

---

## **Strategi Peningkatan Promosi Benteng Keraton Buton Sebagai Objek Pariwisata Kota Baubau**

---

**Submisi Artikel :**

1 Mei 2024

**Diterima :**

20 Juni 2024

**Publikasi :**

30 September 2024

**Edisi Jurnal :**

Volume 1, Nomor 2

**Bulan/Tahun Edisi :**

April – September 2024

**Kata kunci :**

*Benteng Keraton,  
Promosi Pariwisata,  
SWOT.*

**Lenbaga Pengelola Jurnal  
& Penerbit**

**Pengelola dan Penerbit  
Cetak oleh *Fakultas Ilmu  
Sosial Dan Ilmu Politik  
(FISIP).***

**Penerbit Online (OJS3)  
*Lembaga Riset Dan Inovasi  
(LeRIN) – Universitas  
Dayanu Ikhsanuddin.***

Alamat : Universitas Dayanu  
Ikhsanuddin. Jalan Dayanu  
Ikhsanuddin No. 124, Kode  
Pos 93721 Baubau, Sulawesi  
Tenggara, Indonesia.

Email:

[jurnalbarataind@gmail.com](mailto:jurnalbarataind@gmail.com) |

<sup>1</sup>Nurhartati, <sup>2</sup>Asmiddin, <sup>3</sup>Adbul Majid

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Program Studi Ilmu Administrasi  
Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.

<sup>1</sup>[nurhartatitaty@gmail.com](mailto:nurhartatitaty@gmail.com), <sup>2</sup>[asmiddin@unidayan.ac.id](mailto:asmiddin@unidayan.ac.id),

<sup>3</sup>[abdulmajid@unidayan.ac.id](mailto:abdulmajid@unidayan.ac.id)

---

### **ABSTRAK**

Benteng Keraton Buton, terletak di Kota Baubau, Sulawesi Tenggara, merupakan situs bersejarah dengan potensi besar sebagai destinasi wisata budaya. Diakui sebagai benteng terluas di dunia oleh Guinness World Records dan MURI, kawasan ini tidak hanya menawarkan nilai sejarah dan keunikan budaya, tetapi juga panorama alam yang indah. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi promosi berbasis analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) guna mengoptimalkan daya tarik Benteng Keraton Buton. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama benteng ini meliputi arsitektur yang kokoh, nilai simbolis budaya, dan pengakuan internasional. Namun, kelemahan seperti keterbatasan anggaran, minimnya fasilitas memadai, dan rendahnya promosi menjadi tantangan yang perlu diatasi. Peluang yang dapat dimanfaatkan mencakup dukungan pemerintah untuk pengembangan wisata budaya dan tren wisata budaya yang meningkat, sementara ancaman meliputi persaingan dengan objek wisata lain serta kurangnya kesadaran masyarakat lokal terhadap pelestarian benteng. Strategi promosi yang diusulkan meliputi pemanfaatan media sosial dan digital untuk promosi kreatif, penyelenggaraan event budaya, serta peningkatan infrastruktur ramah lingkungan. Selain itu, pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat lokal sebagai pemandu wisata dan pelaku ekonomi kreatif menjadi elemen kunci keberhasilan. Dengan mengadopsi strategi ini, Benteng Keraton Buton dapat menjadi destinasi wisata budaya unggulan yang mendukung pelestarian budaya lokal dan memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi daerah.

## PENDAHULUAN

Indonesia, dengan luas wilayah 1,9 juta km<sup>2</sup>, memiliki potensi sumber daya alam yang besar, salah satunya adalah sektor pariwisata yang menjadi pilar penting perekonomian negara. Pariwisata berkontribusi pada pengurangan pengangguran, peningkatan produktivitas, serta mendorong kesejahteraan masyarakat (BPS, 2023). Salah satu bentuk pariwisata yang sangat potensial adalah destinasi budaya. Destinasi budaya menawarkan pengalaman yang berbasis pada sejarah, tradisi, dan nilai-nilai lokal yang memungkinkan wisatawan untuk memahami budaya setempat. Menurut Smith (2015), destinasi budaya memiliki peran utama dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan karena dapat menciptakan pengalaman autentik bagi wisatawan (Smith, 2015).

Kota Baubau, yang terletak di Sulawesi Tenggara, dikenal dengan warisan budaya dan sejarahnya yang kaya. Benteng Keraton Buton, yang merupakan destinasi utama kota ini, telah diakui sebagai benteng terluas di dunia oleh MURI dan Guinness World Records pada tahun 2006 dengan luas 23.375 hektar. Benteng ini dibangun sebagai pusat pertahanan Kesultanan Buton dan mencerminkan nilai-nilai arsitektur tradisional, sejarah Islam, serta simbol kekuasaan lokal. Selain itu, terdapat keunikan lain pada benteng ini, seperti 12 gerbang atau lawa yang melambangkan

filosofi tubuh manusia dalam tradisi lokal, serta berbagai situs bersejarah lainnya, seperti Masjid Agung Keraton, Istana Kesultanan Baadia, dan Meriam peninggalan Portugis. Namun, pengelolaan destinasi budaya seperti Benteng Keraton Buton tidak tanpa tantangan.

Tantangan utama dalam pengelolaan destinasi budaya adalah menjaga keseimbangan antara pelestarian warisan budaya dan memenuhi kebutuhan wisatawan (Hall & Richards, 2000). Di Benteng Keraton Buton, tantangan yang dihadapi meliputi kurangnya promosi wisata edukasi ke sekolah-sekolah, minimnya kerja sama dengan agen perjalanan, keterbatasan fasilitas seperti tempat parkir, serta rendahnya kesadaran masyarakat lokal terhadap pengelolaan kebersihan lingkungan.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, strategi promosi berbasis analisis SWOT (Rangkuti, 2015) menjadi penting. Analisis SWOT memungkinkan untuk merumuskan strategi yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang mungkin muncul. Dalam konteks ini, strategi SO (*Strength-Opportunities*) digunakan untuk memanfaatkan kekuatan destinasi untuk menarik lebih banyak peluang pasar, sementara strategi WO (*Weakness-Opportunities*) berfokus pada cara mengatasi kelemahan internal, seperti perawatan fasilitas benteng, dengan memanfaatkan dukungan

pemerintah dan teknologi digital untuk promosi. Selain itu, strategi ST (*Strength-Threats*) dan WT (*Weakness-Threats*) dapat digunakan untuk menghadapi ancaman eksternal melalui langkah-langkah defensif dan kolaboratif antara pemerintah, masyarakat lokal, dan pihak swasta. Sebagai langkah konkret, promosi melalui media sosial, seperti Instagram dan YouTube, dapat dijadikan alat yang efektif untuk menjangkau wisatawan generasi milenial (Buhalis, 2000). Selain itu, penyelenggaraan event budaya tahunan, seperti festival sejarah dan budaya Buton, juga dapat menjadi daya tarik tambahan yang meningkatkan popularitas Benteng Keraton Buton sebagai destinasi wisata budaya unggulan yang mendukung pariwisata berkelanjutan.

Penelitian ini mengadopsi konsep-konsep kunci yang terintegrasi, seperti strategi dan promosi, untuk membangun kerangka konseptual yang jelas guna merumuskan strategi peningkatan promosi wisata Benteng Keraton Buton. Strategi sendiri didefinisikan sebagai seni merancang rencana untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada (Siagian, 2023). Promosi, dalam konteks ini, dipahami sebagai upaya sistematis untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan masyarakat tentang daya tarik wisata melalui berbagai media, baik tradisional maupun digital (Kotler & Keller, 2012). Melalui pendekatan analisis SWOT, penelitian

ini bertujuan untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat memperbaiki berbagai kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan kunjungan wisatawan serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pengembangan Benteng Keraton Buton sebagai destinasi wisata budaya dengan menggunakan analisis *SWOT*. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal destinasi tersebut, serta memahami peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi pengelolaannya. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh strategi yang tepat dalam meningkatkan promosi dan pengelolaan Benteng Keraton Buton sebagai objek wisata yang berkelanjutan dan dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini melibatkan pengamatan langsung, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi di Dinas Pariwisata serta Kawasan Benteng Keraton Buton, Kota Baubau. Data dikumpulkan melalui metode triangulasi yang menggabungkan observasi partisipasi, wawancara mendalam, dan

dokumentasi untuk memastikan validitas data yang diperoleh. Pendekatan kualitatif dipilih karena memiliki fleksibilitas dalam menghadapi realitas ganda serta kemampuan menyajikan hubungan langsung antara peneliti dan informan (Moleong, 2017).

Penelitian ini berfokus pada satu variabel, yaitu strategi peningkatan promosi Benteng Keraton Buton sebagai objek pariwisata di Kota Baubau. Strategi ini didefinisikan melalui pendekatan analisis SWOT, yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Rangkuti, 2015). Indikator kekuatan meliputi potensi wisata dengan daya tarik budaya, adat istiadat, dan pengakuan internasional seperti penghargaan dari MURI dan Guinness World Records. Kelemahan yang diidentifikasi meliputi rendahnya promosi, minimnya pengetahuan generasi muda tentang filosofi Benteng Keraton, serta terbatasnya infrastruktur seperti peta wisata dan papan informasi. Peluang yang dihadirkan mencakup peningkatan pendapatan masyarakat lokal, penyelenggaraan acara budaya, dan pengembangan paket wisata. Ancaman yang dihadapi adalah persaingan dengan destinasi cagar budaya lainnya.

Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan kunci, yaitu perwakilan Dinas Pariwisata, pengelola Benteng Keraton Buton, masyarakat lokal, dan pengunjung. Sedangkan data

sekunder diperoleh melalui dokumentasi yang relevan dengan strategi promosi. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan relevansi yang tinggi terhadap topik penelitian (Sugiyono, 2012).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mendalam dari para informan terkait strategi peningkatan promosi. Observasi bertujuan mengamati langsung implementasi strategi di lapangan, sedangkan dokumentasi dilakukan dengan menelusuri dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian (Bungin, 2010). Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif menggunakan model Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman dalam (Sugiyono, 2012). Reduksi data dilakukan dengan merangkum informasi sesuai tema, penyajian data dilakukan dalam format yang mudah dipahami, dan kesimpulan ditarik berdasarkan bukti yang valid dan konsisten.

## **PEMBAHASAN**

### **Potensi Wisata Budaya Benteng Keraton Buton**

Benteng Keraton Buton, terletak di Kota Baubau, Sulawesi Tenggara, adalah peninggalan bersejarah yang memiliki nilai budaya tinggi. Berdasarkan catatan sejarah, benteng ini dibangun pada masa Sultan Buton III untuk melindungi kawasan pusat pemerintahan Kesultanan Buton dari serangan musuh. Benteng ini diakui oleh Guinness Book of Records dan Museum Rekor Indonesia (MURI) pada tahun 2006 sebagai benteng terluas di dunia, dengan luas sekitar 23,375 hektar dan panjang keliling 2.740 meter (Zahari, 1977). Struktur arsitektur benteng yang masih kokoh, serta keberadaan 12 pintu gerbang (lawa), 12 bastion (baluara), dan elemen lainnya menjadikan kawasan ini layak dijadikan destinasi wisata budaya.

Selain aspek arsitektur, Benteng Keraton Buton menyimpan nilai simbolik yang mencerminkan filosofi kehidupan masyarakat Buton. Misalnya, 12 pintu gerbangnya melambangkan jumlah lubang pada tubuh manusia, menunjukkan konsep kosmologi lokal yang unik. Keberadaan Masjid Agung yang dibangun pada tahun 1712 menjadi lambang kejayaan Islam di Buton, sekaligus menjadi tempat ibadah utama di masa Kesultanan (Munafi & Saafi, 2021). Situs ini juga mencakup makam-makam sultan, batu pelantikan (batu Popaua), dan rumah-rumah adat yang menunjukkan kesinambungan tradisi lokal.

Dalam pandangan wisata budaya, Benteng Keraton Buton memenuhi elemen dasar destinasi, yaitu keberadaan daya tarik autentik, pengalaman edukasi, dan konektivitas dengan masyarakat lokal (Richards, 2007). Destinasi ini menawarkan pengalaman belajar tentang sejarah dan budaya Kesultanan Buton kepada wisatawan lokal maupun mancanegara. Kunjungan ke benteng memungkinkan wisatawan mendalami kehidupan sosial-politik Buton di masa lalu, terutama sistem pemerintahan Kesultanan yang tercatat dalam Kitab Negara Kertagama pada abad ke-14 (Zahari, 1977).

Meskipun memiliki potensi besar, beberapa tantangan masih perlu diatasi untuk memaksimalkan daya tarik wisata budaya di Benteng Keraton Buton. Sarana dan prasarana di kawasan benteng, seperti gazebo, lampu penerangan, dan aksesibilitas untuk pengunjung lanjut usia, memerlukan perbaikan signifikan. Selain itu, promosi wisata budaya ini masih terbatas karena keterbatasan anggaran pemerintah daerah (Munafi & Saafi, 2021). Masalah ini mencerminkan kebutuhan strategi yang berfokus pada kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta untuk meningkatkan pengelolaan dan promosi destinasi.

Pengembangan wisata budaya di Benteng Keraton Buton dapat dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan komunitas lokal. Dalam konsep

wisata budaya berbasis masyarakat, partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pelestarian situs akan menciptakan hubungan saling menguntungkan antara masyarakat dan wisatawan (Timothy & Boyd, 2003). Peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya benteng sebagai cagar budaya juga dapat mendorong pelestarian fisik dan nonfisik kawasan tersebut.

Strategi promosi yang inovatif, seperti penggunaan media digital, pameran budaya, dan paket wisata tematik, dapat memperluas jangkauan pasar wisata budaya Benteng Keraton Buton. *Storytelling* yang kuat dan narasi unik mampu menciptakan keterlibatan emosional yang lebih dalam bagi wisatawan (Kotler & Keller, 2012). Dalam konteks Benteng Keraton Buton, narasi tentang kejayaan Kesultanan Buton dan kehidupan masyarakatnya dapat menjadi daya tarik utama.

Sebagai kesimpulan, Benteng Keraton Buton memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata budaya yang tidak hanya menawarkan pengalaman sejarah tetapi juga pemahaman mendalam tentang budaya lokal. Dengan mengatasi tantangan yang ada dan mengadopsi strategi berbasis komunitas serta promosi inovatif, Benteng Keraton Buton dapat berkontribusi signifikan pada pengembangan pariwisata berkelanjutan di Sulawesi Tenggara. Penguatan konsep wisata budaya di kawasan ini akan menjadikannya ikon yang

mendunia sekaligus melestarikan nilai-nilai tradisi lokal untuk generasi mendatang.

### **Strategi Peningkatan Promosi Benteng Keraton Buton**

Strategi promosi menjadi elemen penting dalam pengembangan Benteng Keraton Buton sebagai objek wisata unggulan di Kota Baubau. Benteng ini memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi, dengan pengakuan sebagai benteng terluas di dunia oleh Guinness Book of Records dan MURI pada tahun 2006 (Munafi & Saafi, 2021). Dalam merumuskan strategi promosi, analisis lingkungan internal dan eksternal menjadi pendekatan utama yang dilakukan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada.

Secara internal, Benteng Keraton Buton memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi daya tariknya, seperti keunikan sejarah dan budaya, arsitektur yang masih kokoh, panorama alam yang indah, dan nilai simbolik yang terkandung dalam strukturnya. Benteng ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat pemerintahan Kesultanan Buton pada masanya, tetapi juga menjadi warisan budaya dengan berbagai artefak seperti Masjid Agung, makam para sultan, dan batu pelantikan (Popaua) (Zahari, 1977). Namun, ada kelemahan yang perlu diatasi, termasuk keterbatasan anggaran promosi, kerusakan

pada beberapa fasilitas seperti gazebo dan lampu penerangan, serta kurangnya wisata edukasi yang dapat mendukung pelestarian nilai budaya dan sejarahnya (Munafi & Saafi, 2021).

Dari sisi eksternal, peluang besar untuk meningkatkan promosi Benteng Keraton Buton datang dari dukungan pemerintah melalui program Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan yang mulai difokuskan pada pengembangan wisata budaya. Tren wisata budaya yang semakin diminati oleh wisatawan lokal dan mancanegara juga menjadi peluang untuk meningkatkan daya tarik benteng ini (Richards, 2007). Selain itu, lokasinya yang strategis, dekat dengan pelabuhan dan bandara, menjadi keunggulan dalam hal aksesibilitas. Meski demikian, ancaman yang dihadapi cukup signifikan, seperti persaingan dengan objek wisata lain di Kota Baubau, misalnya Benteng Baadia dan Sorawolio, serta rendahnya kesadaran masyarakat setempat akan pentingnya pelestarian benteng (Timothy & Boyd, 2003).

Untuk meningkatkan promosi, strategi yang dirumuskan berdasarkan analisis SWOT mencakup berbagai pendekatan. Salah satunya adalah memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menyampaikan narasi sejarah, budaya, dan keindahan Benteng Keraton Buton. Cerita tentang kejayaan Kesultanan Buton dan filosofi budaya yang terkandung dalam struktur benteng dapat

menjadi konten yang menarik bagi audiens luas. Penyelenggaraan event budaya di kawasan benteng, seperti festival seni tradisional dan pameran budaya, juga menjadi langkah efektif untuk menarik wisatawan sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian situs (Kotler & Keller, 2012)

Selain itu, partisipasi aktif masyarakat lokal menjadi elemen kunci dalam strategi ini. Dengan melibatkan masyarakat sebagai pemandu wisata, pengrajin produk budaya, atau pelaksana acara budaya, dampak ekonominya dapat dirasakan langsung oleh komunitas lokal. Pendekatan berbasis komunitas ini juga mendorong keberlanjutan pelestarian benteng, sejalan dengan konsep wisata budaya yang menekankan pentingnya hubungan timbal balik antara masyarakat lokal dan wisatawan (Timothy & Boyd, 2003).

Berdasarkan hasil analisis, kekuatan utama benteng ini harus dimanfaatkan untuk merebut peluang, sementara kelemahan dan ancaman perlu diminimalkan melalui perbaikan infrastruktur, peningkatan program edukasi, dan kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah, pengelola wisata, dan masyarakat setempat. Promosi inovatif, seperti penggunaan media digital dan pembuatan paket wisata tematik, dapat memperluas pasar dan menarik minat wisatawan yang lebih beragam.

Sebagai kesimpulan, strategi peningkatan promosi Benteng Keraton Buton harus berbasis pada penguatan nilai budaya dan sejarahnya. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga melestarikan warisan budaya lokal bagi generasi mendatang. Dengan kolaborasi yang terintegrasi dan promosi yang inovatif, Benteng Keraton Buton memiliki potensi besar untuk menjadi ikon wisata budaya yang mendunia sekaligus kebanggaan masyarakat Kota Baubau.

### **Analisis SWOT Strategi Pengembangan Objek Wisata Benteng Keraton Buton**

Benteng Keraton Buton merupakan destinasi wisata budaya dengan potensi yang besar di Kota Baubau, Sulawesi Tenggara. Untuk memaksimalkan pengembangannya, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi kerangka yang tepat dalam menilai kondisi internal dan eksternal. Analisis ini membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi promosi benteng sebagai objek wisata.

#### ***Strategi SO (Strengths-Opportunities)***

Strategi SO mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang secara maksimal. Benteng Keraton Buton memiliki kekuatan utama berupa nilai sejarah yang kaya,

keunikan budaya, dan panorama alam yang indah. Benteng ini juga diakui secara internasional sebagai benteng terluas di dunia, sehingga daya tarik globalnya sangat potensial. Peluang besar lainnya adalah dukungan pemerintah untuk mempromosikan pariwisata berbasis budaya dan tren wisata budaya yang semakin diminati.

Pemanfaatan kekuatan ini dapat dilakukan dengan penyelenggaraan event budaya yang melibatkan masyarakat lokal, seperti festival tradisional dan pameran seni. Strategi ini bertujuan untuk memperkuat citra Benteng Keraton sebagai destinasi wisata budaya utama. Selain itu, keindahan alam di sekitar benteng, seperti pemandangan Teluk Baubau, juga bisa dijadikan elemen promosi yang menarik melalui platform digital dan media sosial (Kotler, Bowen, Makens, & Baloglu, 2017).

Berdasarkan analisis SWOT, pengembangan Benteng Keraton Buton sebagai destinasi wisata budaya memerlukan strategi yang terintegrasi. Dengan memanfaatkan kekuatan, memaksimalkan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman, benteng ini memiliki potensi besar untuk menjadi ikon wisata budaya yang mendunia. Kolaborasi antara pemerintah, masyarakat lokal, dan stakeholder pariwisata menjadi kunci keberhasilan dalam mewujudkan promosi yang berkelanjutan.



cagar budaya menegaskan pentingnya kawasan ini untuk dilestarikan, yang menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat (Informan 1, 3, 5, 6).

**Tabel 1.** Hasil Wawancara Dengan Dinas Pariwisata Kota Baubau

Kode Informan	Hasil Wawancara	Hasil Pengamatan (Observasi)
1, 3, 5, 6	Dengan melakukan pengoptimalan potensi wisata budaya dan keunikan yang dimiliki kawasan Benteng Keraton Buton, serta mempertahankan dan memeliharanya. Benteng sudah memiliki status hukum sebagai cagar budaya, sehingga pelestariannya menjadi tanggung jawab pemerintah dan masyarakat.	Kekuatan utama adalah fisik benteng yang kokoh hingga sekarang, dengan keaslian yang terjaga. Di dalam benteng terdapat Masjid Agung, makam-makam kesultanan, dan benda peninggalan sejarah yang menarik wisatawan.
2, 4	Salah satu kekuatan Benteng Keraton Buton adalah fisik strukturnya yang kokoh, yang dijaga oleh pengelola dan masyarakat sekitar untuk memastikan keindahan dan fungsinya tetap terjaga.	

**Sumber:** Hasil Reduksi Data, 2023

Berdasarkan wawancara dengan informan, strategi SO dalam peningkatan Benteng Keraton Buton sebagai objek pariwisata berfokus pada pemanfaatan kekuatan benteng untuk memanfaatkan peluang secara optimal. Salah satu kekuatan utama benteng adalah fisik struktur yang masih kokoh dan keasliannya yang tetap terjaga hingga saat ini. Hal ini didukung oleh pengelolaan yang baik dari tokoh adat dan masyarakat sekitar. Selain itu, benteng juga memiliki nilai budaya yang tinggi, seperti keberadaan Masjid Agung, makam-makam kesultanan, dan benda-benda peninggalan sejarah lainnya yang menarik untuk wisatawan. Status hukum benteng sebagai

Peluang besar datang dari meningkatnya tren wisata budaya dan dukungan pemerintah dalam pengembangan objek wisata bersejarah. Oleh karena itu, upaya pelestarian dan pemeliharaan benteng harus terus dilakukan, baik melalui kegiatan promosi, kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat, maupun penyelenggaraan event budaya yang menonjolkan keunikan kawasan ini (Informan 2, 4).

### ***Strategi ST (Strength-Threats)***

Strategi ST (Strength-Threats) merupakan pendekatan yang memanfaatkan kekuatan Benteng Keraton Buton untuk mengatasi ancaman yang dihadapinya.

Keunggulan utama Benteng Keraton Buton adalah struktur fisiknya yang masih kokoh, keindahan panoramanya yang mencakup teluk laut, serta fasilitas historis seperti Baruga, Masjid Agung, batu Popaua (batu pelantikan Raja atau Sultan), dan 12 lawana (pintu gerbang) yang memiliki nilai budaya mendalam. Angka 12 pada lawana dianggap mencerminkan jumlah lubang pada tubuh manusia menurut kepercayaan masyarakat setempat, sehingga memperkuat nilai simbolis benteng ini sebagai ikon budaya dan spiritual Kota Baubau (Informan 1, 2, 3, 4, 5, 6).

Ancaman terhadap Benteng Keraton Buton antara lain datang dari persaingan objek

**Tabel 2.** Cara Menggunakan Kekuatan dalam Peningkatan Promosi Benteng Keraton Buton sebagai Objek Pariwisata

Kode Informan	Hasil Wawancara	Hasil Pengamatan
1, 2	Pengelola mempromosikan Benteng Keraton melalui pelestarian situs budaya dan promosi internasional.	Julukan "Benteng Terluas" menarik minat wisatawan mancanegara.
3, 4, 5, 6	Kekokohan fisik benteng dan tata krama kawasan dijaga untuk menarik wisatawan.	Keaslian benteng tetap terjaga sebagai daya tarik utama.

**Sumber:** Hasil reduksi data, 2023  
wisata lain seperti Benteng Baadia dan Benteng Sorawolio, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pelestarian situs budaya.

Untuk mengatasi hal ini, pengelola dan pemerintah daerah memanfaatkan kekuatan

unik benteng, termasuk statusnya sebagai benteng terluas di dunia yang telah diakui oleh MURI dan Guinness Book of Records. Langkah strategis meliputi rencana pengembangan sarana dan prasarana, seperti penyediaan transportasi ramah lingkungan di kawasan benteng. Fasilitas ini tidak hanya memperkuat daya tarik wisata, tetapi juga mendukung kelestarian lingkungan (Informan 3, 4, 5, 6).

Selain itu, kegiatan promosi melalui media sosial dan media cetak diintensifkan. Berbagai event budaya di kawasan benteng, seperti kunjungan tamu kehormatan atau perayaan budaya, juga dioptimalkan untuk menarik minat wisatawan (Informan 1, 2).

Penekanan pada kolaborasi antara pemerintah, pengelola, dan masyarakat lokal menjadi kunci dalam melestarikan dan mempromosikan benteng sebagai destinasi wisata unggulan. Strategi ini sejalan dengan penelitian (Garjito, 2005), yang menunjukkan pentingnya pengembangan sarana berbasis analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Pandangan ini juga didukung oleh (Kotler & Keller, Marketing management, 2012), yang menekankan bahwa strategi berbasis kekuatan unik mampu memberikan daya saing yang berkelanjutan dalam sektor pariwisata.

**Tabel 3.** Cara Menghindari Ancaman dalam Peningkatan Promosi Benteng Keraton Buton sebagai Objek Pariwisata

Kode Informan	Hasil Wawancara	Hasil Pengamatan
1, 2	Peningkatan promosi melalui media sosial, media cetak, dan event budaya untuk menarik wisatawan.	Event budaya, seperti kunjungan tamu kehormatan, menjadi daya tarik wisata.
3, 4, 5, 6	Perencanaan pembangunan fasilitas ramah lingkungan untuk menonjolkan kawasan dibandingkan objek wisata lain.	Transportasi ramah lingkungan menjadi solusi unggulan.

**Sumber:** Hasil reduksi data, 2023

Selain itu, kegiatan promosi melalui media sosial dan media cetak diintensifkan. Berbagai event budaya di kawasan benteng, seperti kunjungan tamu kehormatan atau perayaan budaya, juga dioptimalkan untuk menarik minat wisatawan (Informan 1, 2). Penekanan pada kolaborasi antara pemerintah, pengelola, dan masyarakat lokal menjadi kunci dalam melestarikan dan mempromosikan benteng sebagai destinasi wisata unggulan. Strategi ini sejalan dengan penelitian (Garjito, 2005), yang menunjukkan pentingnya pengembangan sarana berbasis analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Pandangan ini juga didukung oleh (Kotler & Keller, Marketing management, 2012), yang menekankan bahwa strategi berbasis kekuatan unik mampu memberikan daya saing yang berkelanjutan dalam sektor pariwisata.

### Strategi WO (Weakness-Opportunities)

Strategi Weakness-Opportunities (WO) adalah pendekatan yang memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang dihadapi. Strategi ini sangat relevan dalam konteks promosi Benteng Keraton Buton sebagai objek pariwisata unggulan di Kota Baubau. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa upaya promosi ini memerlukan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat adat, pengelola Pokdarwis, serta pihak-pihak terkait lainnya.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa Benteng Keraton Buton memiliki berbagai peluang, termasuk adanya rencana dari pemerintah daerah, khususnya Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan, untuk meningkatkan promosi kawasan ini. Salah satu contohnya adalah penyelenggaraan kegiatan atau acara seperti Pekan Olahraga Provinsi (PORPROV) dan Pekan Olahraga Daerah (PORDA) yang meningkatkan kunjungan wisata ke Benteng Keraton Buton. Selain itu, kerja sama dengan agen perjalanan untuk menciptakan paket wisata yang menarik juga menjadi langkah strategis dalam memanfaatkan peluang tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, mereka menyampaikan

bahwa kerja sama dengan operator dan pengelola menjadi penting untuk menyelenggarakan lebih banyak acara budaya. Mereka juga menyoroti pentingnya membuat spot foto yang menarik untuk wisatawan. Namun, keterbatasan anggaran membuat pemerintah memprioritaskan perbaikan fasilitas utama seperti tangga dan lawa. Informan juga mencatat bahwa ada peluang besar melalui rencana pemerintah yang melibatkan koordinasi dengan pihak adat, masyarakat, dan dinas terkait untuk meningkatkan promosi Benteng Keraton Buton.

Dalam menghadapi berbagai kelemahan, seperti keterbatasan dana dan kurangnya pengawasan, pemerintah daerah, pengelola Pokdarwis, dan masyarakat setempat mengambil sejumlah langkah. Di antaranya adalah edukasi kepada masyarakat lokal untuk meningkatkan pengawasan bersama dan memanfaatkan media sosial, media cetak, serta media elektronik untuk promosi. Selain itu, kerja sama berbasis budaya dengan daerah lain juga dilakukan untuk memperluas jangkauan promosi.

**Tabel 4:** Pemanfaatan Peluang dalam Peningkatan Promosi Benteng Keraton Buton

Kode Informan	Pemanfaatan Peluang
1, 3, 5, 6	Kerja sama dengan operator dan pengelola untuk menyelenggarakan acara budaya, membuat spot foto, dan prioritas perbaikan tangga serta lawa.
2, 4	Kerja sama pemerintah dan agen untuk menciptakan paket wisata, serta regulasi retribusi masuk kawasan.

**Sumber:** Hasil reduksi data, 2023

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa salah satu kelemahan utama dalam pengelolaan Benteng Keraton Buton adalah kurangnya alokasi dana yang cukup. Informan mencatat bahwa meskipun status Benteng Keraton Buton sebagai cagar budaya nasional memberikan peluang untuk dilindungi, pelestarian dan pengembangannya masih memerlukan dukungan lebih besar dari pemerintah dan masyarakat. Langkah lain yang disarankan adalah melakukan wisata edukasi di sekolah-sekolah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya melestarikan kawasan ini.

**Tabel 5 :** Upaya Mengatasi Kelemahan dalam Promosi Benteng Keraton Buton

Kode Informan	Cara Mengatasi Kelemahan
1	Edukasi masyarakat untuk pengawasan, kerja sama antara pemerintah dan masyarakat dalam pelestarian.

3, 4, 5, 6 Wisata edukasi di sekolah, pemeliharaan fasilitas, kerja sama dengan pemerintah untuk mendukung kegiatan budaya.

2 Mengatasi kendala dana melalui optimalisasi media promosi dan pameran dalam serta luar daerah.

**Sumber:** Hasil Reduksi Data 2023

Kendala utama dalam promosi Benteng Keraton Buton adalah minimnya alokasi dana. Hal ini mengakibatkan rencana peningkatan promosi memerlukan waktu yang relatif lama untuk direalisasikan. Solusi yang diambil adalah memaksimalkan penggunaan media sosial dan pameran untuk promosi serta melibatkan pihak-pihak lokal dan nasional dalam kerja sama strategis.

Strategi WO untuk peningkatan promosi Benteng Keraton Buton menekankan pemanfaatan peluang yang ada dengan mengatasi kelemahan, seperti keterbatasan dana dan kurangnya pengawasan. Upaya ini memerlukan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pengelola, serta pemanfaatan teknologi dan media untuk mencapai tujuan promosi yang lebih optimal.

### **Strategi WT (Weakness-Threats)**

Strategi WT (Weakness-Threats) merupakan strategi yang berfokus pada kegiatan defensif dengan tujuan meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Dalam konteks

promosi Benteng Keraton Buton sebagai objek wisata budaya, strategi ini penting untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan daya tarik kawasan tersebut. Berikut adalah uraian yang disusun berdasarkan hasil wawancara, pengamatan, dan dokumen pendukung.

Kelemahan utama yang ditemukan dalam pengelolaan Benteng Keraton Buton adalah kurangnya ketersediaan anggaran pemerintah. Hal ini menyebabkan berbagai kendala, seperti:

- a. Keterbatasan untuk menyelenggarakan event kebudayaan.
- b. Kerusakan infrastruktur, seperti dinding benteng yang termakan usia, gazebo, dan lampu penerang jalan.
- c. Kurangnya pengawasan dan pemeliharaan kawasan.

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa informan menyebutkan pentingnya memperbaiki sarana dan prasarana sebagai prioritas untuk menarik pengunjung. Observasi menunjukkan adanya kerusakan signifikan pada dinding depan pintu masuk, gerbang menuju Baadia, gazebo, dan fasilitas penerangan yang dirusak oleh pihak tidak bertanggung jawab. Hal ini juga disebabkan oleh lemahnya pengawasan akibat keterbatasan dana.

**Tabel 6:** Cara Meminimalkan Kelemahan dalam Peningkatan Promosi Benteng Keraton Buton

Kode Informan	Hasil Wawancara	Hasil Pengamatan
1, 2	Keterbatasan anggaran menyebabkan event kebudayaan sulit diselenggarakan dan sarana prasarana rusak.	Dinding pintu masuk rusak, gazebo dan lampu penerang dirusak.
3, 4, 5, 6	Kerusakan dinding benteng, gazebo, dan lampu jalan belum diperbaiki karena kurangnya anggaran.	Kerusakan disebabkan usia dan minimnya pemeliharaan.

Sumber : Reduksi Data, 2023

Ancaman yang dihadapi dalam upaya promosi Benteng Keraton Buton meliputi persaingan dengan kawasan wisata lainnya serta kurangnya minat pengunjung akibat minimnya fasilitas yang memadai. Pemerintah dan pengelola perlu melakukan langkah-langkah strategis, seperti:

- a. Meningkatkan kegiatan promosi. Kegiatan promosi dilakukan melalui media sosial, media cetak, dan event kebudayaan.
- b. Memperbaiki sarana dan prasarana. Perencanaan pembangunan fasilitas, seperti penyediaan transportasi ramah lingkungan, menjadi solusi untuk menarik pengunjung

**Tabel 7:** Cara Menghindari Ancaman dalam Peningkatan Promosi Benteng Keraton Buton

Kode Informan	Hasil Wawancara	Hasil Pengamatan
1, 2	Promosi melalui media sosial, media cetak, dan kegiatan budaya untuk menarik pengunjung.	Pentingnya event kebudayaan untuk bersaing dengan kawasan lain.
3, 4, 5, 6	Perbaikan fasilitas seperti transportasi ramah lingkungan di kawasan Benteng.	Sarana transportasi dapat meningkatkan daya tarik pengunjung.

Sumber : Reduksi Data, 2023

Hasil wawancara dan observasi ini menunjukkan bahwa strategi WT dalam konteks promosi Benteng Keraton Buton memprioritaskan perbaikan fasilitas dan pemeliharaan kawasan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Langkah ini sejalan dengan pandangan Alfian (2023), yang menekankan pentingnya perbaikan fasilitas untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen di objek wisata (Alfiani, 2023).

Konsep strategi WT sejalan dengan pandangan David (2011), yang menyatakan bahwa strategi ini bertujuan untuk meminimalkan dampak kelemahan internal dan mengurangi ancaman eksternal melalui langkah-langkah defensif. Selain itu, Kotler dan Keller (2016) menekankan pentingnya promosi yang efektif dan pengelolaan fasilitas dalam meningkatkan daya tarik wisata. Berdasarkan analisis kelemahan dan ancaman yang dihadapi Benteng Keraton Buton,

sejumlah rekomendasi strategi dapat diterapkan, antara lain mengalokasikan anggaran yang memadai untuk pemeliharaan rutin dan perbaikan sarana prasarana, menyediakan fasilitas tambahan seperti transportasi ramah lingkungan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, serta meningkatkan pengawasan kawasan guna mencegah kerusakan fasilitas. Selain itu, pemanfaatan media sosial secara optimal, termasuk melalui konten video, menjadi langkah penting dalam mendukung promosi yang efektif.

## KESIMPULAN

Benteng Keraton Buton memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata budaya yang menawarkan nilai sejarah, keunikan budaya, dan keindahan alam. Sebagai benteng terluas di dunia dengan pengakuan internasional, kawasan ini dapat menjadi ikon pariwisata unggulan Kota Baubau dan Sulawesi Tenggara. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan anggaran, kurangnya fasilitas memadai, serta minimnya promosi yang sistematis. Dengan strategi promosi berbasis analisis SWOT, potensi Benteng Keraton Buton dapat dimaksimalkan melalui langkah-langkah kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Strategi yang diusulkan meliputi penyelenggaraan event budaya, pengoptimalan media digital, serta

peningkatan infrastruktur dan fasilitas ramah lingkungan. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan dan pelestarian benteng menjadi elemen penting untuk keberlanjutan kawasan ini. Dengan implementasi strategi yang terintegrasi, Benteng Keraton Buton berpotensi menjadi destinasi wisata budaya yang mendunia sekaligus memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal dan pelestarian budaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfiani, A. (2023). Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing pada Objek Wisata Air Terjun Pengantin Dusun Besek Desa Hargomulyo Kabupaten Ngawi. *Doctoral dissertation*. IAIN Ponorogo.
- BPS. (2023). *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi, 2023*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/VUZwV01tSlpPVlpsWIRKbmMxcFhhSGhEVjFoUFFUMDkjMw==/luas-daerah-dan-jumlah-pulau-menurut-provinsi--2023.html?year=2023>.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management 21.1*.
- Bungin. (2010). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Garjito, G. (2005). Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gunung Kidul. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hall, D. R., & Richards, G. (2000). *Tourism and Sustainable Community Development*. UK: Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing management*.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munafi, L. O., & Saafi, L. O. (2021). *Mengenal Kawasan Cagar Budaya Benteng Wolio: Benteng Keraton Kesultanan Buton*. Kendari: UHO Press.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. UK: Haworth Press.
- Siagian, S. (2023). *Manajemen sumber daya manusia*. Demak: Yayasan Drestanta Pelita Indonesia.
- Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies*. UK: Routledge.
- Sugiyono, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Pearson Education.
- Zahari, A. (1977). *Sejarah dan Adat Fiy Darul Butuni*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan R.I Direktorat Jenderal Kebudayaan.