

---

---

## UMKM Unggul Wisata Waburi Park Maju: Sinergi Sukses Yang Menguntungkan Semua Pihak

La Gufran<sup>1\*</sup>, Wa Aua<sup>2</sup>, Ardianto<sup>3</sup>, Ilwan<sup>4</sup>, Candra Dinarta<sup>5</sup>, Yusdi<sup>6</sup>

Universitas Muhammadiyah Buton, [Lagufran108@gmail.com](mailto:Lagufran108@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [anisamsung31@gmail.com](mailto:anisamsung31@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[rdntdnt@gmail.com](mailto:rdntdnt@gmail.com)<sup>3</sup>, [ilwanakas@gmail.com](mailto:ilwanakas@gmail.com)<sup>4</sup>, [chandraodik518@gmail.com](mailto:chandraodik518@gmail.com)<sup>5</sup>, [yusdiproduksi@gmail.com](mailto:yusdiproduksi@gmail.com)<sup>6</sup>

---

### Abstract

Pembangan pariwisata dibutuhkan kesipan dukungan berbagai stakeholder, guna meningkatkan kualitas layanan pariwisata. Salah satu Strategi Pengembangan Pariwisata adalah Model Pentahelix. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan objek wisata Waburi Park melalui kolaborasi aktor *pentahelix*. Maksud penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan objek wisata Waburi Park melalui model *Pentahelix* dalam meningkatkan daya tarik perekonomian Desa Gaya Baru. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kombinasi (*mixed methods*) dengan pendekatan yang menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menyebar kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata melalui model *pentahelix* pada objek wisata Waburi Park adalah mengembangkan dan mempertahankan kondisi bangunan wisata buatan Waburi Park, menjaga fasilitas agar tetap lestari, menyediakan paket wisata, memaksimalkan segala potensi seperti keunggulan dan keunikan Waburi Park untuk menghadapi persaingan antar kompetitor, mengakselerasi kolaborasi aktor *Pentahelix*.

---

### Keywords

*pentahelix*, pariwisata & kolaborasi

---

### Corresponding Author

First name Last name

Affiliation, Country; [e-mail@e-mail.com](mailto:e-mail@e-mail.com)

---

## 1. INTRODUCTION

Kabupaten Buton Selatan memiliki berbagai potensi pariwisata alam serta wisata budaya dengan berbagai keunikan dan keragamannya mulai dari kekayaan hutan, pantai yang tersebar di setiap sisi wilayah Kabupaten Buton Selatan, serta budaya masyarakat setempat yang unik dan memiliki daya tarik tersendiri. Salah satu Desa di Kabupaten Buton Selatan yang unggul di sektor pariwisata adalah Desa Gaya Baru yang terletak di wilayah Kecamatan Lapandewa, potensi alam seperti tebing tinggi dengan gugusan pantai pasir putih serta keindahan senja dikala matahari terbenam di Desa ini membuat pemerintah setempat membangun wisata buatan yang mendukung tereksplornya potensi alam yang ditawarkan dan kini ramai dikenal dengan wisata " Waburi Park".

Bersumber dari website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Selatan Wisata Waburi Park telah di resmihkan pada 9 Oktober 2022 dan

hingga saat ini masih menjadi wisata paling populer di Kabupaten Buton Selatan hal tersebut terbukti dengan maraknya wisatawan lokal yang berkunjung dan Waburi Park telah masuk dalam 300 besar Anugrah Desa Wisata (ADWI).

Fakta empiris menunjukkan strategi pengembangan objek wisata Waburi Park yang masih parsial, hal tersebut disebabkan karena strategi pengembangan belum mengoptimalkan kekuatan yang ada seperti maraknya wisatawan yang berkunjung belum di manfaatkan untuk meningkatkan penjualan produk pariwisata agar meningkatkan nilai tambah serta mempertahankan perekonomian berkelanjutan di kalangan masyarakat sekitar. Selanjutnya pada upaya pengembangannya Waburi Park belum meminimalkan adanya kelemahan seperti membenahi titik jalan yang rusak dan menghindari ancaman seperti potensi adanya pengunjung/wisatawan yang merusak, mencoret atau mengotori kawasan Waburi Park ketika berkunjung serta terdapatnya beberapa titik jalan menuju lokasi objek wisata masih rusak.

Menurut Swarbrooke (1996) dalam Soeda (2017) pengembangan pariwisata merupakan suatu upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan keberlangsungan pengembangan pariwisata. Strategi dalam pengembangan sektor pariwisata yang dapat dilaksanakan adalah penerapan model *pentahelix*. Strategi pengembangan model *pentahelix* ini sebelumnya telah digagas oleh Arif Yahya Menteri Pariwisata Indonesia tahun 2014-2019. Tujuan model *pentahelix* adalah memberikan motivasi industri sektor pariwisata serta sistem pariwisata dengan meningkatkan peran pemerintah, akademisi, masyarakat, pelaku usaha/bisnis, dan media demi menghasilkan nilai positif serta keuntukan untuk masyarakat. Halibas dkk (2017) menjelaskan kerjasama *pentahelix* menumbuhkan kreativitas koperasi dan membantu pengembangan sosial ekonomi daerah berdasarkan kearifan lokal.

Penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Noor Suroija dkk (2022) memperlihatkan bahwa seluruh komponen dalam konsep *Pentahelix* belum memaksimalkan perannya serta masih kurangnya kolaborasi untuk melaksanakan program pengembangan yang telah direncanakan. Penelitian terdahulu terfokus melihat sinergitas model *pentahelix* dalam pengembangan pariwisata. Sedangkan dalam penelitian ini, terfokus melihat strategi pengembangan sebuah objek wisata melalui komponen-komponen penting yang memiliki intensitas keterlibatan penuh dalam upaya untuk mengembangkan sebuah objek wisata.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fefri Y. Roslin dkk (2023) menunjukkan Pemerintah daerah Kabupaten Tana Toraja kurang memperhatikan peluang serta kekuatan guna pengembangan pada objek wisata Buntuk Burake, kemudian pihak pengelola wisata Buntuk Burake belum merancang tata letak dan tata ruang yang lebih menarik untuk menjamin keselamatan pengunjung.

Berdasarkan fakta empiris yang telah terurai pengelolaan Waburi Park sebagai salah satu objek dan daya tarik wisata memerlukan suatu strategi pengembangan pariwisata yang baik agar potensi yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara optimal, dengan pemahaman yang baik mengenai aspek lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang bertujuan untuk menentukan strategi-strategi terbaik, sehingga peneliti menggunakan teori analisis SWOT sebagai landasan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan Waburi Park. Analisis SWOT mengkaji dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan sebuah strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang menghasilkan, strategi SO yakni memaksimalkan kekuatan untuk merebut peluang, strategi ST yaitu memaksimalkan kekuatan untuk meminimalkan tantangan, kemudian strategi WO yakni meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, dan strategi WT yakni meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti 2015).

Strategi merupakan upaya yang dilakukan demi mencapai tujuan dalam suatu organisasi. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan (Rangkuti, 2017). Selain itu menurut (Asmaddin, 2019) Strategi tidak hanya sekedar perencanaan tetapi lebih dari itu bahwa strategi adalah perencanaan menyeluruh, komprehensif, dan integral. Menurut (Saladin, 1990) dalam Asmaddin (2019) Menyeluruh artinya mencakup semua aspek utama perusahaan, integral artinya semua bagian dari perencanaan harus saling terkait satu dengan yang lainnya. Menurut (Umar, 2011) strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus menerus berdasarkan pandangan klien tentang harapan masa depan. Menurut (Rachmat, 2014) strategi memiliki konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan perumusan strategi harus mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan. Menurut Wijaya (1989) Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa tehnik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku.

Menurut (I Gusti Bagus Rai Utama, 2017) Wisata merupakan salah satu industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, serta taraf hidup. Parawisata secara umum merupakan kegiatan perjalanan dari suatu lokasi ke lokasi yang lain yang dilakukan oleh perseorangan ataupun kelompok serta bersifat sementara dengan tujuan mencari keserasian, kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam suatu dimensi alam, sosial, budaya dan ilmu. Sejalan dengan hal itu (Yuningsi, dkk, 2019) mengungkapkan merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk liburan atau rekreasi yang ditunjukkan dengan adanya perjalanan yang singkat dan sementara dari orang-orang menuju daerah tujuan wisata diluar tempat kebiasaan mereka hidup dan bekerja diluar kegiatan mereka.

Model *Pentahelix* telah dicanangkan oleh pemerintah sebagai salah satu konsep untuk mengembangkan potensi pariwisata. Model *pentahelix* dibangun atas lima komponen pemangku kepentingan yaitu, pemerintah, pelaku usaha/bisnis, media, akademisi, dan masyarakat. Penerapan model *Pentahelix* dalam pengembangan pariwisata berguna mengatasi Persoalan daerah dimana masing-masing pemangku kepentingan mewakili kepentingan daerahnya masing-masing. Melalui sinergitas kerja sama yang terjalin, diharapkan invensi yang didukung oleh sumber daya yang berinteraksi dengan baik dapat terwujud.

Menurut stuesson dkk dalam (Astuti, 2020) *Pentahelix* merupakan perpanjangan dari strategi *Tripelhelix* dengan melibatkan berbagai elemen publik atau lembaga nirlaba untuk mengimplementasikan inovasi.

Tabel 1. Model Tripel-helix, Quadra-helix, dan Penta-helix

Tripel-helix	Quadra-helix	Penta-helix
Pemerintah	Pemerintah	Pemerintah
Bisnis	Bisnis	Bisnis
Akademisi	Akademisi	Akademisi
Komunitas/Masyarakat	Pengelola	Komunitas/Masyarakat
		Pengelola
		Media

Sumber : (Retno Sunu Astuti dkk, 2020)

Tujuan kolaborasi model *Pentahelix* menurut Rempersad dkk dalam (Halibabs, dkk, 2017) adalah memiliki inovasi dan kontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah. Kolaborasi semua unsur dalam *Pentahelix* bermanfaat untuk upaya penyelesaian masalah dengan melibatkan pemangku kepentingan untuk mewakili berbagai komponen. Kelima unsur dari model *Pentahelix* tersebut adalah : (Bachruddin Saleh Luturlean S, 2019). 1) Akademisi (academics) adalah sumber daya pengetahuan. Mereka memiliki konsep, teori dalam mengembangkan pariwisata untuk mendapatkan keuntungan kompetitif yang berkelanjutan.

2) Bisnis (business) adalah suatu entitas yang memiliki aktivitas dalam mengolah barang atau jasa untuk menjadi berharga. 3) Komunitas (community) adalah orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan masalah atau kasus yang berkembang. 4) Pemerintah (government) adalah salah satu stakeholders yang memiliki regulasi dan reponsibility dalam mengembangkan pariwisata. 5) Media (media) adalah pemangku kepentingan yang memiliki informasi lebih untuk mengembangkan pariwisata dan memainkan peran yang kuat dalam mempromosikan pariwisata.

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen perencanaan strategis dengan menggunakan analisis atau kerangka kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Instrumen tersebut memberikan cara mudah untuk mengevaluasi dan menerapkan strategi. Menurut (Rangkuti, 2015) SWOT adalah singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesses* dan lingkungan eksternal *Opportunityes* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Sejalan dengan itu (Rangkuti, 2015) juga mengungkapkan Analisis

SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunityes*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal yaitu kekuatan ((*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Sumber: (Rangkuti, 2015)

Analisis SWOT memiliki 4 empat komponen yaitu (Rangkuti,2015)

**a. Kekuatan (Strengths)**

Kekuatan adalah suatu posisi yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi yang digunakan untuk menghadapi persaingan.

**b. Kelemahan (Weakness)**

Kelemahan adalah keadaan kelemahan dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Kelemahan dapat menjadi penghambat pencapaian tujuan dan persaingan organisasi.

**c. Peluang (Opportunities)**

Peluang adalah kondisi dan keadaan di luar organisasi yang memberikan peluang untuk berkembang di masa depan.

**d. Ancaman (Threats)**

Ancaman adalah tantangan yang harus dihadapi organisasi. Ancaman muncul dari sejumlah faktor lingkungan yang merugikan dan dapat menyebabkan kegagalan.

Rangkuti 2015) menjelaskan matriks SWOT dapat dengan jelas menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahannya, dan matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yaitu: 1) Strategi SO (strength-opportunities) adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. 2) Strategi ST (strength-threats) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. 3) Strategi WO (weakness-opportunities) adalah strategi berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. 4) Strategi WT (weakness-threats) adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.(Rangkuti 2015).

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
EFAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tentukan 5-10 kekuatan internal</li> </ul>
OPPORTUNIES (O)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGO WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2. Matriks SWOT

Sumber: (Rangkuti, 2015)

## 2. METHODS

Peneliti menggunakan desain penelitian *mixed methods*, Crewswell dalam buku Sugiyono menyatakan “*Mixed Methods Research is an approach to inquiry that combines or associated both qualitative quantitative from of research*” metode kombinasi adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan atau menghubungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif (Sugiono 2013:19), karena menyajikan hasil penelitian dengan angka-angka untuk melihat bagaimana pengaruh variabel strategi pengembangan pariwisata Waburi Park. Kemudian menggunakan deskriptif karena bertujuan untuk menggambarkan kondisi variabel kolaborasi *Pentahelix* dalam pengembangan Waburi Park.

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran antara penelitian kuantitatif dengan penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif karena model penelitian ini bersifat komprehensif dan dinamis tanpa mengengerealisasikan. hal ini sejalan dengan tujuan penelitian yakni untuk meninjau bagaimana Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Model Penta-Helix. Lokasi penelitian yaitu Objek Wisata Waburi Park Desa Gaya Baru Kecamatan Lapandewa Kabupaten Buton Selatan. Jenis data yang digunakan peneliti dapat dibedakan menjadi 2 (dua) sumber yaitu: (Sugiyono 2012). Sumber Primer & Sumber data sekunder. Informan Penelitian dipilih berdasarkan metode purposif sampling. Beberapa teknik pengumpulan data yang dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi SWOT. Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2012) pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian data (Data Display), dan Penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification).

## 3. FINDINGS AND DISCUSSION

Pada penelitian strategi pengembangan pariwisata melalui model pentahelix ini terdapat 7 informan diantaranya telah mencakup lima aktor

dalam pentahelix yakni akademisi, komunitas, pemerintah, bisnis dan media kemudian satu orang pengunjung dan satu orang masyarakat. Kuesioner disebar menggunakan google form ke WhatsApp informan, adapun total kuesioner berjumlah 7 dan dapat diolah. Hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Kuesioner

SWOT	INFORMAN						
	I (1)	I(2)	I(3)	I(4)	I (5)	I(6)	I(7)
<b>Kekuatan</b>							
1. Keindahan alam yaitu tebing tinggi, gugusan pantai pasir putih dan sunset.	4	4	4	4	4	4	4
2. Tingginya minat wisatawan lokal yang berkunjung di Waburi Park.	3	4	4	4	4	3	4
3. Memperoleh Anugerah 300 Desa Wisata (ADWI).	3	3	4	4	4	4	4
4. Memiliki fasilitas yang cukup memanjakan pengunjung.	4	4	4	4	4	4	4
5. menyajikan panorama alam yang indah dan alami	3	4	4	3	4	4	4
<b>Kelemahan</b>							
1. Kolaborasi stakeholder penta helix yang parsial	2	3	4	4	4	3	2
2. Beberapa Infrastruktur jalan yang rusak.	4	3	2	4	3	4	2
3. Belum adanya aturan yang mengatur pengunjung	3	3	3	4	3	2	1
4. Partisipasi media dan rendahnya kesadaran masyarakat untuk mempromosi objek wisata Waburi Park.	2	3	3	3	4	2	2
5. adanya pro dan kontra masyarakat terkait pengembangan objek wisata Waburi Park ini.	3	4	1	2	2	2	2
<b>Peluang</b>							
11. Meningkatkan pertumbuhan ekonomimasyarakat dan PADes.	4	3	4	4	4	3	4
12. Minat wisatawan yang meningkat untuk mengunjungi wisata Waburi Park	3	4	4	3	4	3	4
13. Peningkatan produk pariwisata untuk meningkatkan nilai tambah serta keberlanjutan ekonomi di kalangan masyarakat sekitar wilayah objek wisata " Waburi Park"	4	4	4	4	3	3	4
14. Adanya paket wisata kepada pengunjung atau dapat disewa untuk acara tertentu.	3	4	4	4	3	4	4

15. Ruang yang nyaman bagi keselamatan pengunjung.	3	4	4	4	3	4	3
Ancaman	I (1)	I(2)	I(3)	I(4)	I (5)	I(6)	I(7)
1. Adanya kompetitor lain atau jenis wisata yang memiliki karakteristik yang hampir sama dengan wisata Waburi Park	3	4	4	4	3	2	3
2. Perilaku wisatawan yang merusak, mencoret atau mengotori kawasan Waburi Park ketika berkunjung.	4	3	3	4	3	4	2
3. Rendahnya akuntabilitas akademisi sebagai lembaga yang melakukan <i>research and development</i> .	2	4	2	3	3	3	2
4. Kontribusi Pihak swasta atau pelaku masih rendah	2	2	2	3	3	3	3
5. Ancaman konflik masyarakat atas pembangunan kawasan onyek wisata	3	1	1	3	2	2	2

Demi memperoleh gambaran yang lebih fleksibel mengenai analisis SWOT yang telah dilakukan, maka perlu menggunakan tabel faktor-faktor internal dan eksternal, untuk mengetahui lebih jelas jawaban yang menyangkut faktor internal dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Matrix Internal Factor Analysis Summary (IFAS Matrix)

Kekuatan	KODE	1 - 4	BOBOT	RATING	SKOR
1 Keindahan alam yaitu tebing tinggi, gugusan pantai pasir putih dan sunset.	S1	4	0,12	4,00	0,48
2 Maraknya wisatawan lokal yang berkunjung dan Waburi Park.	S2	4	0,12	3,72	0,45
3 Masuk dalam 300 besar Anugerah Desa Wisata (ADWI).	S3	4	0,12	3,72	0,45
4 Memiliki fasilitas seperti gazebo, lampu taman, papan nama, lapak jualan, titian, home stay, toilet dan pos jaga.	S4	4	0,12	4,00	0,48
5 Menyajikan sebagian besar dari sapta pesona parawisata dengan tawaran pemandangan alam indah, keramahan masyarakatnya	S5	3	0,09	3,72	0,34
JUMLAH					2,21

Kelemahan	KODE	1 - 4	BOBOT	RATING	SKOR
1 Masih parsialnya kolaborasi serta kerja sama lima komponen dalam <i>Pentahelix</i> yakni pemerintah, akademisi, komunitas, media dan pelaku usaha/bisnis .	W1	4	0,12	3,15	0,38
2 Terdapat beberapa titik jalan dari arah Kab.Buton yang rusak.	W2	2	0,06	3,15	0,19
3 Belum adanya aturan yang mengikat pengunjung	W3	3	0,09	2,72	0,25
4 Keterlibatan media dan kesadaran masyarakat yang masih parsial dalam aspek promosi objek wisata Waburi Park.	W4	3	0,09	2,72	0,25
5 Hanya sebagian masyarakat yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan objek wisata karena adanya pertentangan mengenai pro dan kontra dibangunnya objek wisata Waburi Park ini.	W5	2	0,06	2,29	0,14
JUMLAH			1,00	1,21	
S_W				1,00	
S+W				3,42	

Tabel diatas menunjukkan nilai total dari matriks IFAS strategi pengembangan Waburi Park adalah 3,42, nilai ini menunjukkan bahwa dalam strategi pengembangan Waburi Park berada pada posisi diatas rata-rata pada faktor internal secara keseluruhan dan terlihat lebih condong pada kekuatan dari Waburi Park itu sendiri.

Kemudian untuk mengetahui lebih jelas jawaban yang menyangkut faktor eksternal dapat dilihat pada pada tabel berikut :

Tabel 4. Matrix External Factor Analysis Summary (EFAS Matrix)

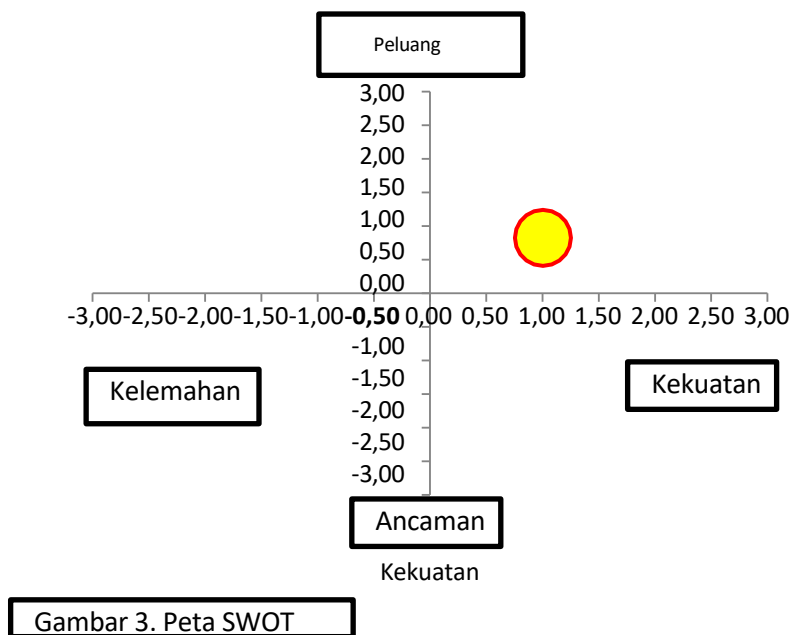
Peluang	KODE	1 - 4	BOBOT	RATING	SKOR
1 Memberikan dampak pada peningkatan pertumbuhan di sektor ekonomi. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan Desa.					wisata Waburi Park saat ini dapat meningkatkan daya tarik pendukung wisata dikawasan Waburi Park
2 Tingginya minat para wisatawan untuk mengunjungi					Park

3	Peningkatan produk pariwisata untuk meningkatkan nilai tambah serta mempertahankan perekonomian berkelanjutan di kalangan masyarakat sekitar wilayah objek wisata “ Waburi Park”	O1	4	0,13	3,72	0,50
4	Dengan potensi baik yang terdapat di wisata Waburi Park dapat memberikan paket wisata kepada pengunjung atau dapat disewa untuk acara tertentu.	O2	3	0,10	3,58	0,36
5	Memiliki tata letak dan tata ruang yang lebih menarik dan	O3	3	0,10	3,72	0,37
JUMLAH		O4	3	0,10	3,72	0,37
		2,07				

#### Tantangan

		KODE	1 - 4	BOBOT	RATING	SKOR
1	Adanya kompetitor lain atau jenis wisata yang memiliki karakteristik yang hampir sama dengan wisata Waburi Park	T1	4	0,13	3,29	0,44
2	Perilaku wisatawan yang merusak, kawasan Waburi Park ketika berkunjung.	T2	2	0,07	3,29	0,22
3	Keterlibatan pihak akademisi sebagai lembaga yang melakukan <i>research and development</i> masih rendah.	T3	3	0,10	2,72	0,27
4	Pihak swasta belum berkontribusi dalam upaya peningkatan produk pariwisata untuk meningkatkan nilai tambah	T4	3	0,10	2,58	0,26
5	Terkendalanya upaya yang dilakkan pihak komunitas karena pertentangan beberapa masyarakat Desa Gaya Baru yang pro dan kontra atas dibangunnya objek wisata Waburi Park	T5	1	0,03	2	0,07
JUMLAH				1,00	1,25	
O_T					0,82	
O+T					2,89	

Tabel diatas menunjukan total nilai dari matriks EFAS adalah 1,95, hal ini menunjukan strategi pengembangan yang dijalankan Waburi Park menggambarkan pengaruh eksternal yang ada dengan menghindari pengaruh negatif yang potensial dari ancaman. Kemudian, dilakukan penghitungan untuk mengetahui strategi yang paling tepat yang dapat dilakuakn untuk dapat mengembangkan Waburi Park, olehnya itu berdasarkan selisih tersebut ditentukan titik koordinat pada Peta Swot di bawah :



Gambar 3. Peta SWOT

Berdasarkan matriks dan peta SWOT diatas menunjukan selisih nilai kekuatan dan kelemahan adalah **1,00** sedangkan selisih nilai peluang dan ancaman adalah **0,82** olehnya itu dapat di bentuk titik koordinat (1,00:0,82), sehingga posisi Waburi Park berada pada kuadran 1 yang merupakan suatu situasi menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Berdasarkan Rangkuti (2003:9) posisi pada kuadran 1 dapat menggunakan strategi yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Kemudian sesuai dengan kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang telah dianalisis dapat dilakukan analisis SWOT. Strategi yang digunakan dalam pengembangan wisata Waburi Park dalam penelitian ini adalah menggunakan matriks SWOT.

Tabel 5. Matrix SWOT



<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p><b>Kekuatan (<i>strength</i>)( S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keindahan alam yaitu tebing tinggi, gugusan pantai pasir putih dan sunset.</li> <li>2. Maraknya wisatawan lokal yang berkunjung dan Waburi Park.</li> <li>3. Masuk dalam 300 besar Anugerah Desa Wisata (ADWI).</li> <li>4. Memiliki fasilitas seperti gazebo, lampu taman, papan nama, lapak jualan, titian, home stay, toilet dan pos jaga.</li> <li>5. Menyajikan sapta pesona parawisata dengan tawaran pemandangan alam indah, keramahan masyarakatnya</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (<i>weakness</i>) (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masih parsialnya kolaborasi serta kerja sama lima komponen dala m Pentahelix yakni pemerintah, akademisi, komunitas, media dan pelaku usaha/bisnis.</li> <li>2. Terdapat beberapa titik jalan dari arah Kab.Buton yang rusak.</li> <li>3. Belum adanya aturan yang mengikat pengunjung</li> <li>4. Keterlibatan media dan kesadaran masyarakat yang masih parsial dalam aspek promosi objek wisata Waburi Park.</li> <li>5. Hanya sebagian masyarakat yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan objek wisata karena adanya pertentangan mengenai pro dan kontra dibangunnya objek wisata Waburi Park ini.</li> </ol>
-------------------------	---	--

<p><b>Peluang (<i>opportunities</i>) (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan dampak pada peningkatan pertumbuhan di sektor ekonomi. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan Desa.</li> <li>2. Tingginya minat para wisatawan untuk mengunjungi wisata Waburi Park saat ini dapat meningkatkan daya tarik pendukung wisata dikawasan Waburi Park</li> <li>3. Peningkatan produk pariwisata untuk meningkatkan nilai tambah serta mempertahankan perekonomian berkelanjutan di kalangan masyarakat sekitar wilayah objek wisata “ Waburi Park”</li> <li>4. Dengan potensi baik yang terdapat di wisata Waburi Park dapat memberikan paket wisata kepada pengunjung atau dapat disewa untuk acara tertentu.</li> <li>5. Memiliki tata letak dan tata ruang yang lebih menarik dan menjamin keselamatan pengunjung.</li> </ol>	<p><b>Strategi (SO):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan dan mempertahankan kondisi bangunan wisata buatan Waburi Park yang masih sangat baru, menjaga fasilitas yang terdapat pada objek wisata agar tetap lestari.</li> <li>2. Menyediakan paket wisata</li> </ol>	<p><b>Strategi (WO):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengakselerasi kolaborasi dan kerjasama aktor <i>Pentahelix</i>.</li> <li>2. Menyediakan keterangan/papan informasi</li> </ol>
--	--	---

Ancaman ( <i>threats</i> ) (T)	Strategi (ST):	Strategi (WT):
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya kompetitor lain atau jenis wisata yang memiliki karakteristik yang hampir sama dengan wisata Waburi Park</li> <li>2. Pengunjung/wisatawan yang merusak, mencoret atau mengotori kawasan Waburi Park ketika berkunjung.</li> <li>3. Belum adanya keterlibatan pihak akademisi yang berperan sebagai lembaga yang melakukan research and development.</li> <li>4. Pihak swasta atau pelaku usaha lainya belum berkontribusi dalam upaya peningkatan produk pariwisata untuk meningkatkan nilai tambah</li> <li>5. Terkendalanya upaya yang dilakkan pihak komunitas karena pertentangan beberapa masyarakat Desa Gaya Baru yang pro dan kontra atas dibangunnya objek wisata Waburi Park.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan segala bentuk potensi, keunggulan dan keunikan objek Wisata Waburi Park untuk menghadapi persaingan antar kompetitor lainnya.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melibatkan seluruh elemen masyarakat dengan cara sosialisasi mengenai pentingnya promosi objek wisata dan impact yang diperoleh dari adanya Waburi Park bagi masyarakat Gaya Baru.</li> </ol>

Strategi pengembangan pariwisata waburi park akan berhasil jika dilakukan dengan kolaborasi *stakeholder pentahelix* yaitu Akademisi (*Academic*) dengan menjalankan perannya sebagai perancang pengetahuan dengan menyarankan konsep teori terbaru yang sejalan dengan upaya pengembangan objek Waburi Park, kemudian sektor Bisnis dalam strategi pengembangan Waburi Park ini seharusnya tidak hanya dilibatkan sebagai arsitek pada proses perencanaan awal saja melainkan dapat dilibatkan agar menjalankan proses bisnis untuk meningkatkan nilai tambah untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, kemudian komunitas dalam hal ini, Pokdarwis Kamba Waburi perlu menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang sifatnya kemasyarakatan untuk membantu masyarakat dalam proses perubahan sosial demi mewujudkan pengembangan Waburi Park, Selanjutnya pemerintah selain peran pengawasan dan fasilitator sudah saatnya Pemerintah perlu membentuk regulasi khusus untuk mengawasi Waburi Park. Dan sektor media sudah saatnya bukan hanya sebagai kelompok pengembang yang mendukung pada bagian publikasi serta promosi

melainkan ikut andil dalam memberikan solusi-solusi atas permasalahan pengembangan Waburi Park.

#### 4. CONCLUSION

Strategi untuk mengembangkan menyediakan paket wisata, mengoptimalkan segala bentuk potensi, keunggulan dan keunikan objek Wisata Waburi Park untuk menghadapi persaingan antar kompetitor lainnya. mengakselerasi kolaborasi dan kerjasama aktor *Pentahelix*, dan melibatkan seluruh elemen masyarakat dengan cara sosialisasi mengenai pentingnya promosi objek wisata dan impact yang didapat dari adanya Waburi Park bagi masyarakat Gaya Baru. Peran Stakeholder pentahelix perlu ditingkatkan guna mempercepat pembangunan pariwisata Waburi park.

#### 5. REFERENCES

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Asmidin. (2019). *Manajemen Strategik Organisasi Publik Dan Organisasi Bisnis*. Pana Persada Kerta Utama. 52
- Astuti, R. S., Warsono, H., & Rachim, A. (2020). "Collaborative Governance Dalam Perspektif Administrasi Publik (Tim DAP Press (ed.)). Semarang: Program Studi Doktor Administrasi Publik.
- Bachruddin Saleh Luturlean S, 2019, "Strategi Bisnis Pariwisata," (Bandung : Humaniora), Cet.1
- Barreto, M., dan Giantari, I.G.A.K. (2015). "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste". E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 4(11),773-796.
- Bogdan dan Taylor (1975). *Introducing to Qualitative Moetods: Phenomenological*. New York: A Wiley Intercience Publication.
- Fefri Y. Roslin dkk (2023). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Buntut Burake Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Tana Toraja*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 23 No.7: 49-60
- Halibabs, dkk (2017). The Pentahelix model of Innovation In Oman: Am Hei Perspective. Interdisiplinary Jounal of Information, Knowladge, and Managemen. Volumen 12. Informating Informating Science Institute: 159-127
- Irawan, Koko. 2010. "Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Labuhan Batu Utara". Kertas

- Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Wijaya, I. (1989). *Perilaku Organisasi*, Bandung: Sinar Baru. 244.
- I Gusti Bagus Rai Utama, 2017, "Pemasaran Pariwisata," (Yogyakarta : Andi Offset)
- Isdarmanto. 2016. "Dasar-dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata". Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan StilPrAm Yogyakarta
- Noor Suroija dkk (2022). *Strategi Pengembangan Ekowisata Dengan Model Pentahelix Pada Karang Jahe Beach Kab Rembang*. Administrasi Bisnis Moleong, Lexy. (2010). "Metode Penelitian Kualitaf". Bantung: Rosdyakarya
- Mustori, Mohamad, and M. Taufiq Rahman. 2012. "Pengantar Metode Penelitian". Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Rangkuti, F. (2015). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis Swot. Jakarta: PT. Gramedi. hal 3
- Rachmat. (2014). Manajemen Strategik. Bandung: Pustaka Setia
- Resa Vio Vani dkk (2020). *Model Pentahelix Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru*. Jurnal Ilmu Administrasi Publik UMA, 8 (1) : 63-70
- Oka, I M.D., Darmayanti, P.W. & Sonder, I W. (2021). "Turtle conservation in serangan island: the implementation of community-based tourism concepts in tourism development". PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology, 18(2), 172-182
- Soeda, Elfira, Pioh, Novie. Kasenda, Ventje. 2017. *Kebijakan Pemerintahan Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Talaud*. Jurnal Eksekutif. 1(1)
- Soemaryani Imas. (2016). "Pentahelix Model to Increase Tourist Visit to Bandung and its Surrounding Areas through Huan Resource Development". Journal Academy of Strategic Management .Volume 15. Special Issues 3. 2016
- Sugiyono. (2017). "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D". Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. 2004. "Dasar-Dasar Pariwisata". Yogyakarta: Andi Offset.
- Husein, Umar. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). "Model pentahelik dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang". JPSI (Journal of Public Sector Innovations), 3(2), 84–93.