

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA SEBATU SEBAGAI DESA WISATA UNGGULAN DI KABUPATEN GIANYAR

Ni Wayan Diti Artini¹, I Wayan Wiwin², Bagus Ade Tegar Prabawa³

Program Studi Industri Perjalanan, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

Email: ditiartini29@email.com

ABSTRACT

Sebatu Village, located in Tegallalang District, Gianyar Regency, Bali, has been recognized as a tourism area since the 1980s and was officially designated as a tourism village in 2022. Despite possessing diverse tourism resources, including natural, cultural, spiritual, and creative tourism attractions, the village has not yet developed optimally as a leading tourism destination. This study aims to identify the tourism potential of Sebatu Village, analyze the internal and external factors influencing its development, and formulate appropriate development strategies to enhance its competitiveness as a leading tourism village. A qualitative descriptive approach was employed using observation, in-depth interviews, documentation, literature review, questionnaires, and SWOT analysis. Tourism potential was identified based on the 6A tourism destination concept, consisting of attractions, accessibility, amenities, activities, ancillary services, and available packages. The findings indicate that Sebatu Village possesses significant tourism potential supported by rich natural landscapes, preserved cultural traditions, spiritual tourism, and local creative industries. However, several constraints remain, including limited tourism promotion, inadequate tourism packages, and the need for stronger stakeholder collaboration. SWOT analysis reveals that Sebatu Village is positioned within a growth-oriented strategy, indicating that aggressive development efforts should be implemented by maximizing strengths and opportunities. Recommended strategies include developing integrated tourism packages, enhancing digital marketing, improving tourism facilities, strengthening community participation, and expanding cooperation among stakeholders to achieve sustainable tourism development.

Keywords: *tourism village; tourism development; SWOT analysis; community-based tourism*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong pembangunan wilayah melalui pemanfaatan potensi lokal secara berkelanjutan. Perkembangan industri pariwisata saat ini tidak lagi berorientasi pada mass tourism, tetapi mengarah pada konsep *sustainable tourism* yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan. Salah satu implementasi konsep tersebut diwujudkan melalui pengembangan desa wisata yang mengedepankan partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi. Menurut Suansri (2003), *community based tourism* merupakan pendekatan pembangunan pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berperan sebagai pelaku utama sekaligus penerima manfaat dari aktivitas pariwisata. Sejalan dengan itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menegaskan bahwa pengembangan pariwisata harus

dilaksanakan secara berkelanjutan dengan memperhatikan pelestarian budaya, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat.

Desa wisata merupakan kawasan yang memiliki potensi alam, budaya, maupun hasil kreativitas masyarakat yang dikembangkan sebagai daya tarik wisata tanpa menghilangkan karakteristik kehidupan lokal. Menurut Pendit (1999), desa wisata merupakan perpaduan antara atraksi wisata, fasilitas pendukung, dan kehidupan masyarakat yang masih mempertahankan nilai-nilai budaya sebagai daya tarik utama. Sementara itu, Spillane (1997) menjelaskan bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengelola seluruh potensi wisata menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi sekaligus memberikan pengalaman yang berkualitas kepada wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan desa wisata tidak hanya berfokus pada penyediaan objek wisata, tetapi juga memerlukan strategi pengelolaan yang mampu meningkatkan daya saing destinasi secara berkelanjutan.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam mengevaluasi daya saing destinasi adalah konsep 6A yang dikemukakan oleh Buhalis (2000), yaitu *Attractions, Accessibility, Amenities, Activities, Ancillary Services*, dan *Available Packages*. Keenam komponen tersebut merupakan unsur penting yang menentukan kualitas suatu destinasi wisata. Destinasi yang mampu mengembangkan seluruh komponen secara terpadu akan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan destinasi lainnya. Oleh karena itu, konsep 6A digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi potensi wisata Desa Sebatu secara komprehensif sebelum merumuskan strategi pengembangannya.

Desa Sebatu yang terletak di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, merupakan salah satu desa yang telah dikenal sebagai kawasan wisata sejak dekade 1980-an dan secara resmi ditetapkan sebagai desa wisata pada tahun 2022. Desa ini memiliki berbagai potensi wisata, antara lain wisata alam berupa Air Terjun Jasan dan bentang alam persawahan dengan sistem Subak, wisata spiritual melalui Pura Gunung Kawi Sebatu dan Pesiraman Dalem Pingit Sebatu, wisata budaya melalui Tradisi Sanghyang Dedari, *Nyacahin*, dan *Nuuuh (Mejarag)*, serta wisata edukasi melalui *Glass Factory by Sari Timbul*. Keberagaman potensi tersebut menunjukkan bahwa Desa Sebatu memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai desa wisata unggulan. Namun demikian, berdasarkan hasil observasi awal, berbagai potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena masih terdapat keterbatasan pada aspek promosi, paket wisata, kualitas sumber daya manusia, serta pengelolaan destinasi.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata sangat dipengaruhi oleh strategi pengembangan destinasi. Filina et al. (2023) menjelaskan bahwa pengembangan desa wisata memerlukan sinergi antara potensi lokal, kelembagaan, dan partisipasi masyarakat agar mampu meningkatkan daya saing destinasi. Penelitian Mirayani et al. (2023) pada Desa Wisata Kerta menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia, promosi digital, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan merupakan faktor utama dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan. Selain itu, Mubarak dan Hertati (2023) menegaskan bahwa peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sangat penting dalam mengelola potensi desa wisata agar mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Sementara itu, Vickarohmila dan Kurnianingtyas (2023) menyatakan bahwa strategi pengembangan berbasis analisis *SWOT* mampu menghasilkan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi internal maupun eksternal destinasi wisata. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi pengembangan Desa Sebatu berdasarkan identifikasi potensi menggunakan konsep 6A dan analisis *SWOT* masih belum banyak dilakukan. Kondisi tersebut menjadi research gap dalam penelitian ini.

Perumusan strategi pengembangan dalam penelitian ini menggunakan analisis *SWOT* karena mampu mengidentifikasi hubungan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki suatu destinasi. Menurut David (2011), analisis *SWOT* merupakan

salah satu alat perumusan strategi yang efektif untuk menyusun kebijakan berdasarkan kondisi internal dan eksternal organisasi. Pendapat tersebut didukung oleh Mintzberg et al. (2005) yang menyatakan bahwa strategi merupakan pola tindakan yang disusun untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Selain itu, Porter (1998) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai apabila organisasi mampu memanfaatkan kekuatan internal dalam menghadapi persaingan dan perubahan lingkungan eksternal. Oleh karena itu, analisis *SWOT* dipandang tepat untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi wisata Desa Sebatu berdasarkan konsep 6A, menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangannya, serta merumuskan strategi pengembangan melalui analisis *SWOT*. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi pemerintah daerah, pengelola desa wisata, dan masyarakat dalam mengembangkan Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan yang berdaya saing, berkelanjutan, serta mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sebatu, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Bali. Lokasi penelitian dipilih karena Desa Sebatu telah ditetapkan sebagai desa wisata sejak tahun 2022 dan memiliki potensi wisata alam, budaya, spiritual, serta ekonomi kreatif yang beragam, namun pengembangannya masih belum optimal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran mengenai potensi wisata, faktor pendukung dan penghambat, serta strategi pengembangan Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, dokumen pemerintah, serta literatur yang relevan dengan penelitian.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang meliputi perangkat desa, pengelola desa wisata, tokoh masyarakat, pelaku usaha pariwisata, dan wisatawan yang dianggap memahami kondisi pengembangan Desa Sebatu. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, studi pustaka, dan kuesioner.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, strategi pengembangan dirumuskan menggunakan analisis SWOT yang diawali dengan penyusunan Matriks *IFAS* (*Internal Factor Analysis Summary*) dan *EFAS* (*External Factor Analysis Summary*), kemudian dianalisis menggunakan Matriks *Internal-Eksternal* (IE) dan Matriks *SWOT* untuk menghasilkan alternatif strategi pengembangan Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

POTENSI DESA SEBATU SEBAGAI DESA WISATA UNGGULAN

Potensi wisata merupakan seluruh sumber daya yang dimiliki suatu wilayah dan dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Menurut Spillane (1997), potensi wisata meliputi sumber daya alam, budaya, maupun hasil kreativitas manusia yang mampu memberikan pengalaman kepada wisatawan. Dalam penelitian ini, identifikasi potensi Desa Sebatu menggunakan konsep 6A yang dikemukakan oleh Buhalis (2000), yaitu *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities*, *Activities*, *Ancillary Services*, dan *Available Packages*. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa Desa Sebatu telah memiliki seluruh komponen tersebut, namun masih memerlukan pengembangan pada beberapa aspek agar mampu menjadi desa wisata unggulan.

1 *Attractions (Atraksi)*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata merupakan kekuatan utama Desa Sebatu. Atraksi yang dimiliki meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata spiritual, dan wisata buatan. Keberagaman atraksi tersebut menjadikan Desa Sebatu memiliki karakteristik destinasi yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan dengan minat yang berbeda-beda. Kondisi ini sesuai dengan pendapat Buhalis (2000) yang menyatakan bahwa atraksi merupakan komponen utama yang menentukan daya saing suatu destinasi wisata.

Potensi wisata alam Desa Sebatu terdiri atas Air Terjun Jasan, kawasan persawahan dengan sistem *Subak*, serta panorama pedesaan yang masih alami. Selain berfungsi sebagai objek rekreasi, kawasan tersebut berpotensi dikembangkan sebagai wisata *trekking*, fotografi, dan edukasi lingkungan. Hasil observasi pada 2 Maret 2026 menunjukkan bahwa kondisi alam yang masih terjaga menjadi salah satu alasan wisatawan berkunjung ke Desa Sebatu. Temuan ini sejalan dengan penelitian Vickarohmila dan Kurnianingtyas (2023) yang menyatakan bahwa wisata alam memiliki daya tarik tinggi apabila didukung oleh pengelolaan kawasan yang baik.



Gambar 3.1

Foto Air Terjun Jasan

Sumber: Diti Artini, 2026

Selain wisata alam, Desa Sebatu memiliki potensi wisata spiritual berupa Pura Gunung Kawi Sebatu dan Pesiraman Dalem Pingit Sebatu. Kedua objek tersebut menjadi tujuan wisatawan yang ingin melakukan persembahyangan maupun prosesi *melukat*. Keberadaan objek wisata spiritual menunjukkan bahwa Desa Sebatu memiliki keunggulan yang sulit ditemukan pada destinasi lain. Menurut Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 5 Tahun 2020, wisata spiritual merupakan bagian dari daya tarik wisata budaya yang perlu dikembangkan dengan tetap menjaga kesucian kawasan.

Potensi budaya Desa Sebatu ditunjukkan melalui pelaksanaan Tradisi Sanghyang Dedari, Tradisi Nuuh (Mejarag), dan Tradisi Nyacahin yang masih dilestarikan oleh masyarakat. Tradisi tersebut menjadi identitas budaya desa sekaligus memperkuat konsep *community based tourism*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bendesa Desa Adat Talepud, I Wayan Sutapa, pada tanggal 5 Maret 2026, diperoleh informasi bahwa tidak semua bentuk kesenian dan tradisi sakral dapat dipentaskan atau dipertontonkan untuk kepentingan pariwisata. Oleh sebab itu, diperlukan mekanisme seleksi yang jelas dalam membedakan kesenian yang memiliki fungsi ritual dan nilai sakral dengan kesenian yang dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata budaya tanpa mengurangi nilai-nilai budaya yang dikandungnya, dengan kesenian yang masih memungkinkan untuk disajikan kepada wisatawan dalam bentuk yang lebih edukatif dan interpretatif, sehingga nilai budaya tetap

terjaga tanpa mengurangi esensi dari tradisi yang ada. Suansri (2003) menyatakan bahwa budaya lokal merupakan aset utama dalam pengembangan desa wisata karena memberikan pengalaman autentik kepada wisatawan.

Selain itu, Desa Sebatu juga memiliki wisata buatan berupa Glass Factory by Sari Timbul. Wisatawan tidak hanya membeli produk kerajinan kaca sebagai cendera mata, tetapi juga dapat melihat secara langsung proses pembuatannya. Bapak I Gede Bawa Sujana, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Desa Sebatu menyebutkan dalam wawancara pada tanggal 2 Maret 2026:

“Objek wisata *Glass Factory* memang tidak berada di bawah pengelolaan desa. Namun keberadaan objek wisata ini yang dibangun dan dikelola sendiri oleh pihak perusahaan swasta itu sangat-sangat memberikan keuntungan secara benefit kepada desa. Satu, meng-*elevate* (mengangkat) nama desa, pasti. Kedua, menyerap tenaga kerja untuk warga masyarakat Desa Sebatu. Yang ketiga menjadi branding Desa Sebatu terkait dengan desa wisatanya.” (Wawancara, 2 Maret 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa meskipun bukan merupakan objek wisata buatan yang dikelola oleh Desa Sebatu secara langsung, namun keberadaan objek wisata *Glass Factory* by Sari Timbul ini memberikan berbagai dampak positif bagi Desa Sebatu, salah satunya dalam memperkuat citra (*branding*) desa sebagai destinasi wisata. Menurut Hadiwijoyo (2012), pengembangan ekonomi kreatif yang terintegrasi dengan pariwisata mampu meningkatkan nilai tambah destinasi sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.

2 Amenities (Fasilitas)

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Sebatu telah memiliki fasilitas pendukung yang cukup memadai, antara lain *villa*, *homestay*, restoran, *art shop*, area parkir, toilet, jaringan telekomunikasi, serta papan penunjuk arah menuju objek wisata. Keberadaan fasilitas tersebut menunjukkan bahwa Desa Sebatu telah memenuhi salah satu komponen destinasi wisata menurut Buhalis (2000), yaitu *amenities*.

Akomodasi berupa *villa* dan *homestay* berkembang seiring meningkatnya aktivitas pariwisata di kawasan Tegallalang. Sebagian besar akomodasi menawarkan suasana pedesaan dengan panorama persawahan sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Selain itu, keberadaan *art shop* dan restoran turut mendukung kebutuhan wisatawan selama berkunjung. Menurut Yoeti (1996), fasilitas pendukung merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dan lama tinggal (*length of stay*).

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa fasilitas masih memerlukan peningkatan, seperti kebersihan toilet, kapasitas area parkir, pusat informasi wisata, serta fasilitas interpretasi pada setiap objek wisata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mirayani et al. (2023) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas fasilitas menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing desa wisata.

3 Activities (Aktivitas)

Aktivitas wisata yang tersedia di Desa Sebatu cukup beragam. Wisatawan dapat melakukan trekking di kawasan persawahan, menikmati panorama alam, mengikuti prosesi *melukat*, menyaksikan tradisi budaya, mengunjungi *Glass Factory* by Sari Timbul, hingga berbelanja produk UMKM lokal. Aktivitas tersebut memberikan pengalaman wisata yang lebih lengkap dibandingkan sekadar menikmati objek wisata.

Menurut Buhalis (2000), aktivitas wisata merupakan komponen yang mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas wisata di Desa Sebatu masih didominasi oleh kunjungan pada objek wisata tertentu dan belum dikemas dalam bentuk paket wisata terpadu. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan aktivitas yang lebih terintegrasi agar wisatawan memiliki alasan untuk tinggal lebih lama di Desa Sebatu.

4 Accessibility (Aksesibilitas)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses menuju Desa Sebatu relatif mudah karena dapat dijangkau menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Kondisi jalan menuju objek wisata juga cukup baik serta didukung oleh papan petunjuk arah menuju lokasi wisata.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa ruas jalan menuju objek wisata yang sempit sehingga menyulitkan kendaraan berukuran besar. Selain itu, belum tersedia transportasi wisata khusus yang menghubungkan seluruh objek wisata di Desa Sebatu. Menurut Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 5 Tahun 2020, aksesibilitas yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata.

5 Ancillary Services (Pelayanan Pendukung)

Pelayanan pendukung di Desa Sebatu meliputi keberadaan Pemerintah Desa, Pokdarwis, BUMDes, serta kelompok masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata. Kelembagaan tersebut berperan dalam pengelolaan objek wisata, pelestarian budaya, serta pemberdayaan masyarakat.

Walaupun telah memiliki kelembagaan yang cukup baik, koordinasi antar pemangku kepentingan masih perlu ditingkatkan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa belum seluruh masyarakat memahami konsep desa wisata sehingga partisipasi dalam pengembangan pariwisata belum optimal. Suansri (2003) menegaskan bahwa keberhasilan desa wisata sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap proses pengelolaan destinasi.

6 Available Packages (Paket Wisata)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Sebatu belum memiliki paket wisata yang terintegrasi. Wisatawan umumnya hanya mengunjungi satu objek wisata tanpa melanjutkan perjalanan ke objek lainnya. Kondisi tersebut menyebabkan lama tinggal wisatawan relatif singkat dan belum memberikan manfaat ekonomi yang optimal bagi masyarakat.

Menurut Buhalis (2000), penyediaan paket wisata merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan nilai tambah destinasi. Berdasarkan hasil penelitian, paket wisata yang direkomendasikan adalah paket wisata terpadu yang mengombinasikan wisata alam, wisata budaya, wisata spiritual, wisata edukasi, serta aktivitas masyarakat lokal. Dengan adanya paket wisata tersebut, wisatawan diharapkan memperoleh pengalaman yang lebih beragam sekaligus meningkatkan lama tinggal dan pengeluaran wisatawan di Desa Sebatu.

FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT PENGEMBANGAN DESA SEBATU

Analisis faktor pendukung dan penghambat dilakukan menggunakan Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan. Penilaian dilakukan terhadap faktor-faktor yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner dengan mengacu pada konsep 6A dari Buhalis (2000). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai total faktor internal (IFAS) sebesar 3,05, sedangkan nilai total faktor eksternal (EFAS) sebesar 3,28. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Desa Sebatu memiliki kondisi internal yang kuat serta mampu memanfaatkan peluang eksternal dalam mendukung pengembangan desa wisata.

Tabel 3.1**Bobot, Rating, dan Nilai Faktor Internal Pengembangan Desa Sebatu Sebagai Desa Wisata Unggulan**

NO	PERTANYAAN	BOBOT	RATING	NILAI
	KEKUATAN			
1	Keindahan alam Desa Sebatu menjadi daya tarik utama wisata	0,066	4	0,24

JURNAL MAHASISWA INDUSTRI PERJALANAN (JMIP)

Program Studi Industri Perjalanan | Fakultas Dharma Duta UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

2	Wisata spiritual seperti melukat menjadi atraksi unggulan Desa Sebatu	0,066	4	0,24
3	Budaya dan tradisi lokal Desa Sebatu masih terjaga dengan baik	0,065	4	0,24
4	Desa Sebatu memiliki suasana yang nyaman dan asri untuk wisata	0,064	4	0,22
5	Aktivitas wisata spiritual menjadi daya tarik khas Desa Sebatu	0,063	4	0,25
6	Lokasi Desa Sebatu strategis karena dekat dengan destinasi wisata lain	0,062	3	0,21
7	Kegiatan wisata di Desa Sebatu beragam dan memberikan pengalaman yang menarik	0,060	3	0,20
8	Wisata budaya seperti menari atau belajar kerajinan khas Desa Sebatu memberikan pengalaman menarik bagi wisatawan	0,060	3	0,20
9	Akses jalan menuju Desa Sebatu mudah dijangkau oleh kendaraan wisatawan	0,058	3	0,19
10	Kebersihan lingkungan wisata Desa Sebatu tetap terjaga dengan tersedianya tempat sampah di area wisata	0,053	3	0,15
11	Petunjuk arah menuju objek wisata Desa Sebatu sudah cukup jelas	0,049	3	0,13
	KELEMAHAN			
12	Fasilitas umum di kawasan wisata Desa Sebatu sudah cukup memadai	0,044	2	0,11
13	Paket wisata Desa Sebatu cukup menarik bagi wisatawan	0,044	2	0,11
14	Harga Paket wisata cukup terjangkau	0,044	2	0,11
15	Informasi wisata Desa Sebatu mudah ditemukan melalui media sosial	0,044	2	0,10
16	Promosi wisata Desa Sebatu sudah berjalan dengan baik	0,043	2	0,10
17	Pengelolaan desa wisata sudah cukup baik dan tidak perlu ditingkatkan	0,043	2	0,10
18	Kualitas SDM pariwisata di Desa Sebatu sudah cukup memadai	0,042	2	0,10
19	Sarana pendukung wisata tidak perlu ditingkatkan	0,029	2	0,04
	Total	1,000		3,05

(Sumber: Hasil Olah Data, 2026)

Pada lingkungan internal, faktor kekuatan utama Desa Sebatu meliputi keindahan alam sebagai daya tarik wisata, wisata spiritual melalui aktivitas *melukat*, budaya dan tradisi lokal yang masih terjaga, suasana desa yang nyaman dan asri, serta keberagaman aktivitas wisata yang dapat dilakukan wisatawan. Faktor-faktor tersebut memperoleh nilai yang tinggi dalam Matriks IFAS sehingga menjadi modal utama dalam meningkatkan daya saing Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan. Sebaliknya, kelemahan yang masih dihadapi meliputi belum optimalnya fasilitas umum wisata, terbatasnya promosi dan pemasaran, paket wisata

yang belum menarik dan terintegrasi, serta kualitas sumber daya manusia pariwisata yang masih perlu ditingkatkan.

Tabel 3.2
Bobot, Rating, dan Nilai Faktor Eksternal Pengembangan Desa Sebatu Sebagai Desa Wisata Unggulan

NO	NAMA RESPONDEN	BOBOT	RATING	NILAI
	PELUANG			
1	Tradisi dan budaya lokal menjadi daya tarik utama Desa Sebatu	0,106	4	0,39
2	Pengembangan wisata membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat	0,105	4	0,38
3	Pengembangan Desa Sebatu meningkatkan peluang ekonomi masyarakat lokal	0,104	4	0,37
4	Pengembangan wisata Desa Sebatu mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) lokal	0,100	4	0,40
5	Wisatawan sadar akan pentingnya menjaga keasrian Desa Sebatu	0,097	3	0,33
6	Pengembangan wisata membantu pelestarian budaya lokal	0,096	3	0,32
7	Masyarakat lokal terlibat dalam kegiatan pariwisata desa	0,092	3	0,30
8	Kebersihan lingkungan Desa Sebatu dijaga dengan baik oleh masyarakat dan pengelola	0,089	3	0,28
	ANCAMAN			
9	Pengelolaan sampah di kawasan wisata tidak perlu ditingkatkan	0,071	2	0,18
10	Modernisasi akibat pariwisata tidak memengaruhi budaya lokal	0,070	2	0,17
11	Tidak ada kerusakan lingkungan yang signifikan akibat pengembangan wisata	0,070	2	0,17
	TOTAL	1,000		3,28

Sumber : Dari Hasil Olah Data, 2026

Pada lingkungan eksternal, peluang terbesar berasal dari meningkatnya minat wisatawan terhadap budaya lokal dan wisata spiritual, terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat, berkembangnya UMKM, meningkatnya peluang ekonomi lokal, serta semakin tingginya kesadaran wisatawan terhadap pelestarian lingkungan dan budaya. Namun demikian, terdapat beberapa ancaman yang perlu diantisipasi, antara lain peningkatan volume sampah akibat aktivitas wisata, potensi kerusakan lingkungan, serta pengaruh modernisasi yang dapat memengaruhi kelestarian budaya dan tradisi masyarakat apabila tidak dikelola secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil analisis IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa Desa Sebatu memiliki lebih banyak faktor kekuatan dan peluang dibandingkan kelemahan dan ancaman. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pengembangan desa wisata perlu diarahkan pada strategi yang mampu mengoptimalkan potensi alam, budaya, dan spiritual yang dimiliki, disertai peningkatan kualitas fasilitas, promosi, serta kapasitas sumber daya manusia agar pengembangan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan.

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA SEBATU SEBAGAI DESA WISATA UNGGULAN

1. Hasil Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Tabel 3.3

Matriks IE Pengembangan Desa Sebatu Sebagai Desa Wisata Unggulan

Total Nilai EFE (3,28)	Total Nilai IFE (3,05)			
		Kuat (3,00 - 4,00)	Sedang (2,00 - 2,99)	Lemah (1,00 - 1,99)
	Tinggi (3,00 - 4,00)	I	II	III
	Sedang (2,00 - 2,99)	IV	V	VI
	Rendah (1,00 - 1,99)	VII	VIII	IX

(Sumber: Rangkuti, 2016)

Berdasarkan hasil analisis Matriks IFAS dan EFAS pada tabel 3.1, diperoleh skor total faktor internal sebesar 3,05 dan faktor eksternal sebesar 3,28. Hasil tersebut menempatkan Desa Sebatu pada Sel I (Grow and Build) dalam Matriks Internal-Eksternal (IE). Posisi tersebut menunjukkan bahwa Desa Sebatu memiliki kondisi internal yang kuat serta mampu memanfaatkan peluang eksternal secara optimal sehingga strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan (*growth strategy*) melalui pengembangan produk wisata, penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk wisata secara berkelanjutan (David, David, & David, 2020).

Posisi tersebut mengindikasikan bahwa Desa Sebatu tidak hanya memiliki potensi wisata yang beragam, tetapi juga didukung oleh peluang eksternal yang besar, seperti meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata budaya, wisata spiritual, dan wisata berbasis alam. Oleh karena itu, fokus pengembangan tidak lagi pada pembangunan destinasi dari awal, melainkan pada optimalisasi potensi yang telah dimiliki melalui peningkatan kualitas pengelolaan, promosi, dan inovasi produk wisata. Temuan ini sejalan dengan pendapat David et al. (2020) yang menyatakan bahwa organisasi yang berada pada Sel I memiliki peluang untuk melakukan ekspansi melalui pemanfaatan kekuatan internal guna menangkap peluang eksternal.

2. Hasil Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal, diperoleh empat alternatif strategi pengembangan yang terdiri atas strategi SO (Strengths–Opportunities), WO (Weaknesses–Opportunities), ST (Strengths–Threats), dan WT (Weaknesses–Threats). Strategi tersebut disusun sebagai rekomendasi pengembangan Desa Sebatu agar mampu meningkatkan daya saing sebagai desa wisata unggulan.

a. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*)

Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memperoleh peluang yang tersedia. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang dapat diterapkan meliputi:

1. Mengembangkan paket wisata terpadu yang mengombinasikan wisata alam, budaya, spiritual, dan edukasi sehingga wisatawan memperoleh pengalaman yang lebih beragam.

2. Mengoptimalkan promosi digital melalui media sosial dan platform pariwisata guna memperluas jangkauan pasar wisata.
 3. Mengembangkan produk ekonomi kreatif dan UMKM berbasis potensi lokal sebagai pendukung aktivitas wisata.
 4. Memperkuat kerja sama antara pemerintah desa, Pokdarwis, BUMDes, pelaku usaha, dan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata.
- Strategi ini dinilai paling sesuai dengan kondisi Desa Sebatu karena memanfaatkan keberagaman potensi wisata yang dimiliki sekaligus memanfaatkan meningkatnya tren wisata berbasis budaya dan pengalaman (*experiential tourism*) (Buhalis, 2000; David et al., 2020).

b. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*)

Strategi WO bertujuan memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki. Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang direkomendasikan meliputi:

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan pengelolaan desa wisata, pelayanan wisatawan, dan pemasaran digital.
2. Mengembangkan paket wisata yang lebih inovatif dan terintegrasi dengan potensi lokal.
3. Meningkatkan kualitas fasilitas wisata, seperti toilet, area parkir, papan informasi, dan pusat informasi wisata.
4. Memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi yang lebih efektif.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi aspek penting karena keberhasilan desa wisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara profesional (Suansri, 2003).

c. Strategi ST (*Strengths–Threats*)

Strategi ST dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi dampak ancaman dari lingkungan eksternal. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang dapat diterapkan meliputi:

1. Menjaga kelestarian lingkungan dan budaya sebagai identitas utama Desa Sebatu.
2. Mengembangkan konsep pariwisata berkelanjutan melalui pengelolaan sampah dan pelestarian kawasan wisata.
3. Memperkuat nilai-nilai budaya lokal agar tetap terjaga di tengah perkembangan industri pariwisata.
4. Meningkatkan kualitas pelayanan wisata sehingga mampu bersaing dengan desa wisata lain di Kabupaten Gianyar.

Strategi ini penting mengingat meningkatnya aktivitas wisata berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan maupun budaya apabila tidak dikelola secara berkelanjutan (UNWTO, 2022).

d. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*)

Strategi WT disusun untuk meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman yang dapat menghambat pengembangan desa wisata. Strategi yang dihasilkan meliputi:

1. Meningkatkan koordinasi antar pemangku kepentingan dalam pengelolaan desa wisata.
2. Menyusun program pengembangan desa wisata secara berkelanjutan dengan melibatkan masyarakat.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pelestarian budaya dan lingkungan.
4. Melakukan evaluasi berkala terhadap pengelolaan desa wisata sebagai dasar perbaikan program pengembangan.

Strategi tersebut diharapkan mampu memperkuat kelembagaan desa wisata sehingga pengembangan Desa Sebatu dapat berjalan secara berkesinambungan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal (David et al., 2020).

Berdasarkan hasil analisis Matriks IE dan Matriks SWOT, strategi yang paling diprioritaskan dalam pengembangan Desa Sebatu adalah strategi SO. Hal ini didasarkan pada posisi Desa Sebatu yang berada pada Sel I (*Grow and Build*), sehingga strategi pengembangan perlu difokuskan pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal secara maksimal.

Strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi pengembangan paket wisata terpadu yang menggabungkan wisata alam, budaya, spiritual, dan edukasi; peningkatan promosi digital melalui berbagai platform media sosial; penguatan kerja sama antara pemerintah, Pokdarwis, BUMDes, pelaku usaha, dan masyarakat; serta peningkatan kualitas sumber daya manusia dan fasilitas pendukung pariwisata. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperpanjang lama tinggal wisatawan (*length of stay*), meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat posisi Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan di Kabupaten Gianyar.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Sebatu memiliki potensi wisata yang lengkap berdasarkan konsep 6A, yaitu *attractions, amenities, activities, accessibility, ancillary services*, dan *available packages*. Potensi tersebut meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata spiritual, serta wisata edukasi yang didukung oleh fasilitas dan kelembagaan desa wisata. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala, seperti belum optimalnya promosi, keterbatasan sumber daya manusia, dan belum tersedianya paket wisata yang terintegrasi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Matriks IFAS sebesar 3,05 dan EFAS sebesar 3,28, sehingga Desa Sebatu berada pada Sel I (*Grow and Build*) dalam Matriks Internal-Eksternal (IE). Posisi tersebut menunjukkan bahwa Desa Sebatu memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang besar sehingga strategi yang tepat adalah strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar.

Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah strategi SO, yaitu mengembangkan produk berupa paket wisata terpadu, meningkatkan promosi digital, memperkuat kolaborasi antar pemangku kepentingan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta mengembangkan pariwisata yang berorientasi pada pelestarian budaya dan lingkungan. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing Desa Sebatu sebagai desa wisata unggulan yang berkelanjutan di Kabupaten Gianyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson.
- Filina, C. F., Utama, I. G. B. R., & Putra, P. S. E. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Mas, Ubud, Gianyar, Bali. *JAKADARA: JURNAL EKONOMIKA, BISNIS, DAN HUMANIORA*, 2(1).
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat. *Graha Ilmu*.

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Expert survey: Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tumbuh pada 2024.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). Strategi pengembangan desa wisata di Indonesia.
- Marpaung, H. (2002). Pengantar pariwisata. Alfabeta.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2005). Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management. Free Press.
- Mirayani, N. K. S., Paristha, N. P. T., & Octaviana, N. K. R. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Kerta Kabupaten Gianyar Provinsi Bali dalam New Normal Era. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 18-31.
- Mubarok, M., & Hertati, D. (2023). Strategi pengembangan desa wisata rintisan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) di Desa Wisata Pandanrejo. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 11(1), 69–82.
- Parta, I. B. M. W., & Maharani, I. A. K. (2023). Cultural tourism in Indonesia: systematic literature review. *Vidyottama Sanatana: International Journal of Hindu Science and Religious Studies*, 7(2), 189-204.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.
- Pendit, N. S. (1999). Ilmu pariwisata: Sebuah pengantar perdana. Pradnya Paramita.
- Porter, M. E. (1998). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane, J. J. (1997). Ekonomi pariwisata: Sejarah dan prospeknya. Kanisius.
- Suansri, P. (2003). Community based tourism handbook. Responsible Ecological Social Tour (REST).
- Sujana, I. G. B. (2026, Maret 2). Wawancara pribadi [Komunikasi pribadi]. Sekretaris Desa Sebatu.
- Sutapa, I. W. (2026, Maret 5). Wawancara pribadi [Komunikasi pribadi]. Bendesa Desa Adat Talepud.
- UNWTO. (2007). A practical guide to tourism destination management. World Tourism Organization.
- Vickarohmila, M., & Kurnianingtyas, A. P. (2023). Strategi pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal melalui analisis SWOT. *Jurnal Penelitian*, 1(1), 1-10. [Catatan: Lengkapi nama jurnal, volume, dan halaman jika ada].