

STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR KEPARIWISATAAN DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Superda A.Masyono
Bambang Suhada

ABSTRACT

Pengembangan objek wisata hendaknya dilakukan dengan lebih fokus melalui penataan dan pengembangan berbagai objek pariwisata secara gradual dan sistematis dengan melengkapi segala fasilitas pendukungnya. Tantangan ini tidak mudah dan karena itu diperlukan upaya maksimal dari Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Timur serta berbagai pihak terutama instansi/lembaga dan dunia usaha yang secara langsung maupun tidak langsung menunjang pembangunan kepariwisataan, untuk saling bersinergi. Tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui dan menetapkan objek pariwisata yang perlu mendapatkan skala prioritas sebagai wisata unggulan yang akan dikembangkan serta mendapatkan rumusan strategi dalam rangka pengembangan objek wisata di Kabupaten Lampung Timur. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, dengan sampel penelitian sebanyak 12 Orang yang dianggap pakar dalam bidang kepariwisataan di Lampung Timur. Teknis analisis data yang digunakan menggunakan metode Analisis *Weighted Product* sedangkan untuk memperoleh strategi pengembangan kepariwisataan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa objek wisata unggulan di Kabupaten Lampung Timur adalah Objek Wisata Taman Nasional Way Kambas ranking 1, Objek Wisata Balai Benih Induk Holtikultural ranking 2 dan Taman Purbakala Pugung Raharjo ranking 3. Strategi Pengembangan Objek wisata Unggulan Kabupaten Lampung Timur adalah sebagai berikut: (i). Melakukan Kerjasama dengan pihak Ke tiga (swasta) atau pihak keswadayaan masyarakat, (ii). meningkatkan dan mempertahankan aksesibilitas eksternal kawasan agar tingkat pencapaian objek daya tarik wisata mudah dijangkau oleh wisatawan, (iii). meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM agar pengelolaan objek daya tarik wisata lebih optimal, (iv). pengembangan fasilitas penunjang mengingat proporsi penggunaan lahan non terbangun masih besar, hal tersebut diatur oleh kebijakan pengembangan, dan pengembangan pemasaran investasi dan pemasaran wisata.

Kata Kunci : *Weighted Product*, Pengembangan, Wisata Unggulan

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kabupaten Lampung Timur merupakan bagian dari Provinsi Lampung yang termasuk dalam tujuan wisata C, dalam strategi pengembangan wisata nasional bersama-sama dengan DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Yogyakarta. Kabupaten Lampung Timur memiliki potensi objek dan daya tarik wisata yang cukup beragam antara wisata alam, wisata bahari, wisata budaya, agro dan wisata tirta. Beberapa objek wisata yang terdapat di Kabupaten Lampung Timur, antara lain Dam Swadaya, Dam Negara Natin, Balai Benih Induk Holtikultura, Taman Nasional Way Kambas (TNWK), Pesanggrahan Way Curup, Taman Purbakala Pugung Raharjo, Pantai Kerang Mas, Desa Tradisional Wana, Danau Beringin Indah, Museum Budaya. Kunjungan wisata ke Kabupaten Lampung Timur

mencapai 56.943 wisata selama lima tahun terakhir, terdiri dari 45.108 wisatawan nusantara dan 11.835 wisatawan mancanegara dan telah memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah sekitar 19,9 % (BPS , 2013).

Pengembangan objek wisata hendaknya dilakukan dengan lebih fokus melalui penataan dan pengembangan berbagai objek pariwisata secara gradual dan sistematis dengan melengkapi segala fasilitas pendukungnya. Tantangan ini tidak mudah dan karena itu diperlukan upaya maksimal dari Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Timur serta berbagai pihak terutama instansi/lembaga dan dunia usaha yang secara langsung maupun tidak langsung menunjang pembangunan kepariwisataan, untuk saling bersinergi. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Lampung Timur dapat berjalan secara efisien dan efektif. Untuk itu diperlukan penelitian tentang penentuan skala prioritas pengembangan objek wisata serta strategi pengembangan sektor pariwisata di kabupaten Lampung Timur.

1.2. Perumusan Masalah

Harus diakui bahwa fasilitas penunjang dan daya tarik berbagai objek wisata di Kabupaten Lampung Timur belum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Kondisi infrastruktur di Kabupaten Lampung Timur belum seluruhnya dalam kondisi baik, khususnya aksesibilitas menuju ke berbagai objek wisata yang ada yang sebagian besar dalam kondisi cukup memprihatinkan. Selain itu, terbatasnya sarana transportasi baik kualitas maupun kuantitas dapat menghambat mobilitas wisatawan menuju objek wisata serta masih kurangnya informasi tentang konstelasi objek wisata yang ada.

Pada umumnya kondisi objek wisata yang ada di Lampung Timur dalam kondisi tidak terawat dan membutuhkan pengelolaan yang profesional. Untuk menarik wisatawan tentu dibutuhkan strategi pemasaran yang baik, dengan mengkombinasikan bauran pemasaran (*marketing mix*) agar berhasil, dengan dukungan sumber daya manusia pemasaran yang profesional sebagai pengelola destinasi pariwisata.

Dipahami bersama bahwa kepariwisataan bersifat multi dimensi, multi sektor, dan multi stakeholders. Kondisi ini sangat memungkinkan terjadinya perbedaan visi, persepsi, kepentingan dan skala prioritas dari masing-masing pelaku yang terkait dengan kepariwisataan. Ini tentunya memberikan implikasi kepada kompleksitas yang tinggi kepada pembangunan kepariwisataan. Untuk itu diperlukan suatu strategi dan kebijakan khusus dalam pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Lampung Timur.

Dari identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek pariwisata manakah yang perlu mendapatkan skala prioritas sebagai wisata unggulan untuk dikembangkan?
2. Bagaimana strategi yang perlu dirumuskan dalam rangka pengembangan objek wisata di Kabupaten Lampung Timur?

1.3. Tujuan Penulisan

Penelitian ini diharapkan dapat menentukan skala prioritas pengembangan objek wisata yang akan dilakukan, sehingga kendala yang timbul dapat dikurangi atau dihilangkan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menetapkan objek pariwisata yang perlu mendapatkan skala prioritas sebagai wisata unggulan yang akan dikembangkan.
2. Mendapatkan rumusan strategi dalam rangka pengembangan objek wisata di Kabupaten Lampung Timur.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Wahab (1999) dalam Yoeti (2000: 116), Kepariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Pada hakekatnya, kepariwisataan adalah sebuah industri yang “mengonsumsi” alam dan lingkungan, gedung bersejarah, budaya lokal dan sebagainya. Selain sebagai industri, kepariwisataan juga dianggap sebagai bentuk bisnis. Menurut Likorish and Jenkins (1997), kepariwisataan memiliki 3 konsep bisnis yaitu :

(1) the primary trades, which are most commonly associated with tourism (e.g., transport, tour companies, travel agencies, accommodations, catering facilities and attractions); **(2) the secondary trades** that help support tourism, though are not exclusive to tourism (e.g., retail shopping, banks and insurance, entertainment and leisure activities, personal services); and, **(3) the tertiary trades**, which provide the basic infrastructure and support for tourism (e.g., public sector services, food and fuel, manufacturing).

Dalam pengembangan pariwisata diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tersebut. Adapun aspek-aspek yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. Aspek Daya Tarik

Murray (1993) di dalam Gunn (1979;50) menyebutkan “... *a thing or feature which draws people by appealing to their desires, taste, etc. Especially an interesting or amusing exhibition which ‘draws’ crowds*”. Gunn (1979;48) juga berpendapat bahwa “*attraction are the onlocation places in region that not only provide the things for tourist to see and do but also offer the lure to travel*”.

Menurut Inskeep (1991;77) daya tarik dapat dibagi menjadi 3 kategori, yaitu :

- a. *Natural attraction* : berdasarkan pada bentukan lingkungan alami.
- b. *Cultural attraction* : berdasarkan pada aktivitas manusia.
- c. *Special types of attraction* : atraksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti *theme park, circus, shopping*.

Yang termasuk dalam *natural attraction* diantaranya iklim, pemandangan, flora dan fauna serta keunikan alam lainnya. Sedangkan *cultural attraction* mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional.

2. Aspek Aksesibilitas

Salah satu komponen infrastruktur yang penting dalam destinasi adalah aksesibilitas. Aksesibilitas menurut Bovy dan Lawson (1998;107), “... *should be possible by public transport and bicycle trails, by pedestrian paths (from neighborhoods) and by cars (mainly families, with an average of three persons/car)*”.

Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju suatu destinasi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata. Aspek fisik yang menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi transportasi umum dari terminal terdekat.

Menurut Bovy dan Lawson (1998;202), jaringan jalan memiliki dua peran penting dalam kegiatan pariwisata, yaitu :

- a. Sebagai alat akses, *transport*, komunikasi antara pengunjung atau wisatawan dengan atraksi rekreasi atau fasilitas.
- b. Sebagai cara untuk melihat-lihat (*sightseeing*) dan menemukan suatu tempat yang membutuhkan perencanaan dalam penentuan pemandangan yang dapat dilihat selama perjalanan.

Pada peran kedua, menunjukan aspek non fisik yang juga merupakan faktor penting dalam mendukung aksesibilitas secara keseluruhan, dapat berupa keamanan sepanjang jalan, dan waktu tempuh dari tempat asal menuju ke destinasi. Lebih lanjut Bovy dan Lawson (1998;203) membagi jalan untuk kepentingan wisatawan menjadi tiga kategori, yaitu :

- a. Jalan Utama yang menghubungkan wilayah destinasi utama dengan jaringan jalan nasional atau jalan utama di luar kawasan.
- b. Jalan Pengunjung, yaitu jalan sekunder yang biasanya beraspal (makadam) ataupun *gravel* yang menghubungkan dengan fasilitas wisata yang spesifik seperti *resort*, hotel yang terpisah, restoran atau atraksi rekreasi lainnya.
- c. Sirkuit Pengunjung, untuk kegiatan melihat-lihat dengan pemandangan yang menarik di sepanjang jalannya.

3. Aspek Aktivitas dan Fasilitas

Dalam pengembangan sebuah objek wisata dibutuhkan adanya fasilitas yang berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam. Menurut Bukart dan Medlik (1974;133), fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Pada intinya, fungsi fasilitas haruslah bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukan dalam rangka mendapat pengalaman rekreasi.

Di samping itu, fasilitas dapat pula menjadi daya tarik wisata apabila penyajiannya disertai dengan keramahtamahan yang menyenangkan wisatawan, dimana keramahtamahan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi wisata. Bovy dan Lawson (1979;9) menyebutkan bahwa fasilitas adalah atraksi buatan manusia yang berbeda dari daya tarik wisata yang lebih cenderung berupa sumber daya.

4. Aspek Sosial Ekonomi dan Budaya

Dalam analisa sosial ekonomi membahas mengenai mata pencaharian penduduk, komposisi penduduk, angkatan kerja, latar belakang pendidikan masyarakat sekitar, dan penyebaran penduduk dalam suatu wilayah. Hal ini perlu dipertimbangkan karena dapat menjadi suatu tolak ukur mengenai apakah posisi pariwisata menjadi sektor unggulan dalam suatu wilayah tertentu atautkah suatu sektor yang kurang menguntungkan dan kurang selaras dengan kondisi perekonomian yang ada.

Selanjutnya adalah mengenai aspek sosial budaya, dimana aspek kebudayaan dapat diangkat sebagai suatu topik pada suatu kawasan. Dennis L. Foster menjelaskan mengenai Pengaruh Kebudayaan (*cultural influences*) sebagai berikut: “Para pelaku perjalanan tidak membuat keputusan hanya berdasarkan pada informasi pemrosesan dan pengevaluasian. Mereka juga dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, masyarakat, dan gaya hidupnya. Kebudayaan itu cenderung seperti pakaian tradisional dan kepercayaan pada suatu masyarakat, religi, atau kelompok etnik (*ethnic group*)”.

III. METODE PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan kombinasi melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif

b. Jenis data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data yang di dapat penulis dalam peneitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

2. Data sekunder

Yaitu data yang telah dikumpulkan dari sumber literatur, artikel, jurnal

c. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau kuesioner

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan (Suharsimi Arikuntolo, 2010) menggunakan kuesioner tersebut diharapkan memudahkan responden dalam memberi jawaban, karena alternative jawabannya telah disediakan. Kuesioner dibuat dengan kategori multiple choice dengan menggunakan skala likert, dimana setiap pertanyaan dibagi menjadi skala likert yaitu:

“Sangat Setuju” dengan skor	5
“Setuju” dengan skor	4
“Cukup setuju” dengan skor	3
“Kurang Setuju” dengan skor	2
“Tidak setuju: dengan skor	1

2. Observasi

Digunakan langsung untuk mengetahui secara langsung tentang lokasi tempat penelitian.

3. Dokumentasi

Yaitu arsip yang memiliki kaitan dengan penelitian. Disini data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada pada Pemerintah daerah Kabupaten, Pengusaha wisata, Pengelola objek wisata.

d. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan Pemerintah daerah, pelaku usaha produktif bidang pariwisata, pengelola objek wisata, dengan jumlah 120 orang.

2. Sampel Penelitian

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, dengan sampel penelitian sebanyak 12 Orang yang dianggap pakar dalam bidang kepariwisataan di Lampung Timur, dengan rincian sebagai berikut: (i). Unsur Pemerintah Kabupaten Lampung Timur sebanyak 8 orang, unsur akademisi sebanyak 2 orang dan unsur pengelola objek wisata sebanyak 2 orang, sehingga jumlah responden sebanyak 12 orang.

e. Teknik Analisa Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang mencangkup kriteria yang digunakan dalam penghitungan untuk menentukan Objek wisata unggulan dengan menggunakan

1. Metode Analisis *Weighted Product* (WP).

Metode *Weighted Product* adalah salah satu metode penyelesaian pada masalah MADM. Metode ini mengevaluasi beberapa alternatif terhadap sekumpulan atribut atau kriteria, dimana setiap atribut saling tidak bergantung satu dengan yang lainnya. Menurut Yoon (Kusmarini, 2006), metode *Weighted Product* menggunakan tehnik perkalian untuk menghubungkan rating atribut, dimana rating tiap atribut harus dipangkatkan terlebih dahulu dengan bobot

atribut yang bersangkutan. Proses ini sama halnya dengan proses normalisasi. Preferensi untuk alternatif diberikan sebagai berikut :

$$S_i = \prod_{j=1}^n (x_{ij})^{w_j}$$

Dimana :

S= menyatakan *preferensi* alternatif dianalogikan sebagai vektor S

X= menyatakan nilai kriteria

W= menyatakan bobot kriteria

i = menyatakan alternatif

j = menyatakan kriteria

n = menyatakan banyaknya kriteria

$\sum W_j = 1$ adalah pangkat bernilai positif untuk atribut keuntungan, dan bernilai negatif untuk atribut biaya.

Preferensi relatif dari setiap alternatif diberikan sebagai berikut :

Dimana :

V = menyatakan Preferensi alternatif dianalogikan sebagai vektor V

X = menyatakan nilai kriteria

W= menyatakan bobot kriteria

i = menyatakan alternatif

j = menyatakan kriteria

n = menyatakan banyaknya kriteria

* menyatakan banyaknya kriteria yang telah dinilai pada vektor S

2. Metode Analisis SWOT

Untuk memiliki suatu model analisis SWOT yang baik maka perlu adanya dukungan data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif bersifat teori-teori dan kuantitatif yaitu dengan menempatkan angka-angka sebagai ukuran pembobotan nilai dilakukan agar tingkat keakuratan dapat diperoleh secara lebih baik. Analisis SWOT dimaksud untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang dapat diidentifikasi guna memberikan suatu rekomendasi pengembangan berdasarkan potensi-potensi yang tersedia.

Dalam hal ini Iskandar Putong mengatakan bahwa, berdasarkan nilai peringkat dan pembobotan yang kemudian dikalikan akan diperoleh hal kombinasi antara beberapa situasi sebagai berikut: Format Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan Pendekatan Matrik SWOT :

- (kekuatan, kesempatan atau S, O) artinya perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan kesempatan yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik-baiknya)
- (Kelemahan, kesempatan atau W, O) artinya perusahaan harus membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.
- (Kekuatan, Ancaman atau S,T) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal manajemen, sistem pemasaran maupun finansial untuk mengatasi ancaman.
- (Kelemahan, ancaman atau W, T) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengumpulan pendapat pakar yang menjadi responden dalam penelitian ini terungkap bahwa ke 7 (tujuh) kriteria (Ketersediaan sumber daya dan daya tarik, fasilitas pariwisata dan fasilitas umum, Aksesibilitas, Kesiapan dan keterlibatan masyarakat, Potensi pasar, Posisi strategi pariwisata dalam pembangunan daerah) dijadikan menjadi basis penilaian dari 9 (sembilan) Objek Wisata di Kabupaten Lampung Timur. Dari pendapat 12 (lima belas) pakar dan telah dirata-ratakan, diperoleh informasi tentang nilai bobot seperti yang di jelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Nilai dan Bobot Indikator

NO	INDIKATOR	Bobot	Skor
1.	Ketersediaan Sumber Daya dan Daya Tarik	4,1	0,1968
2.	Fasilitas Pariwisata dan Fasilitas Umum	3,3	0,1556
3.	Aksesibilitas	3,1	0,1460
4.	Kesiapan dan Keterlibatan Masyarakat	3,1	0,1460
5.	Potensi Pasar	3,4	0,1619
6.	Posisi Strategi Pariwisata Dalam Pembangunan Daerah	3,7	0,1746

$$\Sigma_w = 0,1968 + 0,1556 + 0,1460 + 0,1460 + 0,1619 + 0,1746 = 1$$

Dari Tabel diatas dijelaskan berdasarkan pendapat pakar, bobot tertinggi untuk menilai objek wisata di Kabupaten Lampung Timur adalah Ketersediaan sumber daya dan daya tarik (0,1968). Pemikiran dari responden tersebut didasarkan fakta bahwa ketersediaan sumber daya dan daya tarik objek wisata di Kabupaten lampung Timur sangat berpotensi bagi pembangunan kepariwisataan.

Tabel 2. Perhitungan vektor S dan Vektor Prioritas Objek wisata

No	Objek Wisata	Nilai Vektor S	Nilai Vektor V	Keputusan
1.	Taman Nasional Way kambas	9,5367	1,0893	Rangking 1
2.	Pugung Raharo	8,7696	1,0160	Rangking 3
3.	Balai Benih Induk Holtikultural (BBIH)	9,3273	1,0704	Rangking 2
4.	Beringin Indah	7,9773	0,9397	—
5.	Pantai Kerang Mas	8,7441	1,0134	—
6.	Dam Negara Batin	6,6232	0,8046	—
7.	Danau Way Jepara	7,8822	0,9302	—
8.	Musium Budaya	8,0200	0,9437	—
9.	Desa Wana	8,2445	0,9651	—

Dari Tabel 2 diatas tampak bahwa dari hasil perhitungan dengan menggunakan Weigted Product (WP), terdapat 3 (tiga) dari 9 (sembilan) objek wisata yang menjadi objek wisata unggulan yaitu: Objek wisata Taman nasional Way Kambas (1,0893), Balai Benih induk Holtikultural (1,0704), dan objek wisata pugung raharjo (1,0160).

Adapun gambaran tentang ketiga objek wisata di Kabupaten Lampung Timur adalah sebagai berikut:

1) Wisata Taman nasional Way Kambas

Memiliki ketersediaan sumber daya dan daya tarik yang beraneka ragam, dengan fasilitas yang lebih baik dari objek wisata lain yang ada di Kabupaten Lampung Timur, begitupula dengan aksesibilitas menuju objek wisata, jalan menuju Taman Nasional Way Kambas tidak jauh dari jalan umum, sarana angkutan mudah, dan dalam kondisi baik, keterlibatan masyarakat sangat baik terlihat dari ikut andilnya menyediakan souvenir bagi pengunjung sebagai kenang-kenangan, juga adanya rumah makan dan penginapan bagi pengunjung. Dari keragaman daya tarik objek dan kegiatan yang ada dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, beberapa lembaga swasta yang ikut dalam memasarkan potensi yang ada di Taman Nasional way kambas, terutama pada wisatawan mancanegara yang mempunyai tujuan untuk konservasi, penelitian tentang Gajah dan Badak. adanya kerjasama antara kepolisian untuk menciptakan keamanan bagi pengunjung dan memiliki penataan tempat yang bersih dan nyaman.

2) Balai Benih Induk Holtikultura (BBIH)

Balai Benih Induk Holtikultural dalam analis penelitian merupakan peringkat ke dua setelah Taman Nsional Way Kambas, dari analisa penelitian nilai Vektor S (9,3273) dan nilai Vektor V (1,0704). Memiliki daya tarik yang tidak dimiliki oleh objek wisata lain Kabupaten Lampung Timur, memiliki fasilitas pariwisata dan fasilitas umum yang memadai, jarak tempuh ke objek wisata tidak jauh dari jalan umum, begitu pula sarana angkutan menuju objek wisata sangat mudah dan cukup banyak juga dalam kondisi yang baik. Keterlibatan kesiapan dan keterlibatan masyarakat sangat tinggi terbukti masyarakat ikut andil dalam menyediakan souvenir contohnya adanya penjualan bibit tanaman buah maupun tanaman hias dan memberi informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung. Adanya kerjasama antara pemerintah, kepolisian dengan pihak pengelola objek wisata, serta adanya strategi pariwisata dalam pembangunan dengan adanya penataan tempat wisata yang baik, bersih dan nyaman.

3) Taman Purbakala Pugung Raharjo

Dari nilai Vektor S (8.7696) dan nilai Vektor V (1,0160) dalam analisa penelitian ini ranking ke 3 (tiga). Situs Pugung Raharjo ditemukan oleh penduduk secara tidak sengaja pada tahun 1957. Luas area tersebut sekitar 30 hektar. Taman Purbakala Pugung Raharjo merupakan peninggalan jaman megalitik (batu besar), berupa benda-benda peninggalan Hindu-Budha (klasik tengah) seperti Arca Batu, Prasasti, Batu Berlubang, Menhir, Punden Berundak, Keramik lokal maupun Asing (Dinasti Han, Yuan, Sung dan Ming), sebuah Arca type Polynesia tersimpan pada site museum yang di bangun disekitar komplek situs. Sebuah benteng parit Primitif sepanjang 1,2 km mengelilingi situs Purbakala ini diduga dahulunya berisi air yang berasal dari sumber air disisi timur situs, yang konon menurut cerita air tersebut bila di pakai mandi dapat membuat awet muda. (sumber RIPPDA Kabupaten lampung timur 2014)

Ketersediaan sumber daya dan daya tarik yang lain dari pada objek wisata yang ada di Kabupaten lampung Timur, Fasilitas umum dalam kondisi baik dan fasilitas pariwisata cukup tersedia, jarak tempuh menuju objek wisata tidak jauh dari jalan umum, dan pusat informasi objek wisata berada di jalan utama menuju objek wisata, sarana angkutan cukup banyak dan lancar, kondisi jalan menuju objek baik dan beraspal.masyarakat ikut andil dalam memberikan informasi dan fasilitas seperti rumah makan dan hotel (penginapan). Memiliki potensi yang baik karena merupakan objek yang langka sehingga sangat diminati oleh

pengunjung terutama pada objek yang bertujuan penelitian sejarah. Memiliki penataan tempat wisata yang baik dan bersih juga adanya kerjasama pemerintah daerah, kepolisian dengan pihak pengelola objek wisata.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Dari hasil analisis SWOT, maka strategi pengembangan kepariwisataan di Lampung Timur, khususnya pada 3 (tiga) lokasi utama adalah :

1. Melakukan Kerjasama dengan pihak Ke tiga (swasta) atau pihak keswadayaan masyarakat,
2. Meningkatkan dan mempertahankan aksesibilitas eksternal kawasan agar tingkat pencapaian objek daya tarik wisata mudah dijangkau oleh wisatawan,
3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM agar pengelolaan objek daya tarik wisata lebih optimal,
4. Pengembangan fasilitas penunjang mengingat proporsi penggunaan lahan non terbangun masih besar, hal tersebut diatur oleh kebijakan pengembangan, dan pengembangan pemasaran investasi dan pemasaran wisata.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian dengan *Weighted Product*, objek wisata unggulan di Kabupaten Lampung Timur adalah :
 - a. Objek Wisata Taman Nasional way Kambas dengan Vektor S (9,5367) dan Vektor V 1,0893 ranking 1 (satu) .
 - b. Objek Wisata Balai Benih Induk Holtikultural rangking ke 2 (dua) dengan Vektor S (9,3273) dan Vektor V (1,0704) .
 - c. Taman Purbakala Pugung Raharjo dengan Vektor S (8,7696) dan Vektor V (1,0160) rangking 3 (tiga)
2. Strategi Pengembangan Objek wisata Unggulan Kabupaten Lampung Timur dalam analis SWOT di dapati Strategi Penyehatan dengan kondisi Faktor Internal -4,4 dan posisi Faktor Eksternal pada 3,4 sehingga di dapati Strategi W+O (*Weakness + Opportunities*) adalah sebagai berikut: (i). Melakukan Kerjasama dengan pihak Ke tiga (swasta) atau pihak keswadayaan masyarakat, (ii). meningkatkan dan mempertahankan aksesibilitas eksternal kawasan agar tingkat pencapaian objek daya tarik wisata mudah dijangkau oleh wisatawan, (iii). meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM agar pengelolaan objek daya tarik wisata lebih optimal, (iv). pengembangan fasilitas penunjang mengingat proporsi penggunaan lahan non terbangun masih besar, hal tersebut diatur oleh kebijakan pengembangan, dan pengembangan pemasaran invesatasi dan pemasaran wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Surahman, 2014, *Pengembangan Ekowisata “Javan Rhino Study And Conservation Area” Di Taman Nasional Ujung Kulon, Banten*. Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata. Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor.
- Arvianti, M. 2007, *Analisis Peringkat Sumber Informasi Penentu Keputusan Berlibur Nusantara di Bali dan Aplikasinya terhadap pemeliharaan Media Komunikasi*, Denpasar. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- BPS 2014 *Profil Kabupaten Lampung Timur*.
- Breno T and Bricker 2001. *Sustainable Tourism Development : The Long Road from Theory to Practise* International Journal of Economic Development.
- Dinas Kebudayaan dan Parwisata Lampung Timur 2014 *Rencana Pembangunan Pengembangan Daerah Kabupaten Lampung Timur*
- Irham Fahmi, 2013, *Managemen Strategis*. Bandung : Alfabeta.
- Kusrini, 2007, *Strategi Perancangan dan Pengolahan Basis Data*. Yogyakarta: Andi.
- Kusumadewi, Sri, 2006, *Fuzzy Multi-Attribute Decision Making (Fuzzy MADM)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Turban, 2005, *Decision Support System and Intelligent System (Sistem Pendukung Keputusan dan Sistem Cerdas)*. Yogyakarta: Andi.
- Ni Gusti,A.D.P.A 2011, *Persepsi Masyarakat Desa Beraben Tentang Program Siaran Pariwisata Budaya di Bali TV Sebagai Media Informasi dan Promosi.(tesis)* Universitas Udayana.Denpasar
- Ningrum.W.R, 2012, *Sistem Pendukung Keputusan Untuk Merekomendasikan TV Layar Datar Menggunakan Metode Weighted Product (WP)*. Artikel Ilmiah. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Qadarrochman, Nasrul. 2010, “*Analisis Penerimaan Daerah dari Sektor Pariwisata Di Kota Semarang dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (skripsi)*”. Semarang : Universitas Diponogoro.
- Respati,N.N.R,2006, *Analisa Sumber Informasi Penemu Keputusan Berlibur Wisatawan Asing Terhadap Komunikasi Pemasaran*,Denpasar: Fakultas Ekonomi Universitas 119 Udayana.
- Riduansyah, Mohammad, 2003, “*Kontribusi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Guna Mendukung Pelaksanaan Otonomi Daerah (Studi Kasus Pemerintah Daerah Kota Bogor) (tesis)*”. Depok : Universitas Indonesia.

- Ridwan, Mhd. 2002, “*Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Terhadap Jumlah Alokasi Anggaran Sektorial Dalam Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah Kabupaten Aceh Tenggara (tesis)*”. Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Setyorini, 2004, *Kebijakan Pariwisata Dalam rangka Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Kabupaten semarang*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Tracy Berno, 2001, (*International jurnal of economic.Development*)
- Muttaqin T,Purwanto RH, Rufiqo SN. 2011. *Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Ekowisata di Cagar Alam Pulau Sempu kabupaten Malang Propinsi Jawa Timur*. GAMMA.6 (2):152-161.
- Rangkuti F.2001.*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.Jakarta(ID): Gramedia.
- Wardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*.Yogyakarta(ID):ANDI
- Balai Taman Nasional Way Kambas.2012. *Sekilas Informasi Taman Nasional Way Kambas*. Edisi Revisi. Propinsi Lampung.
- Pusat Pendidikan dan Latihan Pariwisata. 1987. *Dasar-Dasar Pengetahuan Pariwisata*. Jakarta. Departemen Parpostel.
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, 2007 *tentang Kriteria dan Penetapan Destinasi Pariwisata Unggulan* Nomor: PM.17/HK.002/MKP-2005 (www.google.com/url.diakses 6 maret)
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, 2007 *Tentang perubahan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Kebudayaan dan Pariwisata* Nomor PM.07/HK-001/MKP-2007. (www.google.com/url.diakses 6 maret 2015)
- Propinsi Lampung *tentang data kunjungan wisata*. (www.Detik.com 27 Maret 2015)