

VALUASI EKONOMI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU PERINTIS KABUPATEN BONE BOLANGO

Ramlawati Tabito

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo

Email: Ramlawatitabito89@gmail.com

Syarwani Canon

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo

Email: Syarwanicanon@ung.co.id

Boby Rantow Payu

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo

Email: Bobbyrantow@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk:
14 Juni 2024

Tanggal Revisi:
4 Juli 2024

Tanggal Diterima:
23 Juli 2024

Publikasi On line:
2 Agustus 2024

Abstract

Lake Perintis as a tourist attraction is a form of environmental service that provides economic value to the surrounding community. This study aims to determine the economic valuation of Perintis Lake as a tourist attraction in Bone Bolango Regency and determine development strategies that can be optimized to increase the potential of Perintis Lake tourist attraction. Data used from the Tourism Office and questionnaires to tourists and related parties. The method used for economic valuation analysis uses the Contingent Valuation Method (CVM) and for strategy analysis using SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). The results showed that the total economic valuation of Lake Perintis, based on CVM reached Rp. 4,061,114,000.00 / year. Based on SWOT analysis, the strategy applied in the Lake Perintis tourist attraction area is to maintain the characteristics of tourist attractions in order to attract tourists, increase partnerships with local economic actors to create sustainable jobs and maximize the economic potential that exists in tourist attractions, optimize and provide fishing facilities, hold activities that increase the attractiveness of tourist attractions, increase cooperation with local governments and stakeholders to further support the development of tourist attractions, utilize social media for the promotion of Lake Perintis tourist attractions and utilize technology in management and tourist experience.

Key Words: Pioneer lake, economic valuation, CVM, development strategy, SWOT analysis.

Abstrak

Danau Perintis sebagai daya tarik wisata merupakan salah satu bentuk jasa lingkungan yang memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui valuasi ekonomi Danau Perintis sebagai objek wisata di Kabupaten Bone Bolango dan menentukan strategi pengembangan yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan potensi objek wisata Danau Perintis. Data yang digunakan dari Dinas Pariwisata dan kuesioner kepada wisatawan serta pihak terkait. Metode yang digunakan untuk analisis valuasi ekonomi menggunakan Contingent Valuation Method (CVM) dan untuk analisis strategi menggunakan SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Hasil penelitian menunjukkan total valuasi ekonomi Danau Perintis, berdasarkan CVM mencapai Rp. 4.061.114.000,00/tahun. Berdasarkan analisis SWOT menunjukkan strategi yang diterapkan di kawasan objek wisata Danau Perintis adalah mempertahankan ciri khas tempat wisata agar menarik wisatawan, meningkatkan kemitraan pelaku ekonomi lokal guna menciptakan lapangan kerja berkelanjutan dan memaksimalkan potensi ekonomi yang ada di objek wisata, mengoptimalkan dan menyediakan fasilitas kegiatan memancing, mengadakan kegiatan yang meningkatkan daya tarik objek wisata, meningkatkan kerja sama dengan pemerintah daerah dan para stakeholder untuk lebih mendukung pengembangan objek wisata, memanfaatkan media sosial untuk promosi objek wisata Danau Perintis serta memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan dan pengalaman wisatawan.

Key Words: Danau perintis, valuasi ekonomi, CVM, strategi pengembangan, analisis SWOT

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu sektor yang sedang difokuskan oleh negara-negara di seluruh dunia untuk mendorong perekonomian nasional. Indonesia merupakan negara kepulauan yang dikaruniai sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Keragaman sumber daya alam Indonesia seperti potensi alam, tumbuh-tumbuhan (flora), hewan (fauna), pemandangan alam dengan banyaknya daerah yang kaya akan adat istiadat, budaya dan bahasa menjadi daya tarik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Hal ini merupakan salah satu daya tarik wisatawan yang dapat mendorong pemerintah untuk membangun industri pariwisata khususnya di setiap daerah yang memiliki potensi wisata, agar mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerahnya sehingga dapat meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peranan industri pariwisata semakin penting karena berkembangnya kontribusi industri pariwisata melalui perolehan devisa, pendapatan daerah, pengembangan daerah, daya tarik tenaga kerja yang lebih besar dan terus bertambah serta pengembangan usaha yang terbesar di pelosok wilayah di Indonesia. Kemenparekraf mencatat devisa industri pariwisata di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 4,26 miliar USD. Dimana nilai tersebut meningkat 769,39% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 0,49 miliar USD dan nilai tersebut telah tiga kali lipat lebih tinggi dari target tahun ini sebesar 1,7 miliar USD yang ditargetkan oleh Kemenparekraf. Data tersebut berasal dari jumlah kunjungan wisman sebesar 3,92 juta jiwa hingga oktober 2022. Di Indonesia dengan dilaksanakannya Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional 2010-2025, industri pariwisata telah menjadi salah satu bagian dari penggerak pertumbuhan ekonomi. Salah satu solusinya adalah dengan mengembangkan Kawasan Wisata Strategis Nasional. Kawasan ini tidak hanya menjadi kawasan khusus yang perlu meningkatkan perekonomian, sosial, dan budayanya namun perlu juga memperhatikan kelestarian alam dan lingkungan. Memahami nilai berbagai jasa lingkungan penting untuk membuat keputusan pengelolaan sumber daya yang bermanfaat secara ekonomi dan berkelanjutan secara lingkungan. Namun, nilai ekonomi sumber daya alam yang memberikan keindahan alam atau bentang alam pada umumnya bersifat non-pasar atau tidak dapat diperdagangkan. Untuk mengestimasi nilai ekonomi dari jasa lingkungan, harus menggunakan teknik penilaian (*valuation*) tertentu. Metode valuasi (*valuation*) adalah teknik yang digunakan untuk menentukan harga pada berbagai aspek lingkungan, terutama yang tidak diperdagangkan di pasar. Ini melibatkan penggunaan pasar yang disimulasikan dan digantikan untuk memberi nilai pada hal-hal seperti keindahan alam atau sumber daya yang bukan komoditas pasar. Nilai lingkungan diukur berdasarkan pada seberapa pentingnya hal itu bagi individu dalam melestarikannya dan menggunakannya. Dengan kata lain, preferensi dan keinginan individu menghasilkan nilai untuk hal-hal dalam bentuk harga yang ditentukan (Tresnadi, 2000). Pentingnya valuasi ekonomi dalam industri pariwisata terletak pada kemampuannya untuk memberikan angka-angka konkrit yang menunjukkan nilai sebenarnya dari aset lingkungan yang seringkali dianggap tidak memiliki nilai secara moneter. Hal ini membantu pengambil keputusan, seperti pemerintah daerah dan pemangku kepentingan, memahami dampak kebijakan dan tindakan pengembangan pariwisata terhadap aset lingkungan dan kehidupan masyarakat. Valuasi ekonomi berperan penting dalam memastikan bahwa pengembangan pariwisata dilakukan secara berkelanjutan, memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah dan melibatkan masyarakat lokal. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata perlu didasarkan pada arah yang jelas dalam perencanaan, pengembangan dan pengelolaan untuk memaksimalkan potensi daerah tujuan wisata tersebut guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tahap pertama diawali dengan inisialisasi dan komitmen tegas dari pemerintah untuk mengarahkan program pengembangan pariwisata dengan melibatkan masyarakat lokal sebagai penyedia jasa dan pengguna jasa. Tanpa adanya keterlibatan dan partisipasi masyarakat, pembangunan pariwisata hanya akan menghasilkan produk-produk pariwisata yang kurang mempunyai makna bagi masyarakat dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Pengembangan pariwisata seperti ini dinilai lebih tepat dan proporsional terhadap kesejahteraan khususnya masyarakat setempat (Sayogi & Demartoto, 2018). Alasan utama berkembangnya pariwisata di suatu daerah tujuan wisata, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional erat kaitannya dengan pengembangan perekonomian daerah. Dengan kata lain, pengembangan pariwisata suatu daerah selalu memperhatikan manfaat yang diperoleh masyarakat. Jika suatu destinasi wisata mempunyai industri pariwisata yang berkembang dengan baik maka otomatis akan berdampak positif bagi daerah tersebut karena dapat membuka lapangan kerja yang sangat jelas bagi penduduk masyarakat lokal. Secara langsung, pembangunan sarana dan prasarana pariwisata di kawasan tersebut akan membutuhkan tenaga kerja. Bukan hanya itu saja, dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke wilayah tersebut, secara tidak langsung permintaan baru terhadap produk pertanian, peternakan, hortikultura, produksi furniture, pedagang kecil dan pendidikan untuk

melayani wisatawan yang datang. Provinsi Gorontalo merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang besar dan diperlukan partisipasi. Tempat wisata di Gorontalo sangat menarik dan perlu dikembangkan antara lain: di Kota Gorontalo terdapat Monumen Pahlawan Nasional Nani Wartabone, Kabupaten Boalemo yaitu Pulau Cinta, Kabupaten Puhuwato yaitu Pulau Lahe, Kabupaten Gorontalo yaitu Danau Limboto, Kabupaten Gorontalo Utara yaitu Kawasan Ponele Kepulauan dan Kabupaten Bone Bolango yaitu Danau Perintis, dan masih banyak destinasi wisata menarik lainnya. Dengan potensi yang dimiliki Provinsi Gorontalo dari berbagai tempat wisata berkualitas di setiap daerahnya, Provinsi Gorontalo mampu menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Salah satu jenis wisata yang memiliki daya tarik wisata adalah objek wisata Bahari yaitu Danau Perintis di Kabupaten Bone Bolango. Kabupaten Bone Bolango merupakan daerah di Kawasan Teluk Tomini dan merupakan Kabupaten hasil pemekaran Kabupaten Gorontalo 2003. Kabupaten Bone Bolango terdiri dari 18 kecamatan, 5 kelurahan, dan 160 Desa. Danau Perintis adalah salah satu destinasi wisata yang familiar bagi masyarakat Gorontalo karena keindahan danau yang bisa dijadikan spot foto oleh pengunjung, memiliki sejumlah fasilitas menarik, cocok untuk beraktivitas bersama teman dan keluarga. Danau Perintis terletak di Desa Huluduotamo, Kecamatan Suwawa, Kabupaten Bone Bolango, kurang lebih 13 km dari Kota Gorontalo dan dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih 30 menit dengan kendaraan darat dan memiliki ukuran luas sekitar 20 hektare. Lokasinya yang mudah dijangkau dan pemandangannya yang menarik membuat Danau Perintis ramai dikunjungi wisatawan. Keindahan Danau Perintis dijadikan sebagai daya tarik wisata merupakan salah satu jenis jasa lingkungan yang dapat memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat sekitar. Nilai ekonomi tersebut diperoleh melalui sistem pembayaran jasa lingkungan oleh siapa saja yang memperoleh manfaat dari jasa lingkungan tersebut. Menurut Pagiola dasar teori ekonomi pembayaran jasa lingkungan secara konseptual sederhana, yaitu *beneficiary pays* atau pembayaran penerima manfaat [4]. Mekanisme pembayaran jasa lingkungan di Indonesia diatur dalam UU No. 32 tahun 2009 tentang pengelolaan dan perlindungan lingkungan hidup. Pembayaran jasa lingkungan pada dasarnya adalah sistem yang bertujuan untuk memulihkan dan melindungi ketersediaan barang dan jasa lingkungan dengan cara yang lebih berkelanjutan dan hemat biaya yang efisiensi dalam jangka panjang.

Tabel 1. Data Kunjungan WisNusantara dan Mancanegara Objek Wisata Danau Perintis

Tahun	WisNus	WisMan	Total
2019	12.336 orang	-	12.336 orang
2020	16.402 orang	-	16.402 orang
2021	4.292 orang	-	4.292 orang
2022	39.845 orang	20 orang	39.505 orang

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bone Bolango

Berdasarkan Tabel 1. Pada tahun 2022 terjadi pemulihan yang sangat signifikan dan meningkatnya daya tarik Danau Perintis sebagai tujuan wisata sebanyak 39.845 pengunjung nusantara. Meski jumlah pengunjung wisatawan mancanegara tahun 2022 ini masih tergolong rendah, namun hal ini bisa menjadi pertanda positif bahwa Danau Perintis mulai menarik perhatian wisatawan mancanegara. Seiring dengan pertumbuhan jumlah pengunjung di Danau Perintis, pihak berwenang Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga bersama Badan Keuangan Pendapatan Daerah Kabupaten Bone Bolango telah menerapkan retribusi masuk Rp. 5.000/orang serta parkir bagi wisatawan yang masuk di objek wisata Danau Perintis Rp. 3.000 untuk kendaraan beroda dua dan Rp.5.000 untuk kendaraan beroda tiga, dengan tujuan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bone Bolango, yang pada tahun 2023 telah memberikan kontribusi sebesar Rp. 242.310.001. Dampak positif dari Danau Perintis sebagai objek wisata juga memberikan peluang bagi para pedagang makanan dan minuman yang semakin ramai berjualan di sekitarnya bahkan ada juga pelaku usaha barang dan jasa yang disewakan. Pemerintah setempat juga telah memberlakukan kewajiban kepada para pedagang untuk menjaga kebersihan dan mengelola sampah sendiri. Namun berdasarkan hasil observasi, masih menunjukkan kurangnya kesadaran wisatawan untuk membuang sampah pada tempatnya. Hal ini berpotensi menciptakan pencemaran lingkungan dari para wisatawan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kebersihan Danau Perintis. Oleh karena itu, perlu dilakukan optimalisasi pengelolaan aset-aset. Salah satunya melalui estimasi nilai ekonomi Danau Perintis, dengan tujuan untuk meningkatkan potensi dan memaksimalkan pengelolaan aset-aset yang ada. Dengan mengungkapkan bahwa keberlanjutan dan kelestarian lingkungan memiliki nilai ekonomi yang signifikan, valuasi ekonomi dapat menjadi pendorong utama dalam memotivasi perilaku ramah lingkungan dari para

pengunjung. seiring dengan upaya ini, diharapkan dapat mengatasi permasalahan kurangnya kesadaran dalam membuang sampah serta mengurangi dampak negatif terhadap kebersihan dan kelestarian Danau Perintis secara keseluruhan. Dalam konteks pariwisata di Kabupaten Bone Bolango, Danau Perintis memegang peranan penting dalam kontribusi terhadap perekonomian lokal. Melalui proses valuasi ekonomi, dapat diidentifikasi nilai ekonomi yang dihasilkan oleh objek wisata ini. Valuasi ini tidak hanya mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan memahami nilai lingkungan dan keberlanjutan, tetapi juga membantu optimalisasi pengelolaan aset, termasuk proyek infrastruktur pendukung yang sedang dikerjakan oleh pemerintah daerah. Kegiatan penilaian (*valuation*) yang dilakukan di Danau Perintis tidak hanya memberikan landasan yang kuat dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan dan pengembangan infrastruktur pendukung, namun juga berpotensi memberikan manfaat signifikan bagi pembangunan di sekitarnya. Terutama, proyek pembangunan fasilitas pendukung yang sedang dikerjakan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bone Bolango di sekitar Danau Perintis akan memberikan nilai tambah bagi perkembangan danau tersebut. Sejalan dengan pembangunan infrastruktur yang sedang dikerjakan, diharapkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Danau Perintis akan meningkat. Dengan mengetahui nilai ekonomi dan manfaat yang dihasilkan dari kegiatan penilaian (*valuation*), pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dapat merancang kebijakan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang diatas, keindahan Danau Perintis yang dijadikan sebagai daya tarik wisata dan memberikan nilai ekonomi, penting untuk memahami valuasi ekonomi Danau Perintis seiring dengan pertumbuhan jumlah pengunjung yang terus meningkat, valuasi ekonomi akan memberikan gambaran kontribusi objek wisata Danau Perintis terhadap perekonomian dan untuk memaksimalkan potensi objek wisata Danau Perintis diperlukan rancangan bagaimana strategi pengembangan untuk keberlanjutan objek wisata Danau Perintis ini. Artikel penelitian ini berfokus pada valuasi ekonomi dan strategi pengembangan objek wisata Danau Perintis di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Danau ini dipilih karena memiliki potensi wisata yang tinggi dan banyak menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan penelitian terdahulu dan pemahaman terhadap fenomena serta permasalahan yang diuraikan sangat menarik untuk menjalankan artikel riset yang menginvestigasi valuasi ekonomi Danau Perintis sebagai objek wisata serta strategi pengembangan yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan potensi objek wisata tersebut. Hasil artikel riset diharapkan dapat memberikan wawasan tentang nilai ekonomi dari aset lingkungan ini dan kontribusinya terhadap perekonomian lokal, memberikan panduan bagi pemerintah daerah dalam merancang kebijakan yang lebih efektif dan berkelanjutan, serta membantu masyarakat lokal wasan mengenai nilai ekonomi dari aset-aset lingkungan hidup tersebut dan kontribusinya terhadap perekonomian lokal, memberikan panduan bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan kebijakan yang lebih efektif dan berkelanjutan, dan mendukung masyarakat lokal diharapkan dapat membantu memaksimalkan manfaat ekonomi pariwisata., untuk lebih mendukung pengembangan strategi pengelolaan yang tepat dan menjamin kelestarian lingkungan Danau Perintis.

TINJAUAN PUSTAKA / KAJIAN TEORITIS

Definisi Pariwisata

Secara etimologi pariwisata terdiri dari dua suku kata “*pari*” artinya berkali-kali atau berulang-ulang sedangkan “*wisata*” artinya perjalanan atau bepergian. Jadi, pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau kurang lebih dari satu tempat ke tempat lain (Suryani, 2016). Jadi dapat disimpulkan, pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari satu tempat ke tempat lain. Tujuan utama dari perjalanan ini bukanlah untuk kegiatan bisnis atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, melainkan untuk menikmati perjalanan, bertamasya, dan memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Objek Daya Tarik Wisata

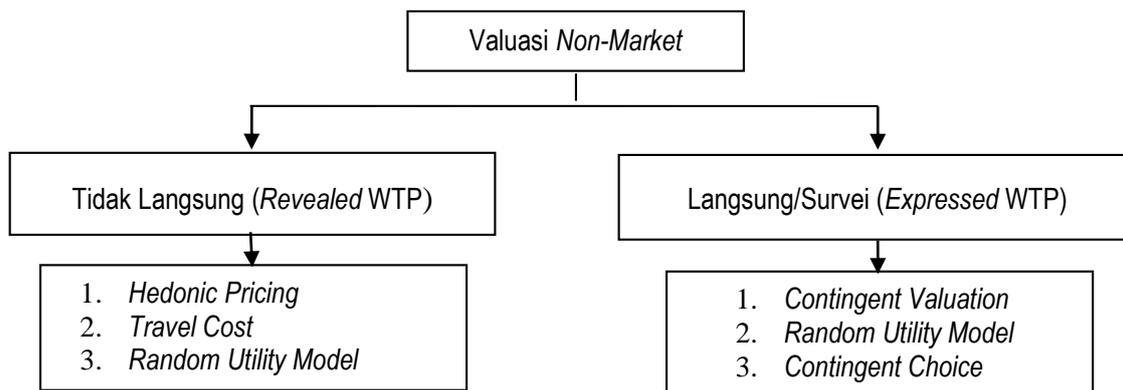
Daya tarik wisata menurut Direktorat Jenderal Pemerintahan dalam (Pertiwi et al., 2022) dibagi menjadi tiga macam, yaitu: a) Daya Tarik Wisata Alam; b) Daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya; c) Daya Tarik Wisata Sosial Budaya, Daya tarik wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukkan dan kerajinan; d) Daya Tarik Wisata Minat Khusus, Daya tarik wisata minat khusus adalah jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus.

Pengembangan Objek Wisata

Perencanaan dan pengembangan objek wisata merupakan suatu proses yang dinamis dan berkesinambungan yang bergerak menuju tingkat nilai lebih tinggi dengan melakukan penyesuaian dan modifikasi berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi serta umpan balik terhadap implementasi rencana sebelumnya yang menjadi dasar kebijakan dan misi yang harus dikembangkan. Pengembangan pariwisata dilaksanakan dengan tujuan untuk memajukan kepariwisataan dan mengembangkannya ke arah yang lebih baik dari segi kualitas sarana dan prasarana, memudahkan akses kemana saja, menjadi destinasi yang diminati, dan memberikan manfaat ekonomi yang baik bagi masyarakat sekitar (Santosa, 2015). Pengembangan objek wisata mempunyai dampak positif dan negatif. Dampak positif dari pengembangan objek wisata meliputi menciptakan lapangan kerja, sumber devisa asing, pariwisata dan distribusi pembangunan spiritual. Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan objek wisata antara lain kerusakan lingkungan, kemacetan lalu lintas dan alokasi sumber daya ekonomi yang menaikkan harga tanah (Maharani, 2018).

Valuasi Ekonomi

Fauzi (2010) mendefinisikan konsep nilai ekonomi tidak hanya mencakup nilai guna langsung dan tidak langsung. *Value* atau nilai dapat dipahami sebagai kepentingan atau keinginan. Penilaian dalam konsep ekonomi diartikan sebagai kegiatan penilaian yang berkaitan dengan perubahan kesejahteraan suatu masyarakat. Dengan demikian nilai ekonomi sumber daya alam dan lingkungan hidup (*economic value of ecosystem services*) merupakan penilaian terhadap kontribusi sumberdaya dan lingkungan hidup terhadap kesejahteraan manusia (dalam Rifki & Uswatun, 2018). Menurut Fauzi (2006) untuk menentukan nilai ekonomi total dapat digunakan proses pendekatan non-pasar (*non-market*) dapat dilihat pada gambar 1 :



Gambar 1 Model Valuasi Ekonomi Non Pasar

Sumber: Fauzi (2006)

Metode Biaya Perjalanan / *Travel Cost Method (TCM)*

Metode TCM merupakan suatu metode yang pertama kali menganggap bahwa nilai ekonomi dari suatu rekreasi berhubungan dengan biaya perjalanan yang dikeluarkan para pengunjung. Metode perhitungan TCM digunakan untuk mengetahui nilai surplus konsumen. Dimana nilai surplus konsumen dalam perhitungan TCM menunjukkan seberapa besar seseorang menilai suatu tempat (wisata) yang didasarkan kunjungannya

Metode *Hedonic Pricing*

Hedonic Pricing merupakan suatu metode penilaian lingkungan yang didasari atas perbedaan harga sewa rumah atau harga sewa lahan yang diasumsikan adanya perbedaan kualitas lingkungan. Pendekatan ini digunakan secara tidak langsung untuk mengestimasi nilai perubahan kualitas lingkungan agar kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) dapat ditentukan (Rheynaldo, 2023).

Random Utility Model

Random Utility Model lebih fokus mengenai pilihan yang berkaitan dengan alternatif lokasi wisata, serupa dengan TCM, namun *random utility model* tidak terpaku pada jumlah kunjungan rekreasi pada waktu tertentu saja namun pada saat faktor-faktor pengganti lokasi tersedia, sehingga nilai dari karakteristik suatu alternatif ke lokasi lain dapat diukur.

Contingent Valuation Method (CVM)

Contingent Valuation Method (CVM) merupakan pendekatan untuk memperkirakan nilai yang diberikan seseorang terhadap suatu barang. Metode ini menggunakan prinsip *Willingness to Pay* (WTP) dan *Willingness to Accept* (WTA). WTP adalah nilai yang bersedia dibayar seseorang untuk memperoleh suatu barang, sedangkan WTA adalah nilai yang bersedia diterima seseorang untuk menyerahkan suatu barang. Konsep WTP dan WTA sering digunakan untuk hal-hal yang tidak dapat langsung dinilai dengan uang karena barang yang dimaksud tidak masuk ke dalam pasar (Budi Setyawan, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di objek wisata Danau Perintis Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Jangka waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober sampai bulan Desember tahun 2023. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk menggambarkan manfaat ekonomi objek wisata secara sistematis dan akurat. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi literatur.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Danau Perintis, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Pada tahun 2022, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 39.505 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode *quoted accidental sampling* untuk responden valuasi ekonomi dan *purposive sampling* untuk responden strategi pengembangan. Responden Valuasi Ekonomi: Sebanyak 100 responden wisatawan dipilih berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90%. Responden Strategi Pengembangan: Key informan yang memiliki peran besar dalam pengembangan objek wisata, termasuk pengelola Danau Perintis, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bone Bolango, serta Badan Keuangan Pendapatan Daerah Kabupaten Bone Bolango.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data *contingent valuation method* (CVM) untuk valuasi ekonomi dan metode SWOT untuk merancang strategi pengembangan objek wisata Danau Perintis.

a. *Contingent Valuation Method* (CVM)

Contingent Valuation Method (CVM) merupakan pendekatan untuk memperkirakan nilai yang diberikan seseorang terhadap suatu barang. Metode ini menggunakan prinsip *Willingness to Pay* (WTP). WTP adalah nilai yang bersedia dibayar seseorang untuk memperoleh suatu barang [5]. Langkah-langkah dalam penggunaan CVM [10] adalah sebagai berikut:

1) Membuat pasar hipotetik

Pasar hipotetik ini dibuat untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang terjadi kepada pengunjung serta memberikan gambaran mengenai perbaikan yang ditawarkan kepada pengunjung dengan konsekuensi pengunjung bersedia memberikan kontribusi secara material terhadap perbaikan tersebut.

2) Penawaran besarnya nilai *Willingness to Pay* (WTP)

Ada beberapa metode yang bisa digunakan untuk menentukan besarnya penawaran maksimal, dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *open ended-equation*. Metode ini dipilih karena dapat memberikan kebebasan bagi pengunjung untuk menentukan sendiri berapa jumlah yang bersedia pengunjung bayarkan tanpa ada batasan tertentu pada rentang nilai yang dapat pengunjung pilih.

3) Memperkirakan nilai rata-rata WTP

WTP_i dapat diduga dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan rata-rata WTP dihitung dengan rumus:

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Dimana:

EWTP = Dugaan rata-rata WTP

W_i = Nilai WTP ke-i

N = Jumlah responden

l = Responden ke-i yang bersedia membayar (i=1,2...n)

4) Menjumlahkan data

Penjumlahan data adalah proses perubahan nilai rata-rata penawaran terhadap total keputusan penjumlahan data.

$$TWTP = \sum_{i=1}^n WTP_i \left(\frac{n_i}{N} \right) P$$

Dimana:

- TWTP = Total WTP
- WTP_i = WTP individu sampel ke-i
- N_i = Jumlah sampel ke-i yang bersedia membayar sebesar WTP
- N = Jumlah sampel
- P = Jumlah populasi
- I = Responden ke-i yang bersedia membayar

b. Metode SWOT

Analisis strategi pengembangan objek wisata Danau Perintis dilakukan dengan pendekatan SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities and Threats*). Analisis SWOT adalah cara untuk mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) serta peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal untuk memungkinkan pengambilan keputusan strategi perusahaan (Dahlia Amelia, Erviva Fariantin, I Made Murjana, Faisol, Ce Gunawan, Lukertina Sihombing, 2023), (Adiek Astika Clara Sudarni, Faisol, Suhadarliyah, Rudy Irwansyah, Yudi NS, 2023).

1) Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal (IFE-EFE)

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan sebuah alat formulasi strategi yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal suatu objek wisata yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan di kawasan objek wisata Danau Perintis. Sedangkan matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), matriks ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh objek wisata Danau Perintis. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut dapat menghasilkan kemungkinan alternatif strategi pengembangan untuk objek wisata Danau Perintis.

Pengisian tabel internal maupun eksternal dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Data yang diperoleh diklasifikasikan berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).
- b) Mengidentifikasi data faktor internal IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*). Data yang telah diklasifikasi menjadi faktor internal akan diberi bobot pada masing-masing data tersebut, dimulai dari skala 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) tergantung seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap wisata Danau Perintis. Jumlah dari seluruh bobot yang diberikan tidak boleh melebihi skor 1,00. Kemudian, setiap data tersebut juga diberikan *rating* mulai dari yang paling berpengaruh (diberikan nilai 5) hingga yang tidak berpengaruh (diberikan nilai 1). Kemudian setiap bobot dikalikan dengan *rating* untuk memperoleh faktor pembobotan (bobot**rating*). Hasil yang diperoleh akan menunjukkan *rating* dari unsur internal.

Tabel 2. Analisis Faktor Internal

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot*rating
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Total			

Sumber: David (2009)

Menentukan data faktor eksternal EFAS (*External Factors Analysis Summary*) dengan melakukan langkah-langkah yang sama seperti saat menentukan IFAS terhadap setiap data yang diperoleh.

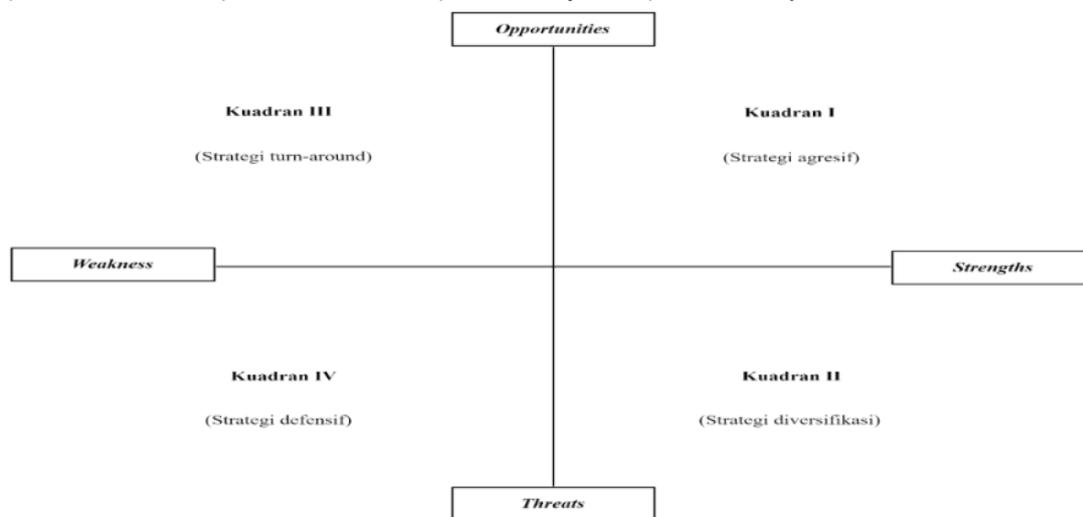
Tabel 3. Analisis Faktor Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot*rating
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
Ancaman (<i>Threats</i>)			
Total			

Sumber: David (2009)

2) Diagram Analisis SWOT

Keputusan suatu perusahaan dalam memilih alternatif strategi harus terlebih dahulu melihat posisi perusahaan. Posisi perusahaan dikelompokkan menjadi empat kuadran, yaitu kuadran I, II, III, dan IV.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Penjelasan dari setiap kuadran adalah sebagai berikut:

Kuadran I (positif, positif) merupakan suatu situasi yang sangat menguntungkan. perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan yang memungkinkannya memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau progresif.

Kuadran II (positif, negatif) merupakan suatu situasi perusahaan menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Rekomendasi strategi yang harus diterapkan adalah Strategi Diversifikasi, artinya perusahaan dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan besar sehingga diperkirakan roda perusahaan akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karenanya, perusahaan disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya.

Kuadran III (negatif, positif) merupakan suatu situasi perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak memiliki kelemahan/kendala internal. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Ubah Strategi, dimana perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Karena, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja perusahaan.

Kuadran IV (negatif-negatif) merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Strategi Bertahan, dimana kondisi internal perusahaan berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terpuruk. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

3) Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan untuk menyusun formulasi strategi yang dapat mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), Strategi WT (kelemahan-ancaman). Tujuan dari formulasi strategi ini adalah untuk menghasilkan rumusan arahan strategi pengembangan objek wisata Danau Perintis.

Dalam penyusunan matriks SWOT, menggunakan langkah-langkah sebagai berikut [11]:

- Strategi S-O adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut peluang.
- Strategi W-O adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan guna memanfaatkan peluang yang ada.
- Strategi S-T adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan seluruh kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- Strategi W-T adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman.

Tabel 4. Matriks SWOT

		Faktor Internal (IFE)	
		Strengths (S)	Weakness (W)
Faktor Eksternal (EFE)	Opportunities (O)	Strategi SO Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	Threats (T)	Strategi ST Menggunakan kekuatan dalam menghindari ancaman	Strategi WT Meminimalkan kelemahan dalam menghindari ancaman

Sumber: Marimin (2008)

HASIL PENELITIAN

Estimasi Valuasi Ekonomi Objek Wisata Danau Perintis

Langkah-langkah untuk menghitung nilai ekonomi objek wisata Danau Perintis adalah sebagai berikut:

1) Membuat pasar hipotetik

Seluruh responden diberikan informasi melalui kuesioner pasar hipotetik mengenai kesadaran lingkungan dan kontribusi wisatawan objek wisata Danau Perintis, di mana mayoritas mengetahui adanya masalah sampah di sekitaran objek wisata Danau Perintis. Tingkat kesadaran wisatawan terhadap pembuangan sampah di sekitar Danau Perintis saat ini bervariasi, namun sebagian besar responden merasa tingkat kesadarannya masih rendah hingga sedang. Dan sebagian besar responden menyadari dampak negatif dari pembuangan sampah sembarangan di sekitar Danau Perintis.

Responden menunjukkan tingkat keinginan yang berbeda dalam berkontribusi untuk membantu pelestarian lingkungan di Danau Perintis. Sebagian besar responden bersedia berkontribusi dalam berbagai tingkatan, namun ada juga yang tidak bersedia.

Menurut pendapat responden, upaya yang paling efektif untuk mengurangi pencemaran lingkungan di Danau Perintis akibat pembuangan sampah tidak pada tempatnya adalah peningkatan jumlah tempat sampah, sanksi bagi pelanggar yang membuang sampah sembarangan, peningkatan program edukasi lingkungan, dan keterlibatan komunitas lokal dalam program kebersihan.

Sebagian besar responden menyatakan kesiapannya untuk membayar lebih tinggi untuk tarif di objek wisata Danau Perintis jika sebagian dari biaya tambahan digunakan untuk menerapkan upaya pelestarian lingkungan yang mereka pilih. Namun, jumlah yang bersedia dibayarkan bervariasi dari responden ke responden.

Dengan adanya rencana untuk melakukan upaya perbaikan dan pelestarian lingkungan dengan partisipasi aktif pengunjung melalui penarikan retribusi, kuesioner ini memberikan gambaran bahwa responden menyadari situasi dan bersedia berkontribusi dalam menjaga kebersihan Danau Perintis.

- 2) Penawaran besarnya nilai *Willingness to Pay* (WTP)
Untuk menghitung nilai WTP, pengunjung disurvei secara langsung. Tujuan dari survei ini adalah untuk memperoleh nilai kesediaan membayar maksimum (WTP) dari pengunjung sebagai responden. Nilai WTP ini diberikan kepada sejumlah sampel pengunjung Danau Perintis dengan menggunakan model *Open-ended Question* yaitu pertanyaan terbuka tentang WTP (*Willingness to Pay*) maksimum yang akan mereka berikan dengan tidak adanya nilai tawaran sebelumnya.
- 3) Menghitung kesediaan membayar setiap wisatawan dengan memperhatikan bobot dari setiap aspek yang dinilai
- 4) Mengelompokkan nilai WTP (*Willingness to Pay*) setiap sampel dalam rentang nilai tertentu
Berdasarkan tabel 5. range nilai atau rentang nilai didasarkan dari pengelompokkan jawaban responden tentang harga atau biaya-biaya yang bersedia dikeluarkan selama berada di objek wisata Danau Perintis.

Tabel 5. Mengelompokkan nilai WTP (*Willingness to Pay*)

Range (Rp)	Frek (F)	Nilai Tengah (Xt)
40.000 -50.000	4	45.000
50.001 - 60.000	7	55.000
60.001 - 70.000	4	65.000
70.001 - 80.000	7	75.000
80.001 - 90.000	15	85.000
90.001 - 100.000	8	95.000
100.001 - 110.000	9	105.000
110.001 - 120.000	13	115.000
120.001 - 130.000	5	125.000
130.001 - 140.000	4	135.000
140.001 - 150.000	12	145.000
150.001 - 160.000	10	155.000
160.001 - 170.000	2	165.000
Jumlah	100	

Sumber: Data primer, diolah 2023

- 5) Menghitung rata-rata nilai WTP (*Willingness to Pay*) setiap wisatawan
Sebaran responden berdasarkan kesediaan untuk membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) saat mengunjungi objek wisata Danau Perintis adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Menghitung rata-rata WTP (*Willingness to Pay*)

Range (Rp)	Frek (F)	Nilai Tengah (Xt)	F*Xt
40.000 - 50.000	4	45.000	180.000
50.001 - 60.000	7	55.000	385.000
60.001 - 70.000	4	65.000	260.000
70.001 - 80.000	7	75.000	525.000
80.001 - 90.000	15	85.000	1.275.000
90.001 - 100.000	8	95.000	760.000
100.001 - 110.000	9	105.000	945.000
110.001 - 120.000	13	115.000	1.495.000
120.001 - 130.000	5	125.000	625.000
130.001 - 140.000	4	135.000	540.000
140.001 - 150.000	12	145.000	1.740.000
150.001 - 160.000	10	155.000	1.550.000
160.001 - 170.000	2	165.000	330.000
Jumlah			10.610.000
Rata-Rata			106.100

Sumber: Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 6. terlihat bahwa mayoritas responden bersedia mengeluarkan biaya berkisar Rp. 80.001 – Rp. 90.000. Adapun untuk rata-rata biaya yang bersedia dikeluarkan responden untuk objek wisata Danau Perintis adalah sebesar Rp. 106.100/orang. Nilai ini menunjukkan preferensi wisatawan terhadap objek wisata Danau Perintis dan kepuasan maksimal wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam serta kepedulian terhadap lingkungan objek wisata Danau Perintis yang lebih baik. Nilai tersebut dapat dimanfaatkan untuk pengembangan objek wisata Danau Perintis sekaligus dapat sebagai upaya konservasi.

- 6) Melakukan proyeksi nilai ekonomi objek wisata Danau Perintis berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan per tahun. Data jumlah kunjungan wisatawan yang mengunjungi objek wisata Danau Perintis selama tahun 2019-2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Data Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Danau Perintis

Tahun	WisNus	WisMan	Total
2019	12.336 orang	-	12.336 orang
2020	16.402 orang	-	16.402 orang
2021	4.292 orang	-	4.292 orang
2022	39.845 orang	20 orang	39.505 orang

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bone Bolango

Berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke objek wisata Danau Perintis pada tahun 2022, maka valuasi ekonomi objek wisata Danau Perintis dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 8. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Danau Perintis

Range (Rp)	Frek (F)	Nilai Tengah (Xt)	Valuasi Ekonomi 2022	
			Estimasi pengunjung	Estimasi Nilai Ekonomi
40.000 - 50.000	4	45.000	1580	71.109.000
50.001 - 60.000	7	55.000	2765	152.094.250
60.001 - 70.000	4	65.000	1580	102.713.000
70.001 - 80.000	7	75.000	2765	207.401.250
80.001 - 90.000	15	85.000	5926	503.688.750
90.001 - 100.000	8	95.000	3160	300.238.000
100.001 - 110.000	9	105.000	3555	373.322.250
110.001 - 120.000	13	115.000	5136	590.599.750
120.001 - 130.000	5	125.000	1975	246.906.250
130.001 - 140.000	4	135.000	1580	213.327.000
140.001 - 150.000	12	145.000	4741	687.387.000
150.001 - 160.000	10	155.000	3951	612.327.500
160.001 - 170.000	2	165.000	790	130.366.500
jumlah	100		39505	Rp4.061.114.000,00

Sumber: Data primer, diolah 2023

Tabel 8. menunjukkan bahwa estimasi valuasi ekonomi objek wisata Danau Perintis pada tahun 2022 adalah sebesar Rp.4.061.114.000,00. Nilai ini akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Danau Perintis, dan nilai ini dapat digunakan untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan di kawasan objek wisata Danau Perintis. Dimana pihak pengelola dapat memprioritaskan jenis fasilitas maupun pelayanan yang paling diharapkan oleh wisatawan seperti toilet, mushola, area spot foto, dan sebagainya. Pihak pengelola juga dapat memanfaatkan nilai ini untuk mengembangkan atraksi wisata atau paket wisata yang akan menarik lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi kawasan objek wisata Danau Perintis.

Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Perintis

1. Analisis Faktor Internal

Hasil perhitungan analisis faktor-faktor strategi internal disajikan pada tabel berikut.

Tabel 9. Analisis Faktor Strategi Internal

Faktor Strategi Internal			
Kekuatan	Bobot	Rating	Bobot* Rating
Keindahan alam yang dapat dinikmati saat senja.	0,19	5	0,95
Lokasi yang mudah dijangkau dan ketersediaan infrastruktur jalan yang memadai.	0,24	4	0,95
Daya tarik wisatawan terhadap objek wisata Danau Perintis.	0,19	3	0,57
Kondisi objek wisata yang masih alami.	0,19	5	0,95
Adanya dukungan pemerintah daerah untuk mengembangkan objek wisata Danau Perintis.	0,19	5	0,95
	1,00	22	
Total Kekuatan: 4,38			
Kelemahan	Bobot	Rating	Bobot* Rating
Masih kurangnya wahana di Danau Perintis.	0,22	4	0,89
Masih minimnya event yang dilakukan untuk mendukung promosi objek wisata Danau Perintis.	0,22	4	0,89
Keterbatasan akomodasi di sekitar objek wisata Danau Perintis.	0,22	3	0,67
Masih kurangnya atraksi wisata.	0,22	4	0,89
Terbatasnya sarana transportasi di sekitar objek wisata	0,11	3	0,33
	1,00	18	
Total Kelemahan: 3,67			
Total Faktor		8,05	

Sumber: Data primer, diolah 2023

Matriks IFE merupakan salah satu tahapan dalam mengelompokkan hasil identifikasi faktor-faktor lingkungan internal yang ada di objek wisata Danau Perintis. Hasil analisis pada tabel 9. menunjukkan bahwa faktor internal yang paling penting dalam pengelolaan objek wisata Danau Perintis adalah keindahan alam yang dapat dinikmati saat senja, lokasi yang mudah dijangkau dan ketersediaan infrastruktur jalan yang memadai, kondisi alam yang masih alami dan adanya dukungan pemerintah daerah untuk mengembangkan objek wisata Danau Perintis. Skor dari kekuatan Danau Perintis ini sebesar 0,95. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama dari objek wisata Danau Perintis adalah masih kurangnya wahana di Danau Perintis, masih minimnya event yang dilakukan untuk mendukung promosi objek wisata Danau Perintis dan masih kurangnya atraksi wisata. Kelemahan ini memiliki skor sebesar 0,89. Total skor bobot faktor strategi internal diperoleh sebesar 8,05.

2. Analisis Faktor Eksternal

Hasil perhitungan analisis faktor-faktor strategi eksternal disajikan pada tabel berikut.

Tabel 10. Analisis Faktor Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal			
Peluang	Bobot	Rating	Bobot* Rating
Terdapat potensi ekonomi yang dapat diperoleh dari pengembangan lokasi objek wisata Danau Perintis.	0,20	5	1,00
Terdapat area pemancingan yang semakin menambah daya tarik wisatawan.	0,15	2	0,30
Dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).	0,25	4	1,00
Adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Bone Bolango.	0,20	4	0,80

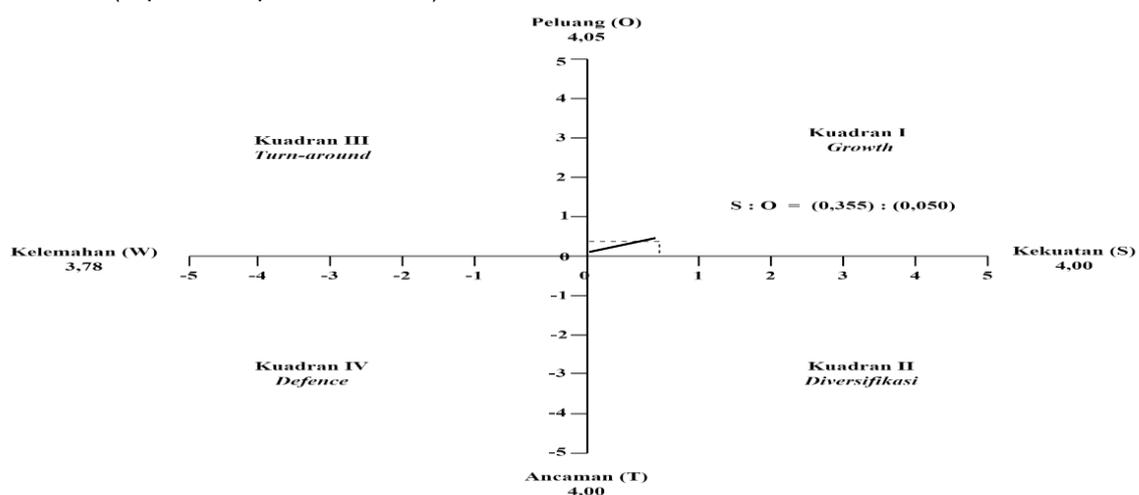
Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat sebagai sarana promosi.	0,20	5	1,00
	1,00	20	
Total Peluang: 4,10			
Ancaman	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Adanya objek wisata lain di Provinsi Gorontalo.	0,18	4	0,73
Kebersihan objek wisata yang terancam karena kurangnya kesadaran pengunjung Danau Perintis.	0,18	4	0,91
Masih minimnya macam-macam wahana yang ada di objek wisata Danau Perintis.	0,23	4	0,91
Persaingan antar daerah dalam hal menarik minat wisatawan untuk berkunjung.	0,18	3	0,55
Masyarakat Provinsi Gorontalo memiliki kebiasaan hanya mengunjungi tempat yang sedang populer/viral, namun setelah itu tidak kembali berkunjung lagi.	0,18	5	0,91
	1,00	20	
Total Ancaman: 4,00			
Total Faktor		8,10	

Sumber: Data primer, diolah 2023

Matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi peluang dan ancaman utama bagi pengembangan objek wisata Danau Perintis. Berdasarkan tabel 10. diatas menunjukkan bahwa faktor strategi eksternal peluang yang paling berpengaruh adalah terdapat potensi ekonomi yang dapat diperoleh dari pengembangan lokasi objek wisata Danau Perintis, dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat sebagai sarana promosi dengan skor 1,00. Ancaman utama berasal dari Kebersihan objek wisata yang terancam karena kurangnya kesadaran pengunjung Danau Perintis, masih minimnya macam-macam wahana yang ada di objek wisata Danau Perintis, dan masyarakat Provinsi Gorontalo memiliki kebiasaan hanya mengunjungi tempat yang sedang populer/viral, namun setelah itu tidak kembali berkunjung lagi dengan skor 0,91. Total skor faktor strategi eksternal diperoleh 8,05.

3. Diagram Analisis SWOT

Dari hasil perhitungan pada faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT (dapat dilihat pada Gambar 2.)



Gambar 2. Diagram Cartesius SWOT objek Wisata Damau Perintis

Berdasarkan Gambar 2. diatas, bahwa hasil perhitungan titik koordinat terletak pada (0,355) : (0,050) yang menandakan Kuadran I (Positif, Positif). Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, artinya perusahaan dalam kondisi yang optimal dan stabil

sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

4. Matriks SWOT

Berdasarkan hasil Matriks SWOT didapat alternatif strategi pengembangan objek wisata Danau Perintis yaitu strategi SO. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) merupakan strategi yang memanfaatkan peluang (*opportunities*) dengan menggunakan atau mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) yang dimiliki.

Tabel 11. Analisis Matriks SWOT

Internal	Kekuatan
Eksternal	1. Keindahan alam yang dinikmati saat senja.
	2. Lokasi yang mudah dijangkau dan ketersediaan infrastruktur yang memadai.
	3. Daya tarik wisatawan terhadap objek wisata Danau Perintis.
	4. Kondisi objek wisata yang masih alami.
	5. Adanya dukungan pemerintah daerah untuk mengembangkan objek wisata Danau perintis.
Peluang	Strategi SO
1. Terdapat potensi ekonomi yang dapat diperoleh dari pengembangan lokasi objek wisata Danau Perintis.	1. Mempertahankan ciri khas dari tempat wisata agar dapat menarik wisatawan.
2. Terdapat area pemancingan yang semakin menambah daya tarik wisatawan.	2. Meningkatkan kemitraan dengan pelaku ekonomi lokal guna menciptakan lapangan kerja berkelanjutan dan memaksimalkan potensi ekonomi yang objek wisata.
3. Dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).	3. Mengoptimalkan area pemancingan dan menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan memancing.
4. Adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Bone Bolango.	4. Mengadakan kegiatan atau pertunjukan yang meningkatkan daya tarik objek wisata.
5. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat sebagai sarana promosi.	5. Meningkatkan kerja sama dengan pemerintah daerah dan para stakeholder untuk lebih mendukung pengembangan objek wisata, termasuk program promosi dan peningkatan infrastruktur pendukung.
	6. Memanfaatkan media sosial atau situs web untuk promosi objek wisata Danau Perintis serta memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan dan pengalaman wisatawan

Berdasarkan hasil matriks SWOT, ada beberapa strategi alternatif SO yang dapat digunakan untuk memaksimalkan pengembangan objek wisata Danau Perintis, antara lain:

1. Mempertahankan ciri khas dari tempat wisata agar dapat menarik wisatawan. Pilihan ini bertujuan untuk membuat objek wisata tetap alami, hal ini dilakukan untuk menarik lebih banyak wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang mencari pengalaman unik dan berbasis alami
2. Meningkatkan kemitraan dengan pelaku ekonomi lokal guna menciptakan lapangan kerja berkelanjutan dan memaksimalkan potensi ekonomi yang ada di objek wisata. Pilihan ini bertujuan untuk meningkatkan kontribusi objek wisata terhadap pemberdayaan masyarakat setempat.
3. Mengoptimalkan area pemancingan dan menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan memancing. Pilihan ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperluas basis pengunjung yang menyukai kegiatan memancing.
4. Mengadakan kegiatan atau pertunjukan yang meningkatkan daya tarik objek wisata. Pilihan ini bertujuan untuk memperkaya pengalaman para pengunjung, meningkatkan daya tarik, dan menciptakan agenda menarik untuk kunjungan berulang.
5. Meningkatkan kerja sama dengan pemerintah daerah dan para stakeholder untuk lebih mendukung pengembangan objek wisata, termasuk program promosi dan peningkatan infrastruktur pendukung. Pilihan ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan dan pertumbuhan objek wisata.

6. Memanfaatkan media sosial atau situs web untuk promosi objek wisata Danau Perintis serta memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan dan pengalaman wisatawan. Pilihan ini bertujuan untuk mencapai jangkauan yang lebih luas, meningkatkan visibilitas Danau Perintis, dan memberikan pengalaman wisatawan yang lebih modern dan interaktif.

PEMBAHASAN

Pengembangan objek wisata Danau Perintis sangat memerlukan kerjasama dan koordinasi antara pemerintah daerah, pemerintah desa dan masyarakat sekitar agar dampak dari pengembangan objek wisata Danau Perintis dapat dirasakan oleh semua pihak. Dampak tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Daya tarik objek wisata Danau Perintis akan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar Danau Perintis. Karena dengan datangnya wisatawan, maka menyebabkan munculnya usaha-usaha untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung di objek wisata Danau Perintis;
- 2) Membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan mengurangi pengangguran, menyerap tenaga kerja dibidang pariwisata melibatkan berbagai peran, termasuk pengelola, para pihak yang melakukan pemungutan retribusi masuk dan parkir, penjaga wahana-wahana dan pihak-pihak UMKM yang berjualan di kawasan objek wisata Danau Perintis;
- 3) Dengan dibangunnya fasilitas-fasilitas dan infrastruktur yang lebih baik demi kenyamanan dan keamanan wisatawan, hal ini secara tidak langsung akan mendorong pemerataan pembangunan di desa Huludotamo;
- 4) Mendapatkan devisa melalui wisatawan mancanegara yang datang dan menukarkan mata uang mereka dengan rupiah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang signifikan berkontribusi terhadap jumlah kunjungan wisata. Misalnya, penelitian di Tanjung Kait menunjukkan bahwa pendidikan dan lamanya kunjungan adalah faktor penting yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata. Nilai potensi ekonomi yang dihitung menggunakan metode Travel Cost Method (TCM) mencapai Rp 3,272,524,846.00 per tahun, sedangkan menggunakan Contingent Valuation Method (CVM) mencapai Rp 2,254,934,539.00 per tahun.

Penelitian lain menunjukkan bahwa kesediaan pengunjung untuk membayar (WTP) menurun seiring dengan meningkatnya jumlah penawaran yang disarankan. Identitas pandangan dunia budaya (ICW) dan tangibilitas pandangan dunia budaya (TCW) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap WTP, sementara biaya perjalanan tidak terlalu berpengaruh.

Pengembangan wisata bahari di Gili Trawangan membutuhkan peningkatan fasilitas infrastruktur, kompetensi sumber daya manusia (SDM), dan kerjasama antar pihak. Strategi pengembangan di Pantai Oetune melibatkan perhatian terhadap aspek wisatawan, sarana transportasi, dan fasilitas pendukung untuk mendukung strategi pengembangan yang agresif. Melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan ekowisata juga penting untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan, dengan sistem promosi yang baik untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Misalnya, fasilitas di Air Terjun Baturiti masih perlu dikembangkan untuk kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, pengembangan Danau Perintis harus mempertimbangkan beberapa aspek penting. Pertama, peningkatan fasilitas dan infrastruktur di kawasan wisata untuk menarik lebih banyak wisatawan dan memastikan kenyamanan serta keamanan mereka. Kedua, peningkatan kompetensi SDM lokal untuk mendukung pengelolaan wisata yang lebih baik. Ketiga, kerjasama antara pemerintah daerah, pemerintah desa, dan masyarakat setempat untuk memastikan pembangunan yang berkelanjutan dan manfaat ekonomi yang merata. Keempat, promosi yang efektif untuk menarik wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor ini, pengembangan Danau Perintis dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar. Pengembangan yang terencana dan melibatkan semua pihak terkait akan memastikan bahwa Danau Perintis menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang.

SIMPULAN DAN SARAN

Nilai valuasi ekonomi objek wisata Danau Perintis yang tercipta karena wisatawan yang datang berkunjung berdasarkan nilai rata-rata Willingness to Pay (WTP) responden adalah sebesar Rp106.100/orang. Nilai ini akan meningkat seiring dengan bertambahnya wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata Danau Perintis. Berdasarkan matriks SWOT, alternatif strategi pengembangan objek wisata Danau Perintis adalah sebagai berikut:

(1) Mempertahankan ciri khas dari tempat wisata agar dapat menarik wisatawan; (2) Meningkatkan kemitraan dengan pelaku ekonomi lokal guna menciptakan lapangan kerja berkelanjutan dan memaksimalkan potensi ekonomi yang ada di objek wisata; (3) Mengoptimalkan area pemancingan dan menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan memancing; (4) Mengadakan kegiatan atau pertunjukan yang meningkatkan daya tarik objek wisata; (5) Meningkatkan kerja sama dengan pemerintah daerah dan para stakeholder untuk lebih mendukung pengembangan objek wisata, termasuk program promosi dan peningkatan infrastruktur pendukung; (6) Memanfaatkan media sosial atau situs web untuk promosi objek wisata Danau Perintis serta memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan dan pengalaman wisatawan.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menyelidiki lebih lanjut dampak ekonomi jangka panjang dari pengembangan objek wisata Danau Perintis, termasuk analisis mendalam tentang efektivitas strategi yang diusulkan. Penelitian juga dapat difokuskan pada studi mengenai perbandingan atraksi wisata serupa untuk mengidentifikasi praktik terbaik dan inovasi yang dapat diterapkan di objek wisata Danau Perintis. Selain itu, menganalisis persepsi dan pengalaman wisatawan dan pelaku ekonomi lokal dapat memberikan wawasan tambahan yang dapat membantu mengembangkan strategi yang lebih holistik dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiek Astika Clara Sudarni, Faisol, Suhadriyah, Rudy Irwansyah, Yudi NS, A. (2023). *Manajemen Strategik (Teori dan Analisis)* (A. Bairizki (ed.); pertama). SEVAL.
- Budi Setyawan, T., Fahrudin, A., & Adi Susanto, H. (2020). Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan Contingent Valuation Method dan Travel Cost Method. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(3), 172–185. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2020.4.3.172-185>
- Dahlia Amelia, Erviva Fariantin, I Made Murjana, Faisol, Ce Gunawan, Lukertina Sihombing, A. K. F. (2023). Kewirausahaan Berbasis UMKM. In *SEVAL*.
- Khoirudin, R., & Khasanah, U. (2018). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(2), 152–166. <https://doi.org/10.21002/jepi.2018.09>
- Maharani, A. D. (2018). *ANALISIS WILLINGNESS TO PAY DAN FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA BELIMBING MOYOKETEN, KECAMATAN BOYOLANGU, KABUPATEN TULANGAGUNG*.
- Pertiwi, A., Mei, I., & Riandhana, T. E. (2022). *PEMBERDAYAAN PEMUDA SADAR WISATA DALAM PENGELOLAAN KAWASAN PANTAI BAMBANO EMPOWERMENT*. Vol.3 No.1(June), 1–9.
- Rheynaldo, W. Gusri. (2023). *VALUASI EKONOMI DENGAN METODE TRAVEL COST DAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA GRAND ELTY KSLIANDA RESORT KABUPATEN LAMPUNG SELATAN*.
- Santosa, E. D. A. I. (2015). Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal. *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 3(1), 89–95.
- Sayogi, K. W., & Demartoto, A. (2018). PENGEMBANGAN PARIWISATA BAHARI (Studi Deskriptif Pada Pelaku Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Watukarung Desa Watukarung Kecamatan Pringkuku Kabupaten Pacitan). *Journal of Development and Social Change*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.20961/jodasc.v1i1.20728>
- Suryani, A. I. (2016). *Strategi pengembangan pariwisata lokal*.
- Tresnadi, H. (2000). Valuasi Komoditas Lingkungan Berdasarkan Contingent Valuation Method. *Jurnal Teknologi*, 1(1), 38–53. <https://doi.org/10.29122/jtl.v1i1.162>
- Wawo, M., Lengkong, J. P., & Tupan, C. I. (2020). The sustainable development strategy of marine tourism in Banda District of Central Maluku Regency based on economic valuation. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 517(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/517/1/012012>
- Bagus Sanjaya, R. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Desa Kemetul, Kabupaten Semarang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 91. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p05>
- Furqony, M. I. (2018). Valuasi Ekonomi dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Pendakian dan Mawar Camp Area. *Economics Development Analysis Journal*, 7(4), 395–403. <https://doi.org/10.15294/edaj.v7i4.27720>
- D. Ayuditya and R. Khoirudin, "Valuasi Ekonomi Untuk Obyek Wisata Di Pantai Menganti Kebumen Jawa Tengah," *Ilmu*

Ekon. Sos., vol. 13, no. 1, pp. 69–78, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/ekosos>

Khoirudin, R., & Khasanah, U. (2018). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(2), 152–166. <https://doi.org/10.21002/jepi.2018.09>

T. A. Pertiwi, D. E. Noechdijati, and B. Dharmawan, "ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) PENGUNJUNG DALAM UPAYA PENGEMBANGAN AGROWISATA 'SWEETBERRY' DI KABUPATEN CIANJUR," vol. 16, no. 2, pp. 500–518, 2022, doi: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.15>

A. Pertiwi, I. Mei, and T. E. Riandhana, "PEMBERDAYAAN PEMUDA SADAR WISATA DALAM PENGELOLAAN KAWASAN PANTAI BAMBANO EMPOWERMENT," vol. Vol.3 No.1, no. June, pp. 1–9, 2022