

Pengembangan Desa Wisata Berbasis Budaya Di Desa Pampang Samarinda

Olivia Febrianty Ngabito¹, Sasferi Yendra², Eko Agung Syaputra³

Desain Komunikasi Visual, Jurusan Teknik Sipil dan Perencanaan,

Institut Teknologi Kalimantan^{1,2,3}

olivia.ngabito@lecturer.itk.ac.id¹

Article Info

Article history:

Received September 2021

Revised August 2022

Accepted August 2022

Published August 2022

Keyword:

Pampang Village

Culture-Based Tourism Village

Tourism Development

ABSTRACT

Pampang Tourism Village is a village where the Dayak Kenyah community is living. This village is called a cultural village because their way of life such as farming, traditions and traditional arts are still using the culture of the Dayak Kenyah tribe ancestors. The existence of this cultural village can be a source of learning for the history of the Dayak Kenyah tribe and also become a Culture-based Tourism Village. This study aims to redevelop the tourism sector which is stopped during pandemic COVID-19 which massively spread in almost all parts of the world, especially Pampang Village as a Culture-based tourism village. The development of the Pampang Tourism Village must be considered in terms of managing a culture-based tourism village to the preservation of the cultural village. The method used in this study is a qualitative approach with descriptive analysis using three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The development of the Pampang Tourism Village that can be carried out after the pandemic is by creating a destination product that is superior to others and looks unique with a high value and high quality.

Kata Kunci:

Desa Pampang

Desa Wisata Berbasis Budaya

Pengembangan Pariwisata

ABSTRAK

Desa Wisata Pampang adalah desa yang dihuni oleh masyarakat suku Dayak Kenyah. Desa ini disebut dengan desa budaya karena tata cara kehidupannya seperti bercocok tanam, adat istiadat hingga berkeseniannya masih menggunakan tata cara kehidupan dari nenek moyang suku Dayak Kenyah. Adanya desa budaya ini dapat menjadi suatu sarana pembelajaran sejarah suku Dayak Kenyah dan juga menjadi Desa Wisata berbasis Budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kembali sektor pariwisata yang tidak berjalan selama pandemi. Covid-19 yang melanda hampir di seluruh belahan dunia khususnya Desa Pampang sebagai desa wisata berbasis Budaya. Pengembangan Desa Wisata Pampang harus di perhatikan dari segi pengelolaan desa wisata berbasis budaya hingga pelestarian Desa wisata berbasis Budaya tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif dengan analisis deskriptif dengan menggunakan tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengembangan Desa Wisata Pampang yang dapat dilakukan pasca pandemi yaitu dengan cara menciptakan produk destinasi lebih unggul dari yang lain dan tampak unik dengan harga tinggi dan kualitas relatif tinggi.

1. PENDAHULUAN

Pulau Kalimantan merupakan pulau terbesar yang ada di Indonesia, tak heran jika salah satu dari provinsinya yaitu Kalimantan Timur terkenal dengan wisata baharinya dan juga kearifan budaya suku Dayak Kenyah yang merupakan suatu daya tarik bagi wisatawan. Desa Pampang merupakan sebuah desa budaya yang terletak di Sungai Siring, Kota Samarinda, Propinsi Kalimantan Timur yang merupakan objek wisata andalan dari kota Samarinda. Sejarah dari Desa Pampang ini bermula sekitar tahun 1960-an, Pada saat Suku Dayak Apokayan dan Kenyah berdomisil di wilayah Kutai Barat dan Malinau, dan kemudian hijrah karena tidak mau bergabung atau tidak ingin ikut ke dalam wilayah Malaysia dengan motif dan harapan taraf pendapatan atau ekonomi yang menjanjikan. Rasa nasionalisme inilah yang kemudian membuat suku Dayak Kenyah memilih tinggal dan tetap bergabung dengan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Para penduduk suku Dayak Kenyah menempuh perjalanan panjang dan berpindah-pindah selama bertahun-tahun, hanya dengan berjalan kaki. Untuk bertahan hidup, penduduk singgah di tempat-tempat yang di lewati dan kemudian berladang. Sehingga pola kehidupan penduduk suku terus berpindah-pindah untuk berladang. Para Penduduk tersebut sampai di kawasan Pampang, dan akhirnya memutuskan untuk hidup di Desa Pampang dan melakukan berbagai kegiatan masyarakat, seperti bergotong-royong, merayakan natal, dan panen raya bersama-sama.

Terlepas dari kekayaan budaya yang dimiliki Desa Pampang dengan sejuta pesona yang menarik wisatawan lokal maupun mancanegara, kini dengan adanya pandemi Covid-19 membuat Desa Pampang sepi dari kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk membangun atau mengembangkan kembali Desa Pampang sebagai Desa Wisata berbasis Budaya, serta mengangkat kembali citra Desa Pampang yang unggul dengan kekayaan kearifan lokal yang di milik.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan Analisis SWOT, yang bertujuan untuk mengetahui upaya pengembangan apa saja yang telah dilakukan oleh pihak pengelola Desa Pampang dalam membangun citra Desa Pampang dan juga menjelaskan bentuk-bentuk kegiatan yang telah dilakukan oleh pihak pengelola Desa Pampang.

2. RESULT AND DISCUSSION

2.1. Analisis SWOT

SWOT adalah akronim untuk *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* dari suatu organisasi. Analisis SWOT mengharuskan para pengelola strategis untuk menemukan kesesuaian strategis antara kekuatan dan kelemahan internal (*Internal Factor Evaluation*) serta peluang dan ancaman eksternal (*External Factor Evaluation*). Analisis ini juga harus mengidentifikasi kompetensi langka organisasi, yaitu keahlian dan sumber-sumber tertentu yang dimiliki oleh sebuah organisasi. Kompetensi langka organisasi secara tepat akan mencerminkan keunggulan kompetitif yang dimiliki. (Naidoo, 2011) Berikut ini analisis SWOT untuk Desa Wisata Pampang.

2.2. Pemberian Bobot

Bobot menunjukkan tingkat kepentingan relatif suatu faktor terhadap keberhasilan usaha dalam suatu perusahaan atau organisasi. Bobot tiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai tiap faktor terhadap total nilai faktor. Bobot yang diberikan berada pada kisaran 0,000 (tidak penting) hingga 1,000 (paling penting). Faktor-faktor yang memiliki pengaruh besar pada organisasi diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot yang diberikan harus sama dengan 1,000. Bobot setiap variabel diperoleh dengan membagi total nilai setiap variabel terhadap total nilai keseluruhan variable.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$a_i = \frac{X_i}{\sum X_i} \quad \text{Keterangan :}$$

a_i = Bobot variabel i

X_i = Total variabel i

i = ke A,B,C,...

Penentuan bobot pada setiap variabel digunakan skala 1,2,3. Penilaian untuk setiap skala dapat dijelaskan sebagai berikut:

1 = jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal

2 = jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal

3 = jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal

Berikut ini rangkuman pemberian bobot dalam Desa Wisata Pampang. Dalam Desa Wisata Pampang ini key person ada 2 orang yaitu Serom selaku ketua adat dan La'ing sebagai ketua kesenian pertunjukan yang diadakan Desa Wisata Pampang.

Tabel 1. Pemberian Bobot **faktor internal** (kekuatan & kelemahan) Desa Wisata Pampang

Faktor Internal	Serom	La'ing	Rata-Rata
A	0,011	0,116	0,063
B	0,107	0,098	0,102
C	0,125	0,116	0,120
D	0,178	0,160	0,169
E	0,080	0,071	0,075
F	0,160	0,142	0,151
G	0,125	0,133	0,129
H	0,107	0,160	0,133
Total Rata-Rata			0,942

Pada tabel 1 menunjukkan, bahwa faktor internal Desa Wisata Pampang (di lihat dari rata-rata) yang memiliki bobot tertinggi adalah "D = Adanya Manusia Bertelinga Panjang, dan bobot yang terendah adalah "A = Satu-satunya Desa Budaya yang ada di Samarinda".

Tabel 2. Pemberian Bobot **faktor eksternal** (peluang & ancaman) Desa Wisata Pampang

Faktor Eksternal	Serom	La'ing	Rata-Rata
A	0,126	0,091	0,108
B	0,162	0,119	0,140
C	0,144	0,146	0,145
D	0,117	0,128	0,122
E	0,081	0,073	0,077

F	0,135	0,155	0,145
G	0,090	0,155	0,122
H	0,144	0,128	0,136
Total Rata-Rata			0,995

Pada tabel 2 menunjukkan, bahwa faktor eksternal Desa Wisata Pampang (di lihat dari rata-rata) yang memiliki bobot tertinggi adalah “C = Warisan Budaya Indonesia” dan bobot yang terendah adalah “E = Munculnya Desa Wisata Baru

2.3. Pemberian Peringkat

Peringkat menggambarkan seberapa efektif strategi organisasi atau perusahaan saat ini dalam merespon faktor strategis yang ada. Penilaian peringkat untuk lingkungan diberikan dalam skala dengan pembagian sebagai berikut :

- a. Lingkungan Eksternal

Aspek Peluang Rating 4 = respon sangat superior Rating 3 = respon diatas rata-rata Rating 2 = respon rata-rata Rating 1 = respon dibawah rata-rata	Aspek Ancaman Rating 4 = respon dibawah rata-rata Rating 3 = respon rata-rata Rating 2 = respon diatas rata-rata Rating 1 = respon sangat superior
--	--
- b. Lingkungan Internal

Aspek kekuatan : Rating 4 = sangat kuat Rating 3 = kuat Rating 2 = lemah Rating 1 = sangat lemah	Aspek Kelemahan : Rating 4 = sangat lemah Rating 3 = lemah Rating 2 = kuat Rating 1 = sangat kuat
--	---

Berikut ini pemberian peringkat dalam Desa Wisata Pampang. Dengan key person ada 2 orang yaitu Serom dan La'ing.

1) Kekuatan

Tabel 3. Pemberian peringkat faktor kekuatan Desa Wisata Pampang

No	Kekuatan	Serom	La'ing	Rata-Rata
A	Satu-satunya Desa Budayayang ada di Samarinda	4	3	3,500
B	Identitas Suku DayakKenyah	4	4	4,000
C	Dikelola oleh Masyarakat	3	2	2,500
D	Adanya Manusia Bertelinga Panjang	4	4	4,000
E	Sistem PertanianBerladang	3	3	3,000

Berdasarkan tabel 3, peringkat terhadap kekuatan Desa Wisata Pampang yang terendah adalah“Dikelola oleh Masyarakat”.Sedangkan peringkat yang tertinggi adalah“Identitas Suku Dayak Kenyah dan Adanya Manusia Bertelinga Panjang”.

2) Kelemahan

Tabel 4. Pemberian peringkat faktor kelemahan Desa Wisata Pampang

No	Kelemahan	Serom	La'ing	Rata-Rata
F	Dana desa yang kurang (Pemerintah atau Swasta)	2	3	2,500
G	Sarana dan Prasarana (Gedung Pertunjukan, Akses Jalan, Susunan Pertunjukan dll)	2	2	2,000
H	MINAT PENGUNJUNG LEMAH	2	2	2,000

Berdasarkan tabel 4, peringkat terhadap kelemahan Desa Wisata Pampang yang terendah adalah “Sarana dan Prasarana (Gedung Pertunjukan, Akses Jalan, Susunan Pertunjukan dll) dan Minat Pengunjung Lemah”. Sedangkan peringkat yang tertinggi adalah “Dana desa yang kurang (Pemerintah atau Swasta)”.

3) Peluang

Tabel 5. Pemberian peringkat faktor peluang Desa Wisata Pampang

No	Peluang	Serom	La'ing	Rata-Rata
A	Meningkatnya Nilai Ekonomi di Desa Wisata Pampang	3	4	3,500
B	Warisan Budaya Indonesia	4	2	3,000
C	Destinasi Prioritas Indonesia	2	2	2,000
D	Daya Tarik Wisata Budaya	3	4	3,500

Berdasarkan tabel 5, peringkat terhadap peluang Desa Wisata Pampang yang terendah adalah “Destinasi Prioritas Indonesia”. Sedangkan peringkat yang tertinggi adalah “Meningkatnya Nilai Ekonomi di Desa Wisata Pampang dan Daya Tarik Wisata Budaya”.

4) Ancaman

Table 6 Pemberian peringkat faktor ancaman Desa Wisata Pampang

No	Ancaman	Serom	La'ing	Rata-Rata
E	Munculnya Desa Wisata Baru	3	3	3,000
F	Banjir di Kota Samarinda (Akses jalan menuju Desa Wisata Pampang)	4	3	3,500
G	Kebun Kelapa Sawit dan Batu Bara	4	3	3,500
H	Lokasi Destinasi wisata lain yang berdekatan dengan Desa Wisata Pampang (Kebun Raya Samarinda dan Lembah Hijau, Air terjun Tanah Merah)	4	4	4,000

Berdasarkan tabel 6, peringkat terhadap ancaman Desa Wisata Pampang yang terendah adalah “Munculnya Desa Wisata Baru”. Sedangkan peringkat yang tertinggi yaitu “Lokasi Destinasi wisata lain yang berdekatan dengan Desa Wisata Pampang (Kebun Raya Samarinda dan Lembah Hijau, Air terjun Tanah Merah)”.

2.4. Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)

Tahap ini merupakan tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan dan peringkat pada matriks EFE dan IFE kedalam matriks IE. Total nilai tertimbang pada matriks EFE dan IFE akan berada pada kisaran 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi), dengan nilai rata-rata 2,5. Matriks IE mempunyai sembilan sel strategi yang dapat dikelompokkan menjadi tiga sel strategi utama, yaitu :

1. *Growth and Build* (tumbuh dan bina) berada dalam sel I, II, dan IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).
2. *Hold and Maintain* (pertahankan dan pelihara) dilakukan untuk sel III, V, dan VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
3. *Harvest or Divest* (panen atau divestasi) dipakai untuk sel VI, VIII, dan IX. Strategi umum yang dipakai adalah strategi divestasi, strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi. Matriks IE dapat dilihat pada Tabel berikut.

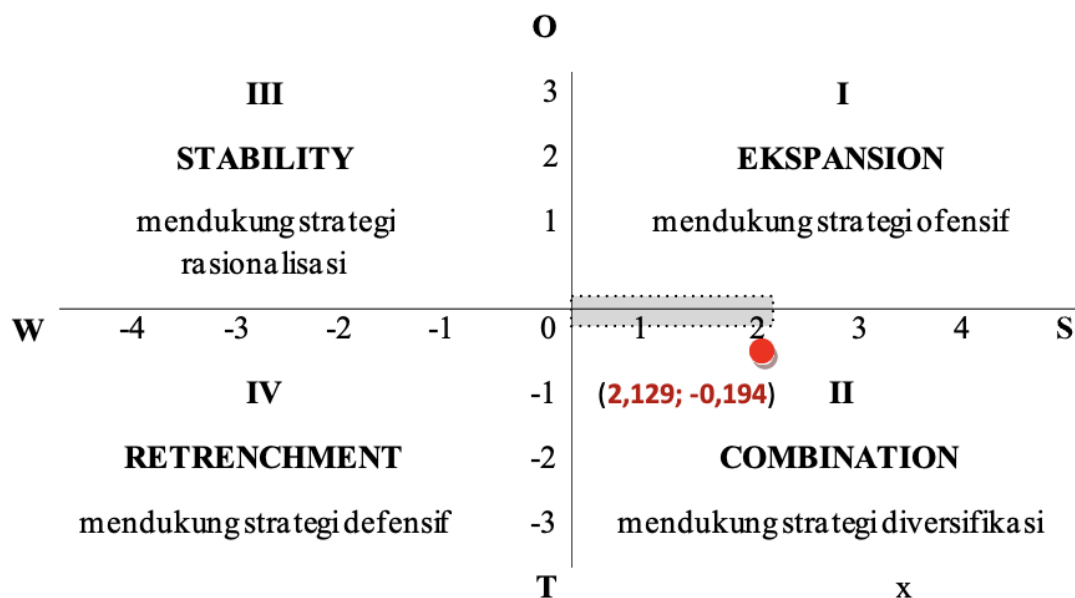
Tabel 7. Matrik IE Desa Wisata Pampang

		Total Skor IFE		
Total Skor EFE	4.0	3.0	2.0	1.0
	3.0	I	II	III
	2.0	IV	V	VI
	1.0	VII	VIII	IX

Posisi Desa Wisata Pampang melalui Matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi II. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).

2.5. Kuadran Analisis SWOT

Kuadran Analisis SWOT Desa Wisata Pampang menunjukkan posisinya berada pada kuadran II sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang. Selanjutnya adalah perumusan strategi-strategi melalui matriks SWOT yang diperoleh dengan memasang faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.



Gambar 1. Kuadran analisis SWOT Desa Wisata Pampang

Kuadran Analisis SWOT Desa Wisata Pampang menunjukkan posisinya berada pada kuadran II Combination sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman

Posisi tersebut mengarah pada strategi ST yaitu :

1. Menjaga kelestarian alam yang ada di Desa Wisata Pampang agar tidak terjadinya kerusakan alam yang disebabkan oleh Kebun Kelapa sawit dan juga tambang batu bara.
2. Menerapkan Desa Budaya yang berbasis ilmu pengetahuan tentang identitas suku Dayak Kenyah.
3. Mengelola dengan baik agar mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

2.6. Matrik SWOT

Matriks SWOT diperoleh dengan memasangkan faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

	Internal	Strength (S) *Faktor Kekuatan	Weakness (W) *Faktor Kelemahan
Eksternal			
Opportunities (O) *Faktor Peluang		Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang
Threats (T) *Faktor Ancaman		Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi TW Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Berdasarkan hasil Kuadran Analisis SWOT Desa Wisata Pampang menunjukkan posisinya berada pada kuadran II yaitu Combination mendukung strategi diversifikasi. Selanjutnya perlu dirumuskan alternatif-alternatif strategi menggunakan matrik SWOT untuk mendukung keputusan dari hasil analisis kuadran SWOT.

3. KESIMPULAN

Strategi generik yang diterapkan oleh Desa Wisata Pampang saat ini adalah Diferensiasi (differentiation). Strategi diferensiasi yang dilakukan adalah menciptakan produk lebih unggul dari yang lain dan tampak unik dengan harga tinggi dan kualitas relatif tinggi. Hal ini terbukti bahwa Desa Wisata Pampang adalah satu-satunya desa budaya yang ada Kota Samarinda. Untuk 3 sampai 5 tahun mendatang strategi generik sebenarnya sangat susah ditentukan tanpa studi kelayakan bisnis. Sangat penting untuk melihat perkembangan usaha sejauh mana dalam 2 tahun kedepan ini. Jika strategi yang dihasil berdasarkan analisis SWOT diterapkan dan berjalan dengan baik maka selanjutnya strategi generik yang bisa digunakan adalah Fokus konsumen. Fokus konsumen dalam arti ini tidak perlu lagi gencar untuk menambah jasa dan jaringan kerjasama Desa Wisata Pampang dengan travel agen. Karena sudah pasti Desa Wisata Pampang ini sudah memiliki banyak jenis jasa, produk seni dan jaringan kerjasama. Maka untuk 3 sampai 5 tahun mendatang tersebut Desa Wisata Pampang perlu fokus konsumen untuk menjaga hubungan usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Acknowledgments

Terima kasih kepada tim peneliti dan juga Ketua Adat Desa Pampang yang sudah banyak memberikan informasi terkait Penelitian ini. Begitu pula dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Institut Teknologi Kalimantan yang sudah banyak mendukung dan memberikan motivasi dalam penelitian ini. Sekali lagi kami selaku tim peneliti mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu.

REFERENSI

- [1] Amalyah, Resky, Djamhur Hamid dan Luchman Hakim 2017. Peran Stakeholder Pariwisata Dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.37 No.1.
- [2] Demolinggo, Ramang Husin 2015. Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Deso Bongo, Kabupaten Gorontalo, Jurnal Jumpa, Vol.1 No.2.
- [3] Djou, Josef Alfonsius Gadi 2013. Pengembangan 24 Destinasi Wisata Bahari Kabupaten Ende, Jurnal Kawistara, Vol.3 No. 1.
- [4] Hermawan, Hary 2017. Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis SWOT, eJournal BSI Pariwisata, Vol. IV No.2.
- [5] Hermawan, Hary 2016. Dampak Pengembangan Destinasi Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal, eJournal BSI Pariwisata, Vol.III No.2.
- [6] Moleong, J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Simamora, Rotua Kristin dan Rudi Salam Sinaga. "Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara" dalam Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, Vol. 4 No.1.
- [7] Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P., & Seegoolam, P 2011. An Assessment of Visitor Satisfaction with Nature- Based Tourism Attractions.
- [8] Sumarabawa, I. G. A. dkk 2013. Ketersediaan Aksesibilitas Serta Sarana dan Prasarana Pendukung Bagi Wisatawan Di Daerah Wisata Pantai Pasir Putih, Desa Prasi, Kecamatan Karangasem. Jurnal Pendidikan Geografi, 3(1), 1–14. Retrieved from

ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPG/article/download/1220/1084, Diakses 03 Februari 2021.

- [9] Suryadana, M. V. O 2015. Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung Indonesia: Alfabeta.
- [10] Portal Kalimantan Timur, diakses pada tanggal 27 Februari 2021, Pukul 00:33 WIB