



Strategi Pengembangan Objek Wisata Pulau Matahora Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi

Submisi Artikel :

10 Juni 2024

Diterima :

30 Juli 2024

Publikasi :

30 September 2024

Edisi Jurnal :

Volume 1, Nomor 2

Bulan/Tahun Edisi :

April – September 2024

Kata kunci : Strategi Pengembangan, SWOT, Wisata.

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 :

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

Email:

jurnalbarataind@gmail.com |

¹Reliyani, ²Abdul Majid, ³Jasir B.

^{1,2,3}Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Program Studi Administrasi Negara

¹reliindra4@gmail.com

ABSTRAK

Pulau Matahora di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan, Kabupaten Wakatobi, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan. Namun, pengelolaannya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti minimnya infrastruktur, keterbatasan promosi, dan kurangnya keterlibatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Pulau Matahora dengan pendekatan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pulau Matahora memiliki keindahan alam yang masih alami sebagai kekuatan utama, tetapi pengelolaannya belum optimal. Peluang pengembangan dapat dilakukan melalui peningkatan fasilitas wisata, pemanfaatan promosi digital, serta pengembangan konsep ekowisata berbasis komunitas. Di sisi lain, tantangan seperti keterbatasan akses dan persaingan dengan destinasi wisata lain perlu diatasi dengan strategi yang berkelanjutan dan kolaboratif. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta untuk meningkatkan daya tarik wisata serta memastikan manfaat ekonomi bagi penduduk lokal. Dengan penerapan strategi yang tepat, Pulau Matahora berpotensi menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi dan sosial suatu daerah. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 mendefinisikan pariwisata sebagai berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan dari masyarakat, pengusaha, serta pemerintah (Sunaryo, 2013). Kepariwisataan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang mencerminkan kebutuhan individu dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar tetapi belum terkelola secara optimal adalah Pulau Matahora di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan, Kabupaten Wakatobi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang tepat dalam pengembangan Pulau Matahora sebagai destinasi wisata unggulan.

Namun, terdapat beberapa kendala dalam pengelolaan Pulau Matahora, seperti minimnya sarana dan prasarana, termasuk jembatan kayu yang sudah rusak dan tidak tersedianya *gazebo* untuk tempat istirahat. Selain itu, strategi pengelolaan yang belum maksimal menyebabkan destinasi ini belum mampu menarik wisatawan secara optimal. Dalam konteks ini, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan Pulau Matahora agar lebih menarik bagi wisatawan dan meningkatkan daya saingnya dibanding destinasi lain.

Strategi menjadi aspek penting dalam pengembangan pariwisata. Secara umum,

strategi dapat diartikan sebagai perencanaan jangka panjang untuk mencapai tujuan tertentu (David, 2004). Mintzberg et al. (2003) mengidentifikasi strategi dalam beberapa kategori, seperti strategi sebagai rencana, pola, posisi, perspektif, dan taktik. Dalam pengelolaan wisata, strategi harus memperhitungkan elemen-elemen ini agar dapat memberikan dampak positif secara berkelanjutan.

Dalam konteks pengelolaan pariwisata, terdapat beberapa pendekatan strategi yang dapat diterapkan. Salah satunya adalah *integrasi ke depan* untuk meningkatkan kendali terhadap distribusi wisata, *penetrasi pasar* guna memperluas promosi, serta *pengembangan produk* untuk meningkatkan kualitas layanan wisata (Guswan, 2015). Strategi ini penting untuk membangun daya saing yang kuat, terutama bagi destinasi yang belum memiliki sistem pengelolaan yang optimal seperti Pulau Matahora.

Pulau Matahora termasuk dalam kategori wisata alam yang memiliki keindahan pantai yang khas. Namun, menurut Mappi (2001), pengembangan wisata tidak hanya bergantung pada potensi alam, tetapi juga pada bagaimana suatu destinasi dikelola. Oleh karena itu, keberadaan infrastruktur yang memadai, fasilitas pendukung, serta strategi pemasaran yang efektif menjadi aspek yang harus diperhatikan dalam pengembangan destinasi wisata.

Pemerintah memiliki peran strategis dalam mendorong perkembangan sektor pariwisata.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengelolaan wisata harus memperhatikan prinsip keberlanjutan dan partisipasi masyarakat (Islamy, 2018). Artinya, kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta menjadi faktor utama dalam memastikan wisata dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

Selain itu, pentingnya strategi berbasis komunitas menjadi sorotan dalam pengembangan Pulau Matahora. Menurut Yoeti (2016), pengembangan wisata harus memperhatikan aspek wisatawan, transportasi, fasilitas pelayanan, serta strategi promosi agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan wisata tidak hanya terkait dengan atraksi wisata itu sendiri, tetapi juga bagaimana wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan mendapatkan pengalaman yang berkesan.

Pendekatan berbasis komunitas juga dapat memperkuat identitas lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Ketika masyarakat dilibatkan dalam proses pengelolaan wisata, mereka memiliki rasa kepemilikan yang lebih tinggi, sehingga keberlanjutan pengelolaan destinasi wisata menjadi lebih terjamin. Oleh karena itu, strategi pengembangan Pulau Matahora perlu mengedepankan peran serta masyarakat lokal agar manfaat ekonomi dan sosial dapat dirasakan secara merata.

Dalam menyusun strategi yang tepat,

analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) menjadi salah satu alat yang efektif. Menurut Rangkuti (2008), kekuatan (*strengths*) Pulau Matahora terletak pada keindahan alamnya, sedangkan kelemahannya (*weaknesses*) adalah minimnya infrastruktur dan fasilitas pendukung. Sementara itu, peluang (*opportunities*) datang dari meningkatnya tren wisata alam, dan ancaman (*threats*) berasal dari persaingan dengan destinasi wisata lainnya.

Analisis *SWOT* dapat membantu dalam menyusun strategi yang lebih efektif dan terarah. Dengan memahami keunggulan dan tantangan yang dihadapi, pengelola wisata dapat merancang langkah-langkah strategis yang mampu meningkatkan daya saing Pulau Matahora di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, strategi yang berbasis pada analisis situasi dapat memberikan solusi yang lebih adaptif terhadap perubahan kondisi pasar wisata.

Dengan strategi yang tepat, Pulau Matahora berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan yang mampu menarik lebih banyak wisatawan. Namun, hal ini memerlukan perencanaan yang matang dan sinergi antara berbagai pihak. Pemerintah daerah, masyarakat, dan pelaku industri pariwisata harus bekerja sama dalam memastikan bahwa pengelolaan Pulau Matahora dilakukan dengan pendekatan yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan wisata berbasis keberlanjutan. Dengan adanya regulasi

yang jelas, setiap pihak yang terlibat dalam pengelolaan wisata dapat memiliki pedoman dalam menjalankan perannya. Dengan demikian, pengelolaan Pulau Matahora tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga memberikan dampak positif dalam jangka panjang bagi ekonomi dan lingkungan sekitarnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *descriptive qualitative*, yaitu metode yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap makna, kenyataan, dan fakta yang relevan tanpa menggunakan data kuantitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012), metode kualitatif berlandaskan filsafat *post-positivism* dan digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup wawancara, observasi, serta dokumentasi, dengan analisis data bersifat induktif yang lebih menitikberatkan makna dibandingkan generalisasi (Sugiyono, 2012).

Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan objek wisata Pulau Matahora sebagai destinasi wisata di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan, Kabupaten Wakatobi. Dalam mengoperasionalkan konsep tersebut, penelitian ini mengadopsi pendekatan *SWOT analysis*, yang mencakup aspek *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Kekuatan Pulau Matahora meliputi keindahan

alamnya seperti pasir putih yang luas serta kejernihan air laut yang menarik wisatawan. Namun, terdapat kelemahan seperti minimnya perhatian masyarakat terhadap kebersihan dan kenyamanan kawasan wisata. Sementara itu, peluang yang ada mencakup potensi pengembangan fasilitas wisata berbasis ekowisata, meskipun ancaman utama berasal dari persaingan dengan destinasi wisata lain di Kabupaten Wakatobi (Rangkuti, 2008).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari wawancara dengan informan yang telah dipilih secara *purposive sampling*, yakni Pemerintah Desa Matahora, wisatawan, serta dua warga setempat. Adapun data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi dan sumber lain yang relevan. Teknik analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif, di mana data yang diperoleh dianalisis secara sistematis guna menggambarkan strategi pengembangan objek wisata Pulau Matahora berdasarkan realitas yang ada di lapangan (Moleong, 2010). Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai potensi dan tantangan dalam pengembangan wisata di Pulau Matahora.

PEMBAHASAN

Wisata Desa Matahora

Pulau Matahora merupakan salah satu destinasi wisata unggulan yang menarik perhatian wisatawan karena keindahan alamnya.

Pulau ini memiliki pantai berpasir putih dengan panjang sekitar 150 meter yang menjadi daya tarik utama. Berlokasi sekitar 20 kilometer dari pusat Kota Pulau Wangi-Wangi, Pulau Matahora berada di kawasan yang strategis, tepat di ujung landasan Bandara Matahora, Dusun Sousu, Desa Matahora. Keberadaannya semakin menarik dengan dukungan destinasi wisata lain di sekitarnya, seperti Pantai Sousu yang berjarak sekitar satu kilometer, *Resort Kolo* sekitar 1,5 kilometer, dan *Naya Resort* yang hanya berjarak 300 meter. Dengan kondisi geografis yang menghadap langsung ke laut Banda, Pulau Matahora menjadi tempat yang ramai dikunjungi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam dan suasana yang menenangkan.

Keindahan Pulau Matahora semakin diperkuat oleh elemen alami yang ada di sekitarnya. Deretan pohon kelapa yang melambai, tebing karang yang kokoh, serta pasir putih yang halus memberikan kesan eksotis yang khas. Selain itu, kawasan ini juga dikenal memiliki keanekaragaman biota laut yang unik dan beragam, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang gemar menyelam atau menikmati kehidupan bawah laut. Kekayaan alam tersebut memberikan nilai tambah bagi Pulau Matahora sebagai destinasi wisata yang memiliki keunikan tersendiri .

Penduduk Desa Matahora mayoritas berasal dari suku Wanci, Buton, dan Bajo, serta memeluk agama Islam. Desa ini terbagi menjadi tiga dusun, yaitu Dusun Sousu, Dusun Bontu, dan Dusun Melai One. Mata

pencaharian utama penduduk setempat adalah sebagai nelayan dan petani, meskipun sebagian juga merantau ke daerah lain. Pemerintah desa telah menetapkan berbagai kebijakan untuk melindungi kawasan pesisir, hutan, serta mendukung pemasaran hasil bumi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat . Dengan adanya kebijakan ini, kelestarian lingkungan di sekitar Pulau Matahora tetap terjaga sehingga potensi wisata dan sumber daya alamnya dapat terus dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Secara geografis, Desa Matahora merupakan bagian dari Kecamatan Wangi-Wangi, Kabupaten Wakatobi. Desa ini memiliki luas daratan sekitar tiga kilometer persegi dan merupakan bagian dari wilayah laut yang lebih luas di Kabupaten Wakatobi. Wilayahnya berbatasan dengan Desa Liya Togo di sebelah timur, Desa Komala dan Desa Wungka di sebelah selatan, Desa Longa di sebelah barat, serta Selat Banda di sebelah utara. Permukaan tanahnya cenderung datar, berpasir, dan memiliki beberapa area berjurang. Kedekatan dengan Bandara Matahora menjadikan sektor transportasi darat sebagai aspek yang perlu terus dikembangkan .

Selain sebagai destinasi wisata, Desa Matahora juga memiliki sumber daya alam berupa mata air yang melimpah. Mata air ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kebutuhan rumah tangga, sumber air minum, serta berpotensi dikembangkan sebagai objek wisata dan sumber energi air. Dengan populasi sekitar 1.321 jiwa pada tahun 2023, mayoritas

penduduknya bekerja sebagai nelayan (50%), petani (25%), peternak (10%), pedagang (10%), serta pegawai negeri sipil (5%). Dengan segala potensi yang dimiliki, Pulau Matahora tidak hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga memiliki nilai ekonomi dan sosial yang penting bagi masyarakat setempat

Analisis SWOT Pengembangan Objek Wisata Pulau Matohara

Sebelum mengetahui Strategi pengembangan wiata Pulau Matahora, maka langkah yang pertama dapat dilakukan adalah mengemukakan pemerintah daerah memiliki peran untuk mengembangkan potensi pariwisata daerahnya. (Pitana dan Gayatri 2011) berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara maka diperoleh informasi tentang Strategi Pengembangan pariwisata Pulau Matahora. Berikut penjelasanya.

Tabel 1. *Konsep Dasar Analisis SWOT*

Internal Eksternal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
Opportunities	Strategi SO : Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang yang ada	Strategi WO : Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang (O) untuk mengatasi kelemahan (W) yang ada
	Strategi ST: Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari ancaman	Strategi SO : Mengembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T)

Analisis Kekuatan (Streangths)

Pulau Matahora memiliki potensi wisata alam yang masih terjaga keasriannya, dengan pantai berpasir putih, pepohonan rindang, serta keindahan karang yang terlihat dari atas tebing. Namun, pengelolaannya belum optimal karena belum ada pihak yang secara resmi bertanggung jawab, sementara sengketa kepemilikan lahan menyebabkan beberapa fasilitas wisata yang pernah dibangun menjadi terbengkalai. Meski demikian, kealamian pulau ini tetap menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari suasana tenang dan pengalaman wisata yang autentik.

Dari segi keterampilan pengelolaan wisata, masyarakat setempat maupun pemerintah desa belum memberikan sentuhan yang maksimal. Hal ini membuat Pulau Matahora masih menawarkan pengalaman wisata yang benar-benar alami tanpa banyak intervensi buatan. Meskipun belum ada upaya nyata dalam pengelolaan dan pengembangan fasilitas, kondisi ini justru menjadi daya tarik bagi wisatawan yang menginginkan suasana alami dan belum tersentuh komersialisasi.

Minat wisatawan terhadap Pulau Matahora cukup tinggi, tetapi aksesibilitas dan fasilitas pendukung seperti transportasi dan kantin masih terbatas. Kendala ini membuat potensi wisata belum sepenuhnya dimanfaatkan. Jika infrastruktur dan pengelolaan dapat ditingkatkan, Pulau Matahora memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata unggulan yang tetap mempertahankan keasrian alamnya.

Tabel 2. Hasil Wawancara Faktor Kekuatan

Faktor	Hasil Wawancara	Hasil Observasi
<p>Faktor SDM</p>	<p>Untuk SDM khusus pulau Matahoro belum ada pengelola secara langsung hal ini dikarenakan pulau matahoro belum diketahui pemiliknya secara langsung tetapi isu yang kami dengar bahwa pepohonan yang ada di pulau matahoro sudah dijual secara pribadi, karena ada masyarakat yang mengklaim bahwa itu hak miliknya.</p>	<p>Sumber daya dalam pengembangan Pulau Matahoro belum maksimal hal ini dikarenakan belum adanya pengelola langsung dari pemerintah setempat maupun Pemerintah Daerah kabupaten Wakatobi</p>
	<p>Untuk sumber daya pulau matahoro dari segi finansial sempit di kelola pemilik pulau, namun ada beberapa oknum yang mengklaim bahwa itu hak milik mereka secara pribadi sehingga pengembangan pulau matahoro pengadaan fasilitas yang sempit dibangun, seperti vila, gazebo, toilet/ruang ganti, serta jembatan penghubung dengan naya resort, menjadi terbengkalai.</p>	
	<p>Untuk pengembangan sumber daya pulau matahoro, hanyalah potensi Sumber Daya Alam (SDA) yang terlihat secara kasat mata di pulau matahoro.</p>	
	<p>untuk pengembangan sumber daya di Pulau Matahoro belum adanya sentuhan langsung dari pemerintah desa dan untuk sekarang masih mengandalkan keindahan sumber daya alamnya yang begitu alamiah.</p>	
<p>Pengembangan Keterampilan</p>	<p>Untuk keterampilan dalam pengembangan pulau Matahoro masih sangat alamiah seperti tempat istirahat wisatawan masih menggunakan keteduhan pepohonan yang ada di pulau matahoro dan spot foto yang masih sangat alamiah seperti pasir putih yang menjadi pemandangan, keindahan karang yang terlihat langsung dari atas tebing.</p>	<p>Belum adanya sentuhan keterampilan dalam pengembangan objek Wisata Pulau Matahoro secara langsung dari pihak pemerintah Desa maupun masyarakat desa Matahoro.</p>
	<p>Belum adanya sentuhan keterampilan pengembangan pulau matahoro yang di perhatikan oleh pemerintah maupun masyarakat setempat.</p>	
	<p>Untuk keterampilan pulau Matahoro masih alami.</p>	
	<p>Belum adanya keterampilan di pulau matahoro.</p>	
<p>Minat Pasar</p>	<p>Untuk keinginan pasar yang ingin di layani (Wisatawan) dalam pengembangan Pulau Matahoro belum adanya kantin yang menyediakan berbagai jenis jualan</p>	<p>Belum terpenuhinya keinginan pasar yang ingin dilayani secara maksimal, seperti faktor penunjang untuk mengakses ke Pulau Matahoro.</p>
	<p>Belum tersedianya transportasi khusus untuk para wisatawan yang ingin berwisata ke Pulau Matahoro.</p>	
	<p>Untuk keinginan wisatawan seperti transportasi untuk berwisata ke Pulau Matahoro Belum terpenuhi langsung.</p>	
	<p>Masih kurangnya Transportasi ke Pulau Matahoro</p>	

Analisis Kelemahan (Weakness)

Kelemahan (Weaknesses) dalam pengembangan Objek Wisata Pulau Matahara, keterbatasan atau kekurangan yang berarti mengurangi kinerja sebuah perusahaan. Sumber dari kelemahan ini berupa kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran. Adapun pertanyaan untuk mengetahui Strategi pengembangan objek wisata Pulau Matahara yaitu “Bagaimanah kemampuan manajemen dalam pengembangan objek wisata Pulau Matahara di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi.

Tabel 3. Hasil Wawancara Faktor Kelemahan

Kode Informan	Faktor	Hasil Wawancara
1,2,3,4	Kemampuan Manajemen	Belum ada pengelolaan yang jelas karena klaim kepemilikan pulau yang belum terselesaikan.
		Pemerintah setempat belum dapat melakukan pengembangan wisata secara maksimal.
		Pengelolaan masih alami, belum ada tambahan fasilitas wisata seperti spot foto buatan.
1,2,3,4	Keterampilan Pemasaran	Pemasaran masih sangat terbatas, hanya mengandalkan unggahan wisatawan di media sosial.
		Pemerintah desa belum melakukan pemasaran formal menggunakan teknologi atau brosur.
		Tidak ada strategi promosi yang sistematis untuk menarik wisatawan ke Pulau Matahara.

Pulau Matahara masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaannya, terutama terkait dengan aspek manajemen. Belum adanya kepastian kepemilikan lahan

menyebabkan ketidakjelasan dalam pengelolaan, sehingga pemerintah setempat belum dapat mengembangkan potensi wisata secara maksimal. Saat ini, pengelolaan wisata masih bersifat alami tanpa tambahan fasilitas pendukung seperti spot foto buatan atau infrastruktur wisata lainnya. Akibatnya, potensi wisata yang dimiliki pulau ini belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Selain kendala manajemen, keterampilan pemasaran juga menjadi kelemahan dalam pengembangan wisata Pulau Matahara. Upaya promosi masih sangat terbatas dan hanya bergantung pada unggahan wisatawan di media sosial, tanpa adanya strategi pemasaran formal dari pemerintah desa. Belum ada pemanfaatan teknologi atau media promosi seperti brosur untuk menarik lebih banyak pengunjung. Kurangnya strategi promosi yang sistematis membuat daya tarik Pulau Matahara belum dikenal luas, sehingga jumlah wisatawan yang datang masih terbatas.

Analisis Peluang (Opportunities)

Pulau Matahara memiliki potensi wisata yang besar, namun pengembangannya masih menghadapi berbagai tantangan. Saat ini, wisatawan masih mengandalkan keindahan alam seperti pasir putih dan pepohonan teduh karena fasilitas pendukung seperti gazebo dan spot foto belum tersedia. Selain itu, pemanfaatan pasar dalam pengembangan objek wisata belum maksimal, padahal jika dikelola dengan baik, sektor ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Dengan daya tarik alam

yang masih terjaga, Pulau Matahora memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang lebih menarik dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal.

Di sisi lain, penggunaan teknologi dalam promosi wisata masih belum optimal. Pemerintah desa dan masyarakat setempat belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai sarana promosi, meskipun wisatawan umumnya mengenal Pulau Matahora melalui platform seperti Instagram dan Facebook. Keterbatasan akses informasi akibat status pulau yang masih bersifat private juga menjadi kendala dalam menarik lebih banyak pengunjung. Jika strategi promosi berbasis digital diterapkan dengan baik, peluang untuk meningkatkan popularitas Pulau Matahora sebagai destinasi wisata unggulan akan semakin terbuka.

Tabel 4. Hasil Wawancara Faktor Peluang

Kode Informan	Kategori	Hasil Wawancara
1,2,3,4	Faktor Segmen Pasar	- Wisatawan masih menggunakan fasilitas alami seperti pasir putih dan pepohonan teduh.
		- Kegunaan pasar dalam pengembangan objek wisata belum maksimal.
		- Jika dikelola dengan baik, bisa meningkatkan pendapatan masyarakat.
1,2,3,4	Faktor Penggunaan Teknologi	- Perubahan teknologi sangat berpotensi meningkatkan popularitas wisata, tetapi belum dimanfaatkan secara maksimal.
		- Pemerintah desa belum melakukan promosi berbasis teknologi.

		- Wisatawan mengenalkan Pulau Matahora lewat media sosial seperti Instagram dan Facebook.
--	--	---

Analisis Ancaman (Threats)

Pulau Matahora memiliki potensi wisata yang besar, tetapi menghadapi beberapa ancaman yang menghambat perkembangannya. Keterbatasan infrastruktur menjadi salah satu kendala utama, di mana fasilitas wisata seperti gazebo dan spot foto belum tersedia, sehingga wisatawan hanya mengandalkan keindahan alam tanpa dukungan sarana yang memadai. Selain itu, promosi wisata masih minim karena pemerintah desa belum memanfaatkan teknologi dan media sosial secara optimal, sehingga Pulau Matahora kurang dikenal luas.

Selain infrastruktur dan promosi, aksesibilitas yang terbatas juga menjadi hambatan, karena status pulau yang masih private membuat informasi tentang akses wisata sulit diperoleh. Kurangnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata semakin memperparah kondisi ini, mengingat tidak ada inisiatif lokal yang mendukung keberlanjutan pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan infrastruktur, peningkatan promosi digital, serta partisipasi aktif masyarakat agar Pulau Matahora dapat berkembang sebagai destinasi wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan.

Tabel 5. Hasil Wawancara Faktor Ancaman

Kode Informan	Faktor	Hasil Wawancara	Hasil Observasi
1,2,3,4	Keterbatasan Infrastruktur	- Fasilitas wisata belum memadai, seperti kurangnya gazebo dan spot foto.	- Tidak tersedia fasilitas pendukung bagi wisatawan.
1,2,3,4	Kurangnya Promosi	- Pemerintah desa belum melakukan promosi berbasis teknologi.	- Media sosial belum dimanfaatkan secara optimal untuk promosi.
1,2,3,4	Aksesibilitas Terbatas	- Pulau Matahora masih bersifat private, sehingga akses informasi terbatas.	- Wisatawan kesulitan mendapatkan informasi mengenai akses ke Pulau Matahora.
1,2,3,4	Kurangnya Keterlibatan Masyarakat	- Masyarakat belum secara aktif berpartisipasi dalam pengelolaan wisata.	- Tidak ada kegiatan masyarakat yang mendukung pengelolaan pariwisata.

Strategi Pengembangan Objek Wisata Pulau Matahora

Berikut adalah strategi pengembangan wisata Pulau Matahora menggunakan pendekatan SWOT.

1. Strategi SO (Memaksimalkan Kekuatan untuk Meraih Peluang)

Pulau Matahora memiliki keindahan alam yang luar biasa—pasir putih yang lembut, tebing-tebing eksotis, dan air laut yang jernih. Potensi ini bisa dimaksimalkan dengan tren wisata bahari yang semakin digemari, baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Untuk itu, langkah pertama adalah memperkuat promosi digital, terutama melalui media sosial dan kerja sama dengan influencer atau agen perjalanan yang dapat memperkenalkan Pulau Matahora ke khalayak yang lebih luas.

Selain itu, pengembangan infrastruktur perlu mendapat perhatian serius. Akses yang lebih baik, seperti jalur transportasi yang nyaman dan fasilitas wisata yang memadai, bisa menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan. Tidak hanya itu, konsep wisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal bisa diterapkan untuk menjaga keasrian alam sekaligus memberdayakan masyarakat setempat. Dengan strategi ini, Pulau Matahora tidak hanya menjadi destinasi wisata yang menarik, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk sekitar.

2. Strategi WO (Memanfaatkan Peluang untuk Mengatasi Kelemahan)

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan wisata Pulau Matahora adalah kurangnya infrastruktur dan fasilitas wisata yang masih terbatas. Hal ini bisa diatasi dengan memanfaatkan peluang meningkatnya minat wisatawan terhadap destinasi alam yang masih alami dan belum terlalu ramai. Dengan menggandeng investor atau bekerja sama dengan pemerintah daerah, pengelolaan kawasan wisata dapat ditingkatkan tanpa harus mengorbankan keindahan dan keasriannya.

Selain itu, keterlibatan masyarakat setempat perlu diperkuat. Pelatihan bagi warga dalam bidang hospitality, pemandu wisata, serta pengelolaan usaha berbasis pariwisata bisa menjadi solusi untuk meningkatkan kualitas layanan wisata. Dengan begitu, masyarakat tidak hanya menjadi penonton dalam perkembangan pariwisata, tetapi juga mendapatkan manfaat langsung melalui lapangan kerja dan peluang usaha yang terbuka lebih luas.

3. Strategi ST (Menggunakan Kekuatan untuk Menghadapi Ancaman)

Keindahan Pulau Matahora memang luar biasa, tetapi tantangannya juga tidak sedikit. Ancaman seperti eksploitasi alam yang tidak terkendali, persaingan dengan destinasi wisata lain di Wakatobi, serta dampak perubahan iklim bisa menghambat perkembangan wisata di kawasan ini. Salah satu cara untuk menghadapi

tantangan ini adalah dengan menerapkan konsep ekowisata, di mana wisatawan tidak hanya datang untuk menikmati keindahan alam, tetapi juga ikut serta dalam menjaga dan melestarikannya.

Selain itu, perlu ada diferensiasi agar Pulau Matahora memiliki ciri khas yang membedakannya dari destinasi lain. Misalnya, mengembangkan paket wisata berbasis pengalaman, seperti snorkeling di terumbu karang yang masih alami, tur edukasi tentang keanekaragaman hayati laut, atau wisata budaya dengan masyarakat lokal. Dengan cara ini, Pulau Matahora bisa tetap menarik bagi wisatawan, meskipun persaingan dengan destinasi lain semakin ketat.

4. Strategi WT (Mengurangi Kelemahan dan Menghindari Ancaman)

Jika tidak segera dikelola dengan baik, kelemahan seperti keterbatasan fasilitas, kurangnya promosi, dan minimnya keterlibatan masyarakat bisa menjadi ancaman serius bagi pengembangan Pulau Matahora. Oleh karena itu, langkah awal yang harus diambil adalah memperbaiki infrastruktur dasar dan meningkatkan koordinasi antara pemerintah, pelaku wisata, dan masyarakat setempat. Pengelolaan wisata yang lebih profesional perlu diterapkan agar Pulau Matahora bisa berkembang secara berkelanjutan.

Selain itu, kesadaran masyarakat dan wisatawan tentang pentingnya menjaga

kelestarian alam perlu ditingkatkan. Kampanye edukasi tentang ekowisata dan program konservasi lingkungan bisa menjadi solusi untuk memastikan bahwa Pulau Matahora tetap terjaga keindahannya di masa depan. Dengan strategi yang tepat, kawasan ini tidak hanya bisa berkembang menjadi destinasi wisata unggulan, tetapi juga menjadi contoh bagaimana pariwisata bisa berjalan seiring dengan pelestarian lingkungan.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Pulau Matahora memiliki keindahan alam yang luar biasa, dengan pantai berpasir putih dan ekosistem laut masih alami. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan infrastruktur, akses sulit, serta kurangnya promosi efektif. Untuk mengembangkan Pulau Matahora sebagai destinasi wisata unggulan, beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi peningkatan fasilitas dasar, pemanfaatan promosi digital yang lebih luas, serta pelibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata. Dengan demikian, manfaat ekonomi dari sektor pariwisata dapat dirasakan lebih merata oleh penduduk setempat. Selain itu, Pulau Matahora juga menghadapi tantangan berupa persaingan dengan destinasi wisata lain serta risiko degradasi lingkungan. Oleh karena itu, pendekatan ekowisata berkelanjutan menjadi solusi yang tepat untuk menyeimbangkan perkembangan pariwisata dengan pelestarian alam. Dengan adanya kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta, Pulau Matahora berpotensi berkembang menjadi tujuan wisata yang tidak hanya menarik tetapi juga berdampak positif bagi ekonomi dan lingkungan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT. Gramedia.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2009). *Manajemen. Edisi Kedelapan*. PT Macanan Jaya Cemerlang
- Rusdia, U., & Dewi, R. (2020). Strategi Pembinaan dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal JISIPOL* 4(2).
- Sedarmayani. (2014). *Manajemen Strategi*. PT Refika Aditama.
- Siagian, S. P. (2003). *Manajemen Strategik*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi Offset.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. FISIP Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Umar, H. (2013). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. PT Rajagrafindo Persada.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*. Balai Pustaka.