

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 pengertian pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk berbagai tujuan sesuai kebutuhan seperti rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara (Sutono, et al., 2023).

Desa wisata merupakan wilayah pedesaan yang telah mengembangkan potensi wisata alam, budaya, atau sejarahnya untuk dapat menarik wisatawan. Konsep desa wisata bertujuan untuk menghasilkan pendapatan bagi masyarakat setempat, serta melestarikan budaya dan lingkungan sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan. Di desa wisata wisatawan biasanya mengunjungi rumah tradisional, mengikuti kegiatan budaya seperti tarian atau musik tradisional, belajar kerajinan tangan, menjelajahi alam, dan mencicipi masakan tradisional. Desa wisata juga dapat menyediakan akomodasi sederhana, seperti homestay agar wisatawan dapat merasakan pengalaman hidup seperti masyarakat local (Nurohman & Qurniawati, 2021).

Pengembangan desa wisata Didimera di Desa Vessoru kecamatan Uatolari Distrik Viqueque dapat membangun komunikasi yang intensif antara masyarakat dengan wisatawan. Harapannya petani bisa lebih kreatif mengelola usaha mereka sehingga mampu menghasilkan produk yang menyentuh hati wisatawan. Bila hasil

pertanian (khususnya buah, Ikan saboko, Naan Tokir, dan ikan) bisa menjual dengan harga yang memadai tentu akan sangat membantu peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian lebih khusus mengenai perkembangan desa wisata, terutama dengan pendekatan ekonomi-sosial-budaya. Sehingga hasil penelitian dapat merupakan langkah konkrit untuk dapat secara berkelanjutan mengembangkan Desa Vessoru sebagai desa wisata. Hal ini penting, agar desa Vessoru jangan hanya menyandang status sebagai desa wisata saja, akan tetapi tidak secara nyata mengembangkan potensi ekonomi dan sumber daya pariwisata yang dimiliki Desa tersebut.

Dalam pengembangan desa wisata di sekitar Didimera akan menggunakan konsep (*Community Based Tourism CBT*) untuk melibatkan masyarakat karena masyarakat adalah salah satu sektor penting yang berperan dalam pengembangan pariwisata dan mampu mengelola dan mengembangkan objek wisata oleh mereka sendiri.

Wisata Didimera yang terletak di desa Vessoru kecamatan Uatolari distrik Viqueque Timor Leste adalah tempat wisata yang memiliki kekayaan alam yang mampu menarik wisatawan lokal maupun distrik lain berkunjung ke tempat tersebut sehingga perlu dikembangkan agar bisa menambah para pengunjung. Jumlah pengunjung pada hari Natal dan Tahun Baru mencapai 2000 namun fasilitas masih relative sedikit dan tampaknya belum bisa memenuhi kesejahteraan masyarakat sekitar, oleh karena itu agar tempat wisata Didimera dikembangkan dengan lebih baik maka perlu dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui dan memahami kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*) peluang (*opportunities*) dan

ancaman (threats) di tempat wisata Didimera, desa Vessoru, kecamatan Uatolari distrik Viqueque Timor Leste.



Gambar 1. 1 Para pengunjung

Didimera adalah salah satu tempat wisata yang terletak di desa Vessoru, yang di antara Distrik Lospalos, Baucau, Manatuto, Timor Leste yang memiliki keunikan tersendiri untuk menarik para wisatawan berkunjung di daerah tersebut karena Didimera memiliki pantai yang indah dan ada juga bungalow yang membangun di daerah tersebut guna para wisatawan duduk sambil merefresing suasana Didimera, dan bukit didimera juga memiliki 3 gua bersejarah yang pada akhirnya masyarakat memutuskan untuk membangun patung Yesus di dalam salah satu goa hingga menjadikan tempat wisata tersebut adalah tempat wisata religi. Beberapa Keunikan itulah yang menarik para pengunjung berwisata di daerah Didimera desa Vessoru Kecamatan Uatolari, Distrik Viqieqie.





Gambar 1. 2 Bangunan rumah peristirahatan di Area Didimera, Vessoru

Distrik Viqueque kecamatan Uatolari desa Vessoru memiliki potensi besar pada sektor pariwisata yang berlokasi di pantai Didimera. Pantai ini sudah ada sejak tahun 2002 yang dikelola oleh masyarakat local diketuai oleh Kepala Desa untuk membersihkan dan membangun bungalow. Pantai Didimera yang paling menarik minat wisatawan domestik antara distrik Baucau, Distrik Lospalos dan Distrik Viqueque sendiri untuk berkunjung. Pantai ini memiliki bukit yang sangat tinggi di bawah bukit ada 3 gua yang natural dan salah satu gua tersebut masyarakat membangun patung Yesus yang besar, Gazebo/Bungalow yang dibangun oleh masyarakat setempat, pantai yang indah, batu karang yang indah dan cukup luas dan di tahun 2022 lalu pemerintah selaku kementrian Pariwisata membiyai dana sebesar \$ 4.923.00 (sumber data dari desa vessoru tahun 2022) untuk membangun rumah sederhana yang bisa memadai 40an orang untuk bisa membuat acara dan toilet.

Pariwisata sebagai penyerap tenaga kerja pedesaan, sebagai generator pertumbuhan ekonomi wilayah, dan sebagai alat pengentasan kemiskinan maka potensi bagi tempat wisata pantai Didimera untuk menarik wisatawan, pendapatan asli daerah, penyerapan tenaga kerja, pengunjung eksisting sudah relative banyak yaitu sebanyak 500 orang per bulan jika pada tahun baru satu minggu bisa mencapai ribuan pengunjung.

Timor Leste adalah salah satu Negara yang baru merdeka dan diakui secara internasional pada tanggal: 20 Mei 2002 pada saat itulah pemerintah bersama rakyat Timor-Leste mempunyai keinginan untuk membangun negaranya guna melaksanakan stabilisasi kehidupan masyarakat pada berbagai sektor. Salah satu sektor yang harus dikembangkan adalah sektor pariwisata karena banyak tempat yang memiliki potensi pariwisata di berbagai distrik Timor Leste.

Pariwisata sebagai penggerak sector ekonomi dapat menjadi solusi bagi pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi. Sektor pariwisata tidak hanya menyentuh informasi), warung dan lain-lain. Kegiatan-kegiatan ini dapat menambah pendapatan masyarakat dan menekan tingkat pengangguran (Masitah 2019).

Pengembangan kepariwisataan dapat membawa banyak manfaat dan keuntungan. Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menyaingi kegiatan ekonomi lainnya, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait. Upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan nasional untuk meningkatkan lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara

serta penerimaan devisa. Mengingat luasnya kegiatan yang harus dilakukan untuk mengembangkan kepariwisataan, maka perlu dukungan dan peran serta yang aktif dari masyarakat (Masitah 2019).

Negara Republica Democratica Timor-Leste adalah sebuah Negara kecil yang secara unilateral memproklamasikan kemerdekaannya pada tanggal 28 Nopember 1975 dan baru berdaulat penuh pada tanggal 20 Mei 2002. Sejak itu pemerintah dan rakyat Timor-Leste sudah memiliki tekad untuk mewujudkan stabilitas kehidupan masyarakat yang aman, tentram dan sejahtera yang mana telah dicita-citakan seperti termuat pada pasal (6) Bagian (e) dan (i) dalam konstitusi República Demokrática Timor-Leste.(Republica Democratica de Timor Leste 2002).

Undang-Undang Pariwisata Timor-Leste, mempunyai misi memastikan pembinaan dan pelaksanaan tujuan dan kebijakan kepariwisataan yang ditetapkan oleh atasan, bertujuan untuk mendorong dan mengembangkan lingkungan kelembagaan yang lebih berdaya saing dan inovasi bisnis, untuk perlindungan kekayaan intelektual dan industry. Undang-undang pariwisata Timor Leste pasal 14 Membuat memelihara mekanisme kolaborasi dengan dinas pemerintah lainnya yang bertanggung jawab atas bidang terkait, yaitu Lingkungan Hidup, Pertanian, dan Perencanaan Wilayah, dengan maksud untuk mempromosikan zonasi strategis, perencanaan, dan pengembangan wisata di wilayah yang memiliki potensi wisata (Ministerio do Turismo 2013).

1.2 Keaslian Penelitian

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan rencana penelitian ini adalah terangkum di bawah ini:

- a. Destiana, Malihah, & Andari (2022) dengan judul **Strategi Pengembangan Desa Wisata Baros Kabupaten Bandung** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan Desa Wisata Baros yang terletak di Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata Baros memiliki potensi yang dapat dikembangkan diantaranya pengembangan kelembagaan desa wisata, pengembangan objek dan daya tarik wisata dan pengembangan sarana prasarana wisata.
- b. Erlangga & Indraturti (2022) dengan judul **Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Desa Dalegan Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik** Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi paling tepat dalam pengembangan Desa Wisata dengan menggunakan potensi-potensi yang ada di Desa Dalegan dan Adapun hasil dari penelitian ini terdapat potensi unggulan Desa Dalegan adanya pantai dengan keunikan pasir putih yang lembut, dan hasil alam yang dapat diolah bersal dari laut Dalegan dan kebun pohon siwalan yang melimpah.
- c. Ramadhan (2023) berjudul **Strategi Pengembangan Desa Wisata Hutanagodang Dengan Pendekatan Analisis SWOT Komponen 3A Pariwisata**, ujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di desa wisata ini dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT komponen 3A pariwisata (atraksi, aktivitas, akses) dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Hutanagodang memiliki banyak kekuatan dan peluang yang belum dimanfaatkan secara optimal.

- d. Martitah et al. (2022) **Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Wonogiri Berbasis Kearifan Lokal** tujuannya untuk mewujudkan desa wisata yang maju dan berkelanjutan sehingga membantu meningkatkan perekonomian daerah dengan tidak menghilangkan kearifan lokal dan hasil penelitian ini adalah menunjukkan potensi desa wisata di Kabupaten Wonogiri beragam secara jenis dan jumlah.
- e. Nurohman & Qurniawati (2021) berjudul **Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal**, Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan Desa Wisata Menggoro menjadi wisata halal agar lebih menarik minat kunjungan wisatawan dan Hasil dari penelitian berupa strategi pengembangan desa wisata menjadi wisata halal dengan memenuhi unsur-unsur wisata halal.
- f. Dewi, Fahmi, Herachwati & Agustina (2022) **Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Tritiks Kabupaten Nganjuk Berbasis Analisis SWOT** Strategi pengembangan ini bertujuan untuk membantu masyarakat merencanakan pengembangan wilayahnya sebagai desa wisata agar mereka memiliki pemahaman tentang faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh desa tersebut dan Peneliti menyajikan sebuah hasil identifikasi faktor-faktor internal yang meliputi faktor kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang meliputi faktor peluang dan ancaman.
- g. Firsty (2019) **Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi** tujuannya upaya untuk mengintegrasikan aspek-aspek

pariwisata demi keberlangsungan kepariwisataan dan hasil dari penelitiannya adalah Pengembangan pariwisata di Candi Muaro Jambi masih berada di tahap awal sehingga masih ada beberapa isu strategis yang perlu dibenahi seperti masih perlu upaya optimalisasi setiap pemangku kepentingan dalam menjalankan tugasnya, seperti pembentukan zonasi yang harus ditetapkan secepat mungkin, pembuatan kebijakan dan upaya promosi yang harus dioptimalkan.

- h. Astuti & Anwar, Junarti (2019) **Pengembangan Objek Wisata Syariah Desa Bubohu Gorontalo** tujuannya mengkaji lebih dalam terkait strategi yang tepat dalam pengembangan objek wisata syariah di Desa Wisata Religius Bongo-Gorontalo dengan menggunakan metode SWOT dan ANP sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT adalah kondisi lingkungan dan letak geografis yang cukup baik (kekuatan), rendahnya dukungan masyarakat (kelemahan), mengeksplere pariwisata Provinsi Gorontalo (peluang) dan adanya pariwisata, menarik para pengunjung dari berbagai daerah akan menciptakan kriminalitas daerah setempat (ancaman). Metode yang digunakan adalah kualitatif dan ANP.
- i. Atmoko (2021) **Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman** tujuannya untuk menentukan strategi pengembangan potensi desa wisata brajan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa potensi yang dimiliki oleh desa Brajan memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Atmoko 2021).

- j. Sudibya (2018) **Wisata Desa Dan Desa Wisata** tujuannya untuk memberi pengetahuan pada masyarakat terhadap wisata desa dan desa wisata dan Hasil dari penelitian ini adalah Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi. Metode digunakan adalah kualitatif. Kesamaan dari kontribusi penelitian di atas adalah semua hampir sama dalam menggunakan metode kualitatif untuk pengambilan data melalui data primer dan data sekunder. Perbedaan dari dari beberapa penelitian yang dikumpulkan di atas perbedaanya pada judul, teori yang digunakan dalam penelitian dan hasil.

1.3 Rumusan Masalah

Berbagai potensi wisata Didimera hingga saat ini sudah mulai digarap walaupun terdapat indikasi adanya trend yang fluktuatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Upaya untuk menarik wisatawan dengan mengemas berbagai potensi tersebut dalam bentuk paket-paket wisata perlu dioptimalkan kembali. Masalah yang dihadapi antara lain berkaitan dengan kurangnya partisipasi komunitas lokal, promosi, aksesibilitas lokasi, serta lain-lain.

Maka dari itu perlunya analisis SWOT sebagai strategi dalam menentukan visi dan misi yang baik dalam lingkungan internal maupun lingkungan external. Melakukan Analisis Lingkungan Internal untuk Membangun strategi bersaing yang berhasil dan mengharuskan perusahaan memperbesar kekuatan untuk mengatasi kelemahannya. Kekuatan merupakan kondisi internal positif yang memberikan

keuntungan relative dari pesaing bagi perusahaan dan melakukan Analisis Lingkungan Eksternal Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin membawa dampak nyata terhadap perusahaan, lingkungan kerja, dan yang tidak berhubungan langsung (lingkungan social). Peluang adalah kondisi sekarang atau masa depan lingkungan yang menguntungkan masyarakat pada saat ini atau pada luaran potensial dan ancaman kekuatan eksternal negative yang merintangi kemampuan perusahaan untuk mencapai visi, misi, sasaran, dan tujuan perusahaan (Tri Budi Astuti , Saiful Anwar 2019).

Melihat fenomena dan permasalahan di atas maka *research question* yang bisa dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana persepsi masyarakat Desa Vessoru, Kecamatan Uatolari, Distrik Viqueque terhadap pengembangan Desa Wisata Religi Didimera?;
- b. Bagaimana desain wisata religi berbasis pantai di Didimera desa Vessoru, Kecamatan Uatolari, Distrik Viqueque?;
- c. Bagaimana menginventaris fasilitas wisata dalam mendukung pengembangan destinasi wisata Didimera desa Vessoru, Kecamatan Uatolari distrik Viqueuqe?
- d. Bagaimana pelibatan pemangku kepentingan untuk pengembangan wisata Didimera desa Vessoru?
- e. Bagaimana strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat lokal di daerah sekitar Didimera desa Vessoru kecamatan Uatolari Distrik Viqueque?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. untuk mengetahui persepsi masyarakat Desa Vessoru, Kecamatan Uatolari, Distrik Viqueque terhadap pengembangan Desa Wisata Religi Didimera
- b. Membuat desain wisata religi berbasis pantai di Didimera desa Vessoru, Kecamatan Uatolari, Distrik Viqueque
- c. Menginventarisir fasilitas wisata dalam mendukung pengembangan destinasi wisata Didimera desa Vessoru, Kecamatan Uatolari distrik Viqueque
- d. Melibatkan pemangku kepentingan desa Vessoru untuk pengembangan wisata Didimera.
- e. Merumuskan strategi untuk pengembangan desa wisata berbasis pantai di daerah sekitar Didimera desa Vessoru kecamatan Uatolari Distrik Viqueque.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

- a. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu mengenai strategy dalam pengembangan suatu tempat wisata.

- b. Manfaat Praktis

Bagi penulis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang strategy analisis SWOT untuk mengembangkan suatu tempat pariwisata, media pertukaran pikiran mengenai *Strategi Pengembangan Desa Wisata Didimera* di dalam sebuah organisasi, Pemerintah atau perusahaan serta langkah-langkah dalam mengembangkan suatu tempat wisata dengan judul penelitian *Strategi Pengembangan Desa Wisata Didimera*.

1.6. Tinjauan Pustaka

1.6.1 Pariwisata

Secara etimologis, pariwisata terdiri dari kata wisata' yang berarti perjalanan (traveling); kata wisatawan yaitu orang yang melakukan perjalanan (traveler), dan kepariwisataan yaitu kegiatan atau segala sesuatu sehubungan dengan pariwisata. Kegiatan pariwisata membawa pengaruh sosial, ekonomi dan kebudayaan yang timbul sebagai efek dari perjalanan wisata (Pradana, 2019).

Pariwisata adalah salah satu industry yang dapat memajukan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hal ini terlihat dari perannya mampu meningkatkan lapangan pekerjaan, pendapatan dan standar hidup serta memberi stimulus bagi pengembangan sektor lainnya. Wisata bahari dan pesisir merupakan wisata dengan perkembangan yang sangat cepat. Banyaknya potensi yang bisa dikembangkan, membuat objek wisata ini dapat dimunculkan sebagai produk unggulan daerah (Nurlina, Pramata & Andiny, 2021).

Kunjungan kelompok wisatawan ke beberapa tempat tujuan wisata sudah memotivasi pelaku wisata dalam membangun hotel, villa, restoran dan travel untuk

mengoptimalkan kegiatan pariwisata. Bahkan, tidak sedikit diantara para pelaku wisata membentuk organisasi dan membina jaringan sosial diantara organisasi kepariwisataan untuk mencapai konformitas dari keberlangsungan kegiatan kepariwisataan. Dengan arti lain, pariwisata sebagai kegiatan sosial dipengaruhi oleh beragam organisasi masyarakat serta berdampak sosial budaya, ekonomi, politik terhadap individu, kelompok sosial dan masyarakat luas. Aspek sosial dari kegiatan pariwisata tersebut menjadi sorotan utama dari ilmu sosiologi pariwisata.

Mason (2020) mengatakan bahwa pariwisata adalah perpindahan sementara ke beberapa tempat tujuan selain tempat kerja dan tempat tinggal. Perjalanan berwisata dilakukan minimal 24 jam dan maksimal 6 bulan dengan orientasi untuk kesenangan, kesehatan, rekreasi, pendidikan, pahala, prestise dan relaksasi di tempat tujuan wisata. Sebagai bentuk rekreasi, hiburan, penyegaran fisik dan psikis sangat diperlukan wisatawan melalui perjalanan wisata ke beberapa tempat tujuan wisata (McIntosh dan Gupta, 1980).

1.6.2 Pengembangan Industri Pariwisata

Dalam kerangka pengembangan industri pariwisata, terdapat beberapa masalah utama yang dihadapi dan menjadi kendala bagi tumbuhnya industri pariwisata, yaitu: 1). Sinergi Antar Mata Rantai Usaha Pariwisata yang Belum Optimal, 2). Daya Saing Produk Wisata yang Belum Optimal, 3). Kesenjangan Antara Tingkat Harga dengan Pengalaman Wisata, 4). Kemitraan Usaha Pariwisata yang Belum Optimal, 5). Pengembangan Tanggung Jawab Lingkungan Oleh Kalangan Usaha Pariwisata Masih Belum Optimal (Solihin, 2020).

Definisi pariwisata yang dipandang dari dimensi industri/bisnis memfokuskan pada keterkaitan antara barang dan jasa untuk memfasilitasi perjalanan wisata. Smith (Seaton dan Bennett, 1996) mendefinisikan pariwisata sebagai kumpulan usaha yang menyediakan barang dan jasa untuk memfasilitasi kegiatan bisnis, bersenang-senang, dan memanfaatkan waktu luang yang dilakukan jauh dari lingkungan tempat tinggalnya (Utama 2014)

Menurut Instruction of Presidential RI No.9/1969, pengertian industri pariwisata akan jelas jika kita belajar dari suatu produk yang menghasilkan atau jasa. “Usaha-usaha pengembangan pariwisata bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara (Ethika 2016).

Pariwisata telah menjadi sektor unggulan bagi perekonomian Indonesia, Perkembangan pariwisata dari tahun ke tahun sangat memberi dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia di suatu daerah khususnya dalam bidang industry pariwisata seperti dalam bidang biro perjalanan wisata, dan industry lainnya seperti kerajinan dari hasil kreatifitas yang dapat membangkitkan perekonomian masyarakat setempat yaitu perekonomian dalam industry kreatif. Dalam hal ini perindustrian pariwisata berlomba-lomba menciptakan produk pariwisata yang lebih bervariasi dengan keunikan tersendiri untuk menarik minat wisatawan berkunjung kesuatu daerah wisata. Menurut Wikipedia ekonomi kreatif dipahami sebagai industry yang berfokus pada kerasi dan eksploitasi karya kepemilikan kaum intelektual (Diana, Suwena, & Wijaya, 2017).

Menurut Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009, Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (Ethika 2016).

Produk-produk industri kreatif selalu tampil dengan ciri khas dan keunikan tersendiri sehingga mampu menciptakan citra sebuah kota dan menarik wisatawan, sehingga melalui peran industri kreatif dapat dikembangkan sebuah pariwisata yang mampu memberikan pengalaman dan pembelajaran bagi wisatawan. subsektor industri kreatif yang terkait erat dengan industri pariwisata dan memberikan kontribusi cukup besar bagi perkembangan pariwisata nasional adalah kuliner 32%, fesyen 28,7% dan kemudian kerajinan 14,7%, namun pertumbuhan ketiganya masih di bawah pertumbuhan PDB Nasional (Diana, Suwena, & Wijaya, 2017).

1.6.3 Faktor-faktor yang menentukan Perkembangan Industri Pariwisata

Faktor merupakan suatu hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu dan Perkembangan merupakan perubahan yang tidak hanya bersifat kuantitatif namun juga kualitatif, selain itu perkembangan adalah perubahan yang progresif dan koheren. Progresif adalah perubahan yang terarah dan koheren menunjukkan adanya perubahan yang nyata antara sebelum atau sesudahnya. Disimpulkan faktor perkembangan pariwisata merupakan hal atau kondisi yang berpengaruh dalam perkembangan pariwisata dimana perkembangan tersebut terarah dan dapat lihat perubahan antara sebelum perkembangan dan sesudah perkembangan.

Menurut Camilleri (2018) Fungsi utama industri pariwisata adalah untuk melayani wisatawan. Keberhasilannya bergantung pada hubungan positif antar semua sektor. Sinergi antar penyedia jasa pariwisata ini diharapkan dapat menjadi pengalaman positif bagi para wisatawan secara individu (Mulyani, 2021).

Produk industri wisata sendiri adalah semua jasa yang dibutuhkan wisatawan semenjak ia berangkat sampai kembali lagi ke rumah dimana ia tinggal. Produk wisata sendiri terdiri:

Factor yang menentukan pengembangan industry pariwisata terdiri dari empat faktor yaitu:

1. Factor permintaan

Permintaan pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi maupun non- ekonomi. pemasaran destinasi wisata merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan pariwisata di daerah asal sedangkan promosi umumnya diakui sebagai strategi penting untuk meningkatkan kesadaran suatu destinasi dan untuk menonjolkan daya tariknya sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan dan penerimaan pariwisata (Mukaffi & Haryanto, 2022).

2. Faktor penawaran Pariwisata

Penawaran pariwisata juga menjadi elemen kunci dalam sebagai daya tarik wisatawan. Daya tarik suatu destinasi secara signifikan mempengaruhi arus wisatawan yang berkunjung. Faktor Aksesibilitas (komunikasi dan transportasi), atraksi (natural, kultural dan buatan), amenitas (fasilitas penunjang seperti ketersediaan bank, souvenir, dan lain-lain), akomodasi

(ketersediaan hotel, losmen dan lain-lain), serta aktifitas (ketersediaan fasilitas dilokasi pariwisata seperti climbing, surfing dan lain-lain). Disamping itu, Ketersediaan destinasi alternatif atau komplementer, kualitas layanan, citra merek, daya saing harga produk pariwisata dan substitusi harga wisata merupakan faktor supply side supply yang dapat mempengaruhi arus wisatawan ke suatu destinasi (Mukaffi & Haryanto, 2022).

3. Faktor geografis

Faktor geografis merupakan faktor penting yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Hal ini terkait dengan jarak antara tempat tinggal wisatawan dengan lokasi wisata, semakin jauh jarak, semakin kecil peluang wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Disamping itu, jarak juga menjadi pertimbangan bagi wisatawan terkait dengan biaya, waktu dan uang yang digunakan oleh wisatawan. Destinasi yang lebih dekat menunjukkan keunggulan kompetitif atas destinasi yang menawarkan produk serupa tetapi secara geografis jaraknya lebih jauh. Jarak dan indeks iklim pariwisata merupakan variabel utama yang mempengaruhi volume arus. Lokasi dan ketergantungan antar destinasi baik yang bersifat kompetitif maupun komplementer berimplikasi pada preferensi wisatawan terhadap destinasi dan arus pariwisata (Mukaffi & Haryanto, 2022).

4. Faktor sosial budaya

Sejumlah negara berkembang, persoalan pariwisata dapat menimbulkan beragam masalah sosial, seperti gaya hidup masyarakat dimana destinasi pariwisata tersebut berada. Hal ini dapat disebabkan karena adanya wisatawan luar destinasi yang membawa gaya masing-masing sehingga menjadi kekhawatiran tersendiri terhadap karakter bangsa. Kecenderungan aktifitas pariwisata berpotensi mengarah pada kegiatan dari berbagai aksi sosial yang berarti bahwa kegiatan pariwisata sangat erat kaitannya dengan tingkah laku hidup seseorang atau komunitas dalam melakukan perjalanan wisata. Dengan berkembangnya sektor pariwisata setiap individu dapat bebas bergerak dari satu lokasi ke lokasi destinasi yang lain, dari satu lingkungan ke lingkungan yang lain, bahkan dari satu negara ke negara lain yang masing-masing individu tersebut bisa berbeda baik dari segi agama, sosial dan budayanya. Hal inilah yang membentuk pola akulturasi antar budaya masing-masing yang berpotensi mempengaruhi perubahan sosial masyarakat setempat. Namun disisi lain, perkembangan pariwisata tersebut juga berdampak positif bagi wisatawan dan masyarakat setempat seperti perubahan struktur sosial (semisal, terjadinya perubahan dari sektor pertanian ke sektor industri), meningkatnya wawasan masyarakat. Aspek budayanya, seiring dengan perkembangan pariwisata berkonsekuensi pada kedatangan wisatawan luar daerah bahkan luar negeri (mancanegara) yang membawa budaya masing-masing. Salah satu akibat positif atas akulturasi budaya tersebut adalah munculnya kesadaran lintas budaya, meningkatnya kualitas pemahaman atas budaya lain, dan memperoleh pertukaran budaya

dengan budaya lain. Sisi lain, bagi masyarakat destinasi, kekayaan budaya setempat menjadi poin penting dalam pengembangan pariwisata. Dimana keberadaan budaya tersebut menjadi identitas daerah wisata dan menjadi penguat pariwisata seperti kasus yang terjadi di beberapa daerah di Indonesia budaya setempat mampu berperan menguatkan pariwisata dan menjadi daya tarik tersendiri (Mukaffi & Haryanto, 2022).

5. Faktor inovasi teknologi

Salah satu faktor penting yang mendukung pariwisata adalah inovasi teknologi yang digunakan. Secara teknis dalam sektor pariwisata berupa informasi dan promosi, pengembangan produk dan pemasaran. Bagi masyarakat pentingnya informasi dan promosi mempermudah pengetahuan calon wisatawan untuk mengetahui destinasi yang mereka inginkan untuk dikunjungi. Umumnya, destinasi melibatkan inovasi dan kemajuan teknologi untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan keunggulan komparatif. Disamping itu, inovasi teknologi dapat mengefisienkan biaya yang harus dikeluarkan oleh pemerintah daerah atau Negara. Kemajuan teknologi mampu menjadikan pemasaran pariwisata semakin mudah, efektif dan efisien seperti mudahnya informasi, reservasi, pembuatan faktur, dan pembayaran menggunakan smart card. Teknologi informasi dan komunikasi mampu meningkatkan promosi dan distribusi produk di internet. Penyediaan informasi multimedia dapat meningkatkan kemungkinan promosi seperti pemasaran langsung, mengurangi peran tradisional perantara perjalanan, pengembangan basis data pelanggan. Potensi inilah

yang memberi jalan untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, mempermudah hubungan pemasaran dengan pembeli dan pelanggan serta pemangku kepentingan. Ikondisi ini juga dapat merangsang terciptanya jaringan virtual bagi usaha mikro dan menciptakan peluang besar untuk akses ke pasar internasional dengan biaya rendah (Mukaffi & Haryanto, 2022).

1.6.4 Desa Wisata

Definisi Desa Wisata lainnya adalah: Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment. Terjemahan bebas: Wisata pedesaan di mana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, sering di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat (Sudibya, 2018).

Desa Wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya, dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut,serta mampu menggerakkan aktifitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Atmoko 2021). Menurut Muliawan (2008) prinsip pengembangan desa wisata adalah sebagai salah satu

produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain:

- a. Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat.
- b. Menguntungkan Masyarakat setempat
- c. Berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat.
- d. Melibatkan masyarakat setempat.
- e. Menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan.

1.6.5 Strategi Pengembangan Bisnis Desa Wisata

Dalam penelitian ini strategi pengembangan Desa Wisata Didimera digunakan Strategi analisis SWOT, analisi SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Oleh karena itu penulis memilih topik strategi pengembangan desa wisata Didimera di desa Vessoru kecamatan Uatolari Distrik Viqueque Timor Leste untuk mengetahui bagaimana penerapan analisa SWOT dalam mengmbangkan potensi-potensi wisata Didimera di desa Vessoru kecamatan Uatolari Distrik Viqueque.

Bisnis pariwisata sebagai penghasil devisa harus dapat dikembangkan dan dilestarikan dengan baik, baik dilakukan perorangan maupun kelompok dari ruang lingkup mikro hingga makro, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasain dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosia, budaya, alam dan

ilmu. Dalam kenyataannya, bisnis pariwisata masih belum dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan, karena faktor pendukung masih belum sesuai. Tantangan yang dihadapi dalam bisnis pariwisata yaitu kemampuan membangun sarana prasarana yang mendukung bisnis pariwisata (Utama dan Wiguna, 2020).

Hambatan atau kendala yang dihadapi dalam melakukan bisnis pariwisata adalah:

1. Sarana dan prasarana;
2. Sumber daya manusia
3. Komunikasi dan publisitas
4. Kebijakan dan peraturan yang berlaku dalam lingkungan Negara dan daerah
5. Teknologi informasi yang memungkinkan para wisatawan mengakses banyak informasi tentang daerah wisata
6. Kesiapan masyarakat
7. Investasi yang belum banyak berkembang di daerah

Pengembangan desa wisata dijadikan salah satu upaya untuk memberdayakan masyarakat desa melalui kegiatan pariwisata, sehingga dapat memberi hasil pada perbaikan kondisi ekonomi masyarakat. Maka dari itu sudah seharusnya usaha pengembangan ini dilakukan dengan prinsip-prinsip pemberdayaan dan pariwisata berbasis masyarakat. Peran masyarakat sangat dibutuhkan sebagai pelaku utama dalam seluruh tahapan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi kegiatan. Namun juga perlu adanya dukungan dari stakeholder lain seperti pemerintah daerah dan sektor swasta yang memiliki sumberdaya yang lebih besar

dari segi finansial, kemitraan, informasi, pengetahuan, dan teknologi (Masitah 2019).

Pengembangan kepariwisataan dapat membawa banyak manfaat dan keuntungan. Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menyaingi kegiatan ekonomi lainnya, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait. Upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan nasional untuk meningkatkan lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara serta penerimaan devisa. Mengingat luasnya kegiatan yang harus dilakukan untuk mengembangkan kepariwisataan, maka perlu dukungan dan peran serta yang aktif dari masyarakat (Masitah 2019).

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini sebanyak 12 orang yakni masyarakat yang menjual produk di tempat tersebut dan struktur desa Vessoru. Teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu Wawancara, Observasi, Dokumentasi, dan Focus Group Discussion.

Teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Dalam analisa SWOT melakukan identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal. Desa Wisata Didimera memiliki lingkungan yang terdiri dari internal dan eksternal yang dapat dikembangkan menjadi wisata berkembang. Faktor lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan, sedangkan lingkungan eksternal berkaitan dengan peluang dan ancaman.

1.7.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, dengan jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif serta digunakan data primer dan sekunder. Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kamera, alat tulis, *recorder*, kuesioner serta panduan wawancara semi terstruktur.

1.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan, meliputi:

1) Observasi dan penjajagan wilayah penelitian

Teknik observasi dilakukan untuk mengamati perilaku dan aktivitas partisipan di lokasi penelitian. Dalam pengamatan tersebut, peneliti melakukan aktivitas pencatatan hal-hal yang diamati secara langsung. Aktivitas tersebut dapat dilakukan baik secara terstruktur maupun secara tidak terstruktur. Dalam kegiatan tersebut, peneliti dapat terlibat secara langsung, baik sebagai peserta maupun sebagai pengamat murni.

2) Wawancara mendalam (indepth interview)

Teknik wawancara merupakan teknik penggalian informasi melalui percakapan secara langsung antara peneliti dengan partisipan. Perkembangan teknologi dan komunikasi telah memungkinkan wawancara dilakukan baik secara tatap muka maupun melalui telepon, zoom, whatsapp, dan lain-lain. Wawancara dapat

dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur dengan maksud menggali berbagai informasi seputar fokus masalah penelitian

3) Dokumentasi/Studi pustaka

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan informasi melalui pencarian bukti yang akurat sesuai fokus masalah penelitian. Dokumentasi dalam penelitian dapat berupa dokumen kebijakan, biografi, buku harian, surat kabar, majalah atau makalah. Selain ketiga teknik tersebut, dokumentasi dapat dilengkapi dengan rekaman, gambar, foto dan lukisan.

4) Focus Group Discussion (FGD).

FGD merupakan bentuk wawancara semi-terstruktur dengan fokus pada topik yang telah ditetapkan sebelumnya dan dipandu oleh seorang moderator.

5) *Community Based Toursim* (CBT)

Konsep Community-Based Tourism (CBT) memiliki prinsip pembangunan kepariwisataan yang berbasis masyarakat, salah satunya adalah keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan dan terdapat kepastian masyarakat lokal menerima manfaat (Harahaba, et al., 2024).

Jenis, metode dan sumber data yang diambil terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 1 Jenis, Metode dan Sumber Data

No.	Jenis Data	Metode	Sumber
1	Potensi fisik kawasan	Inventarisasi sumberdaya potensi kawasan Didimera	Pemerintah lokal, tokoh masyarakat lokal dan pengunjung

No.	Jenis Data	Metode	Sumber
		melalui wawancara dan observasi	
2	Potensi sosial: a. Kebudayaan b. Kesenian c. Kepercayaan	Wawancara dan FGD	Tokoh masyarakat lokal, masyarakat, Kepala Desa
3	Sistem sosial: a. Kepercayaan b. Jaringan sosial	Wawancara dan FGD	Tokoh masyarakat lokal, masyarakat, dan Kepala Desa
4	Institusi dan organisasi: a. Hubungan antara organisasi b. Jumlah organisasi	Wawancara dan FGD	Tokoh masyarakat lokal, masyarakat, Kepala Desa dan Himpunan pemuda vessoru
5	Potensi pasar	Wawancara kuesioner	dan Wisatawan
6	Dampak lingkungan	Wawancara observasi	dan Tokoh masyarakat lokal, masyarakat, dan Kepala desa

1.7.3 Metode Analisis Data

Metode ini berbentuk analisa sistem dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan pengenalan berbagai aspek dengan cara merumuskan strategi yang diharapkan dapat membongkar sesuatu permasalahan, Analisis ini didasarkan pada logika dalam mengoptimalkan daya (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), tetapi dengan cara bersamaan juga bisa meminimalisir sebuah kelemahan (*weaknesses*) dan bahaya (*threats*)

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

1. kekuatan (*strengths*) adalah sebuah kondisi di mana terdapat kekuatan dalam sebuah organisasi atau proyek. Kekuatan yang dianalisis adalah sebuah faktor yang terdapat dalam internal organisasi atau proyek yang ada.

2. kelemahan (*weakness*) ialah aspek yang ada dalam badan organisasi dan proyek ataupun rancangan bidang usaha itu sendiri, di mana berisi aspek yang tidak menguntungkan untuk pengembangan sebuah organisasi atau proyek.
3. kesempatan (*opportunities*) ialah kesempatan tumbuh di masa mendatang, situasi yang terjadi adalah kesempatan dari luar organisasi, proyek, ataupun rancangan bidang usaha, misalnya birokrasi kebijakan dan pesaing.
4. ancaman (*threats*) adalah faktor mengancam yang timbul dari eksternal sebuah organisasi. Ancaman ini mampu mendistraksi jalannya sebuah organisasi atau proyek (Dewi et al., 2022).

1.7.4 Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

1. Credibility

Uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

a. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap. Perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh. Data yang diperoleh setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, ada perubahan atau masih tetap. Setelah dicek kembali ke lapangan data yang telah diperoleh sudah dapat dipertanggungjawabkan/benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu diakhiri.

b. Meningkatkan kecermatan dalam penelitian

Meningkatkan kecermatan atau ketekunan secara berkelanjutan maka kepastian data dan urutan kronologis peristiwa dapat dicatat atau direkam dengan baik, sistematis. Meningkatkan kecermatan merupakan salah satu cara mengontrol/mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan, dibuat, dan disajikan sudah benar atau belum. Untuk meningkatkan ketekunan peneliti dapat dilakukan dengan cara membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian terdahulu, dan

dokumen-dokumen terkait dengan membandingkan hasil penelitian yang telah diperoleh. Dengan cara demikian, maka peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang pada akhirnya laporan yang dibuat akan semakin berkualitas.

c. Triangulasi

William Wiersma (dalam Sugiyono, 2007) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data (Sugiyono, 2007).

2. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

3. Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

d. Analisis Kasus Negatif

Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti masih mendapatkan data-data yang bertentangan dengan data yang ditemukan, maka peneliti mungkin akan mengubah temuannya.

e. Menggunakan Bahan Referensi

Referensi adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

f. Mengadakan Membercheck

Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Jadi tujuan membercheck adalah agar informasi yang diperoleh dan akan

digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan.

2. Transferability

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil. Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada si pemakai, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

3. Dependability

Reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang dependability atau reliabilitas adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula. Pengujian dependability dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dengan cara auditor yang independen atau pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Misalnya bisa dimulai ketika bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data,

melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil pengamatan.

4. Confirmability

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji confirmability penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji confirmability berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmability. Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

1.7.5 Teknik Analisis Data

Sebelum kegiatan pengembangan dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan *feasibility study* untuk memastikan apakah pengembangan desa wisata layak atau tidak layak dilakukan di target lokasi. Kegiatan ini antara lain mencakup analisis sosial, analisis lingkungan, survey pasar, survey potensi wisata, dan analisis ekonomi. Setelah dihasilkan kesimpulan bahwa rencana pengembangan desa wisata Didimera dipandang layak maka dilanjutkan dengan penyusunan rencana pengembangan desa wisata berbasis CBT (*community based tourism*) di daerah sekitar Didimera desa Vessoru kecamatan Uatolari, Timor Leste. Kegiatan

perencanaan pengembangan desa wisata ini pada dasarnya menentukan hal-hal berikut:

1. Produk desa wisata apa saja yang akan dikembangkan yang disesuaikan dengan potensi alam, potensi pasar, kapasitas masyarakat dan ketersediaan sumber daya lainnya misalnya *budget* dan *expertise* (keahlian);
2. Siapa anggota masyarakat yang akan terlibat langsung dalam kegiatan desa wisata? Keahlian apa yang harus mereka miliki? Berapa lama mereka harus dilatih? Bagaimana mereka harus dilatih?;
3. instansi/dinas dan pihak mana saja yang terlibat dan apa saja tugas dan tanggung jawab dari masing-masing pihak/dinas tersebut?;
4. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk mengembangkan sebuah produk desa wisata?;
5. Berapa besar dana yang diperlukan untuk setiap kegiatan pengembangan desa wisata? Berasal dari mana sumber dana tersebut?;
6. Infrastruktur dan sarana apa saja yang diperlukan untuk setiap produk desa wisata yang dikembangkan?;
7. Bagaimana cara memasarkan setiap produk desa wisata?;
8. aspek lingkungan apa saja yang perlu diperhatikan dalam pengembangan desa wisata, sebab jangan sampai kegiatan pengelolaan desa wisata malah menambah kerusakan lingkungan.

Teknik analisis deskriptif kualitatif ditujukan untuk analisis data yang diperoleh dengan cara indepth interview/wawancara mendalam. Tujuan analisis deskriptif

kualitatif disini untuk lebih menjelaskan hal-hal terkait dengan fenomena penelitian dari wawancara mendalam. Analisis data kualitatif dilakukan sejak wawancara dilapangan sampai peneliti menuangkan dalam bentuk narasi.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada tempat wisata Didimera, desa Vessoru kecamatan Uatolari, distrik Viqueque yang telah diidentifikasi untuk mengembangkan dengan menggunakan strategi analisis SWOT untuk meningkatkan penyediaan fasilitas dalam kesejahteraan masyarakat.

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan sarana prasarana Wisata Didimera. Faktor eksternal meliputi peluang (opportunity) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness) (Nisak, 2004). Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari beberapa sumber, termasuk wisatawan serta pemerintah dan lain-lain. Menurut Rangkuti (2004) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor- faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini.

Unsur-unsur SWOT Kekuatan (Strenght), Kelemahan (weakness), Peluang (Opportunity), Ancaman (Threats) Faktor eksternal dan internal Menurut (Fahmi, 2013) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu: Faktor eksternal Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. (Nisak 2004)

Faktor internal Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strenghts and weaknesses (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture) (Nisak 2004).