

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN OEHALA (KECAMATAN MOLLO SELATAN, KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN)

Oehala Waterfall Tourism Development Stratrgy (Mollo Selatan Sub-District, Timor Tengah Selatan District)

Melkisedek Tanesab^{1,a)}, Apriana H. J. Fanggidae^{2,b)}, Rolland E. Fanggidae^{3,c)}, Markus Bunga^{4,d)}

^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} melkitanesab@gmail.com, ^{b)} apriana.fanggidae@staf.undana.ac.id,

^{c)} rolland_fanggidae@staf.undana.ac.id, ^{d)} markusbunga@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Wisata Air Terjun Oehala (Kecamatan Mollo Selatan, Kabupaten Timor Tengah Selatan). Teknik pengumpulan data Menggunakan kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT, dengan bantuan software SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis faktor internal (IFAS) dan analisis faktor eksternal (EFAS) didapatkan nilai sebagai berikut: faktor kekuatan (2,96), kelemahan (0,98), peluang (2,64) dan ancaman (0,96). Sehingga diperoleh titik koordinat (1,68. 1,98) pada kuadran I. Hal ini menandakan bahwa Pariwisata di Air Terjun Oehala menghadapi berbagai ancaman yang datang dari luar, meskipun begitu sektor ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Melalui analisis SWOT diperoleh strategi *SO (strength opportunities)*, *WO (Weakness Opportunities)*, *ST (Strength Threat)*, dan *WT (Weakness Threat)*, sehingga dapat memaksimalkan peluang agar dapat mencegah ancaman yang dapat mengganggu Strategi Pengembangan Wisata Air Terjun Oehala agar dapat menjalankan tujuan Pengembangan dapat lebih maksimal

Kata Kunci :ObjekWisata, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan

PENDAHULUAN

Pariwisata telah berkembang pesat dan telah menjadi salah satu industri yang menjanjikan dalam mendatangkan devisa bagi negara atau daerah yang mempunyai potensi wisata. Penambahan devisa bagi negara sejalan dengan terciptanya banyak lapangan pekerjaan yang memberikan banyak kesempatan kerja. Indonesia memiliki banyak destinasi yang menarik dan wajib dikunjungi baik oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Destinasi-destinasi tersebut tersebar di berbagai provinsi di Indonesia. Salah satu provinsi yang mempunyai potensi wisata adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No.PM37/UM.001/MKP/07 tentang Kriteria dan Penetapan Destinasi Pariwisata Unggulan Tahun 2007, ditetapkan 5 (lima) daerah pengembangan destinasi wisata unggulan, yakni Sulawesi Utara, Sumatera Barat, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur. Adapun indikator penentuan pengembangan destinasi pariwisata unggulan adalah daya tarik, fasilitas pariwisata dan fasilitas umum, aksesibilitas, potensi pasar, kesiapan dan keterlibatan masyarakat, dan posisi strategis pariwisata dalam

pembangunan daerah. Program pengembangan destinasi pariwisata membuka peluang bagi tempat-tempat yang memiliki keindahan alam namun belum berkembang. Peluang lain bagi pengembangan pariwisata Indonesia adalah trend atau keinginan wisatawan sekarang yang menginginkan kegiatan alami. Penetapan ini bertujuan menjadikan Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) sebagai pintu gerbang Asia Pasifik berbasis pariwisata, seni dan budaya yang spesifik. Hal tersebut didukung dengan potensi alam dan keunikan budaya masyarakatnya, seperti Taman Nasional Komodo, Danau Tiga Warna/Kelimutu, Tradisi Pasola dan lainnya.

Kekayaan potensi pariwisata tidak hanya dimiliki daerah-daerah tertentu melainkan juga di kabupaten yang letaknya di sebelah selatan NTT, yakni Kabupaten Timor Tengah Selatan yang memiliki potensi dan daya tarik wisata yang unik dan menarik. Sebagian besar daya tarik wisata sudah mendapat perhatian dari Dinas Pariwisata Kabupaten Timor Tengah Selatan dalam pengelolaannya sesuai dengan Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kab. Timor Tengah Selatan yang sudah ditetapkan yakni "Terwujudnya Kabupaten Timor Tengah Selatan sebagai Daerah Tujuan Wisata yang Berbudaya dan Berkelanjutan dengan Menggerakkan Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif". Kabupaten Timor Tengah Selatan memiliki banyak tempat wisata salah satunya objek wisata Air Terjun Oehala berlokasi sekitar 13 Km dari Soe, Ibukota Kab. Timor Tengah Selatan (TTS) memiliki 7 tingkat dan menyuguhkan suasana alami yang sejuk karena terletak di daerah pepohonan lebat berupa hutan. Air Terjun Oehala ini juga mengalir sangat indah, jernih, dan dingin. Aliran Air Terjun Oehala berasal dari Pegunungan Mutis. Hal ini terbukti dengan air yang nampak alami serta bersih. Lokasi wisata air terjun ini cukup mudah dijangkau karena berada di jalur yang menghubungkan beberapa kecamatan yang ada di kabupaten TTS sehingga tempat ini tidak pernah sepi pengunjung. Apalagi pada hari minggu atau hari libur sangat ramai karena banyak muda-mudi yang berkunjung baik hanya untuk berfoto, mandi, maupun duduk bercengkrama sambil menikmati keindahan Air Terjun Oehala. Untuk bisa menikmati setiap keindahan Air Terjun Oehala pengunjung akan ditarik tiket masuk seharga 10 ribu rupiah untuk orang dewasa, 5 ribu rupiah untuk anak-anak, ditambah uang parkir sebesar 5 ribu rupiah untuk motor, dan 10 ribu rupiah untuk mobil (*Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab TTS*). Adapula potensi wisata budaya yang mendukung keberadaan potensi wisata alam Air Terjun Oehala yakni, kesenian tradisional berupa tari-tarian, kerajinan tangan, adat istiadat, dan lain-lain. Namun sangat disayangkan dibalik keindahan yang disuguhkan oleh Air Terjun Oehala ini tidak ditunjang dengan fasilitas yang memadai. Adapun akses untuk menuju lokasi wisata air terjun ini cukup mudah dijangkau. Para wisatawan dapat menggunakan kendaraan pribadi maupun menyewa dari Kota Soe maupun Kota Kupang. Kondisi jalan menuju lokasi wisata sudah beraspal mulus, namun juga harus tetap berwaspada karena terdapat beberapa titik aspal yang sudah berlubang (*Sumber: Selatan, n.d.*). Objek wisata Air Terjun Oehala sangat potensial untuk dikembangkan secara maksimal, sehingga perlu adanya strategis yang tepat dalam pengelolaannya. Strategi pengembangan wisata merupakan bagian perencanaan pariwisata yang berkelanjutan. Perencanaan meliputi strategi sebagai implementasi kebijakan yang merupakan prediksi dan oleh karenanya memerlukan beberapa perkiraan persepsi akan masa depan. Strategi yang diharapkan dalam pengembangan ini merupakan respon yang berkelanjutan maupun adaptif terhadap kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dapat mempengaruhi organisasi. Sejauh ini, pengembangan wisata Air Terjun Oehala belum

terealisasikan dengan baik. Hal ini terjadi karena kurang adanya perhatian dari pihak pemerintah dalam mengembangkan wisata tersebut dan kurangnya pelibatan masyarakat dan pelaku swasta dalam pengembangan daya tarik wisata Air Terjun Oehala serta lemahnya sumber daya manusia masyarakat lokal. Pengembangan yang dilakukan pemerintah saat ini hanya bertumpu pada pengadaan beberapa fasilitas penunjang wisata yang terdapat di lokasi sekitar Air Terjun Oehala, seperti lopo-lopo (rumah payung), kios pedagang, tempat sampah, toilet, dan tempat parkir. Namun fasilitas yang dibangun telah mengalami kerusakan, hingga saat ini belum adanya upaya untuk memperbaiki fasilitas wisata bahkan menambah fasilitas lainnya yang menunjang pengembangan pariwisata Air Terjun Oehala. Dalam pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata Air Terjun Oehala juga belum melibatkan masyarakat lokal agar turut berpartisipasi secara aktif serta masih lemahnya sumber daya manusia pariwisata. Hal ini yang menjadi faktor penghambat sehingga pengembangan daya tarik wisata Air Terjun Oehala tidak bisa terlanjutkan dengan baik. Dari uraian diatas perlu disadari oleh pemerintah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab Timor Tengah Selatan (TTS) yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata mengingat bahwa objek wisata Air Terjun Oehala adalah salah satu tempat wisata yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan pendapatan daerah. Solusi-solusi yang dimaksud dalam hal ini adalah strategi terkait dengan pengembangan objek wisata Air Terjun Oehala agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata terdiri dari gagasan dan pendapat yang dipegang orang yang membentuk keputusan mereka tentang melakukan perjalanan, tentang kemana harus pergi (dan kemana tidak boleh pergi) dan apa yang dilakukan atau tidak, tentang bagaimana berhubungan dengan wisatawan lain, penduduk setempat, dan petugas layanan. Menurut Fennel, (1999;4) dalam (Pitana & Diarta, 2009, pp. 44–45) pariwisata didefinisikan sebagai sistem yang saling terkait yang disediakan dan dimanfaatkan (fasilitas, transportasi, dan akomodasi) untuk membantu pergerakan mereka. Definisi pariwisata memang tidak dapat sama persis di antara para ahli, hal ini yang memang jamak terjadi dalam dunia akademis, sebagaimana juga bisa ditemui pada berbagai disiplin ilmu lain. Meskipun ada variasi batasan, ada beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata (khususnya pariwisata internasional) yaitu sebagai berikut :

1. *Traveler*, yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.
2. *Visitor*, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau kehidupan di tempat tujuan.
3. *Tourist*, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu yang paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi (WTO, 1995) dalam (Pitana & Diarta, 2009, p. 46)

Semua definisi yang dikemukakan selalu mengandung beberapa unsur pokok, yaitu :

1. Adanya unsur *travel* (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain;

2. Adanya unsur “tinggal sementara” di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya ; dan
3. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju, Richardson dan Fluker (2004:5) dalam (Pitana & Diarta, 2009, p. 46).

Selanjutnya, Mathieson dan Wall (1982) dalam (Pitana & Diarta, 2009, p. 46) mengatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu :

1. *A dynamic element*, yaitu *travel* ke suatu destinasi wisata ;
2. *A static element*, yaitu singgah di daerah tujuan ; dan
3. *A consequential element*, atau akibat dari dua hal diatas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan

Bauran Produk Pariwisata

Setiap orang yang memutuskan untuk untuk membeli produk pariwisata mungkin dipengaruhi oleh promosi penyedia produk, menilai produk yang ditawarkan, mempertimbangkan apakah akan membeli produk pada tingkat harga yang ditawarkan, dan akhirnya berpikir tentang seberapa mudah produk tersebut didapat dan dibeli. Setiap aspek di atas secara hati-hati direncanakan oleh pemasar pariwisata dalam rangka meyakinkan wisatawan potensial untuk membeli produknya. Pariwisata adalah sebuah kesatuan totalitas dari 4 aspek dasar, menurut Medlik Ariyanto (2005) dalam (I Gusti, 2016, pp. 85–86), ada empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran produk pariwisata sebagai sebuah totalitas produk, yakni : *Attractions* (daya tarik) ; *Accesability* (transportasi) ; *Amenities* (fasilitas) ; *Ancillary* (kelembagaan) ; Keempat elemen diatas digunakan untuk menjelaskan elemen produk wisata yang sesungguhnya diproduksi dan direproduksi sebagai komoditas yang dikonsumsi oleh wisatawan dalam satu kesatuan yang utuh dari totalitas sebuah produk pariwisata.

Faktor Penunjang dan Penghambat

1. Faktor Penunjang

Faktor penunjang adalah hal atau kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha atau produksi, (Wibowo & Priyono, 2017). Menurut Setianingsih (2009:39) dalam Mellu et al. (2018, p. 273), suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Modal kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedang atraksi wisata itu sudah tentu perlu komplementer dengan motif perjalanan wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan suatu daerah perlu berpedoman kepada apa yang dicari oleh pengunjung. Modal atraksi yang menarik kedatangan pengunjung ada tiga yaitu : Modal dan Potensi Alam; Modal dan Potensi Kebudayaannya; Modal dan Potensi Manusia;

2. Faktor penghambat

Faktor penghambat adalah hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menggagalkan suatu kegiatan, usaha atau produksi, (Wibowo & Priyono, 2017)). Berikut beberapa faktor

penghambat pengembangan obyek wisata menurut(Heri, 2011)sebagai berikut kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata, kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sektor pariwisata, kurangnya kuantitas dan spesialisasi sumber daya manusia pada dinas terkait, kurangnya kerja sama dengan investor, belum terdapat sistem promosi yang menarik, keterbatasan sarana dan prasarana kerja pada dinas terkait dan objek wisata, Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang objek wisata

Pengembangan Pariwisata Timor Tengah Selatan

Berikut ini adalah komponen operasional rencana pembangunan pariwisata Kab. Timor Tengah Selatan yang tersusun dalam PERDA Kab. Timor Tengah Selatan Nomor 3 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Timor Tengah Selatan tahun 2018-2025:

1. Pengembangan promosi pariwisata

a. Arah Kebijakan

Pengembangan promosi pariwisata TTS diarahkan untuk memperkuat dan memperluas jaringan promosi pariwisata di dalam dan di luar negeri.

b. Strategi Pengembangan

Strategi untuk memperkuat dan memperluas jaringan promosi pariwisata TTS di dalam dan di luar negeri meliputi:

- 1) Penyiapan model dan konten promosi pariwisata untuk pasar wisata dalam negeri dan luar negeri;
- 2) Perluasan jaringan promosi pariwisata dengan agen-agen kepariwisataan di dalam dan luar negeri; dan
- 3) Optimalisasi koordinasi dan sinkronisasi program promosi pariwisata dengan sektor perdagangan dan investasi.

2. Pemasaran kepariwisataan TTS

Kegiatan pemasaran pariwisata TTS belum terlembaga dalam suatu sistem yang melibatkan seluruh *stakeholder* kepariwisataan. Pemerintah memainkan peranan penting dalam kegiatan pemasaran, dan dalam batas tertentu dunia usaha terlibat didalamnya. Dengan sumberdaya yang relatif terbatas, kegiatan pariwisata yang dilaksanakan pemerintah daerah belum optimal.

Karena itu yang menjadi isu strategi pengembangan pemasaran kepariwisataan di Kab. Timor Tengah Selatan adalah:

- a. Penataan dan penguatan sistem pemasaran pariwisata yang melibatkan semua *stakeholder* kepariwisataan.
- b. Pemantapan program pemasaran kepariwisataan yang berimbang antara promosi, pasar wisata, citra pariwisata dan kemitraan pariwisata.

3. Pengembangan daya tarik wisata di Kab. Timor Tengah Selatan

a. Arah kebijakan

Pembangunan daya tarik wisata diarahkan untuk:

- 1) Mendorong perintisan pembangunan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pertumbuhan KAPD dan pengembangan daerah;

- 2) Meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan membentuk loyalitas dan segmen pasar yang ada (*captive market*):
 - 3) Pemantapan daya tarik wisata untuk meningkatkan daya saing produk dalam menarik kunjungan ulang wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas; dan
 - 4) Merevitalisasi daya tarik wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan, daya saing produk dan KAPD.
- b. Strategi pengembangan
- 1) Strategi mendorong perintisan pembangunan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pertumbuhan KAPD dan pengembangan daerah meliputi :
 - a) Identifikasi dan menyusun rencana pengembangan daya tarik wisata alam, budaya dan buatan/khusus yang baru pada masing-masing KAPD;
 - b) Meningkatkan koordinasi lintas sektor untuk membangun sarana parasara dasar pada masing-masing KAPD yang belum berkembang; dan
 - c) Fasilitasi pengembangan jejaring manajemen kunjungan terpadu dengan daya tarik wisata yang telah berkembang di sekitar lokasi baik dalam konteks regional maupun nasional.
 - 2) Strategi meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan membentuk loyalitas segmen pasar yang ada (*captive market*) meliputi:
 - a) Pengembangan inovasi manajemen kapasitas daya tarik wisata untuk mendorong percepatan perkembangan daya tarik wisata di masing-masing KAPD
 - b) Mendorong upaya pelestarian terhadap sumberdaya kepariwisataan dan lingkungan spesifik(bentang alam hutan dan pegunungan) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD.
 - c) Mendorong upaya pelestarian terhadap sumberdaya kepariwisataan dan lingkungan spesifik(bentangan laut/perairan) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD.
 - d) Mendorong upaya pelestarian terhadap sumberdaya kepariwisataan dan lingkungan spesifik(bentang budaya) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD.
 - 3) Strategi pemantapan daya tarik wisata untuk meningkatkan daya saing produk dalam menarik kunjungan ulang wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas, meliputi:
 - a) Mengembangkan inovasi produk dalam upaya meningkatkan kualitas daya tarik, keunggulan kompetitif dan komparatif serta daya saing daya tarik wisata alam, budaya dan khusus/buatan yang sedang berkembang di masing-masing KAPD;
 - b) Meningkatkan kualitas dan kapasitas sarana prasarana dasar untuk meningkatkan kualitas kegiatan kepariwisataan di sekitar lokasi daya tarik wisata di masing-masing KAPD; dan
 - c) Pengembangan jenis-jenis atraksi lain dengan berbagai tema di sekitar lokasi daya tarik wisata utamanya serta jejaringnya dalam manajemen kunjungan;

- 4) Strategi merevitalisasi daya tarik wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan, daya saing produk dan KAPD meliputi:
 - a) Pengembangan program-program interpretasi termasuk yang berbasis teknologi;
 - b) Penguatan upaya pelestarian terhadap sumber daya kepariwisataan dan lingkungan spesifik (bentang alam hutan dan pegunungan) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD;
 - c) Pengawasan pembangunan sumber daya kepariwisataan dan lingkungan spesifik di lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD;

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan disini yaitu penelitian kualitatif dimana untuk mencari tahu strategi pengembangan wisata Air Terjun Oehala. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Lokasi penelitian berada di tempat Air Terjun Oehala, Kecamatan Mollo Selatan, Kabupaten Timor Tengah Selatan, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Informan penelitian yaitu pengelola dan wisatawan . Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, kuisioner. Teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Kondisi internal dalam pengembangan pariwisata di Air Terjun Oehala akan terangkum dalam matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis*), sedangkan kondisi eksternal dalam pengembangan pariwisata Air Terjun Oehala akan terangkum dalam matrik EFAS (*External Strategic Factors Analysis*).Oleh karena itu dalam penyusunan strategi, peneliti terdahulu mengidentifikasi kriteria dari faktor-faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

Tabel 1.

Analisis Lingkungan Internal

Faktor Strategi Internal	Kekuatan	Kelemahan
Daya Tarik Wisata	<ol style="list-style-type: none">1. Pemandangan di objek wisata Air Terjun Oehala masih asri2. Kebersihan di objek wisata Air Terjun Oehala sangat terjaga	
Prasarana Wisata	<ol style="list-style-type: none">1. Kondisi jalan menuju objek wisata Air Terjun Oehala ini baik2. Tersedianya jaringan atau sinyal telepon yang mendukung di objek wisata Air Terjun Oehala sehingga memberi kelancaran dalam berkomunikasi	<ol style="list-style-type: none">1. Tidak Tersedia air bersih dalam toilet2. Tidak Tersedia listrik dalam memenuhi kebutuhan wisatawan

Sarana Wisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagai tempat sarana peristirahatan yang menjadikan wisatawan menikmati keindahan Air Terjun Oehala setelah melakukan berbagai macam aktifitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana yang disediakan objek wisata Air Terjun Oehala kurang menarik 2. Sarana yang tersedia di objek wisata tidak sesuai dengan kebutuhan wisatawan
Tata Laksana/Infrastruktur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem jalur perjalanan menuju objek wisata Air Terjun Oehala yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan dalam berkunjung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang Sistem dan pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan
Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat sekitar bersikap ramah kepada para wisatawan yang berkunjung 2. Masyarakat sekitar dapat memberikan informasi yang jelas jika wisatawan membutuhkan informasi 	

Tabel 2.
 Analisis Lingkungan Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Peluang	Ancaman
Politik/Pemerintah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pemerintah daerah untuk pengembangan wisata Air Terjun Oehala 2. Adanya Kerjasama antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat sekitar dalam mengembangkan objek wisata Air Terjun Oehala demi tercapainya pengembangan Air Terjun Oehala 	
Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya objek wisata Air Terjun Oehala membantu masyarakat sekitar untuk membuka lapangan pekerjaan 2. Adanya objek wisata Air Terjun Oehala membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar 	
Daya Saing		<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya obyek wisata lain yang menawarkan produk wisata yang sama dengan obyek wisata Air Terjun Oehala 2. Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki objek wisata pesaing

Perkembangan Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi mengenai obyek wisata Air Terjun Oehala dapat dengan mudah diakses melalui internet. 2. Ketersediaan informasi mengenai obyek wisata Air Terjun Oehala dapat dengan mudah, cepat dan tepat untuk didapatkan. 	
------------------------	--	--

Semua aspek tersebut terangkum dalam aspek kekuatan dan kelemahan pada matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*). Sedangkan pada Matriks EFAS (*Exsternal Starategic Factor Analysis Summary*) terangkum peluang dan ancaman. Berikut ini merupakan hasil matriks IFAS dan EFAS yang diperoleh dengan merata-rata hasil penilaian yang telah diberikan terhadap kondisi internal dan eksternal pada wisata Air Terjun Oehala.

Tabel 3.
Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Skor	Nilai (Bobot x Skor)
Kekuatan			
1. Pemandangan di objek wisata Air Terjun Oehala masih asri	0,10	4	0,40
2. Kebersihan di objek wisata Air Terjun Oehala sangat terjaga	0,09	4	0,36
3. Kondisi jalan menuju objek wisata Air Terjun Oehala ini baik	0,08	4	0,32
4. Tersedianya jaringan atau sinyal telepon yang mendukung di objek wisata Air Terjun Oehala sehingga memberi kelancaran dalam berkomunikasi	0,09	4	0,36
5. Sebagai tempat sarana peristirahatan yang menjadikan wisatawan menikmati keindahan Air Terjun Oehala setelah melakukan berbagai macam aktifitas	0,09	4	0,36
6. Sistem jalur perjalanan menuju objek wisata Air Terjun Oehala yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan dalam berkunjung	0,09	4	0,36
7. Masyarakat sekitar bersikap ramah kepada para wisatawan yang berkunjung	0,10	4	0,40
8. Masyarakat sekitar dapat memberikan informasi yang jelas jika wisatawan membutuhkan informasi	0,10	4	0,40
Jumlah Skor Kekuatan			2,96
Kelemahan			
1. Tidak tersedia air bersih dalam toilet	0,07	3	0,21
2. Tidak tersedia listrik dalam memenuhi kebutuhan wisatawan	0,04	2	0,08
3. Sarana yang disediakan objek wisata Air Terjun Oehala kurang menarik	0,07	3	0,21

4. Sarana yang tersedia di objek wisata belum sesuai dengan kebutuhan wisatawan	0,06	2	0,12
5. Kurang sistem keamanan dan pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan	0,09	4	0,36
Jumlah Skor Kelemahan			0,98
Jumlah Keseluruhan	1		3,94

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 3. diatas, dapat ditarik kesimpulan yaitu faktor-faktor internal dalam pngembangan Wisata Air Terjun Oehala. Faktor kekuatan dengan jumlah skor hasil perhitungan dari Bobot dan Rating yaitu 2,96 , sedangkan untuk kelemahan dengan jumlah skor pembobotan adalah 0,98. Maka hasil perhitungan dari kekuatan-kelemahan, IFAS yaitu $2,96 - 0,98 = 1,98$

Tabel 4.

External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Skor	Nilai (Bobot x Skor)
Peluang			
1. Adanya Kerjasama antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat sekitar dalam mengembangkan objek wisata Air Terjun Oehala demi tercapainya pengembangan Air Terjun Oehala	0,10	3	0,30
2. Adanya pemerintah daerah untuk pengembangan wisata Air Terjun Oehala	0,09	2	0,18
3. Adanya objek wisata Air Terjun Oehala membantu masyarakat sekitar untuk membuka lapangan pekerjaan	0,14	4	0,56
4. Adanya objek wisata Air Terjun Oehala membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar	0,14	4	0,56
5. Informasi mengenai obyek wisata Air Terjun Oehala dapat dengan mudah diakses melalui internet.	0,13	4	0,52
6. Ketersediaan informasi mengenai obyek wisata Air Terjun Oehala dapat dengan mudah, cepat dan tepat untuk didapatkan.	0,13	4	0,52
JUMLAH SKOR PELUANG			2,64
Ancaman			
1. Adanya obyek wisata lain yang menawarkan produk wisata yang sama dengan obyek wisata Air Terjun Oehala	0,12	4	0,48
2. Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki objek wisata pesaing	0,12	4	0,48

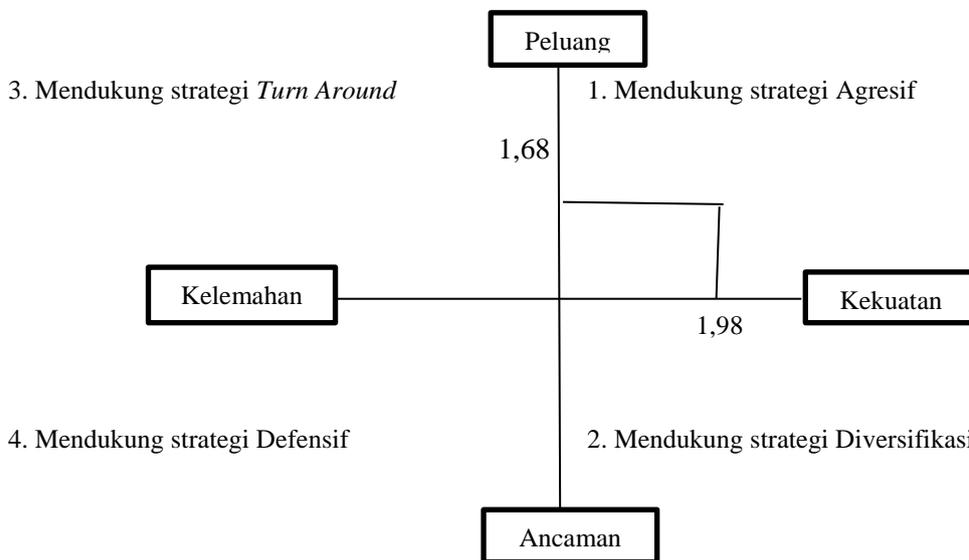
JUMLAH SKOR ANCAMAN			0,96
JUMLAH KESELURUHAN	1		3,60

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 3, dapat ditarik kesimpulan dari faktor-faktor eksternal dalam pengembangan Wisata Air Terjun Oehala. Faktor peluang dengan jumlah skor yaitu 2,64, sedangkan untuk ancaman dengan jumlah skor yaitu 1,14. Hasil perhitungan dari peluang-ancaman, EFAS yaitu $2,64 - 0,96 = 1,68$

Berdasarkan kekuatan dan kelemahan dari tabel IFAS serta peluang dan ancaman dari tabel EFAS yang telah ditransfer ke masing-masing kolom, maka untuk menentukan titik koordinat:

$$\begin{aligned} \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} &: 2,96 - 0,98 = 1,98 \\ \text{Peluang} - \text{Ancaman} &: 2,64 - 0,96 = 1,68 \end{aligned}$$



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Gambar 1.
 Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor internal (IFAS) dan analisis faktor eksternal (EFAS) didapatkan nilai sebagai berikut: faktor kekuatan (2,96), kelemahan (0,98), peluang (2,64) dan ancaman (0,96). Sehingga diperoleh titik koordinat (1,68. 1,98) pada kuadran I. Hal ini menandakan bahwa Pariwisata di Air Terjun Oehala menghadapi berbagai ancaman yang datang dari luar, meskipun begitu sektor ini masih memiliki kekuatan dari segi internal.

Strategi yang harus diterapkan dalam pengembangan pariwisata di Air Terjun Oehala adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengembangkan peluang dengan kata lain strategi ini mendukung strategi agresif. Berdasarkan indentifikasi diatas, maka perumusan strategi dilakukan lebih lanjut dengan menggunakan Matriks SWOT yang memasukan indikator IFAS dan EFAS yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.
Matriks Analisis SWOT

IFAS	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Panorama masih asri 2. Kebersihan terjaga 3. Kondisi jalan baik 4. Tersedianya jaringan atau sinyal telepon yang memadai 5. Tersedianya sarana peristirahatan 6. Masyarakat yang bersikap ramah terhadap wisatawan 	<p>Kelamahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak tersedia air bersih dalam toilet 2. Tidak tersedia listrik dalam memenuhi kebutuhan wisatawan 3. Sarana yang disediakan kurang menarik dan belum sesuai dengan kebutuhan wisatawan 4. Kurang sistem keamanan dan pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para Wisatawan 	
EFAS	<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pemerintah daerah untuk pengembangan wisata Air Terjun Oehala 2. Memberikan dampak positif pada usaha masyarakat 3. Adanya objek wisata Air Terjun Oehala membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar 4. Membuka lapangan pekerjaan 5. Teknologi yang semakin berkembang 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merealisasikan pengembangan objek wisata oleh pemerintah 2. Menjaga kelestarian alam di Kawasan objek wisata 3. Meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial ekonomi untuk mendukung peningkatan aktivitas masyarakat dalam melakukan kunjungan wisata 4. Meningkatkan kualitas objek wisata guna mendukung pengembangan pariwisata 5. Mempertahankan keramahtamahan masyarakat terhadap wisatawan 6. Melakukan promosi 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan fasilitas-fasilitas pendukung 2. Menjadi sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati 3. Meningkatkan pelestarian budaya serta memanfaatkan teknologi yang ada 4. Meningkatkan kualitas SDM
	<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya obyek wisata lain yang menawarkan produk wisata yang sama 2. Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki objek wisata pesaing 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang adanya penganggaran terhadap dana untuk renovasi fasilitas yang ada 2. Menjaga kebersihan objek wisata 3. Meningkatkan promosi 4. Mengikuti perkembangan untuk meningkatkan persaingan dalam wisata 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembaharuan fasilitas 2. Meningkatkan fasilitas-fasilitas pendukung khas objek wisata 3. Meningkatkan kualitas SDM, Promosi, dan keamanan 4. Melakukan promosi

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Dari tabel matriks SWOT diatas maka didapatkan alternative strategi pengembangan wisata Air Terjun Oehala, yaitu berupa SO, WO, ST dan WT. dari beberapa alternative strategi yang dihasilkan maka ada 4 alternative strategi yang dijadikan rekomendasi strategi yang digunakan, antara lain :

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang.

- a. Merealisasikan pengembangan objek wisata oleh pemerintah
 - b. Menjaga kelestarian alam di Kawasan objek wisata
 - c. Meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial ekonomi untuk mendukung peningkatan aktivitas masyarakat dalam melakukan kunjungan wisatawan
 - d. Meningkatkan kualitas objek wisata guna mendukung pengembangan pariwisata
 - e. Mempertahankan keramahtamahan masyarakat terhadap wisatawan
 - f. Melakukan promosi
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang.
 - a. Pengadaan fasilitas-fasilitas pendukung
 - b. Menjadi sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati
 - c. Meningkatkan pelestarian budaya serta memanfaatkan teknologi yang ada
 - d. Meningkatkan kualitas SDM
 3. Strategi ST (*Strenght-Threats*), strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman
 - a. Kurang adanya penganggaran terhadap dana untuk renovasi fasilitas yang ada
 - b. Menjaga kebersihan objek wisata
 - c. Meningkatkan promosi
 - d. Mengikuti perkembangan untuk meningkatkan persaingan dalam wisata
 4. Strategi WT (*Weakness-Threats*), strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.
 - a. Pembaharuan fasilitas
 - b. Meningkatkan fasilitas-fasilitas pendukung khas objek wisata
 - c. Meningkatkan kualitas SDM, promosi, dan keamanan
 - d. Melakukan promosi

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan (*strength*) yang dimiliki wisata Air Terjun Oehala, antara lain mempunyai panorama wisata yang masih asri, kebersihan terjaga, tersedianya sarana peristirahatan dan keramahan masyarakat sekitar. Dalam hal ini, destinasi Tujuan wisata Air Terjun Oehala selalu mengupayakan menjaga dan mengembangkan potensi yang dimiliki agar mampu memenuhi dan memberikan kepuasan kepada setiap pengunjung dan juga mampu bersaing dengan pesaing wisata lainnya. Hal ini didukung oleh penelitian (Sylvia, 2017) dengan hasil penelitian adalah meningkatkan citra produk objek wisata agar bersaing dengan objek wisata yang lain, meningkatkan kebersihan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas yang sudah ada, menambah fasilitas/sarana pendukung wisata yang masih kurang, merealisasikan pengembangan objek wisata oleh pemerintah, meningkatkan kualitas lingkungan kawasan wisata, melakukan kegiatan promosi yang efektif, Selain itu terdapat kelemahan (*weakness*) yang dimiliki wisata Air Terjun Oehala antara lain, kurang tersedia air bersih dalam toilet, kurang tersedia listrik dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, sarana yang disediakan kurang menarik dan belum sesuai dengan kebutuhan wisatawan, kurang sistem keamanan dan

pengawasan bagi wisatawan seperti wisatawan membuang sampah sembarangan dan merusak fasilitas yang ada dan masyarakat yang kurang berwawasan dalam hal pariwisata sehingga kurang dapat memberikan informasi yang jelas jika wisatawan membutuhkan informasi. Dari beberapa kelemahan yang dimiliki wisata Air Terjun Oehala membuat kurang efektif dalam mendatangkan pengunjung. Hal ini didukung oleh penelitian (Cornelis et al., 2019) dengan hasil penelitian adalah hal-hal yang dapat dilakukan meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata adalah dengan memperhatikan dan merawat sarana dan prasarana yang sudah disediakan dan lebih fokus dalam menyediakan air bersih di MCK, kemudian juga menjaga agar tidak terjadi pengerusakan fasilitas di lokasi wisata dan sering diadakannya sosialisasi tentang desa sadar wisata agar masyarakat ikut berperan dalam pengembangan pariwisata.

Adapun peluang (*opportunity*) yang dimiliki wisata Air Terjun Oehala antara lain adanya pemerintah daerah untuk pengembangan wisata Air Terjun Oehala, memberikan dampak positif pada usaha masyarakat, membuka lapangan pekerjaan dan teknologi yang semakin berkembang. Dengan beberapa peluang tersebut wisata Air Terjun Oehala dapat mencapai apa yang menjadi tujuan jika peluang yang ada bisa dimanfaatkan dengan baik. Hal ini didukung oleh penelitian (RIO, 2021) dengan hasil penelitian adalah terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, membuka kegiatan masyarakat di berbagai bidang, lancarnya arus transportasi menuju objek wisata, tingginya keinginan untuk berwisata yang ingin menikmati wisata alam, meningkatkan wawasan dan pengetahuan masyarakat sekitar, memberikan paket yang menarik dan murah. Namun semua itu tidak menutup kemungkinan terdapat ancaman (*threats*) yaitu adanya objek wisata lain yang menawarkan produk wisata yang sama dan meningkatkan jumlah fasilitas dan kualitas yang dimiliki objek wisata pesaing, seperti rumah pohon sedangkan wisata Air Terjun Oehala tidak menyediakan hal tersebut. Dengan adanya ancaman tersebut wisata Air Terjun Oehala akan mendapat hambatan dalam mengembangkan wisata sekaligus mengganggu tercapainya tujuan yang diinginkan. Hal ini didukung oleh penelitian (Ridwan et al., 2015) dengan hasil penelitian adalah pengembangan objek wisata memang perlu ditingkatkan apalagi semakin bertambahnya objek-objek wisata lain dan bertambahnya persaingan antar objek wisata maka objek wisata memerlukan inovasi baru untuk berkembang yang lebih baik. Pemerintah daerah dalam mengembangkan objek wisata terkendala oleh dana maka perlu bantuan dari para investor swasta.

Berdasarkan hal tersebut perlu adanya strategi pengembangan yang bisa dijadikan rekomendasi pada pengelolaan wisata Air Terjun Oehala :

1. Perbaikan dan perawatan sarana dan prasarana yang berada di wisata Air Terjun Oehala. Keberadaan sarana dan prasarana memadai dalam sebuah tempat wisata merupakan salah satu bentuk pelayanan dan faktor penting yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Air Terjun Oehala. Semakin baik sarana dan prasarana yang ada, tingkat kepuasan wisatawan akan semakin meningkat dan akan semakin baik pula kesan yang dapat ditinggalkan wisatawan terhadap wisata Air Terjun Oehala. Pada wisata Air Terjun Oehala, sarana dan prasarana masih belum cukup memadai dan perlu perawatan. Hasil analisis SWOT disimpulkan beberapa sarana dan prasarana yang perlu dibangun sebagai berikut :
 - a. Perbaikan jalan yang sudah berlubang
 - b. Perbaikan anak tangga yang sudah rusak

- c. Menambah jumlah fasilitas seperti rumah pohon, tempat sampah,
 - d. Pemberian petunjuk arah dan slogan dari kayu di dalam kawasan
2. Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan objek wisata. Segala potensi yang dimiliki wisata Air Terjun Oehala merupakan salah satu kekuatan atau daya tarik. Memaksimalkan segala potensi tersebut merupakan salah satu langkah yang dapat dilakukan sehingga Air Terjun Oehala memiliki suatu aktifitas yang dapat ditawarkan ke masyarakat luas yang datang berkunjung untuk melakukan perjalanan wisata.
 3. Memaksimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan tenaga kerja profesional. Sumber daya manusia juga perlu dimaksimalkan agar pengelolaan sumber daya alam menjadi maksimal. Sumber daya manusia yang terampil dapat menghasilkan suatu objek wisata yang akan memberikan kesan kepada pengunjung. Salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk mengoptimalkan fungsi SDM dengan cara membentuk kelompok sadar wisata yang nantinya akan bertanggung jawab dalam mengelola kawasan wisata Air Terjun Oehala. SDM yang terlibat dalam kelompok sadar wisata ini sebaiknya merupakan tenaga profesional sehingga seluruh perencanaan pengembangan, pengelolaan, inovasi dan pemeliharaan objek wisata yang ada tetap dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan secara berkelanjutan. Jika SDM baik, maka manajemen tiket, kebersihan dan perawatan kawasan dan sarana prasarana juga akan terpelihara dengan baik.
 4. Melakukan kerja sama dengan pihak terkait. Pihak terkait yang dimaksud adalah instansi pemerintah yang memiliki kewenangan dalam mengatur pariwisata di Indonesia seperti perguruan tinggi, investor, biro perjalanan. Pihak-pihak tersebut nantinya diharapkan akan mendukung keberlangsungan pengembangan wisata Air Terjun Oehala. Selain itu, juga dapat kerjasama dengan pihak yang dapat mempromosikan wisata melalui media digital, sehingga dapat menarik semua kalangan masyarakat. Kerjasama dengan pihak lain juga dapat berbentuk penyedia akomodasi, seperti penginapan di sekitar lokasi sehingga pengunjung dapat menikmati alam di sekitar wisata Air Terjun Oehala baik siang maupun malam hari.
 5. Memperjelas status tanah, karena Dinas Pariwisata masih membangun di atas tanah milik Bapak Abdon Sanam, agar dapat memperbaiki bahkan menambah fasilitas pendukung di dalam wisata Air Terjun Oehala.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Wisata Air Terjun Oehala (Kecamatan Mollo Selatan, Kabupaten Timor Tengah Selatan), maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Wisata Air Terjun Oehala ini berada sekitar kurang lebih 13 km yaitu 10 km dari jalan besar utama dan 3 km masuk ke dalam dari Kota Soe, Ibukota Kabupaten Timor Tengah Selatan. Letaknya berada di Desa Oel'ekam, Kecamatan Mollo Selatan, Kabupaten Timor Tengah Selatan, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Aliran Air Terjun Oehala ini berasal dari Gunung Mutis, maka tidak diragukan lagi kesegaran dan kejernihan airnya yang berasal

dari air pegunungan tersebut. Terbukti dari airnya yang masih sangat alami dan bersih. Air Terjun Oehala juga sering dikenal dengan sebutan Air Terjun 7 Tingkat.

2. Alternatif strategi pengembangan yang bisa dijadikan rekomendasi pada pengelolaan wisata Air Terjun Oehala : perbaikan dan perawatan sarana dan prasarana yang berada di wisata Air Terjun Oehala, Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan objek wisata, Memaksimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan tenaga kerja profesional, Melakukan kerja sama dengan pihak terkait. Pihak terkait yang dimaksud adalah instansi pemerintah yang memiliki kewenangan dalam mengatur pariwisata di Indonesia seperti perguruan tinggi, investor, biro perjalanan, Memperjelas status tanah, karena Dinas Pariwisata masih membangun di atas tanah milik Bapak Abdon Sanam , agar dapat memperbaiki bahkan menambah fasilitas pendukung di dalam wisata Air Terjun Oehala.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut :

1. Pemerintah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Timor Tengah Selatan seharusnya membenahi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan pada wisatawan, seperti toilet, tempat sampah dan tempat parkir.
2. Kepada Pengelola Wisata Air Terjun Oehala agar dapat menjaga kelestarian dan kebersihan di sekitar lingkungan Wisata Air Terjun Oehala agar tercipta kesehatan dan penyelamatan lingkungan dari kerusakan-kerusakan.
3. Kepada Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Oehala ini agar dapat meningkatkan kesadaran individu masing-masing dan saling bekerja sama di dalam menjaga kebersihan dan keindahan lingkungan objek wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, I Gusti Bagus, (2016), Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Edisi 1, Cetakan 2, Rajawali Pers, Jakarta.
- Cornelis, C. A. E., Fanggidae, A. H. J., & Timuneno, T. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Fatuleu. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 8(1), 117–132.
- Heri, L. (2011). Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati. *Jurnal Universitas Diponegoro*, 1(1).
- Mellu, M. R., Besie, J. L. D., & Bunga, T. T. (2018). Analisis Faktor Penunjang Dan Penghambat Pengembangan Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Alam Bola Palelo, Kecamatan Mollo Tengah, Kabupaten Timor Tengah Selatan). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 7(2), 269–286.
- Mulyadi, A. (2017). *Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissappu di Kabupaten Bantaeng*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Pitana, I., & Diarta, I. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*. Andi.
- Pradikta, A. (2013). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*. Universitas Negeri Semarang.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

- Ridwan, N., Chalid, N., & Aqualdo, N. (2015). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Guruh Gemurai Desa Kasang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi*. Riau University.
- Rio, A. (2021). *Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Jeruk Manis Di Kabupaten Lombok Timur (Studi Desa Jeruk Manis Kecamatan Sikur)*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Sanam, S. R. (2016). Strategi Pengembangan Air Terjun Oehala Sabagai Daya Tarik Ekowisata Berbasis Masyarakat Di Kabupaten Timor Tengah Selatan, Nusa Tenggara Timur. *Tourism: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 2(2), 1.
- Selatan, P. K. T. T. (n.d.). *Air Terjun Oehala*. 2016.
- Spillane, J. J. (1988). *Ekonomi pariwisata, sejarah dan prospeknya*.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Sylvia, R. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 11(2), 253–259.
- Wibowo, A. S., & Priyono, K. D. (2017). *Analisis Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.