

Strategi Badan Usaha Milik Kampung Dalam Pengelolaan Wisata 1000 Musamus

Oleh:

¹ Hesty Tambajong, ² Hubertus Oja, ³ Samel Ririhena, ⁴ Erwin Nugraha
Purnama, ⁵ Rovingah

^{1.2.4.5.} Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Musamus

^{3.} Program Studi Administrasi Publik Program Magister, Fakultas Ilmu Sosial Dan
Ilmu Politik, Universitas Musamus

Email: hestytambajong@yahoo.co.id

Abstrak

Wisata 1000 Musamus merupakan destinasi wisata dengan potensi alam yang sangat besar dan istimewa, wisata ini terletak di Kampung Salor Indah dan dikelola oleh Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) Bintang Terang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan memahami strategi Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) dalam Pengelolaan Wisata 1000 Musamus di Kampung Salor Indah Distrik Kurik Kabupaten Merauke. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh BUMK dalam mengelola Wisata 1000 Musamus berjalan kurang maksimal. Pada perumusan strategi terlihat bahwa strategi yang dirumuskan yaitu: mengadakan pagelaran setiap bulannya, cara mempromosikan Wisata 1000 Musamus dan pengadaan fasilitas di Wisata 1000 Musamus. Kemudian, dalam pelaksanaannya strategi yang telah direncanakan tidak dapat berjalan dengan maksimal. Evaluasi dari strategi yang telah dilaksanakan bahwa akibat kurang maksimalnya promosi yang dilakukan baik melalui media cetak, elektronik dan media sosial, sehingga berpengaruh terhadap target pendapatan dan mempengaruhi keterbatasan anggaran yang digunakan untuk membangun sarana dan prasarana wisata, serta adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan rencana membuat pagelaran setiap bulannya tidak dapat terlaksanakan secara rutin.

Kata Kunci: Strategi; Pengelolaan; Wisata 1000 Musamus

Abstract

1000 Musamus tourism is a tourist destination with very large and special natural potential, this tour is located in the beautiful Salor village and is managed by a bright star Village Owned Business Agencies (BUMK). The purpose of this study was to identify and understand the strategy of Village Owned Business Agencies (BUMK) in managing 1000 Musamus tourism in Salor Indah village, Kurik district, Merauke district. This research method used is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques are observation, interviews, and documentation. The results showed that the strategy adopted by BUMK in managing 1000 Musamus tours was not optimal. In the formulation of the strategy, it can be seen that the strategies formulated are: holding a performance every month, how to promote 1000 Musamus tours, and provision of facilities for 1000 Musamus tours. Then, in the implementation of the planned strategy cannot run optimally. The evaluation of the strategy that has been implemented is that due to the lack of maximum promotion carried out through print, electronic and social media, so that it affects revenue targets and affects the limited budget used to build tourist facilities and infrastructure so that the procurement of facilities cannot be maximized, as well as the existence of a Pandemic Covid-19 has resulted in plans to make monthly performances unable to be carried out optimally.

Keywords: Strategy; Management; 1000 Musamus Tourism

PENDAHULUAN

Pelaksanaan pembangunan daerah pada dasarnya merupakan bagian dari pembangunan nasional yang diarahkan untuk mengembangkan daerah dan menserasikan laju pertumbuhan daerah di Indonesia. Membangun Indonesia melalui upaya menguatkan wilayah perdesaan atau kampung dengan bingkai persatuan, adalah suatu cara strategis dari kebijakan pembangunan, sehingga mampu bersaing dikanca internasional, pemantapan kawasan pedesaan menjadi penting sebagai pilar kedaulatan nasional. Menurut Adisasmita (Rismawati, 2018) Pembangunan merupakan unsur keseluruhan pada pengembangan nasional, dimana cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan masyarakat dengan maksimal dan berkelanjutan yang didasarkan atas keahlian dan kemampuan.

Salah satu cara untuk meningkatkan pembangunan di pedesaan adalah dengan mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Menurut Yudiardi dalam (Permata Zandri et al., 2018) Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah suatu strategi penguatan ekonomi desa yang dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa serta BUMDes dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, 2014), khususnya pada BAB X membahas mengenai Badan Usaha Milik Desa, disebutkan dalam pasal 87 bahwa Desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa yang disebut BUM Desa (ayat 1). Sehubungan dengan hal tersebut, Kampung Salor Indah Distrik Kurik Kabupaten Merauke telah mempunyai Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) atau dengan nama lain Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) yang diberi nama BUMK Bintang Terang. BUMK Bintang Terang didirikan pada tahun 2017, melalui (Peraturan Kepala Kampung Salor Indah Nomor 3 Tahun 2017 Tentang Pendirian Badan Usaha Milik Kampung) Kepengurusan Badan Usaha Milik Kampung Bintang Terang berdasarkan Surat Keputusan Kepala Kampung Nomor 1 Tahun 2020, terdiri dari komisariss, direktur, sekretaris, bendahara, 3 orang pengawas dan ketua unit atau sub bidang.

Kampung Salor Indah merupakan kampung Ex Transmigrasi Program Pemerintah Departemen Transmigrasi Republik Indonesia yang dimulai pembukaan lahan lokasi pemukiman transmigrasi pada tahun 1982 dengan nama Unit Pemukiman Transmigrasi (UPT) Salor II. Pada tahun 2021 jumlah penduduknya sebanyak 2.617 jiwa dan 794 Kepala Keluarga. Mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai petani. Melihat adanya potensi alam Kampung Salor Indah salah satunya adalah memiliki areal savana dengan luas \pm 29 hektar dan sekitar 6 hektar diantaranya sudah bertebaran rumah semut (bomi sai). Potensi ini dimanfaatkan oleh pemerintah setempat untuk mendirikan unit usaha BUMK yang bergerak dibidang pariwisata khususnya unit usaha Wisata 1000 Musamus. Sehingga, dengan adanya pengembangan Wisata 1000 Musamus ini diharapkan dapat meningkatkan pula pendapatan masyarakat setempat. Hal ini sesuai dengan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, 2009) khususnya pasal 4, yang menjelaskan bahwa kepariwisataaan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan

ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Untuk mengembangkan suatu pariwisata perlu adanya suatu strategi pengelolaan. Chandler (Rangkuti, 2008), berpendapat bahwa strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut (Prajudi, 2005), pengelolaan sebagai usaha untuk mengendalikan dan memanfaatkan segala aspek sumber daya yang sesuai dengan perencanaan dibutuhkan untuk menyelesaikan tujuan tertentu. Lebih lanjut, adapun fungsi pengelolaan (manajemen) menurut George Terry yaitu adanya perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Berdasarkan pendapat tersebut, strategi pengelolaan dapat diartikan sebagai suatu cara yang digunakan agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif.

Pembangunan kepariwisataan diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. (UU RI Nomor 10 Tahun 2009) Berhubungan dengan hal tersebut, Sumatera Utara juga merupakan wilayah yang memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah atau budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat dikelola dengan baik sesuai dengan apa yang paling diminati masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menghabiskan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola suatu sumber daya.(Jaelani, 2016)

Pengelolaan Wisata 1000 Musamus dengan memberdayakan masyarakat sekitar dalam memberikan pelayanan terhadap pengunjung yang datang. Sehingga, masyarakat sekitar akan memperoleh laba atau keuntungan dengan menyediakan jasa seperti jasa berkuda, mengelilingi tempat wisata menggunakan pengangkutan grandong (mobil yang telah didesain khusus sehingga terlihat unik), berfoto dengan badut karakter, serta menyediakan barang keperluan wisatawan seperti makanan dan minuman, jasa penyewaan payung dan juga tikar. Selain itu, Wisata 1000 Musamus juga telah dilengkapi dengan bangunan pos penjagaan (1 unit), tempat ibadah untuk umat islam, bangunan honai (6 unit) sebagai tempat untuk berteduh, kolam renang untuk anak-anak, dan ayunan (6 unit) serta bangunan MCK lengkap (2 unit).

Sejauh ini strategi BUMK dalam menarik pengunjung di Wisata 1000 Musamus, yaitu dengan cara mempromosikan, menyediakan fasilitas untuk pengunjung, seperti kolam renang, honai untuk bersantai dan berteduh, ayunan, barak jualan, serta mengadakan lomba tarian daerah (wayase), menembak, dan layang-layang maupun pagelaran budaya (Kuda Lumping). Dengan adanya fasilitas maupun pagelaran yang dilakukan, diharapkan dapat memperkenalkan Wisata 1000 Musamus

kepada masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang di Wisata 1000 Musamus. Namun, sehubungan dengan hal tersebut, jurnal yang dikutip dari (Moento & Fitriani, 2022) mengatakan bahwa promosi Wisata 1000 Musamus belum optimal, sehingga dibuatlah sebuah pengabdian yang bertujuan untuk melatih pengelola objek wisata 1000 Musamus dan pegawai distrik khususnya dalam mempromosikan Wisata 1000 Musamus.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, strategi yang dilakukan oleh BUMK Bintang Terang dalam pengelolaan Wisata 1000 Musamus belum terlaksana secara maksimal hal ini disebabkan karena masih kurangnya komunikasi dan kerja sama antar pengurus sehingga menjadi kurang kompak, adanya pandemi Covid-19, serta masih kurangnya promosi yang dilakukan baik secara *online* maupun *offline* oleh pihak pengelola seperti kurangnya meng-*update* informasi terbaru jika akan dilaksanakannya sebuah perlombaan ataupun pagelaran yang dilaksanakan di Wisata 1000 Musamus, selain itu dalam proses perkembangannya saat ini masih terbentur kendala anggaran sehingga mengakibatkan kurang maksimalnya penyediaan prasarana maupun sarana pelengkap, serta masih diperlukan pula dukungan dan partisipasi dari segala pihak khususnya dari pemerintah daerah maupun dinas terkait.

Betty Triana Kartika Wiyati (2018) menegaskan bahwa strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lumajang Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni dan alam (pesona alam). Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara pengembangan produk pariwisata dan pengembangan pemasaran pariwisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata (Angga, 2013:21). Jadi, Pengembangan objek wisata dapat diartikan usaha atau cara untuk membuat jadi lebih baik segala sesuatu yang dapat dilihat dan dinikmati oleh manusia sehingga semakin menimbulkan perasaan senang dengan demikian akan menarik wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini ialah guna mengetahui dan memahami strategi Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) dalam Pengelolaan Wisata 1000 Musamus di Kampung Salor Indah Distrik Kurik Kabupaten Merauke.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2008) penelitian deskriptif yakni penelitian yang memberikan gambaran dengan berurutan mengenai keterangan ilmiah yang bersumber berdasarkan subjek atau objek penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, data yang diperoleh selanjutnya akan dianalisa dan diinterpretasikan melalui beberapa tahapan, antara lain adalah reduksi data dengan cara mengklasifikasikan hal-hal yang penting, menyajikan data, dan terakhir adalah membuat kesimpulan berdasarkan informasi

yang telah diberikan oleh narasumber atau pihak informan yang berkaitan dengan strategi Badan Usaha Milik Kampung dalam pengelolaan Wisata 1000 Musamus yang berada di Kampung Salor Indah Distrik Kurik Kabupaten Merauke.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi alam Kampung Salor Indah salah satunya adalah memiliki areal savana dengan luas \pm 29 hektar dan sekitar 6 hektar diantaranya sudah bertebaran rumah semut (bomi sai). Dengan mengembangkan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang dimiliki akan berdampak pada perubahan kondisi kehidupan sosial ekonomi masyarakat sehingga akan menjadi lebih baik (Endah, 2020). Lebih lanjut, (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata) khususnya Pasal 4, menjelaskan bahwa kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Sejalan dengan itu, Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) Bintang Terang dalam melakukan pengelolaan Wisata 1000 Musamus telah melakukan beberapa strategi agar tujuan dari dibangunnya Wisata 1000 Musamus dapat tercapai. Sehubungan dengan hal tersebut, untuk menjawab berbagai indikator tentang Strategi Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) dalam Pengelolaan Wisata 1000 Musamus di Kampung Salor Indah Distrik Kurik Kabupaten Merauke, berdasarkan tahapan dalam Manajemen Strategik menurut Fred R. David, 2004:6-7 (Taufiqurokhman, 2016), antara lain :

Perumusan Strategi

Indikator ini digunakan untuk melihat proses perumusan strategi dalam pengelolaan Wisata 1000 Musamus yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) Bintang Terang. Perumusan strategi menjadi proses dasar dimana menjadi penentu awal dalam mencapai tujuan dan dengan cara apa agar tujuan tersebut dapat tercapai. Menurut Fred R. David yang dikutip dari (Taufiqurokhman, 2016) perumusan strategi meliputi kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternative dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

Berdasarkan hasil penelitian, proses perumusan strategi dalam pengelolaan Wisata 1000 Musamus yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) Bintang Terang belum sepenuhnya berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan manajemen strategi belum diterapkan sepenuhnya oleh Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) Bintang terang. Peran manajemen strategis yang sedikit kompleks sangat mem-pengaruhi perjalanan sebuah program untuk mendapatkan hasil yang telah ditetapkan dan direncanakan sebelumnya (Devi N. & S. E. Astutiningsih. 2021).

Manajemen strategi menghasilkan perumusan strategi dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan yang ada seperti dengan memperhatikan yang menjadi kelemahan Wisata 1000 Musamus agar Wisata 1000 Musamus senantiasa terjaga keasriannya, memanfaatkan peluang, membuat sejumlah strategi alternative dan memilih strategi tertentu untuk digunakan, adapun strtaegi yang dirumuskan yaitu: 1. mengadakan pagelaran setiap bulannya, 2. cara mempromosikan Wisata 1000 Musamus dan sistim pengelolaannya, serta 3. pengadaan fasilitas penunjang di Wisata 1000 Musamus seperti mengaspal jalan masuk Wisata 1000 Musamus maupun pembangunan fasilitas lainnya. Perumusan strategi dilakukan secara bermusyawarah yang melibatkan pemerintahan kampung, pengurus BUMK, Bamuskam, masyarakat pemilik lahan dan *stakeholders* lainnya, namun perlu ditingkatkan lagi pada saat musyawarah perumusan strategi agar dapat melibatkan seluruh masyarakat Kampung Salor Indah yang mana bisa diwakili oleh RW/RT lainnya, tidak hanya dihadiri oleh masyarakat pemilik lahan dan RW/RT diwilayah Wisata 1000 Musamus saja. Hal ini bertujuan agar dapat terciptanya perencanaan yang partisipatif dan hasil perumusan dari pembangunan Wisata 1000 Musamus dapat tersampaikan dan diketahui kepada seluruh masyarakat Kampung Salor Indah. Namun, keterbatasan anggaran dan pandemi Covid-19 menjadi kendala tersendiri dalam proses merumuskan strategi yang akan dilakukan.

Melihat pada potensi tersebut, pengembangan pariwisata mulai menjadi salah satu program unggulan dalam pembangunan daerah. Binahayati Rusyidi, Muhammad Fedryansah (2018) menegaskan bahwa pembangunan pariwisata yang direncanakan dan dikelola secara berkelanjutan dengan berbasis pada masyarakat akan mampu memberikan kontribusi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan menciptakan lapangan kerja. Di samping itu, pembangunan pariwisata juga dapat menciptakan pendapatan yang dapat digunakan untuk melindungi dan melestarikan budaya dan lingkungan dan secara langsung menyentuh masyarakat setempat.

Perencanaan strategi kepariwisataan dapat dilakukan dengan melihat pada keadaan yang menjadi daya tarik dari potensi wisata yang perlu dikembangkan sehingga dapat memberikan dampak bagi kehidupan ekonomi masyarakat. Perencanaan yang baik diharapkan tentunya akan menghasilkan peningkatan daya saing dari suatu produk wisata, Damanik dan Weber (2006). Sektor pariwisata merupakan sektor yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Untuk mengembangkan kepariwisataan dibutuhkan keterkaitan 3 (tiga) Stakeholder utama yaitu: pemerintah, swasta dan masyarakat. Tiga elemen tersebut harus saling bersinergi dan melangkah bersama-sama untuk mencapai dan mewujudkan tujuan dari pengembangan kepariwisataan. Oleh karena itu, upaya pengembangan pariwisata yang dilaksanakan oleh pemerintah dan swasta sangat membutuhkan dukungan penuh dan partisipasi aktif dari masyarakat, Miko (Maryam Batubara, et, al. 2022).

Pemahaman mengenai pariwisata sebagai suatu sistem tersebut menunjukkan bahwa terdapat banyak aktor yang terlibat serta memiliki peran dalam menggerakkan

sistem pariwisata, Binahayati Rusyidi, Muhammad Fedryansah (2018). Aktor-aktor tersebut, baik individu maupun kelompok, disebut pula sebagai insan-insan pariwisata yang ada pada berbagai sektor yang terkait dengan pariwisata. Secara umum, insan-insan pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu: (1) masyarakat, (2) swasta, dan (3) pemerintah. Pilar masyarakat merujuk pada masyarakat umum yang ada pada destinasi atau lokasi wisata, sebagai pemilik sah dari berbagai sumber daya yang merupakan modal pariwisata seperti kebudayaan. Termasuk didalamnya tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan media massa. Pilar selanjutnya adalah pilar swasta yaitu asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha yang terkait secara langsung maupun tidak langsung dengan pariwisata. Pilar terakhir adalah pemerintah yang memiliki wewenang pada berbagai wilayah administrasi, mulai dari pemerintah pusat, provinsi, kabupaten, dan seterusnya (Pitana & Gayatri, 2005).

Pelaksanaan Strategi

Indikator ini digunakan untuk melihat bagaimana pelaksanaan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Menurut Fred R. David, dikutip dari (Taufiqurokhman, 2016) menjelaskan bahwa tahap pelaksanaan strategi meliputi penentuan sasaran tahunan, pengelolaan kebijakan, pemotivasian pegawai, pengalokasian sumber-sumber agar strategi yang diformasikan dapat dilaksanakan. Lebih lanjut, beliau mengatakan bahwa pelaksanaan strategi berarti memobilisasi karyawan dan manager untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan. Berdasarkan indikator ini, digunakan untuk menilai bagaimana pelaksanaan strategi pengelolaan Wisata 1000 Musamus di Kampung Salor Indah Distrik Kurik Kabupaten Merauke.

Berdasarkan hasil penelitian, pada indikator ini strategi BUMK dalam pengelolaan di Wisata 1000 Musamus sudah cukup baik, selain terdapat beberapa strategi yang telah dilakukan, sudah terdapat pula aturan AD-ART BUMK untuk mengatur pengelolaan di Wisata 1000 Musamus, motivasi antar pengurus, dan juga sudah ada target yang ingin dicapai. Namun, pelaksanaan strategi pengelolaan Wisata 1000 Musamus belum dapat berjalan maksimal dikarenakan masih perlunya meningkatkan promosi yang dilakukan baik secara *offline* maupun *online* yaitu melalui media cetak, elektronik dan media sosial. Melihat dimasa sekarang, teknologi media sosial telah menjadi kebutuhan masyarakat. Media sosial memberikan kemudahan kepada para konsumen untuk memperoleh berita yang di anggap sesuai keinginan para nitizen (Ayutiani & Satria Putri, 2018). Selain Facebook dan Instagram, pengelola juga wajib membuat website Wisata 1000 Musamus. Website merupakan suatu sarana promosi yang sangat handal, website mempunyai jangkauan dari sisi waktu serta tempat yang sangat tidak dapat dibatasi oleh apapuan (Moento, P. A., & Fitriani, F. (2022). Dengan adanya promosi melalui media social, peningkatan pengunjung bisa sesuai target yang diharapkan pengelola, sehingga kegiatan-kegiatan yang telah dirumuskan dapat dilaksanakan secara rutin, dan pengadaan fasilitas sarana dan prasarana di Wisata 1000 Musamus dapat terlaksana.

Menggunakan media sosial sebagai media iklan di masa pandemi merupakan keputusan strategis yang baik (Retnasary et al., 2019). Selama pandemi daya beli masyarakat menurun dan terjadi krisis kepercayaan, sehingga minat lalu lintas wisatawan menurun drastis. Menurunnya daya beli masyarakat sangat dipengaruhi oleh memburuknya kondisi ekonomi di masa pandemic dan krisis kepercayaan dalam mengelola tempat wisata yang sesuai dengan pedoman kesehatan masih sangat tinggi. Menggunakan media sosial untuk mendapatkan kembali kepercayaan wisatawan dan meningkatkan keterlibatan pengunjung sangat penting di masa pandemi. dengan pembatasan pergerakan yang meluas. Media sosial memungkinkan untuk melakukan kegiatan promosi dan pemasaran tanpa perlu bepergian dan bertemu dengan pelanggan secara tatap muka. Pemasaran media sosial membantu Anda menarik pelanggan besar dan besar. Promosi melalui media sosial menjadi hal yang sangat efektif mengingat perkembangan teknologi semakin maju dan adanya pandemic Covid-19 yang dimana terjadinya pembatasan aktivitas (Umami, 2015)

Evaluasi Strategi

Indikator ini digunakan untuk melihat apakah strategi yang telah direncanakan dan dilaksanakan dapat berjalan dengan baik atau tidak. Menurut Fred R. David, dikutip dari (Taufiqurokhman, 2016) tiga kegiatan utama dalam tahap ini adalah menganalisa faktor-faktor eksternal dan internal sebagai basis strategi yang sedang dijalankan, pengukuran kinerja, dan pengambilan tindakan perbaikan. Lebih lanjut, menurut Budi Winarnno yang dikutip dari (Sahya, 2014) berpendapat bahwa evaluasi dapat dikatakan sebagai kegiatan yang menyangkut estimasi atau penilaian kebijakan yang mencakup substansi, implementasi, dan dampak.

Berdasarkan hasil penelitian, pada indikator evaluasi strategi semua kegiatan perencanaan belum dapat berjalan secara maksimal, hal ini dikarenakan masih sangat kurangnya promosi tempat Wisata 1000 Musamus yang dilakukan baik secara *offline* maupun *online*, sehingga mempengaruhi pengunjung yang datang maupun hasil target pendapatan. Kurangnya pendapatan yang diperoleh dari hasil pengelolaan Wisata 1000 Musamus juga berakibat terhadap pengadaan sarana dan prasarana yang belum bisa maksimal. Selain itu, masih perlunya komunikasi dan kerjasama pihak pengelola khususnya dilapangan saat wisata dibuka, hal ini dibuktikan dengan adanya keluhan pengunjung dimana merasa kurang nyaman saat berwisata dikarenakan parkir kendaraan yang tidak rapi. Pengelolaan Wisata 1000 Musamus juga tidak bisa berjalan secara maksimal dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan menutup sementara Wisata 1000 Musamus dan adanya pandemi juga mengakibatkan menurunnya jumlah pengunjung yang datang di Wisata 1000 Musamus.

Pengelolaan Wisata 1000 Musamus saat ini sudah berdampak terhadap peningkatan perekonomian meskipun baru sedikit, baik pendapatan kas kampung, masyarakat pemilik hak ulayat, 29 masyarakat pemilik lahan Wisata 1000 Musamus serta membuka lahan pekerjaan bagi masyarakat setempat. Hal ini merupakan buah hasil dari kontribusi terkhusus kepada masyarakat pemilik lahan yang telah merelakan

lahannya dibangun menjadi tempat wisata dan partisipasi masyarakat Kampung Salor Indah dalam mendukung pembangunan Wisata 1000 Musamus.

Partisipasi masyarakat dalam mendorong kemajuan wisata dapat dilakukan memalui atraksi-atraksi wisata agar tidak memberikan kebosanan bagi para pengunjung yang datang. Objek wisata 1000 Musamusn tidak hanya memperlihatkan panorama alam, namun perlu mementaskan berbagai kreasi budaya sebagai daya dukung untuk menarik minat wisatawan yang berkunjung sekaligus membangun interaksi yang positif antara masyarakat dengan wisatawan yang berkunjung. pandangan tentang pentingnya pengembangan pariwisata lebih berbasis masyarakat (*the community approach*).

atau pendekatan kemasyarakatan atau komunitas. Untuk memahami pendekatan komunitas ini akan digunakan pemahaman mengenai pengembangan masyarakat atau *community development* . Diskusi tentang pengembangan masyarakat telah menjadi isu yang berkembang dalam kajian-kajian pembangunan. Beragam pendapat telah dikemukakan oleh para ahli untuk menjelaskan tentang pengembangan masyarakat ini, mulai dari definisi, sejarah, prinsip, hingga strategi dalam pengembangan masyarakat. Dari sekian banyak pandangan tersebut, untuk menjelaskan keterkaitan antara pengembangan masyarakat dengan pengembangan pariwisata dapat dilihat dari pandangan Dunham tentang fokus pada pengembangan masyarakat. Dunham (dalam Adi, 2007)⁷ menyebutkan bahwa *community development* lebih memfokuskan diri pada pengembangan kehidupan ekonomi, prasarana fisik, pembangunan di bidang kesehatan dan kesejahteraan dalam arti sempit. Dengan demikian, berdasarkan pandangan Dunham tersebut, maka sektor pariwisata termasuk dalam fokus kajian pengembangan masyarakat. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa sektor pariwisata dipandang sebagai sebuah sistem yang

Dalam rangka mendorong daya saing industri pariwisata di suatu daerah, maka perlu mempertimbangkan kemungkinan dan keterbatasan daerah dalam menetapkan zona dan destinasi wisata. Potensi daerah yang unik menawarkan peluang untuk menggerakkan wisatawan lokal, nasional dan asing. Pariwisata budaya saat ini dianggap sebagai sektor pariwisata yang berkembang pesat, hal ini dikarenakan para wisatawan cenderung lebih tertarik dengan sesuatu yang memiliki keunikan dan kekhasan. Wisata budaya mampu memberikan dampak yang positif secara ekonomi maupun sosial budaya. Wibawa & Budiasa (2018) Wisata budaya dapat menciptakan interaksi positif antar masyarakat setempat dan wisatawan yang berkunjung. Selain itu, perlu dikembangkan ruang publik dan infrastruktur yang memadai, yang diharapkan mampu berdampak positif bagi objek wisata Wibawa & Budiasa (2018).

Strategi pengembangan objek kepariwitaaan 1000 Musamus dapat dilakukan secara terintegrasi antara kebutuhan pengembangan kepariwisataan dan keberlanjutan kepariwisataan itu sendiri. Ada tiga komponen yang harus dipenuhi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan menurut Heillbronn (sebagaimana dikutip Tamaratika dan Rozyidie, 2017) yaitu berkelanjutan secara lingkungan, berkelanjutan

secara ekonomi, dan berkelanjutan secara sosial budaya. Berkelanjutan secara lingkungan dilakukan melalui pemanfaatan sumber daya lingkungan secara optimal melalui pembatasan sumber daya, mempertahankan proses ekologi, dan menjaga kelestarian serta keberadaan warisan alam dan keanekaragaman hayati pada destinasi wisata. Berkelanjutan secara ekonomi dilakukan dengan mengurangi tingkat kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja. Sedangkan berkelanjutan secara sosial budaya dilakukan melalui menjaga keaslian sosial budaya masyarakat setempat dengan aturan dan ketentuan yang disepakati bersama, pelestarian nilai warisan budaya dan adat setempat, serta meningkatkan toleransi dan pemahaman antarbudaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Strategi Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) dalam pengelolaan Wisata 1000 Musamus di Kampung Salor Indah Distrik Kurik Kabupaten Merauke maka dapat disimpulkan bahwa strategi badan usaha milik kampung (BUMK) Bintang Terang dalam mengelola wisata 1000 musamus kurang berjalan maksimal. Pada perumusan strategi terlihat bahwa strategi yang dirumuskan yaitu: mengadakan pagelaran setiap bulannya, cara mempromosikan Wisata 1000 Musamus dan pengadaan fasilitas di Wisata 1000 Musamus. Kemudian, dalam pelaksanaannya strategi yang telah direncanakan tidak dapat berjalan dengan maksimal, evaluasi dari strategi yang telah dilaksanakan bahwa akibat kurang maksimalnya promosi yang dilakukan baik melalui media cetak, elektronik dan media sosial, sehingga berpengaruh terhadap target pendapatan dan mempengaruhi keterbatasan anggaran yang digunakan untuk membangun sarana dan prasarana wisata sehingga pengadaan fasilitas tidak bisa maksimal, serta adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan rencana membuat pagelaran setiap bulannya tidak dapat terlaksanakan dengan maksimal. Selain itu, adanya wisata 1000 musamus juga sangat berdampak terhadap peningkatan perekonomian masyarakat kampung salor indah meskipun baru sedikit dan belum merata.

Pengembangan objek wisata 1000 Musamus memberikan peluang besar bagi kehidupan perekonomian masyarakat, oleh karena itu pengembangan wisat 1000 Musamus perlu ada keterlibatan secara langsung dari berbagai komponen baik pemerintah daerah Kabupaten Merauke maupun pihak di luar pemerintah baik akademisi, sektor swasta, masyarakat perlu dilibatkan secara langsung dan peren media massa untuk mempromosikan wisata 1000 Musamus agar bisa menarik wisatwan untuk datang berkunjung ke objek wisata 1000 Musamus. Penguatan aspek pengembangan dapat dilakukan melalui karakteristik wisatawan berupa pentasan-pentasan budaya yang sesuai ciri khas wisatawan yang datang berkunjung melalui kemasan produk wisata, transportasi yang terjangkau, akses jalan menuju ke objek wisata, fasilitas umum di daerah wisata, serta keamanan dan keselamatan wisatawan menjadi penting untuk diperhatikan

DAFTAR PUSTAKA

- Ayutiani, D. N. & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Anwar, M. A., Syahrani, G., Maulana, A. Z., Putryanda, Y., & Wajidi. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 13(2), 187–197. Retrieved from <https://jkjournal.kalselprov.go.id/index.php/menu/article/download/73/39>
- Betty Triana Kartika Wiyati. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Lumayang (Studi pada objek wisata puncak B29 di desa Argosari Kecamatan senduro Kabupaten Lumajang). *Jurnal Politico* <http://dx.doi.org/10.32528/politico.v18i1.1652>
- Binahayati Rusyidi, Muhammad Fedryansah (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pekerjaan Sosial*. Vol. 1 No: 3. Desember 2018
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa. *Jurnal Moderat*, 6(1).
- Devi N. N. A, S. E. Astutiningsih. (2021). Analisis Pengembangan Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Argo Belimbing Moyoketan Tulungagung. *Jurnal al-iqtishadiyah : ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah (uniska-bjm.ac.id)* vol 7 no. 2
- Hermawan, Hary.2016. Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, Vol 3, No 1, pp 105-117.
- Iin Choirunnisa, Mila K. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya. *Jurnal Kajian Ruang (unissula.ac.id)*
- Jaelani, Aan. 2016. *Islamic Tourism Development in Cirebon: The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016, h. 1-22
- J. Damanik dan H. F.Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata : Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi dan Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) UGM.
- Moento, P. A., & Fitriani, F. (2022). Pelatihan Strategi E-Promotion Pariwisata 1000 Musamus Kampung Salor Distrik Kurik Kabupaten Merauke. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 93–100. <https://doi.org/10.54082/jamsi.163>
- Maryam Batubara, Nurul Hasanah Nasution, Muhammad Arif. 2022. Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Mandailing Natal Perspektif Ekonomi Islam Dengan Pendekatan QSPM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 2022, 423-429
- Peraturan Kepala Kampung Salor Indah Nomor 3 Tahun 2017 Tentang Pendirian Badan Usaha Milik Kampung, Pub. L. No. 3 (2017).
- Permata Zandri, L., Dika Novia Putri, N., & Anfanni Fahmi, R. (2018). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dharma Utama. *Prosiding (uii.ac.id)* No 9 Seri 1.

- Pitana, I.G. & Gayatri, P.G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Prajudi, A. (2005). *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*. Rineka Cipta.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rismawati. (2018). *Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Perwitasari Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Minapolitan Desa Tambaksari Kecamatan Rowosari Kabupaten Kendal [Skripsi]*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata*. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- Setiawan, N. A. & U., F. H. (2014). *Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong*. *Trikonomika*, 13(2), 184. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v13i2.613>
- Sefira R.P, Mardiyono, Riyanto. (2016). *Analisis Strategi pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Nganjuk)*. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 4, Hal. 135-143
- Sahya, A. (2014). *Kebijakan Publik*. CV. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Tamaratika, Fenilia., Arief Rosyidie. (2017). *Inkorporasi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata di Lingkungan Pantai*. *Jurnal Socioteknologi*. Vol. 16 No. 1. April 2017. Hlm. 125–133.
- Umami, Z. (2015). *Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*. *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 195–201.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, Pub. L. No. 10 (2009).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. (2014).
- Wibawa, M. I., & Budiasa, I. G. S. (2018). *Pengaruh Kebijakan Pemerintah, Partisipasi Masyarakat Dan Kewirausahaan Terhadap Kualitas Destinasi Wisata Pura Taman Ayun*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i06.p07>