apa yang akan dilakukan untuk pencapaian tujuan atau harapannya. Penetapan apa yang akan dilakukan tersebut, dalam rangka pencapaian tujuannya, sering disebut sebagai "strategi". Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah serangkaian rancangan jangka panjang yang diimplementasikan dalam seluruh proses bisnis organisasi untuk menghadapi persaingan dan mencapai visi perusahaan. (Assauri, 2011).

Perencanaan Strategi

Mengidentifikasi strategis merupakan suatu tahapan yang sangat menentukan dalam proses perencanaan strategis, yang dilakukan dengan berdasarkan dari analisis SWOT. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan stakeholder dari dalam dan memeriksa secara objektif keuntungan operasi organisasi dan keefektifan Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis adalah dengan menggunakan Matriks *SWOT*. (Jan L. Ronchetti, 2011). Tujuan pemilihan strategi adalah untuk menjamin ketepatan pencapaian sasaran. Suatu rancangan strategi dapat dipilih untuk menutup kesenjangan dalam mencapai sasaran.

Sifat kesenjangan itu sendiri juga sangat situasional, kalau kesenjangan akibat prestasi dimasa lampau yang sangat buruk penciutan lebih mungkin dilakukan dan bila kesenjangan itu besar sebagai akibat dari peluang lingkungan yang diharapkan, maka akan lebih tepat bila dilakukan ekspansi. Obyek wisata diharapkan mampu menempatkan strategi pengembangan untuk menghadapi persaingan, melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga terjadi peningkatan kunjungan.

Berkenaan dengan pilihan strategi sebagaimana yang telah diungkapkan, maka akan mengkaji penentuan pilihan melalui matriks kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Melalui alat bantu ini suatu pendekatan dapat juga memandang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai suatu kesatuan yang integral dalam perumusan strategi. (Mario Barreto, 2015).

Merumuskan strategi adalah merumuskan program program strategis atau alternatif-alternatif kebijakan mendasar yang akan dilakukan organisasi untuk menanggapi strategis yang berada pada tahap sebelumnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perencanaan strategis merupakan suatu proses yang berkelanjutan yang melibatkan usaha-usaha untuk memadukan organisasi dengan

perubahan lingkungan dengan cara yang paling menguntungkan organisasi.

Perencanaan strategis meliputi adaptasi organisasi dengan memperhatikan lingkungan internalnya yaitu kekuatan (*strengths*)–kelemahan (*weakness*) yang dimiliki organisasi terhadap lingkungan eksternal organisasi berupa peluang (*opportunities*)–ancaman (*threats*).

Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak. Disamping itu juga bertujuan untuk memperkenalkan dan memelihara kebudayaan di kawasan pariwisata tersebut. Sehingga, keuntungan dan manfaatnya juga bias dirasakan oleh penduduk sekitar khususnya. Pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar yaitu :

- a. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan proteksi terhadap sumberdaya alam yang menjadi daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
- b. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang

dianut masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut.

- c. Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif.
- d. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Dengan demikian, pengembangan pariwisata (yang berkelanjutan) perlu didukung dengan perencanaan yang matang dan harus mencerminkan tiga dimensi kepentingan, yaitu industri pariwisata, daya dukung lingkungan (sumber daya alam), dan masyarakat setempat dengan sasaran untuk peningkatan kualitas hidup unsur-unsur pengembangan pariwisata meliputi: (Santoso,dkk 2015)

- a. Atraksi
Atraksi atau daya tarik dapat timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau), obyek buatan manusia (museum,katedral, masjid kuno, makam kuno dan sebagainya), ataupun unsur-unsur dan peristiwa budaya (kesenian, adat istiadat, makanan dan sebagainya).
- b. Transportasi
Perkembangan transportasi berpengaruh atas arus wisatawan dan juga perkembangan akomodasi.
- c. Akomodasi
Tempat menginap dapat dibedakan antara yang dibangun untuk keperluan umum (hotel, motel, tempat pondokan, tempat berkemah waktu liburan) dan yang diadakan khusus peorangan untuk menampung menginap keluarga, kenalan atau anggota perkumpulan tertentu atau terbatas.
- d. Fasilitas Pelayanan

Penyediaan fasilitas dan pelayanan makin berkembang dan bervariasi sejalan dengan perkembangan arus wisatawan. Perkembangan pertokoan dan jasa pelayanan pada tempat wisata dimulai dengan adanya pelayanan jasa kebutuhan sehari-hari (penjual makanan, warung minum atau jajanan), kemudian jasa-jasa perdagangan (pramuniaga, tukang-tukang atau jasa pelayanan lain), selanjutnya jasa untuk kenyamanan dan kesenangan (toko pakaian, toko perabot rumah tangga, dll), lalu jasa yang menyangkut keamanan dan keselamatan (dokter, apotek, polisi dan pemadam kebakaran) dan pada akhirnya perkembangan lebih lanjut menyangkut juga jasa penjualan barang mewah.

e. **Infrastruktur**

Infrastruktur yang memadai diperlukan untuk mendukung jasa pelayanan dan fasilitas pendukung.

Pembangunan infrastruktur secara tidak langsung juga memberi manfaat (dapat digunakan) bagi penduduk setempat disamping mendukung pengembangan pariwisata

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif.

Metode penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan/melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pengguna obyek wisata (wisatawan) yang memanfaatkan obyek wisata Sangkar Burung Sidiangkat serta masyarakat yang berlokasi di sekitar lokasi wisata. Hal ini dimungkinkan karena warga disekitar wisata dapat mengetahui dan merasakan manfaat langsung dari pengembangan objek wisata Sangkar Burung. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental*

sampling sebanyak 100 responden yang terdiri: wisatawan 50 responden dan warga sekitar 50 responden

Teknik Analisis Data

Obyek dan daya tarik yang telah diperoleh kemudian dianalisis sesuai dengan kriteria penskorangan pada Pedoman Analisis Daerah Operasi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Dirjen PHKA tahun 2003 sesuai dengan nilai yang telah ditentukan untuk masing-masing kriteria. Jumlah nilai untuk satu kriteria

$$S = N \times B$$

Keterangan :

S = skor/nilai suatu kriteria

N = jumlah nilai unsur-unsur pada kriteria

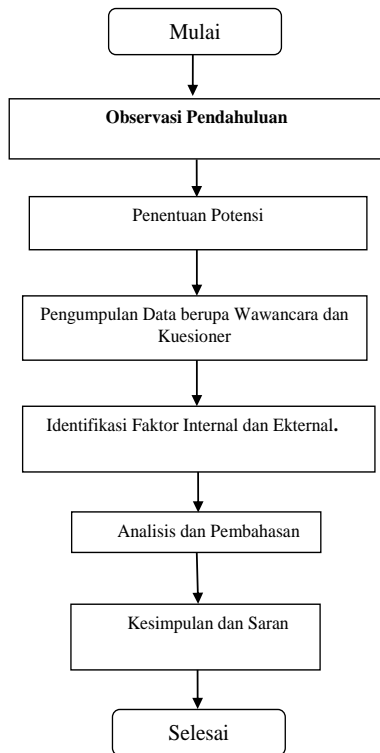
B = bobot nilai

Kriteria daya tarik diberi 6 karena daya tarik merupakan faktor utama alasan seseorang melakukan perjalanan wisata. Aksesibilitas diberi bobot 5 karena merupakan faktor penting yang mendukung wisatawan dapat melakukan kegiatan wisata. Untuk akomodasi serta sarana dan prasarana diberi bobot 3 karena hanya bersifat sebagai penunjang dalam kegiatan wisata. Hasil pengolahan data tersebut kemudian diuraikan secara deskriptif. Kriteria penilaian obyek dan daya tarik wisata alam (Pedoman Analisis Daerah Operasi dan Daya Tarik Wisata, Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Tahun 2003).

Teknik Alternatif Pengembangan

Penyusunan alternatif dilakukan dengan mengkombinasikan antara faktor internal dengan faktor eksternal. Kombinasi tersebut antara lain SO (kekuatan dan peluang), ST (kekuatan dan ancaman), WO (kelemahan dan peluang) dan WT (kelemahan dan ancaman). Penentuan prioritas alternatif strategi dilakukan dengan cara menjumlah semua skor dari faktor-faktor penyusunnya. Strategi yang memiliki skor paling tinggi menjadi prioritas utama.

Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Flow Chat Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN Daya Tarik

Objek dan daya tarik adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Setiap daya tarik memiliki nilai dan nilai tersebut menunjukkan seberapa kuat daya tarik dalam menarik pengunjungnya. Hasil dari penilaian terhadap daya tarik objek Wisata Sangkar Burung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Penilaian Terhadap Komponen Daya Tarik Objek Wisata Sangkar Burung

Unsur	Bobot	Nilai	ST
Keunikan Sumber Daya	6	20	120
Banyaknya Sumber Daya yang menonjol	6	15	90
Kegiatan Wisata Alam yang dapat	6	15	90

dinikmati			
Kebersihan lokasi Objek Wisata	6	30	180
Keamanan Kawasan	6	30	180
Kenyamanan	6	25	150
Skor Total Daya Tarik		135	810

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa banyaknya sumber daya yang menonjol dan kegiatan wisata alam yang dapat dinikmati, memiliki skor terendah yaitu 90, sedangkan untuk kebersihan dan keamanan memiliki skor tinggi yaitu 180.

Aksesibilitas

Jarak antara Kota Medan dengan Objek Wisata Sangkar Burung sekitar 190 Km. Akses menuju kawasan wisata ini dengan menggunakan kendaraan umum. Penilaian terhadap aksesibilitas menuju Objek Wisata Sangkar Burung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian terhadap Komponen Aksesibilitas Kawasan Objek Wisata

Unsur	Bobot	Nilai	ST
Kondisi Jalan	5	20	100
Jarak dari Kota	5	10	50
Tipe Jalan	5	30	150
Waktu tempuh dari kota	5	15	75
Skor Total		75	375

Berdasarkan Tabel 2. Hasil penilaian komponen Aksesibilitas Kawasan Wisata Sangkar Burung dapat diketahui bahwa kondisi dan tipe jalan akan membantu wisatawan dalam melakukan perjalanan.

Akomodasi

Akomodasi merupakan salah satu factor yang membuat pengunjung tertarik melakukan suatu kunjungan wisata. Objek Wisata ini menyediakan penginapan yaitu Hotel Nan Tampuk Mas. Penilaian untuk akomodasi di sekitar kawasan Objek Wisata Sangkar Burung dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kriteria Penilaian Akomodasi

Unsur	Bobot	Nilai	ST
Jumlah Akomodasi	3	15	45
Jumlah Kamar	3	15	45
Skor Total		30	90

Sarana dan Prasarana Penunjang

Prasarana penunjang yang ada di sekitar kawasan Objek Wisata Sangkar Burung ini adalah tempat ibadah, jaringan listrik, jaringan telepon. Sedangkan untuk sarana yang terdapat pada di Objek Wisata ini masih minim karena hanya terdapat warung makan sederhana dan transportasi yang melintas yaitu motor, bus, mobil pribadi dan truk. Hasil penilaian terhadap sarana dan prasarana penunjang di kawasan Objek Wisata Sangkar Burung dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Penilaian Sarana dan Prasarana

Unsur	Bobot	Nilai	ST
Prasarana	3	30	90
Sarana	3	30	90
Skor Total		60	180

Penilaian Potensi Objek dan Daya Tarik Objek Wisata Sangkar Burung

Penilaian terhadap komponen-komponen objek wisata Sangkar Burung dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Penilaian Objek Wisata dan Daya Tarik

Kriteria	B	Nilai	Skor	Skor Max	In
Daya Tarik	6	135	810	1080	75
Aksesibilitas	5	75	375	600	62
Akomodasi	3	30	90	180	50
Sarana dan Prasarana	3	60	180	300	60
Tingkat Kelayakan				61,75	

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 5 diketahui bahwa kawasan Objek Wisata Sangkar Burung layak dikembangkan sebagai salah satu objek wisata yang layak untuk dikembangkan dengan presentasi sebesar 61,75%. Untuk kriteria daya tarik sebesar 75%. Hal ini menunjukkan perlu dikembangkannya secara berkesinambungan pengembangan kawasan wisata ini.

Strategi Pengembangan Objek Wisata Sangkar Burung

Strategi Pengembangan diperoleh dengan menggunakan analisis SWOT. Dari analisis SWOT menghasilkan empat kemungkinan strategi alternatif dalam mengembangkan Objek Wisata Sangkar Burung sebagai berikut

1. Strategi SO (*Strength and Opportunities*), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*), ialah:
 - a. Memanfaatkan otonomi daerah untuk mengelola potensi alam dan obyek wisata yang menarik.
 - b. Inovasi produk dan atraksi wisata seperti sepeda gunung, tanam bermain anak-anak, dan sepeda gunung.
2. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*), ialah
 - a. Menjalinkan kerjasama dengan investor dalam upaya pengembangan objek wisata.
 - b. Aksesibilitas yang mudah menuju obyek wisata sangkar burung dapat dicapai dengan perbaikan jalan yang rusak dan adanya penerangan sepanjang jalan pada malam hari.
 - c. Peningkatan tenaga kerja yang berkualitas yang dapat membantu perkembangan objek wisata dengan ide dan pengalaman SDM dengan melakukan rekrutmen tenaga kerja.

3. Strategi ST (*Strength and Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threats*), ialah:
 - a. Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan obyek wisata untuk menghadapi persaingan antar obyek wisata
 - b. Pengembangan dan pembangunan obyek wisata yang ramah lingkungan.
4. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan menghindari ancaman (*threats*), ialah :
 - a. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan dengan inovasi yang baru sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar obyek wisata.
 - b. Peningkatan kualitas tenaga kerja profesional dalam pengelolaan obyek wisata sehingga mengurangi kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang seenaknya

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah potensi yang ditawarkan Kawasan Wisata adalah

1. Adanya kebersihan lokasi tidak ada pengaruh lain sehingga masih asri dan segar dan keamanan kawasan wisata yang terus terjaga.
2. Dalam Analisis *SWOT* Objek Wisata Sangkar Burung beresada pada posisi yang menguntungkan dimana Posisi bisnis dari Objek Wisata sangkar burung ada pada Kuadran I yang menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

VI. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat

(DP2M) untuk hibah Penelitian Dosen Pemula.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Asriandi, Ian. 2016. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng. Makassar: Jurnal. Universitas Hasanuddin
- A.K.T.dkk. (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata dalam Upaya Peningkatan Pengunjung. *J.Manag*, 14(1), 1-20
- Jan L. Ronchetti 2011, dalam *An Integrated Balanced Scorecard Strategic Planning Model for Nonprofit Organizations*, Vol. 11ss. 1, 2011, pp. 25-35
- M.Dadan Mukhsin. (2015). Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung. *J.Perencanaan Wil. Dan Kota*. 14(1), 1-11
- Mario, Barreto. 2015. Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, IV.(1), 773-796.
- Ridwan, Mohamad. (2012), Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. PT SOFMEDIA: Medan.
- Sinulingga, Sukaria. (2011). *Metode Penelitian*: USU Press.
- U.I.Panjaitan et al. (2015). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Air Terjun Teroh Teroh Desa Rumah Galuh Kecamatan Sei Bingai, Kabupaten Langkat Sumatera Utara. *J.Nas.Pariwisata*.
- Y.Sinambela. (2018). Analisis Strategi Pemasaran CV. Karunia Makmur Persada dengan Metode *SWOT*.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)