

Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Nusa Penida

Sri Widowati

¹Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, email widowati@unud.ac.id

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Received September 2024 Revised September 2024 Accepted September 2024</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal, serta faktor penghambat dan pendukung, yang diidentifikasi menggunakan analisis SWOT. Data sekunder dikumpulkan dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, dan data primer dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan survei. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nusa Nusa Nusa mempunyai potensi besar untuk menunjang pengembangan pariwisata karena keindahan alam, biota laut yang beragam, wisata religi, dan budaya. Selain itu, kebijakan pemerintah yang memberikan bebas visa ke berbagai negara, kemajuan teknologi, dan tren pariwisata yang cenderung ke arah wisata alam juga menjadi faktor pendukung berkembangnya pariwisata Nusa Penida. Kendala dalam menjalankan usaha ini adalah buruknya akses transportasi, kurangnya publikasi, dan infrastruktur yang kurang lengkap. Selain itu, ancaman gelombang tinggi, bencana alam, polusi, dan persaingan juga menjadi faktor penghambat perkembangan pariwisata Nusa Penida. Matriks SWOT mengembangkan strategi ini dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan kata lain, ditemukan strategi SO (kekuatan-peluang) melalui pengembangan, peningkatan publikasi, dan pengembangan Nusa Penida sebagai desa wisata. Dengan melihat hasil skoring EFAS dan IFAS bahwa Pariwisata Nusa Penida, saat ini berada pada posisi quadrant I, yang artinya pariwisata nusa penida berada dalam zona <i>Growth and Build</i>.</p>
<p>Kata Kunci: Nusa Penida Desa Wisata Pengembangan Desa Kecamatan Nusa</p>	<p>ABSTRACT <i>This study aims to determine internal and external factors, as well as inhibiting and supporting factors, which are identified using SWOT analysis. Secondary data were collected from the Central Statistics Agency of Bali Province, and primary data were collected through interviews, observations, and surveys. The results of this study indicate that Nusa Nusa Nusa has great potential to support tourism development because of its natural beauty, diverse marine biota, religious tourism, and culture. In addition, government policies that provide visa-free access to various countries, technological advances, and tourism trends that tend towards nature tourism are also supporting factors for the development of Nusa Penida tourism. Obstacles in running this business are poor access to transportation, lack of publication, and incomplete infrastructure. In addition, the</i></p>



threat of high waves, natural disasters, pollution, and competition are also inhibiting factors for the development of Nusa Penida tourism. The SWOT matrix develops this strategy by identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats. In other words, the SO (strength-opportunity) strategy was found through the development, increasing publication, and development of Nusa Penida as a tourist village. By looking at the EFAS and IFAS scoring results, Nusa Penida Tourism is currently in quadrant I position, which means that Nusa Penida tourism is in the Growth and Build zone.

Penulis Korespondensi:**Sri Widowati**

widowati@unud.ac.id

Program studi Pengelolaan Perhotelan

Universitas Udayana

Jalan Dr.Goris, Denpasar Bali

Email: widowati@unud.ac.id

1. PENDAHULUAN

Hotel menyediakan akomodasi siang hari dalam bentuk kamar tamu di dalam gedung dan dapat mencakup pilihan makanan dan minuman, kegiatan hiburan, dan/atau fasilitas lainnya. Hotel meliputi hotel berbintang dan hotel non bintang. Konsep dan definisi pariwisata mengikuti rekomendasi dari *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) dan *International Federation of Office Travel Organizations*. (BPS Provinsi Bali, 2022). *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor unggulan dan salah satu kunci pembangunan regional suatu negara dan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya (Kemenpar, 2015). Meningkatnya minat masyarakat terhadap pariwisata menjadikan sektor ini sebagai penyumbang devisa negara yang signifikan, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha, dan infrastruktur (Kemenpar, 2015). Menurut data *United Nations World Tourism Organization/UNWTO* (UNWTO *Tourism Highlight*, 2014), kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB global sebesar 9%, 1 dari 11 lapangan pekerjaan diciptakan oleh sektor pariwisata, dan 5% diantaranya diekspor. Hal ini sedang terjadi di seluruh dunia (Kemenpar, 2015).

Bagi Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sumber devisa terbesar, serta menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha. Hal ini dibuktikan dengan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional selama periode 2010-2014 sebesar 4%. Sebagai penghasil devisa, Indonesia menduduki peringkat keempat setelah minyak dan gas, batu bara, dan minyak sawit (Kemenpar, 2015). Selain itu, pariwisata telah berhasil menyerap 10,13 juta tenaga kerja dan menghasilkan devisa dalam dan luar negeri senilai \$10 miliar.

Dapat dilihat pada table 2 dibawah ini terdapat 16 desa di kecamatan Nusa Penida dimana hotel dan penginapan terbanyak terdapat di desa Jungutbatu dan Lembongan, adapun desa Lembongan adalah desa yang terpisah pulau dengan daratan Nusa Penida. Namun desa Lembongan menjadi primadona dikalangan wisatawan asing karena kerap lebih bebas polusi udara. Hal ini dikarenakan desa lembongan lebih banyak menggunakan transportasi sepeda gayung dibandingkan dengan sepeda motor.

Tabel 1. Jumlah Sarana Akomodasi Menurut Desa/Kelurahan dan Jenis Akomodasi di Kecamatan Nusa Penida, 2021

Desa/Kelurahan Village/Kelurahan	Hotel Hotel	Penginapan Inn
(1)	(2)	(3)
Sakti	2	87
Bunga Mekar	0	8
Batumadeg	0	1
Klumpu	0	9
Batukandik	0	4
Sekartaji	0	0
Tanglad	0	1
Pejukutan	0	6
Suana	0	6
Batunungul	0	67
Kutampi	0	1
Kutampi Kaler	2	26
Ped	4	65
Kampung Toyapakeh	2	19
Lembongan	44	99
Jungutbatu	99	99
Nusa Penida	153	498

Sumber : BPS, 2022

Salah satu tujuan utama wisatawan yang berkunjung ke Indonesia adalah Bali. Hal ini dibuktikan dengan Bandara Ngurah Rai atau Bandara Internasional Bali di Indonesia yang memiliki tingkat kunjungan wisatawan asing tertinggi. Jumlah wisatawan pada Juli 2024 sebanyak 482. 201 orang (BPS, 2024). Bali adalah sebuah pulau kecil, salah satu dari puluhan ribu pulau yang ada di Indonesia. Yang membedakan Bali dengan pulau lainnya adalah keindahan alam dan budayanya yang sudah mendarah daging dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Bali. Bali penuh dengan tempat-tempat menarik, antara lain pantai yang indah, persawahan, panorama indah, gunung berapi, dan berbagai atraksi seni. Selain itu, keragaman budaya masyarakat Bali juga mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Masyarakat Bali masih mempertahankan budaya Bali dengan agama Hindu yang kental. Hal ini terlihat pada berbagai upacara adat dan keagamaan di Bali, tempat ibadah berupa pura suci dan pura suci, serta berbagai festival budaya.

Nusa Penida merupakan salah satu destinasi wisata Bali. Nusa Penida adalah sebuah pulau di tenggara Bali yang dipisahkan oleh Selat Badung. Kecamatan Nusa Penida terletak di Kabupaten Klungkung dan terdiri dari tiga pulau utama: Pulau Nusa Penida, Pulau Nusa Lembongan dan Pulau Nusa Ceningan. Nusa Penida terkenal dengan kawasan penyelamannya seperti Nusa Penida Bay, Manta Point, Batu Mering, Batu Lumbang, Batu Aba, Toyapake dan Malibu Point, namun masih banyak potensi wisata lainnya yang belum tergarap dengan baik.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif pada setiap tahapan kegiatan pengumpulan data, dengan menggunakan metode pengumpulan data primer melalui observasi langsung dan wawancara, serta data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Bali dan instansi terkait di Kabupaten Klungkung. *Website* resmi Pemerintah Provinsi Klungkung, rencana pembangunan daerah, potensi wisata lokal dan *website* terkait lainnya dipublikasikan. Data yang terkumpul akan dikelompokkan dan dimasukkan ke dalam matriks SWOT. Analisis kemudian dilakukan dengan menggunakan teknik analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Kemudian dari hasil analisis SWOT dapat dikembangkan beberapa alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT.

Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman atau biasa disebut dengan analisis SWOT dapat digunakan untuk membuat strategi atau menjual suatu produk atau ide bisnis baru. Freddy Rangkuti (Rangkuti, 2015) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan identifikasi

sistematis berbagai faktor untuk mengembangkan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika elemen SWOT yaitu kekuatan dan peluang dapat dimaksimalkan sedangkan kelemahan dan ancaman dapat diminimalkan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan strategis memerlukan analisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) perusahaan dalam situasi saat ini. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal ditinjau dari peluang dan ancaman dengan faktor internal ditinjau dari kekuatan dan kelemahannya.

2.1 Faktor Eksternal dan Internal

Untuk menganalisis SWOT secara lebih rinci, faktor eksternal dan internal harus dipertimbangkan sebagai bagian penting dari analisis SWOT.

a) Faktor Eksternal

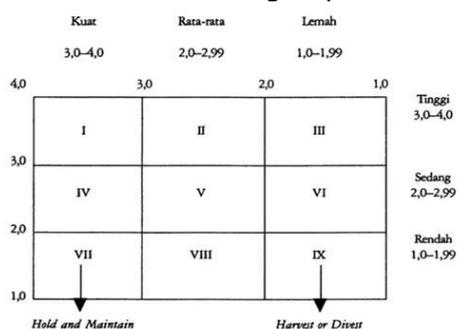
Faktor eksternal ini mempengaruhi munculnya peluang dan ancaman (O dan T). Faktor-faktor tersebut berhubungan dengan situasi yang terjadi di luar perusahaan dan mempengaruhi keputusan perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi lingkungan bisnis industri dan makroekonomi, perekonomian, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

b) Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi pembentukan kekuatan dan kelemahan (S dan W), dimana faktor tersebut berkaitan dengan keadaan dalam perusahaan dan juga mempengaruhi pembentukan pengambilan keputusan perusahaan. Faktor internal ini mencakup semua jenis manajemen fungsional, seperti pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.

2.2 Matriks Internal – Eksternal

Menurut Rangkuti (Rangkuti, 2015), matriks Internal – Eksternal bertujuan untuk mempertajam analisis dan melihat posisi perusahaan serta melihat arah perkembangan selanjutnya. Menurut David (David & David, 2017) Matriks IE (Internal – Eksternal) memposisikan berbagai divisi dari suatu organisasi dalam tampilan 9 sel. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci: skor bobot IE total pada sumbu X dan skor bobot EFE total pada sumbu Y. Setiap divisi dalam suatu organisasi harus membuat matriks IFE dan Matriks EFE dalam kaitannya dengan organisasi. Skor bobot total yang diperoleh dari divisi tersebut memungkinkan susunan Matriks IE ditingkat perusahaan.



Gambar 1. Sembilan Sel Pada Matriks IE
sumber: (Rangkuti, 2015)

Matriks IE memiliki 3 (tiga) implikasi strategi yang berbeda, yaitu:

- Ketentuan-ketentuan untuk suatu divisi organisasi berada pada sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai bertumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi – strategi yang cocok bagi divisi ini adalah strategi intensif seperti *Market Penetration, Market Development, dan Product Development* atau Strategi

Terintegrasi seperti *Backward Integration*, *Forward Integration*, dan *Horizontal Integration*.

- b. Untuk divisi yang berada pada sel III, V atau VII paling baik dikendalikan dengan strategi-strategi menjaga dan mempertahankan (Hold and Maintain). Strategi – strategi yang umum dipakai yaitu strategi Market Penetration dan Product Development.
- c. Untuk divisi yang berada pada sel VI, VIII atau IX dapat menggunakan strategi panen atau divestasi (Harvest atau Divestiture). Perusahaan dianggap paling sukses jika mampu menghasilkan bisnis yang berada pada sel I.

3. HASIL DAN DISKUSI

3.1 *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*

Analisis EFAS merupakan strategi matriks IFE dimana rumusan analisis lingkungan internal dari Pariwisata Nusa Penida . Matriks ini memberikan rangkuman dan evaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional pada suatu unit usaha. Matriks IFE juga memberikan dasar pengenalan dan evaluasi hubungan antar bidang-bidang fungsional tersebut.

Setelah dilakukan analisis internal perusahaan, akan ditemukan kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) perusahaan yang kemudian dikonversi menjadi kuesioner. Kuesioner diberikan untuk diisi oleh delapan orang responden untuk pembobotan dengan menggunakan *paired comparison matrix* sehingga diperoleh bobot dari masing-masing variabel internal. Demikian halnya dengan pemberian peringkat dilakukan oleh delapan orang responden yang sama. Jumlah peringkat tiap variabel dijumlahkan lalu dibagi dengan jumlah responden sehingga diperoleh peringkat rata-rata.

Setelah diperoleh bobot rata-rata dan peringkat rata-rata dari tiap variabel, dapat diketahui nilai tertimbang tiap variabel. Nilai tertimbang ini merupakan hasil perkalian dari bobot rata-rata dan peringkat rata-rata. Kekuatan utama bagi perusahaan adalah variabel kekuatan dengan nilai tertimbang terbesar, sedangkan kelemahan utama bagi Pariwisata Nusa Penida adalah variabel kelemahan dengan nilai tertimbang terkecil.

Tabel 2. Matrix IFAS Pariwisata Nusa Penida

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	
1	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Pemandangan alam yang sangat indah dan masih alami	0,06	3,75	0,225
2		Ada banyak pura yang indah, yang memberikan suasana berbeda pada pulau ini.	0,113	3,25	0,367
3		Laut Nusa Penida dikelilingi terumbu karang tepi yang berjumlah 269 jenis.	0,065	3,5	0,228
4		Terdapat 20 lokasi penyelaman dengan perairan biru jernih serta biota dan ekosistem laut yang beragam.	0,097	3,62	0,352
5		Perairan Nusa Penida adalah rumah bagi ikan terumbu karang. 576 spesies ikan ditemukan, lima di antaranya baru dan belum diberi nama.	0,119	3,87	0,461
1	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Kondisi jalan sangat rusak, terlalu sempit dan berbahaya.	0,088	3,75	0,330
2		Penduduk lokal belum siap menerima wisatawan asing.	0,124	3,55	0,440
3		Belum ada rumah sakit berstandar internasional.	0,112	3,85	0,431
4		Restoran yang ada sangat sedikit dan tidak ada satupun yang bersertifikat Halal.	0,117	3,65	0,427
5		Tidak ada ATM yang mempunyai izin dari bank asing.	0,105	3,65	0,383
Jumlah			1	36,45	3,6442

Sumber : Rangkuti (2015) data diolah, 2024

Dari data-data yang dipaparkan diatas dapat dilihat bahwa, faktor internal kekuatan (Strength) dari pariwisata nusa penida rata-rata memiliki skor diatas 0,2 dimana faktor kekuatan pada Pemandangan alam yang sangat indah dan masih alami, dan bahan kimia serta infrastruktur yang sederhana memperoleh skor 0,225, Ada banyak pura yang indah, yang memberikan suasana berbeda pada pulau ini memperoleh skor 0,367, Laut Nusa Penida dikelilingi terumbu karang tepi yang berjumlah 269 jenis skornya 0,228, faktor internal dari Perairan Nusa Penida adalah rumah bagi ikan terumbu karang. 576 spesies ikan ditemukan, lima di antaranya baru dan belum diberi nama mendapatkan skor 0,352 dan pariwisata Nusa Penida menjadi Perairan Nusa Penida adalah rumah bagi ikan terumbu karang. 576 spesies ikan ditemukan, lima di antaranya baru dan belum diberi nama memperoleh skor tinggi yaitu 0,461. Jadi dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama yang dimiliki oleh Pariwisata Nusa Penida yaitu kekuatan dalam Perairan Nusa Penida adalah rumah bagi ikan terumbu karang, 576 spesies ikan ditemukan, lima di antaranya baru dan belum diberi nama dengan skor 0,461, hal ini mengidentifikasikan bahwa wisatawan merasa bahwa pariwisata Nusa Penida lebih baik tempat wisata lainnya, sehingga pariwisata nusa penida ini harus lebih menjaga kesakralan pura dan meningkatkan kualitas kebersihan pantai, meskipun hambatannya ada yaitu Kondisi jalan sangat rusak, terlalu sempit dan berbahaya, namun karena ini menjadi unggulan diharapkan Pariwisata Nusa Penida dapat mengajukan bantuan dalam perbaikan jalan menuju objek – objek wisata yg dikunjungi.

3.2. External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)

Dalam menganalisis lingkungan eksternal (EFE), Matriks EFE digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman pada pariwisata Nusa Penida. Analisis matriks EFE dilakukan perhitungan yang sama dengan makriks IFE yaitu perhitungan terhadap bobot dan pemberian rating pada setiap faktor eksternal dari Pariwisata Nusa Penida seperti tabel dibawah ini :

Tabel 3. Matrix EFAS Pariwisata Nusa Penida

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	
1	Peluang (Opportunity)	Banyak Pantai Indah yang menjadi Objek wisata	0,118	3,725	0,439
2		Mulai Banyaknya Hotel maupun Guest House yang dikelola Penduduk setempat	0,175	3,625	0,634
3		Masyarakat mulai meningkatkan wawasan dalam belajar bahasa asing	0,119	3,25	0,3867
4		Wisata religi menjadi salah satu alasan wisatawan domestic berkunjung ke Nusa Penida	0,188	3,25	0,611
1	Ancaman (Threat)	Gelombang badai dan bencana alam.	0,18	3,65	0,657
2		Persaingan dengan pariwisata di Lombok Selatan dan Nusa Lembongan	0,15	3,125	0,468
3		Pencemaran lingkungan akibat kegiatan pariwisata.	0,025	2,725	0,068
4		Kesakralan pulau berangsur-angsur memudar.	0,045	2,25	0,101
Jumlah		1		3,366	

Sumber : Rangkuti (2015) data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa faktor eksternal berupa peluang (*opportunity*) dari Pariwisata Nusa Penida memiliki skor 0,439 dari faktor Banyak Pantai Indah yang menjadi Objek wisata. Skor 0,634 dari Mulai Banyaknya Hotel maupun Guest House yang dikelola Penduduk setempat. Dari faktor Masyarakat mulai meningkatkan wawasan dalam belajar bahasa asing skor 0,386 dan faktor Wisata religi menjadi salah satu alasan wisatawan domestic berkunjung ke Nusa Penida mendapatkan skor 0,611

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa faktor eksternal berupa Ancaman (*threats*) dari Pariwisata Nusa Penida yaitu masing-masing skor Gelombang badai dan bencana alam, sebesar 0,656, skor faktor Persaingan dengan pariwisata di Lombok Selatan dan Nusa Lembongan 0,468, skor Pencemaran lingkungan akibat kegiatan pariwisata 0,068 dan faktor Kesakralan pulau berangsur-angsur memudar memperoleh skor 0,101.

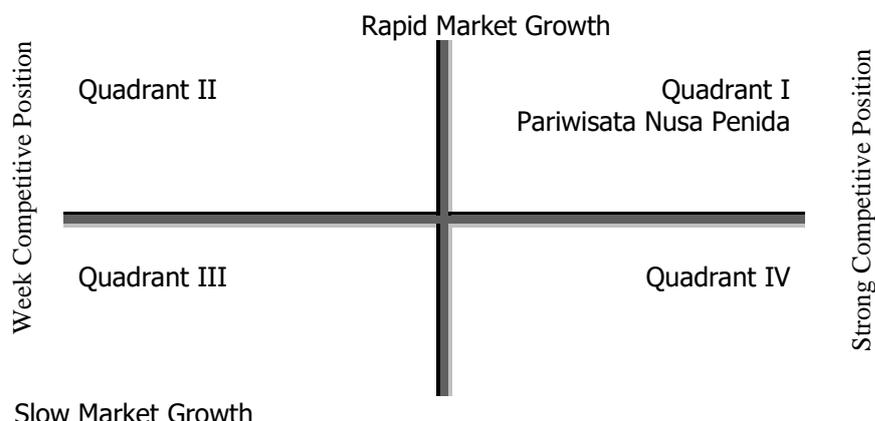
Berdasarkan pemaparan skoring tersebut di atas memperlihatkan bahwa jumlah peluang terbesar usaha ini terletak Mulai Banyaknya Hotel maupun Guest House yang dikelola Penduduk setempat dengan skor 0,634, hal ini mengidentifikasi bahwa pentingnya peningkatan jumlah hotel ataupun penginapan di wilayah pariwisata Nusa Penida menyebabkan wisatawan domestic maupun asing akan lebih banyak memiliki pilihan untuk menetap lebih lama di pulau Nusa Penida ini sehingga pariwisata nusa penida dapat meningkat secara signifikan. Analisis ancaman yang memperoleh skor terkecil adalah Pencemaran lingkungan akibat kegiatan pariwisata.dengan skor 0,068, hal ini perlu diwaspadai karena jika dengan pencemaran lingkungan ini berdampak tidak baik sehingga perlu diberlakukan aturan baku bagi pemerintah setempat untuk tetap menjaga lingkungan nusa penida tetap bersih dan asri.

Analisis Grand Strategy (GS)

Sanjaya, Shelawati, Ghati, Berama. (2020) menyatakan bahwa matriks *Grand Strategy* (GS) didasarkan pada dua dimensi yaitu posisi bersaing dan pertumbuhan pasar. Matriks GS ke dalam sepuluh kelompok yaitu, *turn around*, likuidasi, integrasi vertikal, deversifikasi konglomerasi, konsentrasi, pengembangan produk dan pasar, inovasi, integrasi horisontal, diversifikasi konsentrat, dan joint venture.

1. Kuadran I. Untuk unit bisnis yang berada dalam kuadran ini lebih berkonsentrasi berkelanjutan pada pasar saat ini dimasuki. Strategi yang tepat yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk
2. Kuadran II. Untuk unit bisnis strategis yang berada dalam kuadran ini perlu mengevaluasi pendekatan secara serius ke pasar yang dimasuki dimana unit bisnis strategis mengalami pertumbuhan pasar yang cepat. Strategi yang tepat yaitu strategi intensif.
3. Kuadran III. Untuk unit bisnis strategis yang berada dalam kuadran ini mengalami pertumbuhan yang melambat dimana produknya kurang mampu bersaing dengan pesaing yang ada di pasar. Strategi yang tepat yaitu strategi diversifikasi yang apabila tetap gagal maka opsi terakhir adalah strategi divestasi atau strategi likuidasi.
4. Kuadran IV. Untuk unit bisnis strategis yang berada dalam kuadran ini memiliki posisi bersaing yang kuat, namun berada di dalam industri yang tumbuh dengan lambat. Strategi yang tepat yaitu strategi diversifikasi terkait atau tidak terkait dengan bisnis utama (*core business*) dan strategi joint venture.

Kemudian strategi yang direncanakan dan dianalisa adalah matrik *Grand Strategy*. Dalam matrik grand strategi dijelaskan bahwa pada sumbu X menjelaskan *competitive position* dengan ukuran *weak strong*. Sementara pada sumbu Y menjelaskan *market growth* dengan ukuran *slow-rapid*. Bentuk dari matrik dapat dilihat berikut ini:



Gambar 2. Matriks GS data diolah
Sumber: David dan David (2017), data diolah 2024

Pemaparan kuadran dalam grand strategi dalam gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa Pariwisata Nusa Penida, saat ini berada pada posisi kuadran I, yang artinya pariwisata nusa penida berada dalam zona *Growth and Build*. Pada bagian ini dijelaskan hasil penelitian dan sekaligus diberikan pembahasan yang

Tabel 4. Hasil Analisis Matriks SWOT

Internal	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemandangan alam yang sangat indah dan masih alami 2. Lokasi sangat dekat dengan pusat kota Bali (Denpasar) dan mudah dijangkau. 3. Ada banyak pura yang indah, yang memberikan suasana berbeda pada pulau ini. 4. Mengandung sumber daya laut yang langka: Alga merah (<i>Eucheuma Spinosum</i>) dan mola-mola. 5. Perairan Nusa Penida merupakan jalur migrasi hiu dan lumba-lumba. 6. Laut Nusa Penida dikelilingi terumbu karang tepi yang berjumlah 269 jenis. 7. Terdapat 20 lokasi penyelaman dengan perairan biru jernih serta biota dan ekosistem laut yang beragam. 8. Perairan Nusa Penida adalah rumah bagi ikan terumbu karang. 576 spesies ikan ditemukan, lima di antaranya baru dan belum diberi nama. 9. Nusa Penida merupakan tempat lahirnya tenun Lang Lang dan salah satu daerah 	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi jalan sangat rusak, terlalu sempit dan berbahaya. 2. Penduduk lokal belum siap menerima wisatawan asing. 3. Belum ada rumah sakit berstandar internasional. 4. Pariwisata Nusa Penida 5. Tidak ada ATM yang mempunyai izin dari bank asing. 6. Jaringan komunikasi heterogen. 7. Penangkapan ikan yang berlebihan dan penangkapan ikan yang merusak dan ilegal. 8. Kurangnya fasilitas pengolahan limbah dan limbah. 9. Kurangnya pemasaran kreativitas masyarakat lokal.
External		

	tenun terbaik di Bali.	
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak Pantai Indah yang menjadi Objek wisata 2. Mulai Banyaknya Hotel maupun Guest House yang dikelola Penduduk setempat 3. Masyarakat mulai meningkatkan wawasan dalam belajar bahasa asing 4. Wisata religi menjadi salah satu alasan wisatawan domestic berkunjung ke Nusa Penida 5. Pendanaan dari Koperasi maupun LPD setempat bagi masyarakat yang ingin membangun Guest House 6. Nusa Penida menjadi pulau terfavorit bagi wisatawan asing yang berkunjung ke Bali 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Nusa Penida sebagai desa wisata 2. Meningkatkan awareness terhadap Nusa Penida. 3. Pengembangan kawasan perlindungan laut. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki infrastruktur yang diperlukan seperti rumah sakit, jaringan telepon, transportasi, bank, jalan, dll. 2. Pendidikan dan pelatihan masyarakat untuk mempersiapkan pengembangan pariwisata.
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gelombang badai dan bencana alam. 2. Persaingan dengan pariwisata di Lombok Selatan dan Nusa Lembongan 3. Pencemaran lingkungan akibat kegiatan pariwisata. 4. Kesakralan pulau berangsur-angsur memudar. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan peraturan untuk penyelaman dan aktivitas laut lainnya. 2. Investor berhati-hati dalam memilih rencana pembangunan yang akan dilaksanakannya. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan fasilitas pengolahan sampah 2. Kerjasama dengan pihak eksternal untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mengembangkan pariwisata.

Sumber : Hasil Peneliti, 2024

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada Tabel 1, sebaiknya Kabupaten Klungkung dan Pemerintah Provinsi Bali melakukan tindakan berikut untuk pengembangan pariwisata di Nusa Penida.

1. Mengembangkan Nusa Penida sebagai desa wisata di Kabupaten Klungkung. Dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, meningkatkan kunjungan wisatawan ke Nusa Penida, meningkatkan devisa negara dan melestarikan keindahan alamnya.

2. Meningkatkan kegiatan penerbitan pariwisata Nusa Nusa melalui kegiatan pameran di luar negeri dan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi seperti media sosial dan *website*.
3. Pemerintah harus lebih mengembangkan dan mempromosikan kekayaan budaya Nusa Nusa, termasuk tekstil dan sejarahnya, serta wisata alam dan bahari.
4. Menyiapkan masyarakat dalam menerima wisatawan lokal dan mancanegara melalui pelatihan dan pemberian program beasiswa sekolah pariwisata bagi pelajar di Nusa Penida.
5. Pengadaan *Tourist Information Center* (TIC) Nusa Penida.
6. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata bekerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan dalam dan luar negeri untuk mengembangkan Festival Nusa Penida agar terus diselenggarakan dalam skala yang lebih besar setiap tahunnya.

IMPLIKASI

Dampak pengembangan pariwisata di Nusa Penida antara lain: Terbukanya lapangan kerja baru bagi masyarakat. Selain bekerja sebagai nelayan dan petani, Anda juga bisa bekerja sebagai pemandu wisata, pekerja hotel, dan penyedia jasa penunjang pariwisata lainnya; Meningkatkan keinginan investor untuk berinvestasi di Nusa Penida; Meningkatkan pendapatan daerah, pendapatan devisa nasional, kesejahteraan masyarakat sekitar, dan kualitas sumber daya manusia.

REKOMENDASI

Rekomendasi atau saran yang dapat disampaikan kepada pemerintah kabupaten Nusa Penida dan Kabupaten Klungkung serta Kementerian Pariwisata adalah sebagai berikut: Mengembangkan Nusa Penida sebagai desa wisata di Kabupaten Klungkung; Meningkatkan jumlah publikasi pariwisata di Nusa Penida; Untuk meningkatkan program pengembangan dan publikasi kerajinan dan budaya Kota Nusa Penida.; Meningkatkan kualitas sumber daya masyarakat di Nusa Penida.; Membuat pusat informasi wisata (TIC); Perkembangan Acara Festival Nusa Penida.

5. REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Propinsi Bali. 2022. *Statistik Wisatawan Mancanegara Ke Bali 2021*. Denpasar : BPS Bali.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Klungkung. 2022. *Kecamatan Nusa Penida Dalam Angka 2021*. <https://klungkungkab.bps.go.id>.
- David, F. R. & David, F. R., (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. s.l.:Pearson.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kabupaten Klungkung. 2012. Rencana Pengelolaan KKP Nusa Penida Kabupaten Klungkung Propinsi Bali. Klungkung : Pemkab Klungkung.
- Kementrian Pariwisata. 2015. Rencana Strategis Pengembangan Destinasi Dan Industri Pariwisata Tahun 2015-2019. Jakarta.
- Lumaksono, Adi; D.S. Priyarsono; Kuntjoro dan Rusman Heriawan. 2012. Dampak Ekonomi Pariwisata Internasional Pada Perekonomian Indonesia. *Forum Pascasarjana* Vol. 35 No. 1 Januari 2012: 53-68.
- Outra, Wyasa. 2003. *Hukum Bisnis Pariwisata*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.
- Rangkuti, F., (2015). Analisis SWOT: *Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Newton 01,2016, hal 23-29. Cetakan Keduabelas. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.