

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BUDAYA PAMPANG DI SAMARINDA KALIMANTAN TIMUR

Dhea Pramesti Chahyani

*Program Magister Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Jalan Suryodiningratan No 8, Yogyakarta
Email Korespondensi: DheaPramesti16@gmail.com*

ABSTRAK

Desa Wisata Budaya Pampang memiliki potensi pariwisata Kesenian & kebudayaan Khas Suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur. Kekhasan dalam budayanya menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut. Dalam meningkatkan kualitas wisata, tentu perlu adanya strategi yang efektif sehingga ekosistem pariwisata di Desa Wisata Budaya Pampang dapat menjadi wisata unggulan di Kalimantan Timur. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi Pengembangan Desa Wisata Budaya Pampang. Menggunakan metoda analisis SWOT (Strength, Weakness, Oppoportunities, Threats) dalam analisis lingkungan strategis yang ada dalam pengelolaan Desa Wisata. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan menggunakan narasumber yang berasal dari Desa Pampang, yaitu Kepala adat, Kepala POKDARWIS, Kepala Kesenian dan Kebudayaan, Serta Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat digunakan oleh Desa Wisata Budaya Pampang adalah Strategi Generik yang bersifat Ekspansi (*Ekspansions*). Sedangkan Variasi Strategi yaitu, diversifikasi konsentrik, penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk serta integrasi kebelakang.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan; Desa Pampang; Wisata Budaya; SWOT*

ABSTRACT

Pampang Cultural Tourism Village has tourism potential in the Arts & Culture of the Dayak Kenyah Tribe, East Kalimantan. Its uniqueness in culture attracts tourists to visit the village. In improving the quality of tourism, of course there needs to be an effective strategy so that the tourism ecosystem in the Pampang Cultural Tourism Village can become a leading tourism in East Kalimantan. The focus and purpose of this research is to formulate a strategy for the development of the Pampang Cultural Tourism Village. Using the SWOT analysis method (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) in the analysis of the existing strategic environment in the management of Tourism Villages. This study uses a qualitative type of research using sources from Pampang Village, namely the customary head, the head of POKDARWIS, the head of arts and culture, and the East Kalimantan Provincial Tourism Office. The results show that the strategy that can be used by the Pampang Cultural Tourism Village is a Generic Strategy with Expansions. While the Strategy Variations, namely, concentric diversification, market penetration, market and product development and backward integration.

Keywords: *Development Strategy; Pampang Village; Cultural Tourism; SWOT*

PENDAHULUAN

Pariwisata tidak hanya terbatas pada menyuguhkan keindahan alam, akan tetapi juga pada potensi budaya dan kesenian yang dikelola sebagai wisata seni budaya. Melalui sektor pariwisata, lingkungan masyarakat sekitar dapat terbantu dan memberikan dampak positif terhadap penyediaan lapangan kerja dan perolehan devisa. Salah satu objek wisata yang berpotensi sebagai pusat kesenian tradisional di daerah Kalimantan Timur yaitu Desa Wisata Budaya Pampang. Pariwisata terjadi karena adanya daya tarik melalui potensi alam maupun budaya masyarakat (Sukaesih dan Miswan, 2021). Desa Wisata Budaya Pampang memiliki keunikan dalam seni dan budaya yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Desa Wisata Budaya Pampang menjadi aset wisata unggulan yang dimiliki Provinsi Kalimantan Timur, dimana elemen Seni & Budaya tradisional suku Dayak Kenyah Desa Wisata Budaya Pampang menjadi atraksi utama. Dalam sejarahnya, Suku Dayak Kenyah merupakan suku asli Kalimantan Timur. Sebelum abad ke-20, mayoritas masyarakat Suku Dayak belum mengenal agama. Kepercayaan yang dianut adalah Animisme, mereka hidup dengan cara nomaden selama bertahun-tahun hanya dengan berjalan kaki (Samsuedin, 2010). Untuk menyambung hidup, mereka singgah di tempat yang mereka lalui serta berladang dan berburu. Kehidupan mereka terus berpindah hingga akhirnya mereka sampai di kawasan Pampang. Suku Dayak Kenyah Desa Budaya Pampang memilih menetap dan mulai melakukan berbagai kegiatan untuk menyambung kehidupan mereka.

Setiap tahun masyarakat Desa Pampang menggelar Ritual Upacara Adat yang dikenal dengan nama *Pelas Tahun* (Wulandari, 2018). Hingga kurang lebih 30 tahun berselang sejak kepindahan mereka ke desa Pampang, Pemerintah Daerah melihat Desa Pampang memiliki kegiatan positif yang bisa menjadi aset wisata unggulan baik di tingkat lokal, nasional, bahkan hingga mancanegara. Sampai akhirnya pada bulan Juni 1991, HM Ardans Gubernur Kalimantan Timur saat itu, meresmikan Desa Pampang menjadi Desa Wisata Budaya Pampang. Desa wisata Budaya Pampang memiliki potensi tradisi kesenian & kebudayaan yang hingga kini dipertunjukkan secara rutin di *Lamin Pamung Tawai*, *Lamin pamung Tawai* adalah rumah tradisional suku Dayak Kenyah yang dahulunya difungsikan sebagai tempat tinggal bersama lalu berubah fungsi sebagai tempat berkumpul bersama masyarakat adat suku Dayak Kenyah untuk menggelar acara rutin maupun upacara ritual adat suku Dayak Kenyah Desa Pampang (Iskandar, 2020). *Pelas Tahun* adalah upacara ritual yang rutin diselenggarakan rutin setiap tahunnya pada bulan Juni, upacara ini sebagai ucap syukur atas hasil panen sawah dan ladang yang diberikan sang pencipta kepada masyarakat suku Dayak Kenyah Desa Budaya Pampang selama setahun.

Seiring hadirnya *Corona Virus Disease*, hampir semua sendi-sendi kehidupan di belahan dunia mengalami kelumpuhan, tak terkecuali Indonesia. Akibat dari mewabahnya *Covid19* ini, Pemerintah Indonesia harus bertindak guna menekan penyebarannya. Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak tahun 2020 telah mengubah aktivitas masyarakat dan dituntut untuk membatasi kerumunan untuk mencegah penularannya (Hazmi dkk, 2021). Tentu hal itu mengakibatkan adanya kemandekan dalam berbagai sektor, baik ekonomi, sosial, politik, dan usaha. Industri pariwisata merupakan salah satu yang turut mengalami kelumpuhan akibat adanya pandemi ini, yang mana seluruh destinasi wisata harus tutup sementara waktu yang tidak bisa diperkirakan. Oleh sebab itu, upaya untuk tetap survive dan/atau tetap menjaga asa untuk tetap bertahan di tengah situasi yang ada harus dilakukan (Nasruddin & Haq, 2020).

Medlik (1980: dalam Andih, 2020), menyebutkan 4 aspek yang harus diperhatikan dalam pengembangan aset pariwisata. Aspek-aspek tersebut termasuk (1) Attraction (daya tarik) daerah tujuan wisata; (2) Accesable, yaitu kondisi yang memungkinkan para pengunjung untuk mencapai tujuan wisata dengan moda transportasi yang tersedia; (3) Amenities (fasilitas) kelengkapan sarana dan prasarana bagi pengunjung ketempat wisata; (4) Ancillary (kelembagaan) adanya pihak penanggung jawab yang dapat menjamin keselamatan para pengunjung. Salah satu faktor kunci keberhasilan tujuan wisata adalah kemampuan untuk bersaing dengan wisata lainnya (Maharani dan Noviana, 2020). Pengembangan wisata melalui strategi memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung agar tertarik untuk datang (Kurniawati dkk, 2022).

Untuk memulihkan kembali Desa Budaya Pampang sebagai desa wisata, maka dibutuhkan strategi perencanaan dan pengembangan. Perencanaan yang baik wajib dilengkapi dengan strategi tata kelola destinasi wisata sehingga memberi dampak positif yang banyak dan meminimalisir dampak negatif yang mungkin terjadi. Sehingga, dibutuhkan analisis strategi yang bertujuan untuk menganalisis dan menguraikan tentang berbagai Strategi Pengelolaan Desa Wisata Budaya Pampang Samarinda Kalimantan Timur Di Tengah Kondisi Pandemi Covid – 19 dengan melalui analisis SWOT.

Manajemen Strategi

Secara pengertian, manajemen strategi merupakan sebagai suatu kegiatan untuk merumuskan mengimplementasikan dan mengevaluasi berbagai keputusan (pemasaran, produksi, keuangan, sumber daya manusia dan sistem informasi) yang menghasilkan formulasi dan implementasi demi mencapai tujuan organisasi (David dan David, 2017). Sedangkan menurut Heriyanti (2017), manajemen strategi merupakan cara organisasi mengintegrasikan manajemen manajemen, keuangan, pemasaran, produksi, riset dan pengembangan serta sistem informasi untuk mencapai tujuan mereka.

Konsep manajemen strategi membuat sebuah keputusan-keputusan yang diambil oleh organisasi sebagai bentuk kelangsungan dalam jangka panjang (Amir, 2012). Dalam hal tersebut, keputusan yang didapat dari manajemen strategi menjadi sebuah pedoman yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Proses manajemen strategi dilakukan melalui analisis SWOT untuk menentukan rencana yang dapat diterapkan dan dievaluasi (Sabariah, 2017). Melalui manajemen strategi, kekuatan internal akan di kombinasi untuk memberikan keunggulan yang kompetitif (Rijanto, 2021).

Analisis SWOT

Menurut Sabariah (2017), analisis SWOT merupakan analisis yang diperoleh dari berbagai sumber di dalam (internal) atau di luar (eksternal) organisasi untuk membuat perencanaan. Analisis SWOT digunakan secara luas untuk menganalisis situasi dan kondisi yang dihadapi organisasi secara internal dan eksternal (Permas dkk, 2003). SWOT merupakan singkatan dari kata *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) sebagai strategi yang dibutuhkan pada proses pengambilan keputusan terkait pengembangan misi, tujuan, maupun kebijakan organisasi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2018).

Analisis SWOT bersifat sistematis dengan mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman dari lingkungan luar, sehingga menyajikan strategi dengan kombinasi di antara keempatnya (Rachmat, 2014). Amir (2012), mengatakan bahwa analisis SWOT pada dasarnya merupakan sebuah

pengambilan keputusan yang dapat dilakukan secara individu maupun kelompok sebagai pemberian rekomendasi secara jelas, objektif dan terfokus. Analisis yang lebih rinci menggunakan kerangka pelengkap dapat mengatasi kekurangan yang melekat pada SWOT (Pickton, 1998).

Proses analisis yang melibatkan faktor-faktor SWOT dalam organisasi dapat mendukung organisasi dalam mencapai tujuan (Iskandar, 2021). Adapun faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT menurut Akbar (2021), yaitu: 1) faktor internal terkait dengan kondisi yang dekat dan berada di dalam organisasi yang mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan terkait kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*), dan 2) faktor eksternal terdiri atas kondisi di luar organisasi yang mempengaruhi keputusan terkait peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini bersumber dari observasi, wawancara, metode sampling, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara peneliti mengamati dan mencatat berbagai hal dan peristiwa yang ditemukan lokasi penelitian yang terkait dengan penelitian (Moleong, 2004). Observasi awal dilakukan di Desa Wisata Budaya Pampang, Samarinda Kalimantan Timur bertujuan untuk melengkapi data. Peneliti juga menggunakan data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, dan tesis yang mendukung dalam proses penelitian. Untuk mengumpulkan data peneliti juga menggunakan instrumen kuesioner. Tujuan pengumpulan data adalah untuk mengetahui informasi utama yang dibutuhkan mengenai keinginan dan harapan serta saran-saran yang berkaitan dengan Kemajuan Desa Wisata Budaya Pampang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku Pengelola Desa Wisata Budaya Pampang

Kondisi Desa Wisata Budaya Pampang Samarinda, Kalimantan Timur yang dapat dilihat dari beberapa faktor salah satunya adalah dari segi pengelolaan. Dalam proses operasional, pengelolaan dilakukan oleh 3 agen pelaku utama, yaitu pemerintah, masyarakat Desa Pampang dan pengembang usaha pihak swasta. Ketiga agen tersebut saling berkaitan satu sama lain yang membentuk siklus pendukung pariwisata. Sehingga dalam proses membuat strategi, ketiga agen tersebut perlu dilibatkan sebagai upaya pemajuan pariwisata yang optimal.

Keunggulan Kompetitif yang dimiliki Desa Wisata Budaya Pampang

1. Desa Wisata Budaya Pampang konsisten dalam menyelenggarakan pertunjukan rutin setiap hari minggu dan satu-satunya yang menampilkan seni budaya tradisi suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur.
2. Pelaku seni dan masyarakat pengerajin mampu merancang kerajinan manik khas suku Dayak kenyah sesuai permintaan pasar
3. Ketua Adat, kepala kesenian, dan pokdarwis mampu mengarahkan pelaku seni terutama tetua adat bertelinga aru untu tetap menjadi pelaku seni dan berpartisipasi dalam penyelenggaraan oprasional di Desa Wisata Budaya Pampan secara rutin setiap hari minggu.

4. Seluruh masyarakat terlibat atau pelaku seni secara keseluruhan serius dalam penyelenggaraan pertunjukan rutin setiap minggu, sebagai sumber mata pencaharian, saran komunikasi, serta sarana hiburan baik pelaku seni ataupun wisatawan.

Analisis Lingkungan

Tabel 1. Analisis Lingkungan Internal

Kekuatan	Kelemahan
A. Memiliki bangunan sebagai tempat pertunjukan diselenggarakan, design bangunan memiliki ornament ukiran khas suku Dayak Kenyah dengan berbagai filosofi kehidupan didalamnya baik ukirannya maupun warna yang terdapat pada ornamen suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur.	E. Tidak tersedianya ruang pameran/ museum guna sebagai tempat barang sejarah, foto terdahulu dari tahun ketahun, dan cerita masyarakat dahulu.
B. Memiliki nama (brand) yang sudah dikenal, sebagai pariwisata unggulan yang dimiliki oleh provinsi Kalimantan Timur.	F. Tidak tersedianya penginapan di sekitar Desa Wisata Budaya Pampang.
C. Memiliki ciri khas seni, budaya, adat suku Dayak Kenyah guna sebagai identitas suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur dan sebagai wisata yang wajib dikunjungi di Kalimantan Timur	G. Kurangnya bimbingan terhadap pelaku seni (anak-anak) untuk tidak meresahkan wisatawan, dengan meminta dan mengikuti hingga kedalam transportasi.
D. Bahasa Tetua Adat dan Pelaku seni menggunakan bahasa daerah suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur.	H. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah terkait akan promosi Desa Wisata Budaya Pampang.

Tabel 2. Analisis Lingkungan Eksternal

Peluang	Ancaman
A. Semakin tingginya ilmu digital, sebagai promosi pariwisata Desa Wisata Budaya Pampang, melalui media sosial dan web.	D. Berkurangnya pelaku seni terutama penari remaja suku Dayak Kenyah Desa Wisata Budaya Pampang.
B. Penjualan souvenir kerajinan khas suku Dayak Kenyah melalui media sosial dan market place, sehingga jangkauan konsumen dapat meluas.	E. Minimnya kegiatan festival pelombaan yang diadakan guna sebagai pengetahuan generasi milenial, mempererat hubungan antar masyarakat suku dayak dan dayak lainnya.
C. Semakin meningkatnya pengunjung wisatawan yang penasaran bagaimana kehidupan masyarakat suku Dayak keyah dan datang untuk menyaksikan pertunjukan seni, budaya, tradisi suku Dayak kenyah di Desa Wisata Budaya Pampang Kalimantan Timur	F. Berkurangnya tetua adat yang memiliki telinga Aru, sebagai identitas masyarakat suku Dayak kenyah di Desa Wisata Budaya Pampang, Kalimantan Timur.

Tahapan dalam SWOT

A. Pemberian Bobot

Bobot menunjukkan tingkat kepentingan relatif suatu faktor terhadap keberhasilan usaha dalam suatu perusahaan atau organisasi. Bobot tiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai tiap faktor terhadap total nilai faktor. Bobot yang diberikan berada pada kisaran 0,000 (tidak penting) hingga 1,000 (paling penting). Faktor-faktor yang memiliki pengaruh besar pada organisasi diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot yang diberikan harus sama dengan 1,000. Bobot setiap variabel diperoleh dengan membagi total nilai setiap variabel terhadap total nilai keseluruhan variabel. Penentuan bobot pada setiap variabel digunakan skala 1,2,3. Penilaian untuk setiap skala dapat dijelaskan sebagai berikut: 1 = jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertical. 2 = jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertical. 3 = jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertical.

Berikut ini rangkuman pemberian bobot dalam desa wisata budaya pampang Samarinda Kalimantan Timur. Dalam desa ini key person ada 3 orang yaitu Agung Kurniawan, Yustina Neni, dan Uniph Kahfi.

Tabel 3. Pemberian Bobot Faktor Internal

Faktor Internal	Agung Kurniawan	Yustina Neni	Uniph Kahfi	Rata-Rata
A	0,136	0,13636	0,13636	0,136
B	0,127	0,12727	0,12727	0,127
C	0,127	0,12727	0,12727	0,127
D	0,118	0,11818	0,11818	0,118
E	0,118	0,11818	0,11818	0,118
F	0,118	0,11818	0,11818	0,118
G	0,127	0,12727	0,12727	0,127
H	0,127	0,12727	0,12727	0,127
TOTAL RATA-RATA				1,000

Pada tabel 3 menunjukkan, bahwa faktor internal Desa Wisata Budaya Pampang (di lihat dari rata-rata) yang memiliki bobot tertinggi adalah “A = Memiliki bangunan sebagai tempat pertunjukan diselenggarakan, design bangunan memiliki ornament ukiran khas suku Dayak Kenyah dengan berbagai filosofi kehidupan didalamnya baik ukirannya maupun warna yang terdapat pada ornamen suku Dayak Kenyah Bahasa Tetua adat dan pelau seni menggunakan bahasa daerah suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur. “E = Tidak tersedianya ruang pameran/ museum guna sebagai tempat barang sejarah, foto terdahulu dari tahun ketahun, dan cerita masyarakat dahulu.

Tabel 4. Pemberian Bobot Faktor Eksternal

Faktor eksternal	Agung Kurniawan	Yustina Neni	Uniph Kahfi	Rata-Rata
A	0,171	0,17073	0,17073	0,171
B	0,171	0,17073	0,17073	0,171
C	0,159	0,15854	0,15854	0,159
D	0,171	0,17073	0,17073	0,171
E	0,159	0,15854	0,15854	0,159
F	0,171	0,17073	0,17073	0,171
TOTAL RATA-RATA				1,000

Pada tabel 4 menunjukkan, bahwa faktor eksternal Desa Wisata Budaya Pampang (dilihat dari rata-rata) yang memiliki bobot tertinggi, ada 4 memiliki nilai sama yaitu, “A = Semakin tingginya ilmu digital, sebagai promosi pariwisata Desa Wisata Budaya Pampang, melalui media sosial dan web .”, “B = Penjualan souvenir kerajinan khas suku Dayak Kenyah melalui media sosial dan market place, sehingga jangkauan konsumen dapat meluas..”, “D = berkurangnya pelaku seni terutama penari remaja suku dayak Kenyah desa Wisata Budaya Pampng, dan “F = Berkurangnya tetua adat yang memiliki telinga Aru, sebagai identitas masyarakat suku Dayak kenyah di Desa Wisata Budaya Pampang, Kalimantan Timur.” dan bobot yang terendah ada 2 memiliki nilai sama yaitu, “C = Semakin meningkatnya pengunjung wisatawan yang penasaran bagaimana kehidupan masyarakat suku Dayak keyah dan datang untuk menyaksikan pertunjukan seni, budaya, tradisi suku Dayak kenyah di Desa Wisata Budaya Pampang Kalimantan Timur.” dan “E = Minimnya kegiatan festival pelombaan yang diadakan guna sebagai pengetahuan generasi milenial, mempererat hubungan antar masyarakat suku dayak dan dayak lainnya”

B. Pemberian Peringkat

Peringkat menggambarkan seberapa efektif strategi objek wisata ini dalam merespon faktor strategis yang ada. Penilaian peringkat untuk lingkungan diberikan dalam skala dengan pembagian sebagai berikut:

Tabel 5. Skala Pembagian Peringkat

Lingkungan Internal	
Aspek Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Aspek Kelemahan (<i>Weakness</i>)
● rating 4 = sangat kuat	● rating 4 = Sangat lemah
● rating 3 = kuat	● rating 3 = Lemah
● rating 2 = lemah	● rating 2 = Kuat
● rating 1 = sangat lemah	● rating 1 = Sangat kuat
Lingkungan Eksternal	
Aspek Peluang (<i>opportunity</i>) :	Aspek Ancaman (<i>Treaths</i>):
● Rating 4 = Respon sangat baik	● Rating 4 = respon di bawah rata-rata
● Rating 3 = respon di atas rata-rata	● Rating 3 = respon rata-rata
● Rating 2 = Respon rata-rata	● Rating 2 = respon diatas rata-rata
● Rating 1 = respon di bawah rata-rata	● Rating 1 = respon sangat baik

Tabel 6. Hasil *Internal Factor Evaluation (IFE)*

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan				
1	Memiliki bangunan sebagai tempat pertunjukan diselenggarakan, design bangunan memiliki ornament ukiran khas suku Dayak Kenyah dengan berbagai filosofi kehidupan didalamnya baik ukirannya maupun warna yang terdapat pada ornamen suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur.	0,136	3,000	0,409
2	Memiliki nama (<i>brand</i>) yang sudah dikenal, sebagai pariwisata unggulan yang dimiliki oleh provinsi Kalimantan Timur.	0,127	3,000	0,382
3	Memiliki ciri khas seni, bdaya, adat suku Dayak Kenyah guna sebagai identitas suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur dan sebagai wisata yang wajib dikunjungi di Kalimantan Timur.	0,127	2,667	0,339
4	Bahasa tetua adat dan pelaku seni menggunakan bahasa daerah suku dayak Kenyah Kalimantan Timur	0,118	3,000	0,355
Total Nilai Kekuatan				1,485
Kelemahan				
5	Tidak tersedianya ruang pameran/ museum guna sebagai tempat barang sejarah, foto terdahulu dari tahun ketahun, dan cerita masyarakat dahulu.	0,118	2,000	0,236
6	Tidak tersedianya penginapan disekitar Desa Wisata Budaya pampng.	0,118	2,667	0,315
7	Kurangnya bimbingan terhadap pelaku seni (anak-anak) untuk tidak meresahkan wisatawan, dengan meminta dan mengikuti hingga kedalam transportasi.	0,127	3,000	0,382
8	Tetua adat atau tetua yang memiliki telinga <i>Aru</i> tidak dapat berbahasa Indonesia, sehingga komunikasi antar wisatawan dan tetua adat seringkali terkendala.	0,127	2,667	0,339
Total Nilai Kelemahan				1,273
Total Nilai Kekuatan dan Kelemahan				2,758

Pada tabel 6 hasil analisis matrik IFE yaitu nilai tertinggi adalah “Memiliki bangunan sebagai tempat pertunjukan diselenggarakan, design bangunan memiliki ornament ukiran khas suku Dayak Kenyah dengan berbagai filosofi kehidupan didalamnya baik ukirannya maupun warna yang terdapat pada ornamen suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur”. yaitu sebesar 0,409, sedangkan yang terendah adalah “Tidak memiliki ruang pameran/ museum guna sebagai tempat barang sejarah, foto terdahulu dari tahun ketahun, dan cerita masyarakat dahulu.” sebesar 0,236.

Tabel 7. Hasil Eksternal Factor Evaluation (EFE)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang				
1	Semakin tingginya ilmu digital, sebagai promosi pariwisata Desa Wisata Budaya Pampang, melalui media sosial dan web.	0,171	3,000	0,512
2	Penjualan souvenir kerajinan khas suku Dayak Kenyah melalui media sosial dan market place, sehingga jangkauan konsumen dapat meluas.	0,171	3,000	0,512
3	Semakin meningkatnya pengunjung wisatawan yang penasaran bagaimana kehidupan masyarakat suku Dayak keyah dan datang untuk menyaksikan pertunjukan seni, budaya, tradisi suku Dayak kenyah di Desa Wisata Budaya Pampang Kalimantan Timur.	0,159	3,667	0,581
Total Nilai Peluang				1,606
Ancaman				
4	Berkurangnya pelaku seni terutama penari remaja suku dayak kenyah Desa Wisata budaya Pampang.	0,171	2,667	0,455
5	Minimnya kegiatan festival pelombaan yang diadakan guna sebagai pengetahuan generasi milenial, mempererat hubungan antar masyarakat suku dayak dan dayak lainnya.	0,159	2,667	0,423
6	Berkurangnya tetua adat yang memiliki telinga <i>Aru</i> , sebagai identitas masyarakat suku Dayak kenyah di Desa Wisata Budaya Pampang, Kalimantan Timur.	0,171	3,333	0,569
Total Nilai Ancaman				1,447
Total Nilai Peluang dan Ancaman				3,053

Pada tabel 7, hasil analisis matrik EFE yaitu nilai tertinggi adalah “Semakin meningkatnya pengunjung wisatawan yang penasaran bagaimana kehidupan masyarakat suku Dayak keyah dan ambil untuk menyaksikan pertunjukan seni, budaya, tradisi suku Dayak kenyah di Desa Wisata Budaya Pampang Kalimantan Timur.” Yaitu sebesar 0,581, sedangkan yang terendah adalah “Minimnya kegiatan festival pelombaan yang diadakan guna sebagai pengetahuan generasi milenial, mempererat hubungan antar masyarakat suku dayak dan dayak lainnya.” Sebesar 0,423.

Tahap Pencocokan

Tahap ini merupakan tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan dan peringkat pada matriks EFE dan IFE kedalam matriks IE. Total nilai tertimbang pada matriks EFE dan IFE akan berada pada kisaran 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi), dengan nilai rata-rata 2,5. Matriks IE mempunyai embilan sel strategi yang dapat dikelompokkan menjadi tiga sel strategi utama, yaitu :

1. Growth and Build (tumbuh dan bina) berada dalam sel I, II, dan IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).
2. Hold and Maintain (pertahankan dan pelihara) dilakukan untuk sel III, V, dan VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
3. Harvest or Divest (panen atau divestasi) dipakai untuk sel VI, VIII, dan IX. Strategi umum yang dipakai adalah strategi divestasi, strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi.

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil IFE sebesar 2,758 dan EFE sebesar 3,053. Angka tersebut selanjutnya dapat menggambarkan posisi Desa Wisata Budaya Pampang melalui Matriks IE. Posisi Desa Wisata Budaya Pampang melalui Matriks IE menunjukkan Growth and Build (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi II. Dengan demikian, Strategi yang cocok adalah pengembangan pasar dan pengembangan produk, yakni dengan cara memperkenalkan produk yang ada saat ini (Souvenir dan jenis kegiatan berkesenian) pada pasar baru (new market) dengan memperluas area geografi baru, menambah segmen baru, mengubah dari bukan pemakai menjadi pemakai, serta menarik pelanggan milik pesaing.

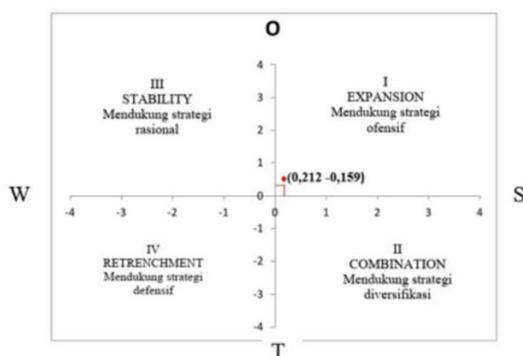
Contoh pengembangan pasar, dengan mengajak seniman dari berbagai daerah diluar kota Samarinda, bahkan dari negara lain untuk mengadakan kegiatan seni di Desa Wisata Budaya Pampang. Sedangkan untuk contoh pengembangan produk adalah dengan memberikan berbagai macam souvenir yang baru, namun tetap menjaga kualitas bahan yang diberikan kepada pelanggan.

Kuadran Analisis SWOT

Untuk kuadran analisis SWOT dihitung berdasarkan berikut:

$$\begin{aligned}\text{Nilai Faktor Internal} &= 1,485 - 1,273 \\ &= 0,212\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai Faktor Eksternal} &= 1,606 - 1,447 \\ &= 0,159\end{aligned}$$



Gambar 1. Posisi Kuadran Desa Budaya Pampang

Kuadran Analisis SWOT Desa Wisata Budaya Pampang menunjukkan posisinya pada kuadran I, pada kuadran tersebut usaha dikategorikan dalam posisi yang baik.

Dengan demikian Desa Wisata Budaya Pampang dapat terus menjalankan strateginya, dimana usaha tersebut harus terus berupaya dalam mengoptimalkan pertumbuhan bisnis dengan cara Ekspansi (dipermudahkannya melalui jejaring internet) agar mampu mendulang popularitas sebagai objek wisata di Samarinda Kalimantan Timur. Selanjutnya adalah perumusan strategi strategi melalui matriks SWOT yang diperoleh dengan memasangkan faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Matrik SWOT

Matriks SWOT diperoleh dengan cara memasangkan faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil Kuadran Analisis SWOT Desa Wisata Budaya Pampang menunjukkan posisinya berada pada kuadran I yaitu Ekspansi, dimana strategi tersebut mampu mendukung strategi ofensif. Hasil Matriks

Tahap keputusan berdasarkan Matriks IE

SO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi bangunan sebagai tempat pertunjukan diselenggarakan, design bangunan memiliki ornament ukiran khas suku Dayak Kenyah dengan berbagai filosofi kehidupan didalamnya baik ukirannya maupun warna yang terdapat pada ornamen suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur. 2. Mempromosikan brand lebih luas melalui media sosial, sebagai pariwisata unggulan yang dimiliki oleh provinsi Kalimantan Timur.
WO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan ruang pameran/ museum guna sebagai tempat barang sejarah, foto terdahulu dari tahun ketahun, dan cerita masyarakat dahulu. 2. Menyediakan ruang penginapan bagi wisatawan di sekitar Desa Wisata Budaya Pampang
ST	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah beberapa acara pertunjukan kesenian daerah yang dimodifikasi, sehingga menarik minat pengunjung.
WT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan edukasi kepada generasi muda terkait pemanfaatan potensi budaya sebagai pemaingan daerah

Posisi Desa Wisata Budaya Pampang melalui Matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi II. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).

a. Intensif

- Penetrasi Pasar: Memasarkan dengan gencar kegiatan seni yang akan diadakan serta
- Souvenir yang berkualitas secara berkelanjutan dengan menggunakan media sosial dan web official.
- Pengembangan Pasar: Menambah dan memperluas jaringan kerjasama dengan

komunitas seni dan kurator tidak hanya di Indonesia namun luar negeri untuk membuka pangsa pasar baru.

- Pengembangan Produk: Menampilkan program seni dari berbagai disiplin serta menambah berbagai macam souvenir.

b. Integrasi

Untuk integrasi strategi yang digunakan adalah Integrasi ke Belakang yaitu memiliki kontrol atas penyelenggaraan kegiatan seni (khususnya dalam memilih seniman, komunitas seni dan kurator) untuk menjamin kualitas sebuah kegiatan seni yang ditampilkan atau diselenggarakan di Desa Wisata Budaya Pampang. Dari alternatif strategi matrik SWOT memang strategi ini tidak dihasilkan, tetapi untuk saat sekarang inilah strategi yang diterapkan oleh usaha Desa Wisata Budaya Pampang. Maka strategi masih sangat relevan untuk diterapkan dalam usaha Desa Wisata Budaya Pampang.

Tahap keputusan berdasarkan Kuadran Analisis SWOT

Kuadran Analisis SWOT Usaha Desa Wisata Budaya Pampang menunjukkan posisinya berada pada kuadran I **Ekspansi** sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap **kekuatan** untuk memanfaatkan **peluang**. Posisi tersebut mengarah pada strategi **SO** yaitu :

1. Memanfaatkan bangunan sebagai tempat pertunjukan diselenggarakan, design bangunan memiliki ornament ukiran khas suku Dayak Kenyah dengan berbagai filosofi kehidupan didalamnya baik ukirannya maupun warna yang terdapat pada ornamen suku Dayak Kenyah Kalimantan Timur.
2. Memiliki nama (brand) yang sudah dikenal, sebagai pariwisata unggulan yang dimiliki oleh provinsi Kalimantan Timur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi pengembangan wisata sangat diperlukan sebagai upaya dalam meningkatkan daya tarik pengunjung dan keberlanjutan wisata. Berdasarkan analisa Matrik IE (*Internal-Eksternal*) dan Kuadran SWOT maka dapat disimpulkan strategi yang tepat untuk Desa Wisata Budaya sebagai berikut

1. **Strategi Generik:** Ekspansi (*Expansions*)
2. **Variasi Strategi:**
 - a. Diversifikasi Konsentrik, menambah jenis kegiatan seni dengan konsep, tema, dan seniman baru yang saling berhubungan untuk pasar yang sama.
 - b. Penetrasi Pasar, mempromosikan dengan gencar kegiatan seni yang berkualitas serta berkelanjutan dengan menggunakan media sosial.
 - c. Pengembangan Pasar, menambah dan memperluas jaringan kerjasama untuk membuka pangsa pasar baru. Dengan memperluas koneksi (kerja sama atau mitra) dengan seniman lintas kota maupun negara yang dianggap memiliki potensi seni yang berkualitas serta kesamaan visi dan misi yang dimiliki Desa Budaya Pampang.
 - d. Pengembangan Produk, menambah jenis kegiatan seni yang baru di tiap tahunnya.
 - e. Integrasi ke Belakang, yaitu memiliki kontrol atas konsep atau jenis kegiatan yang ingin diadakan seniman di Desa Budaya Pampang untuk menjamin kualitas dari kegiatan seni yang diadakan.

Saran

1. Desa Wisata Budaya Pampang mampu menjadi contoh ketika 2 entitas bisnis (pariwisata dan toko souvenir) dengan nama yang sama mampu saling menopang dan menerapkan subsidi silang untuk mampu “bertahan hidup”.
2. “Menyediakan diri” sebagai *supporting system* bagi lembaga lain dan seniman dengan ekonomi kebawah (*Read: Finansial*) yang mempunyai ide menarik untuk tidak ragu mewujudkan gagasannya.
3. Terus mengembangkan semangat berbisnis dan untuk penyusunan strategi berikutnya dapat menggunakan analisa strategi yang berbeda seperti BCG, Five Porter, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. (2021). Pengembangan Strategi pada Pengelolaan Kedai Kebun Forum Yogyakarta. *JURNAL TATA KELOLA SENI*, 7(2), 91-106.
- Al Hazmi, F., & Zenmira, K. N. (2021). Persepsi Partisipan Terhadap Kualitas Pameran Seni Rupa Secara Virtual dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 7(2), 79-90.
- Amir, T. (2012). *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*.
- Andih, D. C. (2020). Persepsi dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Tetempangan Hill Di Kab. Minahasa. *Hospitality And Tourism*, 3(1).
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2017). *Strategic management: concepts and cases: A competitive advantage approach* (p. 127). Pearson.
- Heriyanti, N. (2017). Strategi Pengembangan Komunitas “Dazzle Voices” terhadap Minat Penonton dalam Konser Opera. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 3(2), 69-77..
- Iskandar S, F. M. (2020). Perancangan perhiasan kontemporer dengan inspirasi tradisi telinga panjang suku Dayak Kenyah, Kalimantan Timur (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).
- Kurniawati, R. A., dkk. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Taman Gandrung Terakota Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Volume 27 No.1.
- Maharani, M. D. D., & Noviana, L. (2020). Strategi Direktif Keberlanjutan Daya Saing Wisata Lokal. *Jurnal Industri Pariwisata*, 2(2), 96-107.
- Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). *Metodelogi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Nasruddin, R., & Haq, I. (2020). Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan masyarakat berpenghasilan rendah. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(7), 639-648.
- Pickton, D. W., & Wright, S. (1998). What's swot in strategic analysis?. *Strategic change*, 7(2), 101-109.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Rijanto, M. 2021. Analisis Strategi Bersaing Bisnis Home Industry. *DeReMa (Development of Tesearch Management): Jurnal Manajemen*, Vol. 16, No. 2.

- Sabariah, E. 2017. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Samsuudin, I., Wijaya, A., & Sukiman, H. (2010). Konsep tata ruang dan pengelolaan lahan pada masyarakat Dayak Kenyah di Kalimantan Timur. *Jurnal analisis kebijakan kehutanan*, 7(2).
- Sukaesih, U & Miswan. (2021). Analisis Kualitas Daya Tarik Destinasi Pariwisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. *Jurnal Industri Pariwisata*, Vol. 3, No. 2.
- Wulandari, P. S. (2018). *Fungsi Tari Pampaga di Desa Budaya Pampang Kalimantan Timur* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).