

Strategi Pengembangan Desa Wisata Pala Kampung Nemewikarya Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Fakfak

Arga Ramadhana

Jurusan Agroindustri, Politeknik Negeri Fakfak

Dessy Eka Kuliahsari

Jurusan Agroindustri, Politeknik Negeri Fakfak

Alamat: Jl. TPA Imam Bonjol Atas Air Merah, Wagom, Fakfak, 98612, Indonesia

korespondensi penulis: ramadhana.arga@polinef.id

Abstract. *Fakfak is a district with a predominantly Muslim population which has 17 District Government Areas with 142 main villages and 7 sub-districts. The area of this district is 14,320km². The aim of this research is to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats in the tourist village studied. This research also formulates what strategies to use in empowering local communities. This research uses SWOT matrix analysis. With this research, it can be a new solution to help people increase their income and increase the competitiveness of nutmeg plants. The target output of this research is to produce information related to strategies that can be used in developing nutmeg tourism villages. The results of the research place the Nemewikarya village strategy in quadrant I, namely a progressive strategy, the results of data analysis show that $O > S$ (opportunity greater than) corresponds to a progressive strategy. This strategy is a strategy that is very suitable for organizations that are still developing with all their strengths and weaknesses. Nemewikarya Village tourism has a great opportunity to attract tourists even though there are still weaknesses. One of the most prominent shortcomings is that culinary food is not sufficient for visitors and there is still a lack of promotion both through print and electronic media.*

Keywords: *Tourism Village; Fakfak; Nutmeg; SWOT*

Abstrak. Fakfak merupakan kabupaten yang berpenduduk mayoritas beragama Islam yang memiliki 17 Wilayah Pemerintah Distrik dengan 142 kampung induk serta 7 kelurahan. Luas wilayah kabupaten ini adalah sebesar 14.320km². Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada desa wisata yang diteliti. Penelitian ini juga merumuskan strategi apa yang digunakan dalam memerdayakan masyarakat sekitar. Penelitian ini menggunakan analisis matriks SWOT. Dengan adanya penelitian ini, maka dapat menjadi solusi baru dalam membantu masyarakat meningkatkan pendapatan dan peningkatan daya saing tanaman pala. Target luaran penelitian ini adalah menghasilkan informasi terkait strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan desa wisata pala. Selain itu, penelitian ini juga akan menghasilkan publikasi pada jurnal nasional terakreditasi (sinta 2) dan uraian Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT) berada pada level 2. Hasil penelitian menempatkan strategi kampung Nemewikarya pada kwadran I yaitu strategi progresif, hasil dari analisis data diketahui bahwa $O > S$ (opportunity lebih besar daripada) sesuai dengan strategi progresif. Strategi

ini merupakan salah satu strategi yang sangat cocok untuk organisasi yang masih berkembang dengan segala kekuatan dan kekurangannya. Pariwisata Kampung Nemewikarya memiliki peluang besar untuk menarik wisatawan walaupun masih ada kelemahan-kelemahan. Salah satu kekurangan yang sangat menonjol bahwa Kuliner makanan yang belum mencukupi bagi pengunjung serta masih kurangnya promosi baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Kata kunci: Desa Wisata; Fakfak; Pala; SWOT

LATAR BELAKANG

Fakfak merupakan kabupaten yang berpenduduk mayoritas beragama Islam yang memiliki 17 Wilayah Pemerintah Distrik dengan 142 kampung induk serta 7 kelurahan. Luas wilayah kabupaten ini adalah sebesar 14.320km². Luas areal yang dtumbuhi tanaman pala adalah sebesar 17.792 hektar dengan hasil produksi sebanyak 1.462 ton, yang menjadikannya sebagai sumberdaya alam yang sangat potensial untuk dimaksimalkan [1]. Pala memiliki nilai ekonomis yang terletak pada biji dan fulinya yang dapat diolah menjadi minyak pala [2]. Potensi yang dimiliki tanaman pala di Kabupaten Fakfak seharusnya perlu dikembangkan dengan maksimal. Namun, perkembangan pala di Kabuapten Fakfak tidak seproduktif daerah lainnya di Indonesia. kuantitas dari tanaman pala tidak berbanding lurus dengan kualitas yang dihasilkan, sehingga nilai jual dari pala tersebut berkurang dan petani mendapatkan penghasilan yang tidak maksimal. Pengetahuan petani yang dirasa masih kurang mengenai teknik- teknik atau tata cara budidaya panen tanaman pala membuat kualitas pala menjadi menurun sehingga petani berada pada posisi yang tawar menawar yang lemah. Dalam hal ini dibutuhkan perhatian besar dari pihak-pihak terkait mengenai program-program inovatif untuk mengembangkan tanaman pala pada masa yang akan datang [2]. Petani sangat perlu diberdayakan karena merupakan pelaku sentral dalam pembangunan pertanian [3].

Mayoritas penduduk Kabupaten Fakfak bekerja sebagai petani pala. Potensi yang dimiliki tanaman pala tidak berbanding lurus dengan pendapatan petani pala. Petani pala tidak mengalami kerugian dan keuntungan, untuk menambah pendapatan petani di harapkan petani mempunyai alternatif lain sehingga terdapat peningkatan pendapatan [4]. Penerimaan yang diperoleh petani dari kegiatan usahatani pala berasal dari banyaknya biji pala dan fuli yang dihasilkan setiap kali panen (dalam satu tahun

dua kali panen). Sedangkan daging buah pala biasanya di jual dengan harga murah kepada produsen olahan daging pala [4].

Berdasarkan deskripsi yang dikemukakan diatas, maka perlu adanya pemecahan masalah terkait dengan pengembangan tanaman pala di Kabupaten Fakfak. Pengembangan desa wisata pala merupakan solusi yang tepat dalam mengembangkan tanaman pala. Pengembangan desa wisata pala berbasis masyarakat lokal memerlukan kepedulian dan partisipasi masyarakat sendiri untuk senantiasa berinovasi dan kreatif dalam mengembangkan wilayah desanya yang dijadikan sebagai desa wisata pala. Kampung Nemewikarya merupakan salah satu kampung yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata pala. Hal tersebut dikarenakan lokasinya yang dikelilingi oleh perkebunan pala dengan daerah dataran yang memiliki sirkulasi udara yang masih segar dan asri serta suasana desanya yang jauh bersih, sehingga daerah tersebut sangat tepat untuk dikembangkan [2].

Adanya desa wisata pala di kampung Nemewikarya ini diharapkan dapat meningkatkan pengembangan sumber daya pala yang ada di kabupaten Fakfak, sehingga dengan pengembangan tersebut akan berdampak baik bagi masyarakat dan juga bagi daerah kabupaten Fakfak dengan menjadi tempat wisata pertama di kabupaten Fakfak yang dapat mempopulerkan daerah Fakfak terutama sumber daya lokalnya yaitu pala Fakfak. Untuk dapat berkembang sebagai desa wisata pala, diperlukan kajian yang menyeluruh terkait sistem kepariwisataan yang terdiri dari aspek sediaan dan permintaan. Selain itu, belum terdapat desa wisata pala di Kabupaten Fakfak, , sehingga penelitian ini merupakan penelitian pertama dan penting untuk dilakukan sebagai upaya pengembangan tanaman pala agar memiliki nilai jual dengan memanfaatkan masyarakat lokal. Pendekatan pada penelitian ini adalah dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan desa wisata pala di Kampung Nemewikarya. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis strategi apa yang digunakan untuk memberdayakan masyarakat menggunakan matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah kegiatan pengembangan desa wisata oleh masyarakat sekitar di Kampung Nemewikarya, Kabupaten Fakfak, Papua Barat. Pemilihan lokasi penelitian

*STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA PALA KAMPUNG NEMEWIKARYA SEBAGAI UPAYA
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN FAKFAK*
yaitu Kampung Nemewikarya dengan pertimbangan bahwa kampung tersebut merupakan kampung yang memiliki tanaman pala yang melimpah.

Metode Pengambilan Sampel dan Analisis Data

Pelaksanaan Penelitian menggunakan metode participation observation yaitu suatu strategi lapangan yang secara simultan (serempak) mengkombinasikan wawancara para responden yaitu pengunjung dan informan-informan yaitu Kepala Kampung, Kelompok Tani, Pemerintah terkait, masyarakat lokal, observasi, partisipasi serta studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian. Metode pengumpulan data yaitu wawancara/kuesioner, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Dokumentasi ini didasarkan pada konsep bisnis canvas. Pelaksanaan Penelitian menggunakan metode participation observation Data yang diperoleh harus dianalisis guna memperoleh gambaran secermat mungkin tentang strategi – strategi yang diamati. Analisis matriks SWOT yang digunakan pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Fakfak, sebagai kabupaten yang memiliki sumber daya lokal Pala Negeri yang melimpah menjadi tidaklah lengkap jika potensi dari sumber daya tersebut tidak dikembangkan melihat potensi yang dimiliki oleh sumber dayanya dan juga wilayahnya yang masih asri dan tidak banyak dicemari oleh polusi akan sangat tepat bila membuat sebuah desa wisata di daerah Fakfak. Secara administrasi Kabupaten Fakfak terdiri dari 9 (sembilan) distrik dan 106 kampung/kelurahan, Distrik Fakfak merupakan ibukota kabupaten, dari 106 kampung tersebut, kampung Nemewikarya merupakan kampung yang memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan. Kampung Nemewikarya terdiri dari daratan (berbukit), daratan rendah dan juga dekat dengan pesisir pantai, kampung Nemewikarya juga dikelilingi oleh perkebunan pala milik warga sehingga sangat tepat dijadikan lokasi desa wisata pala ini. Lokasi kampung Nemewikarya sangat strategis dijadikan sebagai lokasi desa wisata dikarenakan walaupun lokasinya jauh dari perkotaan tetapi akses untuk menuju kampung tersebut mudah, dari pusat perkotaan menuju kampung Nemewikarya dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan bermotor dan juga mobil selama kurang lebih 20 menit.

Dengan potensi tersebut akan sangat baik jika kekayaan sumber daya alam tersebut dimanfaatkan sehingga penggunaan sumber daya alam tersebut akan sangat

bermanfaat bagi masyarakat sekitar dan dapat membantu perekonomian masyarakat. Desa wisata pala ini akan menjadi tempat wisata pertama di daerah Fakfak sehingga akan sangat memungkinkan mengundang wisatawan lokal, dan dapat memperkenalkan potensi sumber daya lokal yang ada di daerah Fakfak provinsi Papua Barat.

Gambaran Business Model Canvas Kampoeng Nemewikarya Saat ini

1. Customer Segments

Segmen pelanggan menggambarkan pangsa pasar yang diambil oleh Kampoeng Nemewikarya yaitu semua kalangan dimulai dari anak – anak, remaja hingga dewasa. Secara khusus ialah para pelajar dan umum. Jenis segmen pelanggan Kampoeng Nemewikarya adalah masa dimana Kampoeng Nemewikarya tidak membedakan yang datang, semua kalangan menjadi perhatian penting bagi Kampoeng Nemewikarya.

2. Value Proposition

Kampoeng Nemewikarya menawarkan nilai kepada pelanggannya berupa wisata pala yang bersifat edukatif karena terdapat pembelajaran alam baik cara budidaya, pengolahan, dan inovasi buah pala.

3. Channels

Saluran yang digunakan Kampoeng Nemewikarya dalam menjangkau pelanggannya menggunakan Media Sosial seperti Facebook, Instagram. Sedangkan saluran lainnya seperti pemasangan Banner, Iklan Cetak maupun Elektronik masih belum dilakukan.

4. Customer Relationship

Hubungan Kampoeng Nemewikarya dengan pelanggannya termasuk kepada bantuan personal, yaitu melakukan komunikasi secara langsung, seperti pengelola selalu berada ditempat dan memantau kegiatan operasional Kampoeng Nemewikarya hingga memperhatikan kepuasan pelanggannya.

5. Revenue Streams

Arus pendapatan yang diperoleh Kampoeng Nemewikarya berasal dari pengunjung para wisatawan yang datang wisatawan nusantara yaitu seperti edukasi untuk pelajar maupun umum dan penjualan pala.

6. Key Resources

Sumber daya utama bagi Kampoeng Nemewikarya adalah aset manusia (SDM), aset fisik (fasilitas) dan sumber daya alamnya. Aset manusia berupa sumber daya

manusia yang sebagian besar berasal dari penduduk kampung setempat. Aset fisik berupa fasilitas – fasilitas yang disediakan seperti masjid tapi masih perlu dikembangkan. Sumber daya utama bagi Kampong Nemewikarya adalah menyuguhkan wisata alam khususnya menikmati pala serta pemandangan pantai yang indah.

7. *Key Activites*

Aktivitas kunci yang dilakukan Kampong Nemewikarya adalah operasi jasa (pelayanan) yang meliputi penyiapan layanan yang dibutuhkan pelanggan (program wisata). Program edukasi berupa pelatihan pengolahan pala, serta penjualan pala.

8. *Key Partnership*

Mitra Utama yang dimiliki Kampong Nemewikarya adalah masyarakat setempat dan pemerintah

9. *Cost Structure*

Struktur biaya yang dikeluarkan Kampong Nemewikarya untuk sumber daya manusiadan operasional.

Analisis SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, and Treath*)

Data yang diperoleh dari responden kemudian dianalisis secara deskriptif dan diinterpretasikan seperti untuk melaksanakan dan penilaian kepentingan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung pada Kampung Nemewikarya.

1. Analisis EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Unsur analisis eksternal bersumber pada situasi dan kondisi yang melingkupi keberadaan di luar organisasi, seperti situasi dan kondisi politik, ekonomi, sosial budaya, lingkungan, teknologi dan konstelasi industri termasuk kondisi inetrnasional. Karena berakar pada hal yang sama, secara umum dapat dikatakan, peluang bagi kiprah Kampung Nemewikarya juga hampir sama besarnya dengan tantangan yang ada, yakni antara lain: persaingan pariwisata antar objek wisata, terjadinya bencana/gangguan alam dan sebagainya.

Dari faktor analisis eksternal bersumber pada peluang atau Opportunity, maka dapat dijelaskan analisis ringkasan faktor-faktor strategi eksternal atau EFAS (*External Strategic Factor Summary*) sebagai berikut:

- Melestarikan wisata alam
- Sektor Pariwisata yang semakin berkembang.
- Opini positif dari wisatawan
- Minat masyarakat terhadap tanaman pala yang cukup besar
- Menyerap tenaga kerja
- Teknologi yang semakin berkembang
- Masih terbukanya pasar pala ke mancanegara

Dari faktor analisis eksternal bersumber pada ancaman Threat, maka dapat dijelaskan analisis ringkasan faktor-faktor strategi eksternal atau EFAS (*External Strategic Factor Summary*) sebagai berikut :

- Persaingan pariwisata antar objek wisata
- Pendapatan konsumen
- Persaingan harga antar pedagang pala
- Terjadinya bencana/gangguan alam
- Kondisi jalan yang rusak
- Kurangnya dukungan Pemerintah Daerah

Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Unsur analisis internal bersumber pada aspek sumberdaya manusia, sumberdaya fisik dan sumberdaya organisasi. Atas dasar ini dapat dihimpun sejumlah unsur kekuatan. Sebagaimana halnya dengan pernyataan analisis kekuatan, maka analisis kelemahan juga menunjukkan fakta kelemahan umum yang dimiliki perusahaan memang ada dan menonjol pada aspek: kurangnya atraksi wisata, kurangnya atraksi wisata, homestay belum tersedia dan sebagainya.

Dari faktor analisis eksternal bersumber pada Kekuatan atau Strength, maka dapat dijelaskan analisis ringkasan faktor-faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Summary*) sebagai berikut:

- Pemandangan alam yang indah
- Objek wisata yang menarik dan unik
- Keramahan masyarakat sekitar
- Kualitas tanaman pala
- Pihak swasta yang mendukung
- Keramahan masyarakat

Dari faktor analisis eksternal bersumber pada kelemahan atau Weakness, maka dapat dijelaskan analisis ringkasan faktor-faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Summary*) sebagai berikut:

- Kuliner makanan yang belum mencukupi bagi pengunjung
- Kurangnya atraksi wisata
- Promosi belum maksimal
- Homestay belum tersedia
- Belum optimalnya partisipasi masyarakat
- Kurang luasnya tempat selfie untuk tanaman pala
- Penelitian dan pengembangan belum dijelaskan sepenuhnya

Dari analisis IFAS dan EFAS, maka diperoleh hasil perhitungan untuk menentukan strategi yang akan dipakai oleh perusahaan. Hasil penelitian pada EFAS diperoleh hasil bahwa $O < T$ ($1,87 < 0,90$) hal ini menunjukkan bahwa Threat atau ancaman lebih besar daripada kesempatan. Hasil pada perhitungan IFAS diperoleh hasil bahwa $S > W$ ($1,78 > 0,86$) hal ini menunjukkan bahwa Strength atau kekuatan perusahaan lebih besar dari pada kelemahan perusahaan. Dari pilihan strategis yang ada diperoleh hasil bahwa O dan S mempunyai kelebihan di masing-masing faktor, sehingga O berupa peluang sebesar 1,87 dan S berupa kekuatan sebesar 1,78. Pada diagram swot strategi O dan S terletak pada kuadran I, seperti pada gambar strategi, artinya adalah Kampung Nemewikarya mampu untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi peluang yang ada.

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang, dengan rekomendasi strategi hasil analisa adalah Progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Dari strategi ini termasuk pada strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*), Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) bagi perkembangan industri wisata di Indonesia. Ini merupakan situasi yang dapat menguntungkan bisnis tersebut untuk memilih peluang yang ada dengan melihat kekuatan usaha bisnis dalam dunia

kepariwisataan tersebut, sehingga peluang mendapatkan keuntungan bisnis dalam menuju pasar yang diharapkan dapat dimanfaatkan secara benar dan tepat.

Strategi Pengembangan Wisata Kampung Nemewikarya sebagai Desa Wisata Pala

Dalam pembahasan ini peneliti akan menganalisa keadaan pariwisata Kampung Nemewikarya sebagai Desa Wisata Pala dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan analisis ini diharapkan akan diketahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pariwisata di Kampung Nemewikarya. Pengkajian tentang kekuatan dan kelemahan ini merupakan kegiatan mawas diri dan menentukan kesuksesan atau keberhasilan dalam pengembangan pariwisata. Dengan analisis kekuatan dan kelemahan dapatlah dilihat peluang dan ancaman yang mungkin muncul dan dihadapi. Dengan kata lain, dianalisisnya kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman akan dapat diramalkan bagaimana keadaan masa sekarang dan masa yang akan datang. Sehingga dapat ditentukan kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam pengembangan usaha pariwisata dimasa yang akan datang. Strategi memiliki jangka waktu yang panjang daripada aktivitas taktis berjangka waktu lebih pendek. Pemilihan strategi dipengaruhi, pertama, oleh sasaran, dan kedua, oleh tersedianya sumber daya. Hasil analisis dan identifikasi diketahui tentang keadaan pemasaran pariwisata Kampung Nemewikarya dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Hasil penelitian menemukan strategi **progresif** dari perhitungan dan analisis data, artinya organisasi dalam kondisi yang mampu untuk berkembang dengan baik sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Dari strategi ini termasuk pada strategi kebijakan pertumbuhan yang progresif (*Growth oriented strategy*), Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Pada strategi progresif ini yang dibutuhkan adalah keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan selalu hal-hal baru bagi konsumen serta mengeksploitasinya sehingga menjadi suatu produk unggulan. Strategi agresif yang harus diterapkan merupakan pengembangan produk unggulan tergantung pada tersedianya fasilitas riset dan pengembangan (*research and development*) yang memadai baik dan sumber daya manusia, atau paling tidak tergantung pada tersedianya dana untuk membeli fasilitas-fasilitas tersebut serta tersedianya waktu untuk merekrut dan membangun sebuah tim research and development. Keunggulan kompetitif yang khas dapat berupa desain

produk yang lebih baik, atau produksi dengan biaya yang lebih efisien (*cost-efficient production*), atau layanan pelanggan (*customer service*) yang lebih baik, atau bisa dengan sebuah perbandingan merek (*brand imagery*). Oleh karena itu diperlukan identifikasi untuk mengetahui tentang keadaan pariwisata Kampung Nemewikarya dengan mengkombinasikan faktor kekuatan dan kelemahan dari internal faktor serta peluang dan ancaman dari segi eksternal faktor.

Kekuatan Kampung Nemewikarya dalam upaya pemberdayaan masyarakat dengan bobot tertinggi adalah memiliki potensi alam/wisata yang besar, pemandangan alam yang indah, Letak geografis sebagai kekuatan alam yang tidak bisa dipindahkan ke kota lain, adalah merupakan salah satu faktor menjadi daya tarik alam. Memiliki seni budaya tradisi khas papua [1]. Manusia dapat menjadi atraksi wisata dan menarik kedatangan wisatawan bukan hal yang luar biasa, meskipun gagasnya mungkin akan membuat orang tersentak. Sudah tentu manusia sebagai atraksi wisata tidak boleh kedudukannya begitu direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia. Keterpaduan pihak-pihak yang mendukung yaitu dari unsur pemerintah daerah setempat unsur dari swasta yaitu Kampung Nemewikarya itu sendiri dan unsur masyarakat setempat, ketiga-tiganya mampu berjalan seiring demi terwujudnya suatu industri wisata yang kuat dengan basis pengembangan dan pemberdayaan masyarakat di tanah papua.

Kelemahan Kampung Nemewikarya dalam upaya pemberdayaan masyarakat, kurang memadainya kegiatan promosi dan penyebaran pariwisata. Pada hakikatnya, branding berlaku untuk segala jenis produk, yaitu dengan cara memberikan nama pada produk dan menyertakan makna atau arti khusus menyangkut apa yang ditawarkan produk yang bersangkutan dan apa yang membedakannya dari produk-produk pesaing [2]. Hal ini juga terkait pada promosi dari biro perjalanan atau paket wisata yang melayani wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif belum memadai dan masih sangat terbatas. Paket pelayanan jasa perjalanan wisata yang dijual masih terbatas dan diantaranya juga terdapat yang masih belum siap dijual. Kemampuan pramuwisata belum sesuai dengan keinginan wisatawan memadai. Terbatasnya sumber daya manusia profesional yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja pariwisata sebagai suatu desa wisata masih harus ditingkatkan. Dari kelemahan ini seharusnya segera dipenuhi

sehingga dapat memberikan pelayanan desa dalam nama “kampung wisata” yang lebih optimal.

Kelemahan dari segi akses dari dan ke arah obyek wisata masih belum lancar. Jumlah armada transportasi antar kota yang masih terbatas. Komponen yang sangat penting untuk diperhatikan dalam pengembangan destinasi pariwisata [3]. Komponen aksesibilitas dan transportasi merupakan komponen yang perlu dikembangkan dalam dunia pariwisata karena dapat memudahkan dan membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi destinasi. Sarana Transportasi atau angkutan umum untuk menuju objek wisata belum memadai, ditambah lagi dengan adanya kondisi jalan yang rusak. Sarana Transportasi yang memadai ke Kabupaten Fakdak khususnya. Jalur akses ini merupakan kelemahan yang harus dikoordinasikan dengan pihak lain dalam hal ini adalah dari pihak pemerintah daerah setempat. Kurang tersedia fasilitas pendukung yang memadai seperti Hotel, Restoran, Perbankan, dan fasilitas umum lainnya. Pembiaran kelemahan ini secara terus menerus merupakan awal dari kehancuran, karena pengunjung yang datang akan sangat kecewa, apabila hal ini terjadi mereka akan mengkonfirmasi kepada pihak lain untuk tidak datang lagi. Efek ini menjadi *snowball* yang mengakibatkan citra buruk bagi destinasi wisata tersebut.

Peluang Kampung Nemewikarya dalam upaya pemberdayaan masyarakat adalah kebijakan pemerintah daerah untuk mengembangkan pariwisata yakni membangun Kabupaten Fakfak dalam bidang pariwisata berbasis pertanian dan sumber daya manusia merupakan peluang bagi kampung Nemewikarya, meskipun peran tersebut hanya sebatas pemberian ijin saja. Adanya kerjasama dengan kelompok pariwisata terkait.

Ancaman Kampung Nemewikarya sebagai desa wisata pala dalam upaya pemberdayaan masyarakat yang paling besar adalah apabila terjadinya bencana alam gunung meletus tepatnya Gunung Kelud, hal ini dikarenakan letak dari kampung Nemewikarya yang berada di pegunungan. Selain itu persaingan pariwisata antar objek wisata karena letaknya yang dekat dengan daerah-daerah lain (pesaing) yang menjadi tujuan wisata sehingga akan memecah konsumen karena meningkatnya minat masyarakat sendiri untuk melakukan perjalanan wisata ke daerah lain. Persaing langsung perusahaan adalah perusahaan-perusahaan lain yang bersaing dalam served market yang sama [4].

Hasil penelitian menempatkan strategi kampung Nemewikarya pada kwadran I yaitu strategi progresif, hasil dari analisis data diketahui bahwa $O > S$ (opportunity lebih besar daripada) sesuai dengan strategi progresif [5]. , strategi ini merupakan salah satu strategi yang sangat cocok untuk organisasi yang masih berkembang dengan segala kekuatan dan kekurangannya. Pariwisata Kampung Nemewikarya memiliki peluang besar untuk menarik wisatawan walaupun masih ada kelemahan-kelemahan. Salah satu kekurangan yang sangat menonjol bahwa Kuliner makanan yang belum mencukupi bagi pengunjung serta masih kurangnya promosi baik melalui media cetak maupun media elektronik. Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa pariwisata Kampung Nemewikarya sebenarnya memiliki kekuatan (potensi alam, seni budaya, dan keramahtamahan masyarakat), namun ternyata pariwisata Kampung Nemewikarya masih mempunyai kelemahan (Belum optimalnya partisipasi masyarakat, sarana penunjang, dan yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata) sehingga harus segera diperbaiki. Masyarakat yang kurang mendukung terhadap pariwisata Kampung Nemewikarya seperti masih banyaknya masyarakat setempat yang melakukan perjalanan wisata ke daerah lain yang berarti meningkatkan pendapatan daerah lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh maka dapat diberikan kesimpulan bahwa Hasil penelitian menempatkan strategi kampung Nemewikarya pada kwadran I yaitu strategi progresif, hasil dari analisis data diketahui bahwa $O > S$ (opportunity lebih besar daripada) sesuai dengan strategi progresif , strategi ini merupakan salah satu strategi yang sangat cocok untuk organisasi yang masih berkembang dengan segala kekuatan dan kekurangannya. Pariwisata Kampung Nemewikarya memiliki peluang besar untuk menarik wisatawan walaupun masih ada kelemahan-kelemahan. Salah satu kekurangan yang sangat menonjol bahwa Kuliner makanan yang belum mencukupi bagi pengunjung serta masih kurangnya promosi baik melalui media cetak maupun media elektronik. Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa pariwisata Kampung Nemewikarya sebenarnya memiliki kekuatan (potensi alam, seni budaya, dan keramahtamahan masyarakat), namun ternyata pariwisata Kampung Nemewikarya masih mempunyai kelemahan (Belum optimalnya partisipasi masyarakat, sarana penunjang, dan yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata) sehingga harus

segera diperbaiki. Masyarakat yang kurang mendukung terhadap pariwisata Kampung Nemewikarya seperti masih banyaknya masyarakat setempat yang melakukan perjalanan wisata ke daerah lain yang berarti meningkatkan pendapatan daerah lain.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu Pemerintah hendaknya dapat mempertimbangkan Pemerintah hendaknya dapat mempertimbangkan strategi pengembangan yang telah dibuat oleh peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan objek wisata Seharusnya dikembangkan lebih optimal lagi baik oleh pengelola kawasan wisata, Dinas terkait, Pemerintah maupun masyarakat, dengan melengkapi fasilitas untuk wisatawan yang masih kurang misalnya pelebaran jalan, taman untuk beristirahat, serta membangun homestay kelas menengah ke atas.

DAFTAR REFERENSI

- BPS. Kabupaten Fakfak Dalam Angka. Penerbit Badan Pusat Statistik Kabupaten Fakfak. 2019 Apr.
- Fanani, S., M. Pemberdayaan Petani Padi Dalam Meningkatkan Ketahanan Pangan Di Masa Pandemi Covid 19 Di Kelurahan Keniten Kec.Ponorogo Kab.Ponorogo. JCD: Journal of Community Development and Disaster Management, 2021; 3 (1): 13-23
- Kotler, Philip, Marketing Manajemen. PT Indeks; 2003.
- Lakupais, N. Analisis Pendapatan Petani Pala Di Kampung Brongkendik Distrik Fakfak Tengah Kabupaten Fakfak. JUMABIS (Jurnal Manajemen & Bisnis), 2019; 8(2):8 – 24
- Mustafiril, Green Economic Growth for Papua Province. Tata Kelola Pasca Panen Pala. Pendampingan dan Bimbingan Teknis Pengelolaan Komoditas Pala, Fakfak; 2021 Apr.
- Nisin, M., & Asyik M. F. Strategi Pemberdayaan Petani Pala Dalam Meningkatkan Kualitas Tanaman Pala Oleh Dinas Perkebunan Di Kabupaten Fakfak. Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau, 2022; 2 (1):73-91.
- Pratama R., Harahap M., & Muhandri T. Value Chain Study Of Papua Nutmeg In Fakfak District: Studi Rantai Nilai Pala Papua di Kabupaten Fakfak. Agroindustrial Technology Journal, 2019; 3(2):61 51
- Soekadijo,. Anatomni Pariwisata. PT Gramedia. Jakarta; 1997
- Sunaryo,B.. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata. Gava Media.Yogyakarta; 2013
- Tjiptono, dkk, 2008. Pemasaran Strategik.Penerbit ANDI Yogyakarta.