



Strategi Pengembangan Wisata Manggasang di Desa Batu Tunggal Kecamatan Hantakan Kabupaten Hulu Sungai Tengah Provinsi Kalimantan Selatan

Shafa Azzahra^{1*}, Ellyn Normelani², Rosalina Kumalawati³, Ghinia Anastsia Muhtar⁴

¹Program Studi Geografi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

^{2,3,4}Program Studi Geografi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

*Penulis Korespondensi: 2110416320002@ulm.ac.id, ellyn.normelani@ulm.ac.id,
rosalina.kumalawati@ulm.ac.id, ghinia.anastsia.muhtar@ulm.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the internal and external factors influencing the development of Manggasang Tourism in Batu Tunggal Village, Hantakan District, Hulu Sungai Tengah Regency, and to formulate the most effective strategies to enhance its attractiveness and competitiveness among other tourist destinations in South Kalimantan. A qualitative method with a SWOT analysis approach was employed. Primary data were collected through field observations, semistructured interviews with tourism managers, local residents, and visitors, as well as visual documentation. Secondary data were obtained from local government reports, publications by the Central Bureau of Statistics (BPS), and relevant literature. The research results show that the internal factors of Manggasang Tourism received a total score of 2.89, consisting of strengths amounting to 2.00 and weaknesses of 0.89. The main advantage lies in the natural beauty that remains pristine and attractive photo spots, while the weaknesses include limited infrastructure and supporting facilities. The external factors recorded a total score of 2.95, with opportunities of 1.62 in the form of government policy support, social media promotion, and ecotourism trends, while threats of 1.33 include competition from other tourist destinations and extreme weather conditions. The SWOT analysis produced a strategic coordinate of (1.11; 0.29), placing Wisata Manggasang in Quadrant I, where a growth strategy is considered the most appropriate for future development. This strategy relies on leveraging internal strengths to seize external opportunities through sustainable improvement of facilities, promotion, and diversification of tourism services.*

Keywords: *Tourism Development; SWOT Analysis; Qualitative*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan Wisata Manggasang di Desa Batu Tunggal, Kecamatan Hantakan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, serta merumuskan strategi yang paling efektif untuk meningkatkan daya tarik dan daya saingnya di antara destinasi wisata lain di Kalimantan Selatan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan SWOT. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara semiterstruktur dengan pengelola, masyarakat, dan wisatawan, serta dokumentasi visual. Data sekunder dikumpulkan dari laporan pemerintah daerah, publikasi BPS, dan studi literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal Wisata Manggasang memperoleh skor total 2,89, terdiri dari kekuatan sebesar 2,00 dan kelemahan 0,89. Keunggulan utama terletak pada keindahan alam yang masih alami dan spot foto yang menarik, sedangkan kelemahan mencakup keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung. Faktor eksternal mencatat skor total 2,95, dengan peluang sebesar 1,62 berupa dukungan kebijakan pemerintah, promosi media sosial, serta tren ekowisata, sedangkan ancaman sebesar 1,33 meliputi persaingan destinasi wisata lain dan kondisi cuaca ekstrem. Analisis SWOT menghasilkan koordinat strategi (1,11; 0,29) yang menempatkan Wisata Manggasang pada Kuadran I, sehingga strategi pertumbuhan dinilai paling tepat untuk pengembangan ke depan. Strategi ini mengandalkan kekuatan internal untuk menjemput peluang eksternal melalui pengembangan fasilitas, promosi, dan diversifikasi layanan wisata secara berkelanjutan.

Kata kunci: Pengembangan Wisata; SWOT; Kualitatif

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata berkontribusi signifikan dalam pembangunan daerah melalui peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan ekonomi lokal. Sektor ini juga berperan dalam mendorong pertumbuhan perdagangan, transportasi, dan industri kreatif (Yakup, 2019). Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat (Srisusilawati et al., 2022), yang menyatakan bahwa keberhasilan sektor ini sangat dipengaruhi oleh kebijakan publik yang melibatkan masyarakat setempat dalam proses perencanaan, sehingga kepentingan publik dapat terakomodasi secara optimal. Pendekatan yang melibatkan partisipasi masyarakat ini tidak hanya meningkatkan rasa kepemilikan, tetapi juga memastikan keberlanjutan pengembangan pariwisata dengan memperhatikan aspek sosial, ekonomi, serta lingkungan (Azzahra, Setiyono, & Manar, 2023).

Strategi pengembangan merupakan rangkaian perencanaan atau keputusan yang bertujuan untuk mencapai sasaran secara lebih efektif melalui pendekatan yang sistematis dan terstruktur. Strategi ini dalam konteks pariwisata bertujuan untuk meningkatkan kualitas sektor tersebut dengan menganalisis faktor utama dalam perancangannya, yaitu *strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) (Choirunnisa et al., 2021). Pengembangan destinasi wisata merupakan usaha dalam mendorong transformasi di sektor pariwisata dengan tujuan mendapatkan manfaat serta keuntungan yang lebih optimal.

Pengembangan wisata dianalisis menggunakan SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilannya. Faktor internal meliputi kekuatan, seperti potensi alam yang masih asri serta kelemahan, seperti keterbatasan infrastruktur. Faktor eksternal mencakup peluang dari meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata alam serta ancaman dari kompetisi dengan destinasi lain di Kalimantan Selatan (Cahyani, 2021). “Analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa pengembangan Wisata dipengaruhi oleh empat faktor utama: daya tarik wisata, fasilitas pendukung, aksesibilitas, dan promosi” (Aminah, Siregar, & Faturohman, 2023).

Data dari Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan Tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke provinsi ini mencapai 19.910.573 wisatawan domestik dan 17.863 wisatawan mancanegara. Distribusi wisatawan antar kabupaten menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. Kabupaten Banjar, misalnya, menerima 5.715.602 wisatawan, sedangkan Kota Banjarmasin mencatat kunjungan sebanyak 3.130.603 wisatawan. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Hulu Sungai Tengah hanya mencapai 227.911 wisatawan, angka yang jauh lebih rendah dibandingkan daerah lain (BPS Kalimantan Selatan, 2025).

Kabupaten Hulu Sungai Tengah bukan wilayah dengan jumlah wisatawan paling rendah di Kalimantan Selatan, tetapi pengembangannya didukung oleh kebijakan yang lebih terarah dibandingkan Hulu Sungai Utara dan Barito Kuala. Peraturan Bupati Hulu Sungai Tengah Nomor 26 Tahun 2019 tentang Rencana Kerja Pemerintah Daerah Tahun 2020, terdapat program percepatan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, pemeliharaan sarana dan prasarana wisata, serta strategi pemasaran wisata di dalam dan luar daerah (Perbup No 33, 2020).

HST memiliki 1 hotel berbintang, 15 hotel non-bintang, dan 3 akomodasi lainnya serta wilayah ini didominasi oleh perbukitan bagian dari Pegunungan Meratus yang mendukung potensi wisata alam dan ekowisata (Badan Pusat Statistik HST, 2024). Kesiapan infrastruktur dan dukungan kebijakan menjadi faktor utama dalam pengembangan wisata di daerah HST sedangkan jika dibandingkan Kabupaten Hulu Sungai Utara (HSU) dan Kabupaten Barito Kuala lebih memprioritaskan sektor pertanian

dan perikanan dibandingkan pariwisata.

Kabupaten Hulu Sungai Tengah (HST) memiliki lima objek wisata unggulan yang menawarkan beragam daya tarik alam. Wisata Manggasang memiliki daya tarik utama berupa sungai dan pemandangan alamnya, menjadi destinasi dengan jumlah kunjungan tertinggi, yaitu 20.094 orang. Manggasang dipilih sebagai fokus pengembangan wisata di Kecamatan Hantakan karena memiliki potensi alam yang masih belum dimanfaatkan secara optimal. Data menunjukkan bahwa di Kecamatan Hantakan, Desa Batu Tunggul tempat Manggasang berada hanya memiliki 627 penduduk (4,82% dari total populasi kecamatan), yang mengindikasikan potensi ekonomi masyarakat lokal yang terbatas sehingga pengembangan wisata dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan (Ramadhani, 2024).

Karakteristik sungai jernih dan latar perbukitan yang indah memberikan daya tarik unik untuk pengembangan ekowisata dan wisata petualangan. Peluang besar untuk pengembangan lebih lanjut didukung oleh kebijakan yang telah ditetapkan, menjadikan Manggasang sebagai destinasi unggulan yang berpotensi memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian daerah. Karakteristik yang diuraikan menginspirasi Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Manggasang di Desa Batu Tunggul, Kecamatan Hantakan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan”.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Strategi Pengembangan Pariwisata

Langkah awal dalam menentukan strategi pengembangan destinasi wisata yang efektif adalah dengan melakukan analisis SWOT. Metode ini berfungsi untuk menilai faktor internal maupun eksternal sehingga dapat dirumuskan rencana yang unggul (Cahyani, 2021). Definisi lain dari analisis SWOT yaitu teknik untuk menganalisis faktor-faktor yang bisa mengancam, menguntungkan, melemahkan, dan menguatkan suatu proyek atau pun bisnis. Pihak yang pertama kali memperkenalkan metode ini yaitu Albert S. Humphrey ketika melaksanakan riset di Stanford Research Institute pada tahun 1960.

Metode yang di temukan ini memudahkan perusahaan meninjau faktor eksternal maupun internal yang bisa memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan (Puyt, Lie, & Wilderom, 2023). “Melalui analisis SWOT, berbagai aspek dapat dikaji untuk merancang strategi yang lebih optimal” (Irhandyaningsih, 2019). “Analisis SWOT merupakan pendekatan yang bertujuan mengoptimalkan potensi yang tersedia serta meminimalkan hambatan yang dapat menghalangi perkembangan” (Rangkuti, 2014). “Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan yang tepat dan terarah” (Sunarsi, 2024).

B. Analisis SWOT dalam Pengembangan Pariwisata

Analisis SWOT mencakup empat faktor utama, secara khusus yakni kekuatan (*strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Kekuatan, yaitu suatu keadaan di dalam organisasi atau proyek memiliki faktor-faktor internal yang menjadi keunggulan dalam operasionalnya. Kelemahan, yakni aspek internal dalam suatu organisasi atau proyek yang dapat menjadi hambatan atau faktor yang kurang menguntungkan bagi perkembangannya. Peluang, yaitu peluang pertumbuhan di masa depan yang berasal dari faktor dari luar atau eksternal, contohnya kebijakan pemerintah atau kondisi persaingan di industri. Ancaman, yaitu faktor eksternal

yang berpotensi menghambat jalannya suatu organisasi, yang dapat mengakibatkan gangguan dalam pencapaian tujuan (Dewi, Fahmi, Herachwati, & Agustina, 2022).

Analisis ini berperan dalam menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan sektor pariwisata. Analisis SWOT merupakan alat yang diterapkan untuk mengevaluasi Faktor internal dan eksternal secara bersamaan untuk memperoleh pendekatan yang sistematis dalam pengambilan keputusan (Cahyani, 2021). Analisis ini dilakukan dengan menetapkan tujuan yang jelas dari suatu usaha atau proyek, serta mengenali faktor internal maupun eksternal yang dapat menjadi pendukung maupun penghambat dalam pencapaian tujuan tersebut (Muta'Ali, 2015).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi yang dikumpulkan (Basri, Zainal, & Hakim, 2023). Penelitian ini dilakukan di Manggasang, Desa Batu Tunggul, Kecamatan Hantakan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kalimantan Selatan. Populasi penelitian meliputi pengelola destinasi wisata, masyarakat berdomisili di tempat wisata, serta para wisatawan. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan total sampel 5 orang. Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari sumber tertulis guna mendukung dan memperkaya analisis penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Wisata Manggasang

Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan hasil reduksi dan triangulasi menjadi empat kategori SWOT:

1) *Strengths* (Kekuatan)

Wisata Manggasang memiliki keindahan alam yang masih alami seperti aliran sungai jernih, hamparan rumput luas, dan latar pepohonan rindang. Partisipasi masyarakat lokal terlihat aktif dalam menjaga kebersihan dan pengelolaan kawasan wisata. Fasilitas seperti vila, toilet, tempat ibadah, tempat makan, dan lahan parkir. Akses menuju lokasi cukup mudah karena dapat dilalui kendaraan roda dua, roda empat, dan bus wisata.

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

Ketiadaan wahana permainan menjadi hambatan dalam meningkatkan pengalaman wisata. Fasilitas penunjang seperti tempat duduk, papan informasi, dan pusat layanan informasi belum tersedia secara memadai. Promosi sudah dilakukan, namun masih bersifat pasif dan perlu ditingkatkan agar dapat menjangkau audiens lebih luas, baik melalui media sosial maupun media konvensional. Penyajian kuliner masih terbatas pada makanan cepat saji seperti mi instan dan gorengan yang dinilai kurang menggugah selera.

3) *Opportunities* (Peluang)

Dukungan dari pemerintah daerah diwujudkan dalam bentuk pelatihan, bimbingan teknis, dan pembangunan infrastruktur awal yang dapat menunjang pengembangan kawasan. Minat wisatawan terhadap destinasi berbasis alam dan edukatif meningkat dari tahun ke tahun. Media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi kanal promosi yang

sangat potensial untuk menarik wisatawan dari berbagai kalangan. Kegiatan ekonomi lokal melalui warung, jasa parkir, dan homestay mulai tumbuh dan memberi peluang sinergi antara wisata dan pemberdayaan masyarakat setempat.

4) *Threats* (Ancaman)

Persaingan dengan destinasi serupa di Kalimantan Selatan membuat Manggasang harus terus berinovasi agar tidak kehilangan pangsa pasar. Cuaca ekstrem seperti hujan deras dan banjir dapat memengaruhi kejernihan air dan keselamatan wisatawan. Ketergantungan pada musim juga menyebabkan fluktuasi jumlah pengunjung yang signifikan. Kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana dan upaya mitigasi risiko masih tergolong rendah dan perlu ditingkatkan agar pengembangan wisata dapat berkelanjutan.

Analisis Perhitungan Internal dan Eksternal

Elemen internal mencakup kekuatan dan kelemahan dari Manggasang sebagai objek wisata, sementara elemen eksternal melibatkan peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar (Kamaluddin, 2020).

Tabel 1. Hasil Perhitungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

No.	Faktor Internal	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor
Strengths	1 Keindahan alam (sungai, lapangan rumput)	3	0.17	4	0.67
	2 Spot foto	3	0.17	4	0.67
	3 Fasilitas penginapan (penginapan, tempat makan, toilet, ibadah, tempat sampah, parkir)	2	0.11	3	0.33
	4 Aksesibilitas (motor, mobil, bus)	2	0.11	3	0.33
Subtotal Strengths					2.00
Weaknesses	5 Infrastruktur (wahana masih kurang)	3	0.17	2	0.33
	6 Promosi masih perlu ditingkatkan	3	0.17	2	0.33
	7 Kurangnya variasi makanan	2	0.11	2	0.22
Subtotal Weaknesses					0.89
Total Skor Internal		18	1.00		2.89

Sumber: Hasil Analisis 2025

Faktor internal Wisata Manggasang menunjukkan skor total 2,89 dengan kekuatan 2,00 dan kelemahan 0,89. Hasil ini menandakan bahwa potensi daya tarik alam dan partisipasi masyarakat memiliki pengaruh besar terhadap keberlanjutan pengembangan destinasi. Keindahan hamparan rumput hijau, aliran sungai, dan spot foto alami menjadi kekuatan dominan, disertai fasilitas dasar seperti vila, warung, musholla, dan toilet yang sudah tersedia. Partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan dan membantu wisatawan turut memperkuat posisi internal destinasi ini. Kelemahan utama terletak pada keterbatasan wahana wisata, promosi yang belum optimal, serta belum adanya transportasi umum langsung menuju lokasi.

Penelitian (Millenia, Sulivinio, Rahmanita, & Emier Osman, 2021) menemukan kekuatan utama wisata mangrove di Sedari pada keindahan alam dan dukungan masyarakat, dengan kelemahan pada kesadaran lingkungan yang belum tinggi. Kondisi ini berbeda dengan Manggasang karena masyarakat sudah aktif menjaga kebersihan, mengelola fasilitas, dan ikut dalam kegiatan wisata. Kedua objek wisata sama-sama bergantung pada potensi alam sebagai daya tarik utama, tetapi tingkat kesadaran warga

di Manggasang lebih tinggi.

Dewi et al. (2022) menyoroiti kekuatan Desa Wisata Tritik pada potensi alam dan budaya, sedangkan kelemahannya ada pada fasilitas umum dan promosi. Pola ini mirip dengan Manggasang dari sisi kekuatan alam. Kesiapan fasilitas di Manggasang lebih baik karena sudah tersedia penginapan, tempat makan, dan tempat ibadah yang membuat kunjungan lebih nyaman.

Aminah et al. (2023) menjelaskan aksesibilitas dan partisipasi masyarakat menjadi faktor penentu keberhasilan wisata Cikolelet. Manggasang memiliki kondisi yang hampir sama karena jalan menuju lokasi sudah bisa dilalui kendaraan roda empat. Akses transportasi umum masih terbatas tetapi peran warga dalam kegiatan wisata sudah kuat.

Choirunnisa et al. (2021) menegaskan kekuatan wisata budaya pada pelestarian nilai lokal dan pengelolaan berbasis komunitas. Aspek keterlibatan masyarakat juga terlihat di Manggasang, hanya fokusnya berbeda. Masyarakat di Manggasang lebih menekankan pelestarian lingkungan alami dibandingkan budaya.

Pratama dan Isbandono (2023) menekankan keterbatasan sumber daya manusia dan dana sebagai kendala dalam pengembangan wisata Blitar. Kondisi yang sama terdapat di Manggasang tetapi kualitas sumber daya manusianya lebih baik karena pengelola telah mengikuti pelatihan dari pemerintah daerah.

Kekuatan utama Manggasang sejalan dengan penelitian lain yang menyoroiti potensi alam dan peran masyarakat. Perbedaan utama terdapat pada kesiapan fasilitas, dukungan pemerintah, dan tingkat kesadaran warga yang di Manggasang lebih kuat dibandingkan beberapa destinasi lain.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)

	No.	Faktor Eksternal	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor
Opportunities	1	Dukungan kebijakan pemerintah (bimtek, pelatihan)	3	0.14	4	0.57
	2	Promosi media sosial (TikTok, IG, YouTube)	3	0.14	4	0.57
	3	Tren ekowisata dan wisata alam	2	0.10	3	0.29
	4	Dampak ekonomi lokal yang positif	2	0.10	2	0.19
	Subtotal Opportunities					
Threats	5	Persaingan destinasi lain (Nateh, dsb.)	3	0.14	3	0.43
	6	Cuaca ekstrem dan banjir	3	0.14	3	0.43
	7	Ketergantungan musim (air keruh saat hujan)	2	0.10	2	0.19
	8	Mitigasi bencana belum maksimal	3	0.14	2	0.29
	Subtotal Threats					
Total Skor Eksternal			21	1.00		2.95

Sumber: Hasil Analisis 2025

Faktor eksternal Wisata Manggasang memperoleh total skor 2,95, terdiri atas peluang 1,62 dan ancaman 1,33. Peluang terbesar berasal dari dukungan kebijakan pemerintah melalui pelatihan, tren ekowisata yang terus meningkat, serta promosi digital melalui media sosial. Ancaman muncul dari kondisi cuaca ekstrem yang dapat menurunkan minat kunjungan, serta keterbatasan informasi dan transportasi bagi

wisatawan luar daerah.

Sefira dan Riyanto (2013) menjelaskan lemahnya koordinasi antarinstansi menjadi ancaman bagi pengembangan wisata daerah. Kondisi Manggasang berbeda karena koordinasi antar pengelola, masyarakat, dan pemerintah desa berjalan baik dan mendapat dukungan dari dinas pariwisata melalui pelatihan.

Syahari, Kusumastuti, dan Istanabi (2023) menemukan rendahnya kualitas amenities dan aksesibilitas menjadi ancaman pada desa wisata. Situasi serupa terdapat di Manggasang dalam hal transportasi umum yang masih minim. Kesiapan infrastruktur lebih baik karena jalan beraspal, area parkir luas, dan petunjuk arah yang jelas.

Puspita (2023) mengungkap peluang kerja sama pemerintah dan swasta yang mampu memperluas promosi wisata pantai, dengan ancaman dari cuaca ekstrem. Manggasang memiliki kondisi yang sama karena promosi digital sudah aktif tetapi aktivitas wisata masih terganggu saat musim hujan.

Azzahra et al. (2023) menyoroiti konflik sosial sebagai ancaman dalam pengelolaan wisata berbasis komunitas. Kondisi sosial Manggasang stabil dan partisipasi masyarakat berlangsung harmonis, sehingga ancaman tersebut tidak muncul. Keharmonisan sosial menjadi keunggulan eksternal tersendiri bagi Manggasang.

Chaerunissa dan Yuniningsih (2020) menyatakan inovasi promosi digital mampu meningkatkan minat wisatawan, tetapi keterbatasan atraksi dapat menurunkan kunjungan. Situasi ini juga terlihat di Manggasang yang telah dikenal lewat media sosial tetapi masih memerlukan variasi kegiatan agar wisatawan tidak hanya menikmati pemandangan.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu menunjukkan peluang pengembangan Manggasang sejalan dengan tren pariwisata berkelanjutan yang memanfaatkan dukungan kebijakan dan media digital. Ancaman utama masih berasal dari faktor alam dan keterbatasan transportasi. Kondisi sosial yang stabil dan kesiapan fasilitas menjadikan Manggasang memiliki daya saing yang baik dibandingkan beberapa destinasi wisata lain di Kalimantan Selatan.

B. Analisis Strategi Pengembangan Wisata Manggasang

Rekapulasi Hasil Perhitungan

Tabel 3. Rekapulasi Hasil Perhitungan

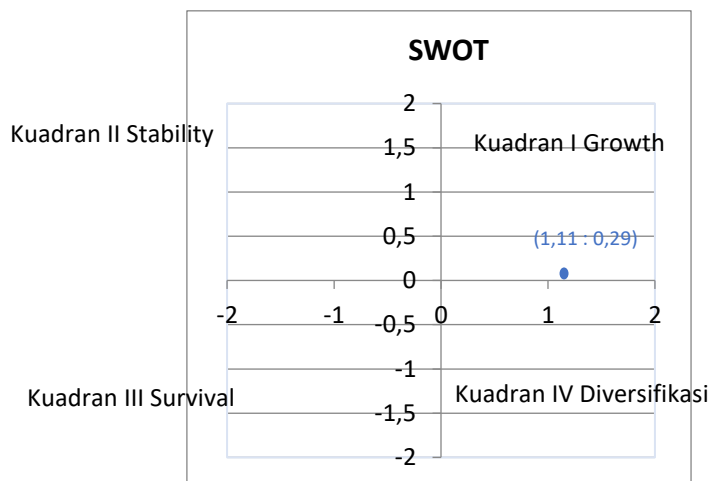
No.	Faktor-faktor	Uraian	Nilai
1	Kekuatan	Faktor Internal	2,00
2	Kelemahan	Faktor Internal	0,89
3	Peluang	Faktor Eksternal	1,62
4	Ancaman	Faktor Eksternal	1,33

Sumber: Hasil Analisis 2025

Penentuan Posisi Kuadran SWOT

Perhitungan di atas diperoleh nilai masing-masing analisis SWOT. Nilai pada sumbu X (internal) dihitung dengan rumus: Sumbu X ($S - W$) $2,00 - 0,89 = 1,11$. Nilai pada sumbu Y (eksternal) dihitung dengan rumus: Sumbu Y ($O - T$) $1,62 - 1,33 = 0,29$.

Jadi titik koordinat untuk Wisata Manggasang adalah (1,11 ; 0,29), yang terletak di Kuadran I: Strategi Pertumbuhan.



Gambar 1. Kuadran Swot

Posisi Wisata Manggasang pada Kuadran I menunjukkan kebutuhan untuk menerapkan strategi pertumbuhan. Kuadran I analisis SWOT menggambarkan kondisi ideal karena objek memiliki kekuatan yang kuat dan peluang yang terbuka. Situasi ini mencerminkan kemampuan untuk memanfaatkan kekuatan internal guna menjemput peluang eksternal secara optimal.

Perbandingan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi pengembangan dapat berbeda sesuai dengan kondisi tiap objek wisata. Dewi et al. (2022) menempatkan Desa Wisata Tritik pada strategi SO (Kuadran I) karena memiliki potensi alam dan budaya yang besar dengan dukungan komunitas, sedangkan kelemahannya terletak pada keterbatasan infrastruktur. Fokus strategi yang diterapkan adalah memaksimalkan potensi tersebut untuk menangkap peluang berupa tren wisata alam dan kerja sama antar desa. Puspita (2023) pada Pantai Indrayanti menekankan pentingnya peluang eksternal melalui kemitraan dengan pemerintah daerah, sekaligus menghadapi tantangan berupa abrasi pantai dan persaingan antar destinasi.

Wisata Manggasang, berdasarkan hasil analisis SWOT, juga berada pada Kuadran I (strategi pertumbuhan) dengan keunggulan utama berupa keindahan alam, dukungan kebijakan pemerintah, dan partisipasi masyarakat. Strategi pengembangannya diarahkan untuk memanfaatkan kekuatan internal guna menjawab peluang eksternal, dengan menitikberatkan pada promosi, peningkatan fasilitas, serta inovasi produk wisata.

Penyusunan Matrix Swot

Matriks SWOT disusun dengan memadukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Kombinasi ini, lahir empat jenis strategi, yaitu:

Tabel 4. Rumusan Strategi Matrix SWOT

	Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Eksternal			
Peluang (<i>Opportunity</i>)		Strategi SO (<i>Strength-Opportunity</i>) = 2,00 + 1,62 = 3,62	Strategi WO (<i>Weakness-Opportunity</i>) = 0,89 + 1,62 = 2,51
Ancaman (<i>Threats</i>)		Strategi ST (<i>Strength-Threats</i>) = 2,00 + 1,33 = 3,33	Strategi WT (<i>Weakness-Threats</i>) = 0,89 + 1,33 = 2,22

Sumber: Hasil Analisis 2025

Matriks SWOT disusun dengan memadukan faktor internal berupa kekuatan dan

kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, sehingga menghasilkan empat alternatif strategi pengembangan, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT.

Rumusan Alternatif Strategi SWOT

Rumusan strategi diperoleh dari hasil penggabungan faktor dalam matriks SWOT. Strategi SO diarahkan untuk memanfaatkan kekuatan internal guna menangkap peluang eksternal. Strategi WO fokus meminimalkan kelemahan dengan dukungan peluang. Strategi ST menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, sedangkan strategi WT meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman.

Tabel 5. Matriks SWOT

	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunity</i>)	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menata ulang jalur dan spot foto dengan dukungan infrastruktur pemerintah untuk memaksimalkan keindahan alam. 2. Mengintensifkan promosi pariwisata melalui media sosial, homestay, dan kerja sama dengan pemerintah daerah serta agen perjalanan. 3. Mengembangkan kuliner lokal dengan pelatihan dan promosi berbasis paket ekowisata edukatif. 4. Membuka peluang usaha baru (suvenir, kerajinan dari limbah) dengan fasilitasi pemerintah dan komunitas lokal. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengajukan dana dan pelatihan pemerintah untuk pembangunan wahana permainan. 2. Menyelenggarakan program kebersihan dan pelestarian lingkungan berbasis masyarakat dengan dukungan pemerintah. 3. Mengembangkan variasi kuliner lokal melalui pelatihan UMKM dan promosi digital. 4. Menyediakan shelter tahan cuaca di lokasi rawan dengan bantuan infrastruktur pemerintah.
Ancaman (<i>Threats</i>)	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kampanye Estetik Alam Manggasang untuk bersaing dengan destinasi lain. 2. Membangun jalur anti-selip dan jembatan kayu tahan banjir 3. Menyebarkan panduan biaya dan rute untuk memudahkan perencanaan wisatawan. 4. Mengadakan gotong-royong rutin untuk menjaga kebersihan. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat drainase dan jalur papan tahan banjir. 2. Menambahkan fasilitas tempat berteduh di titik strategis dengan dukungan infrastruktur lokal. 3. Menyusun paket wisata terjangkau untuk mengantisipasi ketidakpastian ekonomi dan menarik lebih banyak wisatawan. 4. Menambah loket dan gerbang untuk mengurai antrean dan evakuasi cepat.

Sumber: Hasil Analisis 2025

Hasil Analisis SWOT

Analisis matriks Internal dan Eksternal menunjukkan bahwa Wisata Manggasang

memiliki kekuatan (*strength*) dan peluang (*Opportunity*) yang lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Posisi ini mengindikasikan bahwa objek wisata berada dalam Kuadran I pada diagram SWOT, yaitu situasi agresif (*growth*). Potensi pengembangan wisata alam dan edukasi berbasis kekuatan internal dan peluang eksternal sangat terbuka. Matriks SWOT juga menunjukkan bahwa strategi SO (*Strength–Opportunity*) memiliki skor tertinggi yaitu 3,62, sehingga menjadi prioritas utama dalam menjawab tantangan dan peluang pengembangan Wisata Manggasang. Strategi yang dirumuskan dari hasil matriks SWOT dijelaskan berikut ini:

1) Strategi SO (*Strength - Opportunity*)

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Wisata Manggasang memiliki keindahan alam yang masih alami, spot foto menarik, serta fasilitas dasar seperti vila, toilet, musholla, tempat makan, area parkir, dan akses kendaraan yang mudah. Dukungan pemerintah berupa pelatihan, bimbingan teknis, serta pembangunan infrastruktur dapat diarahkan pada penataan ulang jalur trekking dan spot foto agar keindahan alam lebih maksimal dinikmati pengunjung. Promosi dilakukan melalui media sosial, homestay, dan kerja sama dengan agen perjalanan maupun pemerintah daerah. Kuliner lokal khas Manggasang dapat dikembangkan melalui pelatihan dan dipromosikan sebagai bagian dari paket ekowisata edukatif. Peluang usaha baru berupa souvenir dan kerajinan tangan berbahan limbah dapat difasilitasi pemerintah dan komunitas lokal untuk mendorong ekonomi kreatif masyarakat.

Penerapan strategi SO tersebut mencerminkan pendekatan pengembangan destinasi wisata yang berorientasi pada optimalisasi potensi unggulan wilayah. Pemanfaatan keindahan alam yang didukung dengan penataan jalur trekking dan spot foto tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, tetapi juga memperkuat daya tarik visual destinasi. Penguatan promosi berbasis digital dan kerja sama kelembagaan memperluas jangkauan pasar wisata, sementara pengembangan kuliner lokal dan usaha kreatif masyarakat berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah ekonomi. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi SO tidak hanya berfokus pada peningkatan kunjungan wisata, tetapi juga mendorong keterpaduan antara aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial.

2) Strategi ST (*Strength – Threats*)

Strategi ini bertujuan mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang yang tersedia. Kelemahan Manggasang seperti belum adanya wahana permainan, minimnya fasilitas penunjang, lemahnya promosi, serta variasi kuliner lokal yang terbatas dapat diatasi melalui dukungan pemerintah dan tren wisata alam-edukatif. Pengelola dapat mengajukan bantuan dana dan pelatihan untuk pembangunan wahana permainan baru. Program kebersihan dan pelestarian lingkungan berbasis masyarakat juga dapat diselenggarakan dengan dukungan pemerintah. Variasi kuliner lokal dikembangkan melalui pelatihan UMKM yang dipadukan dengan promosi digital. Shelter tahan cuaca di titik rawan disediakan melalui dukungan pembangunan infrastruktur pemerintah untuk menjamin kenyamanan wisatawan.

Strategi ST disusun dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal, khususnya persaingan antar destinasi dan risiko cuaca ekstrem. Kampanye “Estetik Alam Manggasang” serta penyediaan jalur anti-selip dan jembatan kayu tahan banjir mencerminkan upaya peningkatan daya saing destinasi sekaligus mitigasi risiko lingkungan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pariwisata berkelanjutan yang menekankan perlunya menjaga kualitas lingkungan dan keselamatan wisatawan sebagai bagian dari keberlanjutan destinasi. Kegiatan gotong royong rutin juga memperkuat kohesi sosial dan menjaga kualitas kawasan wisata.

3) Strategi WO (Weakness – Opportunity)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengantisipasi ancaman eksternal. Keindahan alam dan fasilitas dasar yang dimiliki dapat meningkatkan daya saing melalui kampanye citra estetik alam agar mampu bersaing dengan destinasi wisata lain. Ancaman cuaca ekstrem seperti banjir atau hujan deras diantisipasi melalui pembangunan jalur anti-selip dan jembatan kayu tahan banjir. Panduan biaya dan rute disebarkan untuk membantu wisatawan dalam perencanaan kunjungan. Kegiatan gotong royong rutin bersama warga dilakukan untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sehingga citra wisata tetap positif.

Strategi WO diarahkan pada upaya mengurangi berbagai kelemahan internal Wisata Manggasang dengan memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia, khususnya dukungan pemerintah dan pihak terkait. Peningkatan aksesibilitas menuju lokasi wisata, penyediaan amenities pendukung, serta penguatan promosi pariwisata menjadi fokus utama dalam strategi ini. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan fasilitas dan promosi yang selama ini menjadi kendala dapat diatasi melalui sinergi antara pengelola wisata, pemerintah daerah, dan masyarakat setempat. Kondisi ini sejalan dengan teori sistem pariwisata yang dikemukakan oleh Gunn, yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata ditentukan oleh keterpaduan antara komponen atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan kelembagaan. Oleh karena itu, perbaikan infrastruktur serta penguatan sistem pengelolaan wisata menjadi langkah strategis yang penting untuk meningkatkan daya saing Wisata Manggasang dan mendorong pengembangan destinasi.

4) Strategi WT (*Weakness – Threats*)

Strategi ini dirancang untuk meminimalkan kelemahan internal sekaligus Strategi ini ditujukan untuk meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman. Sistem drainase dan jalur papan tahan banjir diperkuat agar area wisata tetap aman. Fasilitas tempat berteduh di titik strategis ditambahkan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung. Paket wisata dengan harga terjangkau disusun untuk menghadapi ketidakpastian ekonomi dan menarik lebih banyak wisatawan. Loket dan gerbang tambahan disediakan untuk memperlancar arus kunjungan serta mempermudah jalur evakuasi pada keadaan darurat.

Hasil strategi pengembangan Wisata Manggasang jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu menunjukkan pola yang konsisten dengan berbagai penelitian terkait perumusan strategi wisata berbasis analisis SWOT. Menurut (Pomantow, Kumurur, & Poli, 2013) mengidentifikasi bahwa pengembangan objek wisata Pantai Lakban di Minahasa Tenggara dipengaruhi oleh kekuatan berupa keindahan alam dan dukungan masyarakat, sementara kelemahannya terdapat pada sarana prasarana yang belum memadai. Kondisi Manggasang sejalan dengan ini, di mana daya tarik utama juga berasal dari keindahan alam alami dan partisipasi masyarakat, perbedaannya terletak pada pendekatan pengelolaan, karena Pantai Lakban lebih bergantung pada pemerintah daerah, sedangkan Manggasang sudah menunjukkan penguatan swadaya masyarakat desa dalam menjaga kebersihan dan mengelola fasilitas dasar.

Menurut (Sefira & Riyanto, 2013) menjelaskan bahwa strategi pengembangan pariwisata daerah harus memperhatikan keterlibatan masyarakat dan diversifikasi atraksi wisata untuk meningkatkan daya tarik, hasil ini relevan dengan strategi Manggasang yang juga berfokus pada promosi berbasis partisipasi masyarakat dan pengembangan atraksi edukatif seperti kegiatan alam terbuka, bedanya penelitian Sefira dan Riyanto menyoroti regulasi daerah sebagai hambatan utama, sedangkan di Manggasang regulasi sudah cukup mendukung, terutama dengan adanya kebijakan pelatihan dan bimbingan teknis dari

pemerintah kabupaten.

Menurut (Utsalina & Primandari, 2020) menegaskan bahwa analisis SWOT efektif digunakan untuk menentukan prioritas strategi pemasaran, terutama dalam memanfaatkan kekuatan internal seperti produk unggulan dan media promosi digital. Prinsip ini juga diterapkan di Manggasang melalui strategi SO yang menitikberatkan pada penguatan citra dan promosi wisata lewat media sosial seperti TikTok dan Instagram. Persamaannya terletak pada pemanfaatan teknologi sebagai sarana peningkatan daya saing, sedangkan perbedaannya adalah konteks; penelitian mereka berfokus pada strategi pemasaran produk, sementara di Manggasang pendekatan SWOT digunakan untuk pengembangan wisata secara menyeluruh.

Menurut (Kamaluddin, 2020) menemukan bahwa analisis SWOT berperan penting dalam merumuskan strategi bersaing melalui identifikasi kekuatan internal untuk merespons dinamika eksternal. Posisi Manggasang yang berada pada kuadran I (growth) selaras dengan temuan ini, di mana kekuatan seperti keindahan alam dan dukungan masyarakat dimanfaatkan untuk menanggapi peluang tren ekowisata, namun konteks Manggasang lebih spesifik pada sektor wisata pedesaan, sementara penelitian Kamaluddin dilakukan di sektor bisnis perusahaan.

Menurut (Pratama & Isbandono, 2023) mengungkapkan bahwa strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Blitar memerlukan sinergi antara pemerintah dan masyarakat untuk menjaga keberlanjutan. Pola ini juga terlihat di Manggasang yang mengandalkan kolaborasi antara pengelola wisata, pemerintah desa, dan dinas pariwisata dalam pelatihan serta peningkatan fasilitas. Koordinasi di Blitar lebih formal dengan kebijakan lintas dinas, sedangkan di Manggasang kerja sama masih bersifat lokal dan informal, tetapi berjalan efektif karena berbasis hubungan sosial antarwarga.

Menurut (Soesanta, Putra, & Hutagalung, 2023) menekankan pentingnya kolaborasi multipihak dalam menjaga keberlanjutan wisata di kawasan Borobudur. Kesamaan dengan Manggasang terletak pada peran kolaboratif antara masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha lokal. Skala Borobudur memiliki perbedaan yang dikelola dengan dukungan nasional dan bertujuan global, sedangkan Manggasang berfokus pada pemberdayaan masyarakat desa dengan jangkauan wisatawan domestik.

Menurut (Sucia & Belasunda, 2024) dalam penelitiannya di Wisata Alam Silamci Garut menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu menentukan strategi fasilitas wisata berbasis lingkungan. Manggasang memiliki kesamaan yang tampak pada strategi WO dan WT yang menekankan ketahanan terhadap cuaca ekstrem serta pembangunan sarana pendukung seperti jalur anti-selip dan shelter. Silamci menghadapi tantangan koordinasi antarinstansi, sedangkan Manggasang memiliki dukungan lebih baik dari pemerintah desa dalam penataan fasilitas.

Menurut (Rebuya & Gasga, 2022) menjelaskan SWOT dapat menjadi alat penting dalam perencanaan pariwisata lokal di Filipina, khususnya dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal untuk mendukung kebijakan pengembangan destinasi. Hasil ini memperkuat penggunaan metode SWOT di Manggasang, di mana identifikasi kekuatan dan peluang menjadi dasar utama strategi agresif. Perbedaannya terletak pada konteks geografis; di Filipina fokusnya pada pengembangan kawasan perkotaan, sedangkan Manggasang menitikberatkan pada wisata alam pedesaan.

Menurut (Marlina & Hidayati, 2023) menemukan bahwa sektor pariwisata berbasis industri kreatif dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui inovasi produk dan jasa wisata. Hasil ini sejalan dengan strategi SO di Manggasang yang mengarahkan pengelolaan limbah alam menjadi souvenir unik, sehingga menambah nilai

ekonomi bagi masyarakat sekitar. Penelitian tersebut lebih menyoroti peran industri kreatif di kota besar, sedangkan Manggasang menunjukkan penerapan konsep serupa di tingkat desa yang lebih berorientasi pada keberlanjutan lingkungan.

Menurut (Irhandayaningsih, 2019) meneliti strategi pengembangan Desa Wisata Gemawang sebagai desa eko-budaya yang menonjolkan nilai edukatif dan pelestarian lingkungan. Manggasang memiliki kesamaan kuat dalam aspek pelibatan masyarakat dan edukasi, tetapi fokusnya lebih pada konservasi alam dan pengelolaan lingkungan dibanding kebudayaan. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis masyarakat dan lingkungan dapat diterapkan secara adaptif sesuai karakteristik lokal, baik di Gemawang maupun di Manggasang.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi pengembangan Wisata Manggasang sejalan dengan konsep pariwisata berkelanjutan berbasis kekuatan lokal dan dukungan eksternal. Persamaannya terletak pada penguatan daya tarik lokal serta pelibatan masyarakat, sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus integrasi ekowisata, partisipasi warga, dan inovasi lingkungan.

Pengembangan Wisata Manggasang di Desa Batu Tunggul menunjukkan bahwa faktor kekuatan utama terletak pada keberadaan daya tarik alam yang masih alami dan memiliki nilai keunikan lokal. Kondisi ini selaras dengan teori Yoeti yang menegaskan bahwa daya tarik wisata merupakan unsur paling fundamental dalam pengembangan destinasi pariwisata. Keindahan lanskap alam dan suasana lingkungan yang relatif belum terdegradasi menjadi modal dasar yang mampu menarik kunjungan wisatawan. Namun demikian, keterbatasan pada aspek aksesibilitas dan amenities yang teridentifikasi

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Wisata Manggasang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Faktor internal terdiri atas kekuatan berupa keindahan alam yang masih alami, keberadaan spot foto yang menarik, partisipasi masyarakat dalam pengelolaan, serta ketersediaan fasilitas dasar dan akses jalan yang relatif memadai. Faktor internal juga menunjukkan adanya kelemahan berupa keterbatasan wahana wisata, promosi yang belum optimal, serta belum tersedianya transportasi umum yang mendukung akses wisatawan. Faktor eksternal mencakup peluang berupa dukungan kebijakan pemerintah daerah, meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata alam dan ekowisata, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Faktor eksternal juga menunjukkan adanya ancaman berupa kondisi cuaca ekstrem yang dapat memengaruhi kenyamanan dan keselamatan wisatawan, serta keterbatasan informasi wisata bagi pengunjung.

Hasil analisis strategi menunjukkan bahwa Wisata Manggasang berada pada Kuadran I yang mencerminkan strategi pertumbuhan (*growth strategy*). Strategi ini menekankan pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal secara optimal. Strategi SO sebagai prioritas utama diarahkan pada optimalisasi keunggulan alam dan daya tarik wisata melalui penataan kawasan wisata, pengembangan spot dan aktivitas wisata, serta pemanfaatan promosi digital untuk meningkatkan daya tarik destinasi. Strategi SO juga diwujudkan melalui pengembangan paket wisata berbasis ekowisata dan kuliner lokal dengan melibatkan masyarakat setempat sebagai bagian dari pengelolaan dan pelayanan wisata. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing Wisata Manggasang secara berkelanjutan serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Aminah, S., Siregar, H., & Faturrohman, N. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Cikolelet Kecamatan Cinangka Kabupaten Serang Banten. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 11(3), 312–322.
- Azzahra, N. A., Setiyono, B., & Manar, D. G. (2023). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Menggunakan Pendekatan Community Based Tourism (CBT) di Desa Wisata Kandri, Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*, 12(2), 118–139.
- Badan Pusat Statistik HST. (2024). *Kabupaten Hulu Sungai Tengah dalam angka...* Kantor tsb.
- Basri, R. M. N., Zainal, R. V., & Hakim, A. (2023). Peranan Sistem Informasi Manajemen Terhadap Efektivitas Kinerja Pegawai Dan Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kualitatif Pada Pemerintahan Kota Pekalongan). *Jurnal Widya Balina*, 8(2), 781–791.
- BPS Kalimantan Selatan. (2025). *PROVINSI KALIMANTAN SELATAN DALAM ANGKA*. ©BPS Provinsi Kalimantan Selatan/BPS-Statistics Kalimantan Selatan Province.
- Cahyani, A. D. (2021). Analisis Swot Dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai Lombang Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 7(June), 58–78.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Choirunnisa, I., Karmilah, M., Rahman-89, B., Pengembangan, S., Budaya..., P., Studi, P., ... Semarang, A. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(2), 89–109.
- Dewi, P. J. S., Fahmi, M. I., Herachwati, N., & Agustina, T. S. (2022). Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Tritik Kabupaten Nganjuk Berbasis Analisis SWOT. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 193–203. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i1.1370>
- Irhandayaningsih, A. (2019). Strategi Pengembangan Desa Gemawang Sebagai Desa Wisata Eko Budaya. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 3(3), 283–290. <https://doi.org/10.14710/anuva.3.3.283-290>
- Kamaluddin, I. (2020). Analisis SWOT untuk merumuskan strategi bersaing pada PT. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 342–354.
- Marlina, L., & Hidayati, N. (2023). Peran Pariwisata Berbasis Industri dalam Pengembangan Bisnis di Indonesia. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 1(01), 31–40. <https://doi.org/10.59653/jimat.v1i01.163>
- Millenia, J., Sulivinio, S., Rahmanita, M., & Emier Osman, I. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (Attraction , Accessibility , Amenities , Ancillary Services). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 284–293.
- Muta'Ali, L. (2015). Teknik Analisis Regional untuk perencanaan wilayah, tata ruang, dan lingkungan. *Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Geografi (BPFQ)*.
- Peraturan Bupati No 33. (2020). *Peraturan Bupati Nomor 33 Tahun 2020 Tentang Rencana Kerja Pemerintah Daerah Tahun 2021*. 164782.
- Pomantow, L., Kumurur, V. A., & Poli, H. (2013). *FAKTOR-FAKTOR INTERNAL*

PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI LAKBAN KABUPATEN MINAHASA TENGGARA SEBAGAI OBJEK WISATA ANDALAN. 5(3), 149–156.

- Pratama, W. C., & Isbandono, P. (2023). Analisis SWOT Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Blitar dalam Menentukan Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Inovasi Administrasi Negara ...*, 1, 375–389.
- Puspita, P. W. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PANTAI INDRAYANTI DI GUNUNGKIDUL.*
- Puyt, R. W., Lie, F. B., & Wilderom, C. P. M. (2023). The origins of SWOT analysis. *Long Range Planning*, 56(3), 102304. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102304>
- Ramadhani, K. R. (2024). *Kecamatan Hantakan Dalam Angka 2024. 11, 2024.*
- Rangkuti, F. (2014). *Teknik Membedah Kasus Analisis Swot.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rebuya, N. R., & Gasga, K. P. (2022). SWOT Analysis as a Strategic Tool for Local Tourism Development Planning: A Destination Review of a Municipality in the Philippines. *OALib*, 09(12), 1–30. <https://doi.org/10.4236/oalib.1109612>
- Sefira, R. P., & Riyanto, M. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah. *Universitas Brawijaya: Malang. Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(4).
- Soesanta, P. E., Putra, I. R. A. S., & Hutagalung, O. H. (2023). The Development of a Sustainable Tourism Area for Borobudur Temple as a City Branding Theme for Magelang Regency. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 111–122. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.111-122>
- Srisusilawati, P., Kusuma, G. P. E., Budi, H., Haryanto, E., Nugroho, H., Satmoko, N. D., ... others. (2022). *Manajemen Pariwisata.* Penerbit Widina.
- Sucia, M., & Belasunda, R. (2024). SWOT analysis for development strategy for Silamci natural tourism object facilities in Garut. *ARTEKS: Jurnal Teknik Arsitektur*, 9(1), 129–136. <https://doi.org/10.30822/arteks.v9i1.3276>
- Sunarsi, D. (2024). *SWOT, Teori, Implementasi.*
- Syahari, F., Kusumastuti, K., & Istanabi, T. (2023). Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Komponen Desa Wisata Desa Sendang Wonogiri. *Cakra Wisata*, 24(5), 50–59.
- Utsalina, D. S., & Primandari, L. A. (2020). Analisis Swot Dalam Penentuan Bobot Kriteria Pada Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan Analytic Network Process. *Antivirus: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.35457/antivirus.v14i1.889>
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Universitas Airlangga.*