

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden

Sebelum melakukan analisis penelitian, terlebih dahulu diberikan gambaran mengenai identitas responden yang terdiri dari identitas informan dan identitas responden masyarakat yang beraktivitas di kawasan Wisata Alam Bantimurung.

5.1.1. Identitas Informan Wisata Alam Bantimurung

Identitas informan merupakan informasi yang diperoleh dari pengelola lokasi penelitian. Informan yang diambil dalam penelitian ini adalah pengelola wisata alam Bantimurung.

Tabel 9. Identitas Informan Wisata Alam Bantimurung

No.	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Jabatan	Lama Bekerja (Tahun)
1.	Suhardi, S.sos	43	Laki-laki	S1	Koordinator Loket dan Pintu Masuk/keluar	15
2.	Erik Indra Yasmin, S.Hut	32	Laki-laki	S1	Pengendali Ekosistem Hutan	7
3.	Sri Yulianty	47	Perempuan	S1	Koordinator hotel dan wisma	20
4.	Rifqi Andri Fajar	28	Laki-laki	S1	Manggala agni	5

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa yang menjadi informan dalam penelitian ini sebanyak 4 orang dengan pendidikan terakhir S1 yang diantaranya yaitu koordinator loket dan pintu masuk/keluar wisata alam Bantimurung yang berumur 43 tahun dengan lama bekerja selama 15 tahun, informan yang kedua yaitu pengendali ekosistem hutan yang berumur 32 tahun

dengan lama bekerja selama 7 tahun, informan ketiga yaitu koordinator hotel dan wisma wisata alam Bantimurung yang berumur 47 tahun dengan lama bekerja selama 20 tahun dan informan yang keempat yaitu manggala agni yang berumur 28 tahun dengan lama bekerja selama 5 tahun.

1.1.2. Identitas Responden Masyarakat yang bekerja di kawasan Wisata Alam Bantimurung

Identitas responden pada penelitian ini yaitu gambaran tentang kondisi responden mengenai latar belakang yang mencakup informasi seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, hingga lamanya berusaha di lokasi penelitian.

1.1.2.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh perbandingan antara perempuan dan laki-laki yang dapat dilihat pada tabel 10 berikut.

Tabel 10. Identitas Responden yang Bekerja di Kawasan Wisata Alam Bantimurung Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	20	47
2.	Laki-laki	18	53
Total		38	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan pada tabel 10 diketahui bahwa jenis kelamin masyarakat yang bekerja di Kawasan Wisata Alam Bantimurung menunjukkan bahwa responden terbanyak berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 20 orang (47%), sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang (53%). Data ini menunjukkan bahwa masyarakat yang bekerja di kawasan wisata alam Bantimurung didominasi oleh perempuan. Sejalan dengan penelitian Suwarti (2020) bahwa perempuan lebih unggul, luwes, simple dan rapi. Alasan inilah yang melatar belakangi bidang pariwisata lebih memilih perempuan dibandingkan laki-laki.

1.1.2.2 . Identitas Responden Berdasarkan Umur

Umur adalah lamanya hidup dalam tahun yang dihitung sejak dilahirkan. umur juga menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis produk dan jasa yang akan disediakan, termasuk untuk mengalokasikan unit usaha yang diusahakan. Gambaran identitas responden berdasarkan umur masyarakat yang bekerja di kawasan wisata alam Bantimurung dapat dilihat pada tabel 11 berikut.

Tabel 11. Identitas Umur Responden yang Bekerja di Kawasan Wisata Alam Bantimurung.

No.	Umur (Tahun	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	17-30	6	16
2.	31-45	15	39
3.	46-60	17	45
Total		38	100
Minimum : 17 tahun			
Maksimum : 60 tahun			
Rata-rata : 38 Tahun			

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 11 diketahui bahwa jumlah responden yang berumur 17-30 tahun yaitu sebanyak 6 orang (16%) yang merupakan jumlah terendah, responden yang berumur 31-45 tahun yaitu sebanyak 15 orang (39%), sedangkan pada umur 46-60 tahun yaitu sebanyak 17 orang (45%) yang merupakan jumlah tertinggi. Data ini menunjukkan secara tidak langsung umur akan turut mempengaruhi kemampuan dalam mengelola usaha yang dimiliki, dimana semakin tua usia semakin aktif keterlibatannya dalam partisipasi terhadap mengalokasikan unit usaha yang diusahakan. Berdasarkan penelitian Putra (2019) bahwa rata-rata responden yang menjalankan usaha di wisata alam tergolong dalam

usia produktif sehingga responden akan lebih giat dalam menjalankan usaha dan mempertahankan tingkat produktifitas kerja responden.

1.1.2.3 .Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir merupakan jenjang pendidikan terakhir yang telah diselesaikan yang meliputi program pendidikan TK, SD, SMP, SMA, Diploma, Sarjana (S1), Magister (S2), dan Dokter (S3). Gambaran identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir masyarakat yang bekerja di kawasan wisata alam Bantimurung dapat dilihat pada tabel 12 berikut.

Tabel 12. Identitas Pendidikan Terakhir Responden yang Bekerja di Kawasan Wisata Alam Bantimurung.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	6	16
2.	SMP	5	13
3.	SMA	24	63
4.	S1	3	8
Total		38	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 12 dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang bekerja di kawasan wisata alam Bantimurung ini rata-rata memiliki pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 24 orang dengan persentase 63%.

1.1.2.4. Identitas Responden Berdasarkan Lamanya Berusaha

Aspek pengalaman dalam berusaha di kawasan wisata berpengaruh penting pada pengembangan objek wisata alam Bantimurung. Responden yang memiliki banyak pengalaman bekerja maka akan semakin terampil memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh untuk menjalankan usaha dengan lebih efektif, menarik lebih banyak pelanggan, dan menghadapi tantangan dengan

lebih baik. Adapun lamanya berusaha responden di kawasan wisata alam Bantimurung dapat dilihat pada tabel 13 berikut.

Tabel 13. Identitas Responden Berdasarkan Lamanya Berusaha yang Bekerja di Kawasan Wisata Alam Bantimurung.

No	Pengalaman Berusaha (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	3-12	22	58%
2	13-22	13	34%
3	23-30	3	8%
Total		38	100%
Maksimum : 30 tahun			
Minimum : 3 tahun			
Rata-rata : 16 tahun			

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa persentase terbesar mengenai pengalaman berusaha di kawasan wisata alam Bantimurung terdapat pada interval pengalaman 3-12 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 58%. Interval pengalaman berusaha 23-30 tahun memiliki persentase terkecil yaitu 8% dengan jumlah sebanyak 3 orang.

1.1.2.5. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Tingkat pendapatan berperan penting terhadap seseorang untuk terus bekerja dalam memenuhi kebutuhan. Adapun tingkat pendapatan responden setiap bulan dapat dilihat pada tabel 14 berikut.

Tabel 14. Identitas Pendapatan Per bulan Responden yang Bekerja di Kawasan Wisata Alam Bantimurung.

No.	Pendapatan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	500.000 – 1. 333.000	22	58
2.	1.333.001 – 2.166.001	12	32
3.	2.166.002 – 3.000.000	4	11
Total		38	100
Minimum : 500.000			
Maksimum : 3.000.000			
Rata-rata : 1.750.000			

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 14 dapat dilihat bahwa masyarakat yang bekerja di kawasan wisata alam Bantimurung yang berpendapatan Rp.500.000 – Rp.1.333.000 sebanyak 22 orang (58%), pendapatan Rp.1.333.001 – Rp. 2.166.001 sebanyak 12 orang (32%), sedangkan yang berpendapatan Rp.2.166.002- Rp. 3.000.000 sebanyak 4 orang (11%).

5.2. Produk Wisata Alam Bantimurung

Wisata alam Bantimurung menawarkan akses alam yang indah dan eksotis dengan pemandangan air terjun yang menakjubkan dan hutan yang masih asri. Selain itu, wisata alam Bantimurung memiliki berbagai aktivitas wisata yang tersedia, mulai dari yang alami hingga buatan. Berikut beberapa aktivitas wisata di kawasan wisata alam Bantimurung pada Tabel 15.

Tabel 15. Jenis Aktivitas Wisata Alam Bantimurung.

No.	Jenis Produk Wisata
1.	Flying Fox
2.	Jelajah Gua
3.	Canoing
4.	Panjat Tebing
5.	Berendam Dan Bermain Air di Air Terjun
6.	Waterpark
7.	Museum dan Penangkaran Kupu-kupu
8.	Kolam Renang Anak-anak
9.	Shuttle Bus

Berdasarkan Tabel 15, menunjukkan bahwa kawasan wisata alam Bantimurung terdapat berbagai aktivitas wisata yang dapat dinikmati oleh para pengunjung, seperti flying fox, menjelajahi gua atau menyusuri gua mimpi dan gua batu, menyusuri sungai Bantimurung dengan bercanoing, melakukan panjat tebing, bermain air di bawah air terjun, pengamatan kupu-kupu, wahana buatan waterpark dan kolam renang anak-anak. Kawasan ini juga telah dilengkapi shuttle bus untuk pengunjung yang ingin berkeliling di sekitar kawasan wisata alam Bantimurung.

Menurut Bapak Suhardi S.Sos selaku koordinator loket dan pintu masuk/keluar wisata alam Bantimurung juga menyediakan produk olahan makanan di kawasan alam Bantimurung, tetapi tidak disebutkan secara spesifik produk olahan makanan yang ditawarkan. Namun, berdasarkan informasi dari bidang ekonomi kreatif Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Maros bahwa para pedagang diperbolehkan menjajakan dagangan kuliner di kawasan wisata alam Bantimurung. Dagangan kuliner yang tersedia di kawasan wisata alam Bantimurung yakni ubi goreng, jagung bakar, kacang rebus, bakso

bakar, kebab, sosis, pop mie, sarabba, kopi dan masih banyak lagi. Pedagang kuliner di kawasan wisata alam Bantimurung ini lokasinya di rolling tiap hari Kamis dengan cara dilot sesuai nomor gerobaknya. Jadi tiap minggu sekali mereka berganti tempat berjualan ada yang di dalam kawasan dekat kolam dan ada yang di luar kawasan dekat pintu loket.

Wisata alam Bantimurung juga memiliki produk hasil hutan bukan kayu yang di mana dihasilkan dari kelompok masyarakat binaan Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung (BTN BABUL). Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Erik selaku staff Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung (BTN BABUL) bahwa ada beberapa produk dari kelompok masyarakat binaan diantaranya keripik jamur tiram, kopi jahe mallawa, jahe instan mallawa, kacang kulit mallawa, madu hutan, dan gula aren cair. Produk-produk ini dapat dibeli oleh pengunjung di galeri produk kantor Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung (BTN BABUL) atau pengunjung juga bisa membeli secara online melalui website resmi dari Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung (BTN BABUL).

5.3. Jenis Pekerjaan Masyarakat di Wisata Alam Bantimurung

Masyarakat di kawasan wisata alam Bantimurung adalah masyarakat yang mendiami di wilayah Kecamatan Bantimurung, baik itu penduduk asli maupun penduduk pendatang. Masyarakat di Bantimurung ini memiliki kontribusi dalam kegiatan wisata alam ini. Adapun pekerjaan masyarakat di wisata alam Bantimurung pada tabel 16.

Tabel 16. Jenis Pekerjaan Masyarakat di Wisata Alam Bantimurung.

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase(%)
1.	Pedagang Kuliner	11	29
2.	Pedagang Souvenir	8	21
3.	Penyewaan Ban Penyewaan Tikar dan	5	13
4.	gazebo	4	11
5.	Pemandu Wisata	5	13
6.	Fotograper	5	13
Total		38	100

Sumber : Lampiran 2

1. Pedagang Kuliner

Pedagang kuliner di wisata alam Bantimurung Maros menjual berbagai jenis jajanan. Adapun jajanan yang sering diminati oleh pengunjung seperti ubi goreng, bakso bakar, jagung bakar, dan aneka minuman. Harga jajanan di kawasan wisata alam Bantimurung bervariasi dimulai dari Rp. 5.000 sampai Rp. 20.000.

Kebijakan pemerintah yang dimana memperbolehkan masyarakat berdagang di kawasan wisata alam Bantimurung dan memberikan listrik gratis setiap pedagang yang lokasinya dirolling tiap minggu membuat masyarakat yang berdagang kuliner merasa senang dan nyaman adanya kebijakan tersebut. Menurut Ibu Saripa salah satu pedagang kuliner bahwa sekarang beliau dapat menjual dagangannya dengan tenang karena tidak lagi kejar-kejaran dengan petugas keamanan seperti pada tahun 2010 yang dimana masyarakat tidak boleh berdagang di kawasan wisata alam Bantimurung. selain itu, ibu saripa juga senang dengan adanya perrollingan lokasi berdagang karena tidak membuat jenuh dalam menjual dagangannya.

2. Pedagang Souvenir

Pedagang souvenir di wisata alam Bantimurung menawarkan berbagai jenis oleh-oleh khas Bantimurung, seperti gantungan kunci, pakaian dewasa dan anak, bingkai khas kupu-kupu berbagai ukuran, topi, serta aksesoris lainnya. Kisaran harga souvenir bervariasi mulai dari Rp. 10. 000 sampai yang termahal khususnya bingkai khas kupu-kupu dengan harga Rp. 1.000.000 sesuai ukurannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pedagang souvenir yakni Ibu Mariati, pasca covid 19 mengalami peningkatan jika dibandingkan dua tahun yang lalu saat wabah virus pandemi covid. Sekarang beliau dapat menghasilkan Rp. 5000.000 – Rp. 1.000.000 perharinya. Peningkatan penjualan juga terdapat pada musim liburan, seperti pada idul fitri, idul adha, natal, di mana jumlah pengunjung meningkat.

3. Penyewaan Ban

Masyarakat di wisata alam Bantimurung menyediakan layanan sewa ban untuk pengunjung yang ingin menikmati berbagai aktivitas wisata di kawasan ini. Penyewa ban menyewakan berbagai jenis ukuran mulai dari ban sedang dengan harga Rp 15.000. ukuran besar senilai Rp 20.000. Khusus ban anak-anak dengan harga Rp 10.000. Sebagian besar pengunjung memilih ban yang besar dibanding ban ukuran sedang atau ukuran kecil karena ban besar bisa menahan beban sampai tiga orang, Sementara yang kecil hanya mampu menahan satu orang saja.

Seorang penyedia ban, Bapak Ahmad mengatakan, puluhan bannya disewa oleh wisatawan untuk digunakan sebagai pelampung dan alat untuk bersantai saat

berada di atas permukaan. Ia berhasil meraup keuntungan pada musim liburan dengan mencapai Rp. 900.000 sementara pada hari biasanya hanya mencapai Rp. 200.000 saja. Layanan ini sangat berguna bagi pengunjung yang ingin menikmati aktivitas wisata yang tersedia di kawasan ini, seperti bermain di air terjun.

4. Penyewaan Tikar dan Gazebo

Masyarakat di wisata alam Bantimurung menyediakan layanan sewa tikar untuk pengunjung yang ingin menikmati pemandangan, sekedar duduk-duduk santai di area dekat kolam atau pengunjung yang datang berombongan dan membawa bekal sendiri untuk dimakan ramai-ramai. Pengunjung dapat menyewa tikar dimulai dengan harga Rp. 50.000 sudah mendapatkan 3 lembar tikar, sedangkan pengunjung dapat menyewa 1 gazebo dengan harga Rp. 50.000.

5. Pemandu Wisata

Masyarakat di wisata alam Bantimurung menjadi pemandu wisata atau interpreter bagi wisatawan lokal baik mancanegara. Kehadiran peramu wisata dapat membantu wisatawan lokal baik mancanegara menyelusuri keindahan kawasan wisata alam Bantimurung seperti menyelusuri gua mimpi yang memakan waktu 1 jam lebih. Adapun tarif yang dikenakan oleh masyarakat yakni tarif untuk wisatawan lokal sebesar Rp. 250.000 perharinya, sedangkan wisatawan mancanegara sebesar Rp. 350.000 perhari.

6. Fotografer

Kawasan Taman Wisata Alam Bantimurung terdapat jasa fotografer yang menyediakan layanan untuk wisatawan. Jasa fotografer di Taman Wisata Alam Bantimurung merupakan salah satu jenis usaha yang memanfaatkan keindahan dan keunikan lingkungan alam kawasan tersebut. Menurut informasi dari Bapak Akmal yang telah berprofesi sebagai fotografer sejak tahun 2020.

Alasan utama Bapak Akmal terjun ke profesi ini adalah untuk mencari pendapatan tambahan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari, di samping pekerjaan utamanya sebagai petani sawah. Ketika menunggu hasil panen, ia memanfaatkan profesi fotografinya sebagai sumber penghasilan tambahan yang signifikan di kawasan tersebut. Adapun kisaran harga sekali potret dimulai dari harga Rp 5.000 per file atau 1 gambar. Pengunjung juga diberi kesempatan untuk memilih gambar yang mana saja yang mau dicetak.

5.4. Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung

5.4.1. Dampak Sosial Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung

Dampak sosial adalah dampak yang mempengaruhi keadaan sosial karena perubahan yang terjadi di lingkungan sosial sekitar masyarakat dan kebiasaan mereka. Dampak sosial yang dialami masyarakat akibat adanya wisata alam ini harus menjadi perhatian khusus oleh pemerintah daerah agar dampak yang diberikan dapat berdampak positif pada masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan wisata alam ini.

Tidak dapat dipungkiri bahwa cepat atau lambat pariwisata akan memberikan dampak terhadap masyarakat yang berada di kawasan wisata dan sekitarnya. Pengaruh yang signifikan adalah sosial budaya masyarakat. Kawasan wisata dibagi menjadi tiga bagian yaitu kawasan penunjang pariwisata, kawasan wisata-wisata, dan kawasan akomodasi wisata. Dari ketiga wilayah tersebut, wilayah asal mempunyai kepadatan hubungan antara penduduk lokal dan wisatawan yang paling tinggi. Kawasan tersebut akan dipenuhi dengan fasilitas wisata seperti hotel, motel, restoran dan tempat hiburan lainnya, serta yang tak kalah pentingnya adalah kondisi alam yang indah dan posisi budaya masyarakat setempat yang menarik (Khairunisa dkk,2024). Hal seperti ini juga terjadi di Maros karena banyak destinasi wisata menarik, termasuk wisata alam Bantimurung. Salah satu atraksi budaya yang sering berlangsung di Taman Wisata Alam Bantimurung adalah perayaan Hari Kabupaten Maros, khususnya festival budaya. Kegiatan ini melibatkan semua kalangan dan mengundang banyak masyarakat dari berbagai daerah khususnya Sulawesi Selatan. Secara tidak langsung, kegiatan seperti ini turut andil dalam mengungkap keindahan alam Bantimurung.

Dampak sosial yang secara langsung diterima oleh masyarakat dengan adanya objek wisata alam Bantimurung ini dapat berupa perubahan lingkungan seperti adanya sarana dan prasarana wisata alam sehingga masyarakat lokal pun juga memanfaatkan sarana dan prasarana tersebut. Adapun sarana yang terdapat di lokasi wisata alam Bantimurung Desa Kallabirang Kecamatan Bantimurung seperti penyewaan alat transportasi, rumah makan, dan penginapan/hotel. Adapun

prasarana yang terdapat di wisata alam Bantimurung seperti listrik, jaringan telekomunikasi dan internet. Adanya perubahan lingkungan tersebut dapat meningkatkan perkembangan hidup dan kesejahteraan khususnya masyarakat lokal.

Salah satu responden adalah Ibu Hj, Hadrah yaitu pedagang souvenir dan juga masyarakat lokal sangat terbantu terhadap perubahan lingkungan di wisata alam Bantimurung ini. Beliau mengatakan bahwa dengan adanya bantuan listrik ia akan lebih mudah berdagang. Adapun dalam menjaga apa yang telah difasilitasi oleh pemerintah seperti menjaga kebersihan lingkungan dan sebagainya diperlukan kesadaran masing-masing.

Dampak sosial lain yang terjadi adalah adanya penyesuaian budaya. Artinya bahwa budaya yang dimiliki oleh wisatawan domestik maupun mancanegara berbeda dengan budaya yang dimiliki oleh masyarakat lokal yang mendiami lokasi wisata alam. Bantimurung terkenal dengan cerita rakyat legenda yang berkembang di masyarakat Bantimurung, Cerita-cerita ini sering kali berkaitan dengan asal-usul tempat dan fenomena alam yang ada di Bantimurung, seperti legenda tentang kera, kupu-kupu dan air terjun. Cerita ini juga dipercaya dan terjaga dengan baik oleh masyarakat setempat.

Masyarakat lokal juga dapat bergaul dengan para wisatawan namun tidak boleh melewati batas-batas dari budaya yang telah tertanam pada diri mereka dikarenakan sebagian pengunjung tentu memiliki budaya yang berbeda dengan budaya yang ada di wilayah Bantimurung. Para pengunjung tersebut tidak hanya merupakan pengunjung domestik namun juga pengunjung mancanegara. Selain itu masyarakat juga dapat mempelajari bahasa asing. Tentunya hal ini

memberikan dampak positif bagi masyarakat karena mereka secara aktif akan lebih mudah dapat berkomunikasi dengan pengunjung mancanegara dengan menggunakan bahasa asing.

Masyarakat lokal mengharapkan agar sesama masyarakat dan wisatawan dapat menjaga ketertiban dan kebersihan lingkungan khususnya di kawasan Wisata Alam Bantimurung seperti tidak melakukan kebisingan yang berlebihan serta tidak mengotori area wisata alam ini. Namun wisatawan juga diharapkan agar menjaga tingkah laku selama menikmati wisata alam ini terutama bagi wisatawan mancanegara agar dapat memberikan contoh yang baik bagi masyarakat lokal sehingga tingkah laku dan adat istiadat yang sudah lahir pada masyarakat itu sendiri tidak berubah dengan adanya wisata alam ini yang mana sebagian besar pengunjung merupakan wisatawan asing yang tentunya memiliki sikap dan adat istiadat yang berbeda dengan masyarakat lokal Bantimurung.

Hal demikian ini merupakan dampak yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi sosial masyarakat lokal. Oleh karena itu hal tersebut harus menjadi perhatian khusus bagi aparat desa dan pemerintah daerah untuk memberikan peraturan-peraturan khusus bagi para pengunjung pada saat mendatangi wisata alam bsntimurung. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel 17 berikut.

Tabel 17. Dampak Sosial Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung Berdasarkan Indikator Gaya Hidup.

Jawaban Responden	Nilai Skor	P1		P2		Total Skor
		Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	
Tidak Setuju	1	0	0	1	1	1
Kurang Setuju	2	9	18	19	38	56
Netral	3	26	78	16	48	126
Setuju	4	3	12	2	8	20
Sangat Setuju	5	0	0	0	0	0
Total		38	108	38	95	203

Sumber : Lampiran 4

Keterangan :

P1 : Dengan bekerja di wisata Alam Bantimurung masyarakat mampu menggunakan teknologi dan media sosial, seperti handphone.

P2 : Dengan bekerja di wisata Alam Bantimurung masyarakat mampu membeli barang mewah.

Berdasarkan Tabel 17, menunjukkan bahwa jumlah pernyataan indikator gaya hidup yaitu 2 pernyataan, pernyataan pertama memiliki skor tertinggi yaitu 108 dan pernyataan kedua memiliki skor 95 dan total skor dari semua pernyataan indikator gaya hidup 203.

Tabel 18. Dampak Sosial Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung Berdasarkan Indikator Penyesuaian Budaya.

Jawaban Responden	Nilai Skor	P1		P2		P3		Total Skor
		Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	
Tidak Setuju	1	3	3	0	0	4	4	7
Kurang Setuju	2	18	36	7	14	14	28	78
Netral	3	12	36	29	87	18	54	177
Setuju	4	5	20	2	8	2	8	36
Sangat Setuju	5	0	0	0	0	0	0	0
Total		38	95	38	109	38	94	298

Sumber: Lampiran 4

Keterangan :

P1 : Keberadaan Wisata Alam Bantimurung masyarakat dapat mempelajari dan menggunakan bahasa asing untuk berkomunikasi dengan wisatawan.

- P2 : Masyarakat menyesuaikan budaya dengan konteks ekonomi kreatif (menjual hasil kerajinan).
- P3 : Berkurangnya interaksi masyarakat yang bekerja di Objek Wisata Alam Bantimurung dengan orang terdekat (keluarga).

Berdasarkan Tabel 18, menunjukkan bahwa jumlah pernyataan indikator penyesuaian budaya yaitu 3 pernyataan, pernyataan kedua memiliki skor tertinggi yaitu 109 dan pernyataan pertama memiliki skor 95, pernyataan ketiga memiliki skor 94 dan total skor dari semua pernyataan indikator penyesuaian budaya 298.

Tabel 19. Rekapitulasi Dampak Sosial Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung Terhadap Masyarakat

No.	Indikator	Skor
1.	Gaya Hidup	203
2.	Penyesuaian Budaya	298
Total Skor		501
Skor Maksimum		760
Indeks Skor (%)		65,92
Dampak sosial		Netral

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa variabel dampak sosial memiliki 2 indikator yaitu gaya hidup memiliki skor 203 dan penyesuaian budaya memiliki skor 298. Total skor dari dampak sosial yaitu 501, skor maksimum 760, indeks skor 65,92%. Dampak sosial wisata alam Bantimurung terhadap masyarakat yaitu netral. Dengan demikian, dampak sosial terhadap masyarakat tidak terpengaruh dengan adanya wisata alam Bantimurung.

5.4.2. Dampak Ekonomi Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung

Menurut Vanhove (2005), dampak ekonomi dari aktivitas objek wisata alam dapat dihitung dengan mengikuti aliran pengeluaran pengunjung. Kemudian, dampak pengeluaran tersebut terhadap pendapatan, jumlah penjualan, pekerjaan, dan penerimaan masyarakat lokal dapat diperkirakan. Wisata alam pasti akan

meningkatkan pendapatan daerah dan memperkuat ekonomi masyarakat setempat. Hasil wawancara dengan masyarakat menunjukkan, menurut teori, bahwa aktivitas wisata alam ini dapat menyediakan lapangan kerja, terutama bagi masyarakat lokal yang tinggal di wilayah wisata alam ini.

Dampak ekonomi ini juga dapat dibagi menjadi dampak langsung dan dampak tidak langsung. Dampak ekonomi tersebut dapat berupa adanya peluang usaha, kesempatan kerja dan tingkat pendapatan masyarakat yang semakin meningkat dengan memanfaatkan wisata alam Bantimurung. Dampak ekonomi langsung adalah dampak manfaat yang dirasakan langsung oleh masyarakat baik itu berupa pendapatan yang diterima oleh penerima awal pengeluaran wisatawan yaitu masyarakat yang menjalankan usaha di wisata alam Bantimurung. Artinya pada saat wisatawan mengeluarkan sejumlah uang untuk melakukan permintaan terhadap produk dan jasa di tingkat lokal dan pada akhirnya akan menghasilkan pendapatan bagi masyarakat lokal yang bekerja di lokasi wisata alam. Begitu pula dengan upaya perlengkapan baik itu sarana maupun sarana prasarana wisata yang dilakukan pemerintah untuk menciptakan pendapatan, kesempatan kerja dan penerimaan pajak bagi wilayah tersebut.

Tabel 20. Dampak Ekonomi Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung Berdasarkan Indikator Pendapatan.

Jawaban Responden	Nilai Skor	P1		P2		Total Skor
		Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	
Tidak Setuju	1	0	0	0	0	0
Kurang Setuju	2	0	0	0	0	0
Netral	3	3	9	4	12	21
Setuju	4	24	96	13	52	148
Sangat Setuju	5	11	55	21	105	160
Total		38	160	38	169	329

Sumber: Lampiran 5

Keterangan:

P1 : Dengan keberadaan wisata alam Bantimurung memperbaiki pendapatan masyarakat.

P2 : Pendapatan masyarakat meningkat dengan adanya objek wisata alam Bantimurung

Berdasarkan Tabel 20, menunjukan bahwa jumlah pernyataan indikator pendapatan yaitu 2 pernyataan, pernyataan kedua memiliki skor tertinggi yaitu 169 dan pernyataan pertama memiliki skor 160 dan total skor dari semua pernyataan indikator pendapatan 329.

Tabel 21. Dampak Ekonomi Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung Berdasarkan Indikator Kesempatan Kerja.

Jawaban Responden	Nilai Skor	P1		P2		Total Skor
		Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	Frekuensi (Orang)	Jumlah (Skor)	
Tidak Setuju	1	0	0	0	0	0
Kurang Setuju	2	0	0	0	0	0
Netral	3	2	6	6	18	24
Setuju	4	24	96	15	60	156
Sangat Setuju	5	12	60	17	85	145
Total		38	162	38	163	325

Sumber: Lampiran 5

Keterangan:

P1 : Adanya objek wisata alam Bantimurung mengubah mata pencaharian bagi masyarakat sekitar.

P2 : Adanya objek wisata alam Bantimurung masyarakat mendapatkan penghasilan sampingan.

Berdasarkan Tabel 21, menunjukan bahwa jumlah pernyataan indikator kesempatan kerja yaitu 2 pernyataan, pernyataan pertama memiliki skor tertinggi yaitu 162 dan pernyataan pertama memiliki skor 163 dan total skor dari semua pernyataan indikator kesempatan kerja 325.

Tabel 22. Rekapitulasi Dampak Ekonomi Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung Terhadap Masyarakat.

No.	Indikator	Skor
1.	Pendapatan	329
2.	Kesempatan Kerja	325
Total Skor		654
Skor Maksimum		760
Indeks Skor (%)		86,05
Dampak ekonomi		Positif

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 22 menunjukkan bahwa variabel dampak ekonomi memiliki 2 indikator yaitu pendapatan memiliki skor 329 dan kesempatan kerja memiliki skor 319. Total skor dari dampak ekonomi yaitu 654, skor maksimum 760, indeks skor 86,05% dan dampak ekonomi wisata alam Bantimurung terhadap masyarakat yaitu positif.

Tabel 23. Rekapitulasi Dampak Sosial Ekonomi Dengan Adanya Wisata Alam Bantimurung Terhadap Masyarakat.

No.	Variabel	Total Skor	Indeks Skor (%)
1.	Dampak Sosial	501	65,92
2.	Dampak Ekonomi	654	86,05

Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 23, menunjukkan bahwa dampak sosial memiliki total skor sebanyak 501 dengan indeks skor 65,92% dan dampak ekonomi memiliki total skor 654 dengan indeks skor 86,05%. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Putra (2019) yang menyatakan bahwa objek wisata alam memberikan dampak positif dan negatif terhadap aspek sosial ekonomi masyarakat. Keberadaan objek wisata alam Bantimurung terhadap dampak sosial memberikan dampak netral, sedangkan dampak ekonomi positif. Oleh karena itu hipotesis 1 yang menyatakan keberadaan wisata alam Bantimurung memberi

dampak positif dan negatif terhadap sosial ekonomi masyarakat yang bekerja di kawasan Bantimurung adalah **ditolak**.

5.5. Faktor Internal dan Eksternal Yang Mempengaruhi Pengembangan Wisata Alam Bantimurung

5.5.1. Faktor Internal

Faktor internal adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh kawasan wisata yang berupa kekuatan dan kelemahan. Faktor internal pada objek wisata alam Bantimurung berupa keindahan alam, daya tarik wisata, keanekaragaman hayati, aksesibilitas yang mudah, ketersediaan fasilitas dan sarana, promosi wisata, dan minimnya SDM.

Tabel 24. Penilaian Faktor Internal pada Objek Wisata Alam Bantimurung, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros.

No.	Indikator Faktor Internal	Jumlah	Rata-rata Skor	Kategori
1.	Keindahan Alam	16	4,00	Kekuatan
2.	Daya Tarik Wisata	16	4,00	Kekuatan
3.	Keanekaragaman Hayati	15	3,75	Kekuatan
4.	Aksesibilitas	16	4,00	Kekuatan
5.	Fasilitas dan sarana	9	2,5	Kelemahan
6.	Promosi wisata	15	3,75	Kekuatan
7.	Sumber Daya Manusia	8	2,00	Kelemahan

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 24, menunjukkan indikator faktor internal objek wisata alam Bantimurung yang dimana nilai rata-rata skor $> 2,50$ masuk dalam kategori kekuatan dan nilai rata-rata skor $\leq 2,50$ masuk dalam kategori kelemahan. Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh indikator yang termasuk dalam faktor kekuatan antara keindahan alam, daya tarik wisata, keanekaragaman hayati, aksesibilitas yang mudah dan promosi wisata. Indikator yang termasuk dalam faktor kelemahan yaitu fasilitas dan sarana dan sumber daya manusia. Hasil identifikasi ini berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan dan penilaian responden

yaitu pengelola wisata alam Bantimurung yang terpilih sebagai responden. Adapun kekuatan dan kelemahan wisata alam Bantimurung sebagai berikut:

1. Keindahan Alam

Keindahan alam Bantimurung di Sulawesi Selatan telah menarik perhatian banyak wisatawan dari dalam dan luar negeri. Dikenal sebagai salah satu destinasi wisata alam unggulan, Bantimurung menawarkan beragam pesona alam yang memikat. Taman Nasional Bantimurung, yang terletak di Kabupaten Maros, merupakan salah satu destinasi pariwisata yang dikelola oleh pemerintah dengan fokus pada pengelolaan Air Terjun Bantimurung. Destinasi ini menawarkan berbagai keindahan alam yang menakjubkan, seperti kolam Jamala, museum kupu-kupu, Goa Mimpi, Telaga Kasikebo, dan Goa Batu. Keberlanjutan dalam pelestarian sumber daya alam Taman Nasional Bantimurung menjadi harapan untuk mendukung pengembangan pariwisata, di mana Taman Wisata Alam Bantimurung berperan dalam memberikan kontribusi donasi.

2. Daya Tarik Wisata

Taman Nasional Bantimurung memiliki sejumlah daya tarik yang sayang untuk dilewatkan. Wisata alam Taman Nasional Bantimurung tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan lokal, kawasan wisata ini juga menjadi tujuan wisatawan asing berkat daya tarik wisatanya yang beragam. Wisata alam bantimurung menawarkan beberapa aktivitas wisata kepada para wisatawan seperti flying fox, jelajah gua, bertualang di alam bebas, panjat tebing, dan bermain air.

3. Keanekaragaman Hayati

Kawasan Bantimurung di Sulawesi Selatan terkenal dengan keanekaragaman hayatinya yang luar biasa, menjadikannya surga bagi pecinta alam dan peneliti. Hutan tropis di Bantimurung menjadi rumah bagi berbagai jenis flora, termasuk pohon-pohon tinggi, tanaman obat, dan bunga liar yang menambah keindahan alamnya. Berbagai spesies fauna juga hidup dan berkembang di ekosistem hutan ini, seperti burung, kera, reptil, dan serangga langka. Salah satu ciri khas keanekaragaman hayati Bantimurung adalah taman kupu-kupunya, yang menampung sekitar 250 spesies kupu-kupu, yang menjadikannya "Kerajaan Kupu-Kupu." Selain itu, sungai-sungai yang mengalir melalui kawasan ini mendukung ekosistem air tawar yang kaya, dengan berbagai jenis ikan dan organisme air lainnya. Pegunungan karst di Bantimurung menambah keunikan ekosistem dengan formasi batuan kapur yang mendukung kehidupan berbagai jenis flora dan fauna yang khusus hidup di lingkungan karst. Keanekaragaman hayati yang kaya ini tidak hanya menawarkan pemandangan yang indah dan pengalaman alam yang tak terlupakan bagi wisatawan, tetapi juga memiliki nilai ekologis yang penting untuk penelitian dan konservasi. Upaya pelestarian yang dilakukan oleh berbagai pihak sangat penting untuk menjaga keanekaragaman hayati ini agar tetap lestari dan bisa dinikmati oleh generasi mendatang.

4. Aksesibilitas

Bantimurung, yang terletak di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan, memiliki aksesibilitas yang mudah bagi wisatawan, menjadikannya destinasi yang populer untuk dikunjungi. Lokasinya yang strategis, hanya sekitar 20 kilometer dari Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, memudahkan pengunjung domestik maupun mancanegara untuk mencapai kawasan ini. Perjalanan dari Makassar ke Bantimurung dapat ditempuh dalam waktu sekitar satu jam dengan kendaraan pribadi atau angkutan umum yang tersedia secara teratur. Infrastruktur jalan yang baik dan rambu-rambu yang jelas membuat perjalanan menuju Bantimurung nyaman dan aman.

5. Fasilitas dan sarana

Bantimurung dikenal dengan keindahan alamnya yang mempesona, ketersediaan fasilitas dan sarana di kawasan ini masih terbilang kurang memadai, sehingga dapat mengurangi kenyamanan wisatawan. Beberapa area parkir yang tersedia sering kali tidak cukup luas untuk menampung jumlah kendaraan yang meningkat terutama pada musim liburan, menyebabkan kemacetan dan kesulitan parkir. Selain itu, fasilitas toilet umum dan tempat istirahat sering kali kurang terawat, dengan kebersihan yang kurang dijaga, sehingga kurang nyaman digunakan oleh pengunjung. Pilihan akomodasi di sekitar kawasan juga terbatas, dengan beberapa penginapan yang belum memenuhi standar kenyamanan dan kebersihan yang diharapkan oleh wisatawan. Maka ketersediaan fasilitas dan sarana ini masuk dalam kategori kelemahan berdasarkan realita yang ada di lokasi penelitian.

6. Promosi Wisata

Promosi wisata merupakan strategi penting dalam meningkatkan kunjungan ke suatu destinasi, termasuk Bantimurung yang kaya akan keindahan alam dan keanekaragaman hayati. Upaya promosi yang efektif dapat mencakup berbagai metode, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten visual menarik, dan kampanye digital yang menargetkan audiens luas. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, keindahan air terjun, gua karst, serta taman kupu-kupu Bantimurung dapat diperlihatkan dengan cara yang menarik dan informatif. Selain itu, kerja sama dengan influencer dan travel blogger dapat membantu meningkatkan eksposur dan menarik minat calon wisatawan. Pembuatan website resmi yang informatif dan mudah diakses juga penting, menyediakan informasi lengkap tentang fasilitas, akomodasi, serta panduan wisata. Selain media digital, promosi melalui media cetak seperti brosur dan majalah pariwisata, serta partisipasi dalam pameran wisata baik nasional maupun internasional, dapat memperluas jangkauan promosi. Kampanye promosi yang melibatkan komunitas lokal, agen perjalanan, dan pemerintah setempat juga akan memperkuat upaya ini, memastikan Bantimurung dikenal sebagai destinasi wisata unggulan yang layak dikunjungi. Mengenai promosi yang terencana dan terintegrasi, Bantimurung dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, yang pada gilirannya akan mendukung perekonomian lokal dan pelestarian lingkungan.

7. Sumber Daya Manusia

Minimnya sumber daya manusia (SDM) yang terampil dan berkualitas di sektor pariwisata menjadi salah satu tantangan utama bagi pengembangan

destinasi wisata Bantimurung. Kekurangan ini terlihat dari terbatasnya jumlah pemandu wisata profesional yang memiliki pengetahuan mendalam tentang keanekaragaman hayati, sejarah, dan budaya lokal yang dapat memberikan informasi yang informatif dan menarik kepada pengunjung. Selain itu, kurangnya pelatihan dan pendidikan formal dalam bidang pariwisata bagi masyarakat lokal menyebabkan rendahnya kualitas pelayanan di berbagai fasilitas wisata, termasuk akomodasi dan restoran. Hal ini berdampak pada pengalaman wisatawan yang mungkin merasa kurang puas dengan pelayanan yang diterima. Sebaliknya, kurangnya tenaga kerja yang berkualitas menghambat upaya pemasaran dan promosi. Ini karena tidak ada orang yang terlatih dalam mengelola kampanye promosi atau memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi masyarakat lokal dalam mengelola dan memajukan pariwisata di Bantimurung, diperlukan program pelatihan dan pengembangan SDM yang berkelanjutan, baik oleh pemerintah maupun swasta. Adanya peningkatan kualitas SDM, diharapkan objek wisata Bantimurung dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan menarik lebih banyak wisatawan, sehingga potensi pariwisata daerah ini dapat dimaksimalkan.

5.5.2 Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal objek wisata alam Bantimurung dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor yang berada di luar kontrol wisata alam Bantimurung dalam hal pengembangan. Analisis terfokus pada faktor-faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi wisata alam

Bantimurung sehingga memudahkan untuk menentukan strategi-strategi dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Berdasarkan hasil analisis sesuai jawaban responden maka diperoleh indikator dari faktor eksternal yaitu tingkat pendapatan, minat, bantuan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, munculnya atraksi wisata lain, kesadaran masyarakat terhadap pariwisata, kondisi cuaca/iklim. Hasil penilaian responden dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Penilaian Faktor Eksternal pada Objek Wisata Alam Bantimurung, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros.

No.	Indikator Faktor Internal	Jumlah	Rata-rata Skor	Kategori
1.	Tingkat Pendapatan	16	4,00	Peluang
2.	Minat wisatawan	12	3,00	Peluang
3.	Bantuan pemerintah	16	4,00	Peluang
4.	Teknologi informasi dan komunikasi	16	4,00	Peluang
5.	Munculnya atraksi wisata lain	7	1,75	Ancaman
6.	Kesadaran masyarakat terhadap pariwisata	11	2,50	Ancaman
7.	Kondisi cuaca/iklim	9	2,25	Ancaman

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 25, diperoleh indikator yang termasuk dalam faktor peluang antara lain tingkat pendapatan, minat wisatawan, bantuan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, sedangkan indikator yang termasuk dalam faktor ancaman antara lain munculnya atraksi wisata lain, kesadaran masyarakat terhadap pariwisata, kondisi cuaca/iklim. Adapun peluang dan ancaman objek wisata alam Bantimurung sebagai berikut:

1. Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan masyarakat di sekitar kawasan wisata Bantimurung semakin baik seiring dengan perkembangan pariwisata yang pesat. Kegiatan

pariwisata yang meningkat membawa dampak positif terhadap perekonomian lokal, menciptakan berbagai peluang kerja dan usaha bagi penduduk setempat. Banyak warga yang sebelumnya mengandalkan pertanian dan pekerjaan informal kini beralih atau menambah pendapatan mereka dengan bekerja di sektor pariwisata, seperti menjadi pemandu wisata, pengelola penginapan, atau membuka warung makan dan toko suvenir. Selain itu, proyek-proyek infrastruktur dan pengembangan fasilitas wisata yang didukung oleh pemerintah dan swasta juga memberikan pekerjaan tambahan bagi masyarakat lokal. Penghasilan yang lebih stabil dan meningkat ini memungkinkan warga untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, baik dari segi pendidikan, kesehatan, maupun kebutuhan sehari-hari. Adanya tingkat pendapatan yang semakin baik, masyarakat sekitar Bantimurung tidak hanya merasakan manfaat ekonomi langsung dari pariwisata, tetapi juga berperan aktif dalam menjaga dan mengembangkan potensi wisata di daerah mereka, menciptakan siklus positif bagi keberlanjutan ekonomi dan pariwisata lokal.

2. Minat wisatawan

Tingginya minat wisatawan terhadap aktivitas wisata outbound di Bantimurung mencerminkan daya tarik kawasan ini sebagai destinasi petualangan alam yang menantang dan menyenangkan. Aktivitas outbound, seperti trekking, panjat tebing, dan flying fox, menawarkan pengalaman yang seru dan mendebarkan, menarik perhatian pengunjung dari berbagai kalangan, mulai dari keluarga, pelajar, hingga komunitas pecinta alam. Keberadaan fasilitas outbound yang lengkap dan aman di Bantimurung memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk

menikmati keindahan alam sambil melakukan aktivitas fisik yang bermanfaat bagi kesehatan.

3. Bantuan Pemerintah

Bantuan pemerintah memainkan peran krusial dalam pengembangan dan pelestarian kawasan wisata Bantimurung, Sulawesi Selatan. Dukungan ini terlihat melalui berbagai inisiatif yang mencakup pembangunan infrastruktur, seperti peningkatan akses jalan, pembangunan fasilitas umum, dan penyediaan sarana transportasi yang lebih baik untuk memudahkan wisatawan mencapai lokasi.

4. Teknologi informasi dan komunikasi

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa dampak signifikan terhadap pengembangan dan promosi kawasan wisata Bantimurung. Dengan adanya teknologi digital, akses informasi mengenai keindahan alam dan fasilitas wisata Bantimurung menjadi lebih mudah dan cepat, baik melalui website resmi, media sosial, maupun aplikasi mobile. Platform digital memungkinkan pengelola wisata untuk memasarkan destinasi ini secara lebih luas dan efektif, menarik perhatian wisatawan dengan konten visual yang menarik, seperti foto dan video berkualitas tinggi dari air terjun, gua karst, dan taman kupu-kupu.

Teknologi TIK juga mempermudah proses reservasi dan pembelian tiket secara online, meningkatkan kenyamanan bagi wisatawan yang ingin merencanakan kunjungan mereka. Selain itu, media sosial dan ulasan online memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk berbagi pengalaman mereka, meningkatkan visibilitas dan reputasi Bantimurung sebagai destinasi wisata yang

menarik. Inovasi seperti peta digital dan aplikasi panduan wisata juga membantu wisatawan untuk menjelajahi kawasan ini dengan lebih efisien. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi ini, Bantimurung dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata, memperluas jangkauan promosi, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung.

5. Munculnya atraksi wisata lain

Munculnya atraksi wisata lain di sekitar Bantimurung berpotensi menjadi pesaing yang signifikan dalam menarik minat wisatawan, karena menawarkan alternatif yang menarik dan berbeda. Munculnya atraksi wisata lain yang menarik dapat menjadi ancaman bagi wisata alam Bantimurung.

6. Kesadaran masyarakat terhadap pariwisata

Kesadaran masyarakat terhadap pariwisata di sekitar Bantimurung sangat penting untuk memastikan pengembangan yang berkelanjutan dan manfaat maksimal dari sektor ini. Peningkatan pemahaman masyarakat mengenai manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pariwisata dapat mengarah pada partisipasi aktif dalam menjaga kebersihan, melestarikan budaya lokal, dan menyediakan layanan yang ramah bagi wisatawan. Adanya kesadaran yang tinggi, masyarakat lokal akan lebih menghargai peran mereka dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif, yang pada gilirannya akan meningkatkan reputasi kawasan sebagai destinasi unggulan. Program-program pendidikan dan pelatihan tentang cara mengelola dan mempromosikan pariwisata dengan baik, serta manfaat jangka panjang dari sektor ini, dapat memperkuat keterlibatan masyarakat.

7. Kondisi cuaca/iklim

Kondisi cuaca dan iklim di Bantimurung memainkan peran penting dalam mempengaruhi pengalaman wisatawan dan pengembangan sektor pariwisata di kawasan ini. Bantimurung, yang terletak di Sulawesi Selatan, memiliki iklim tropis dengan suhu yang cenderung hangat sepanjang tahun dan curah hujan yang cukup tinggi. Musim hujan, yang biasanya berlangsung dari November hingga Maret, dapat menyebabkan beberapa jalur trekking menjadi licin dan sulit diakses, serta meningkatkan risiko banjir di area tertentu. Sebaliknya, musim kemarau dari April hingga Oktober menawarkan kondisi cuaca yang lebih kering dan nyaman, ideal untuk aktivitas luar ruangan seperti trekking dan eksplorasi gua. Perubahan cuaca yang tidak terduga, seperti hujan deras di luar musim hujan, juga bisa memengaruhi kenyamanan dan keamanan aktivitas wisata. Oleh karena itu, penting untuk menginformasikan wisatawan mengenai kondisi cuaca yang mungkin mereka hadapi dan menyediakan fasilitas yang memadai untuk mengatasi cuaca ekstrem, seperti tempat berteduh dan jalur evakuasi. Dengan memahami dan menyesuaikan diri dengan kondisi iklim, pengelola wisata dapat memaksimalkan pengalaman pengunjung dan memastikan keselamatan mereka, serta merencanakan kegiatan dan promosi yang sesuai dengan pola cuaca yang ada.

5.5.3 Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Matriks IFAS diperoleh dari hasil analisis faktor internal Wisata Alam Bantimurung, yaitu mengidentifikasi faktor internal kemudian dilakukan penilaian. Hasil penilaian tersebut kemudian dihitung bobot dan rating dari setiap

faktor-faktor internal wisata alam Bantimurung, maka dapat diperoleh hasil seperti pada Tabel 26

Tabel 26. Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

No.	Indikator Faktor Internal	Jumlah	Bobot	Rating	Score
KEKUATAN					
1.	Keindahan Alam	16	0,17	4	0,67
2.	Daya Tarik Wisata	16	0,17	4	0,67
3.	Keanekaragaman Hayati	15	0,16	3,75	0,63
4.	Akseibilitas	16	0,17	4	0,67
5.	Promosi Wisata	15	0,16	3,75	0,63
Subtotal		78	0,82	19,5	3,28
KELEMAHAN					
1.	Fasilitas dan sarana	9	0,09	2,25	0,21
2.	Sumber Daya Manusia	8	0,08	2	0,19
Subtotal		17	0,18	4,25	0,40
Total		95	1,00	8,5	3,69
Selisih kekuatan dan kelemahan					2,88

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 26 di atas dapat dilihat bahwa faktor kunci internal yang mempunyai faktor kekuatan tertinggi adalah keindahan alam, daya tarik wisata, akseibilitas memiliki skor tertinggi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai bobot sebesar 0,17 dengan rating 4,00 dan skor sebesar 0,67 kemudian di ikuti oleh keanekaragaman hayati dan promosi wisata bobot sebesar 0,16 dengan rating 3,75 dan skor sebesar 0,63. Keindahan alam, daya tarik wisata, akseibilitas, keanekaragaman hayati dan promosi wisata merupakan sumber kekuatan utama pada Objek Wisata Alam Bantimurung. Total score dari faktor kekuatan yaitu 3,28 sedangkan kelemahan dari objek wisata alam Bantimurung adalah fasilitas dan sarana dengan bobot 0,09, memiliki rating sebanyak 2,25 dengan score 0,21, dan sumber daya manusia dengan bobot sebanyak 0,08 dengan rating 2 dan score

0,19. Sumber kelemahan dari faktor internal ialah fasilitas dan sarana dan sumber daya manusia yang memiliki total score sebanyak 0,40.

5.5.4. Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Matriks EFAS diperoleh dari hasil analisis faktor eksternal wisata alam Bantimurung, yaitu mengidentifikasi peluang dan ancaman dari faktor eksternal kemudian dilakukan penilaian. Analisis matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 27 dibawah ini.

Tabel 27. Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

No.	Indikator Faktor Eksternal	Jumlah	Bobot	Rating	Score
PELUANG					
1	Tingkat Pendapatan	16	0,17	4,00	0,68
2	Minat wisatawan	12	0,16	3,00	0,65
3	Bantuan Pemerintah	16	0,18	4,00	0,74
4	Teknologi informasi dan komunikasi	16	0,18	4,00	0,74
Subtotal		60	0,69	15	2,82
ANCAMAN					
1	Munculnya atraksi wisata lain	7	0,08	1,75	0,181
2	Kesadaran masyarakat terhadap pariwisata	10	0,12	2,50	0,26
3	Kondisi cuaca/iklim	9	0,10	2,25	0,2
Subtotal		27	0,31	6,75	0,68
TOTAL		87	1,00	21,75	3,50
Selisih peluang dan ancaman					2,14

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 26 di atas menunjukkan matriks EFAS diperoleh dari hasil analisis faktor eksternal objek wisata alam Bantimurung, yaitu mengidentifikasi faktor-faktor eksternal kemudian dilakukan penilaian. Hasil penilaian tersebut kemudian dihitung bobot dan rating dari setiap faktor-faktor eksternal objek wisata alam Bantimurung. Faktor kunci eksternal yang mempunyai faktor peluang tertinggi adalah bantuan pemerintah, dan teknologi informasi dan komunikasi dengan bobot sebesar 0,18, rating sebanyak 4,00 yang

memiliki score sebanyak 0,74, tingkat pendapatan dengan bobot sebesar 0,17, rating sebanyak 4,00 yang memiliki score 0,68 dan minat wisatawan memiliki bobot 0,16 rating sebanyak 3,00 dengan score sebanyak 0,65. Indikator bantuan pemerintah, tingkat pendapatan, minat wisatawan dan teknologi informasi dan komunikasi yang merupakan faktor sumber peluang utama pada objek wisata alam Bantimurung Total score dari faktor peluang yaitu sebesar 2,80 sedangkan ancaman utama dari objek wisata alam bantimurung adalah indikator munculnya atraksi wisata lain dengan nilai bobot 0,08 yang memiliki rating 1,75 dengan score sebanyak 0,18, kesadaran masyarakat terhadap pariwisata dengan nilai bobot 0,12 yang memiliki rating 2,50 dengan score sebanyak 0,26 dan kondisi cuaca/iklim memiliki bobot 0,10 yang memiliki rating 2,25 dengan score sebanyak 0,2. Adapun total score dari faktor ancaman sebesar 0,70.

5.6 Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Bantimurung

5.6.1. Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal sebagaimana yang telah diuraikan, maka faktor-faktor tersebut dianalisis dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT adalah matriks yang akan digunakan untuk menyusun berbagai alternatif strategi pengembangan objek wisata alam Bantimurung melalui strategi S-O (Strengths-Opportunities), W-O (Weaknesses- Opportunities), S-T (Strengths-Threats), dan W-T (Weaknesses-Threats). Penempatan analisis Matriks SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa yang akan datang. Analisis ini didasarkan pada

logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Alternatif strategi pengembangan Objek Wisata Alam Bantimurung , Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros dengan penentuan matriks SWOT terlihat pada Tabel 28.

Tabel 28. Matriks SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*)

IFAS EFAS	STRENGTHS-S 1. Keindahan Alam 2. Daya Tarik Wisata 3. Keanekaragaman Hayati 4. Aksesibilitas 5. Promosi wisata	WEAKNESS-W 1. Fasilitas dan sarana 2. Sumberdaya Manusia
OPPORTUNITIES-O 1. Tingkat Pendapatan 2. Bantuan pemerintah 3. Minat wisatawan 4. Teknologi informasi dan komunikasi	STRATEGI S-O 1. Mengembangkan potensi keindahan alam yang dimiliki dan menambah aktraksi wisata. 2. Meningkatkan promosi objek wisata menggunakan teknologi informasi seperti promosi digital (website, sosial media). 3. Meningkatkan aksesibilitas seperti peningkatan kondisi jalan, penyediaan transportasi umum yang nyaman, dan penambahan fasilitas parkir. Infrastruktur yang baik akan menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung peningkatan jumlah kunjungan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. 4. Mengadakan festival	STRATEGI W-O 1. Memperbaiki dan menambah sarana dan prasarana seperti toilet umum dan penginapan dengan bantuan pemerintah. 2. Pemanfaatan teknologi informasi untuk menerapkan sistem manajemen pariwisata, Sistem ini dapat mencakup aplikasi atau platform online yang membantu dalam pengelolaan reservasi, pemantauan kunjungan, dan umpan balik wisatawan. 3. Melakukan pemberdayaan atau penyuluhan

	budaya, konser alam, kompetisi olahraga alam, atau event kuliner yang dapat menarik minat wisatawan domestik maupun internasional. 5. Membenahi serta mengembangkan penangkaran kupu-kupu dengan bantuan pemerintah	masyarakat terkait pariwisata 4. Menggunakan survei kepuasan wisatawan, ulasan online, dan kotak saran untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, serta mengadakan pelatihan ulang berdasarkan hasil evaluasi. 5. Mengembangkan sarana rekreasi dan atraksi baru dengan bantuan dana pemerintah.
THREATS-T 1. Munculnya aktraksi wisata lain 2. Kesadaran masyarakat terhadap pariwisata 3. Kondisi cuaca/iklim	STRATEGI S-T 1. Menyediakan atraksi wisata yang berbeda dari wisata yang lain, khususnya di kecamatan Bantimurung. 2. Membuat dan promosikan paket wisata yang disesuaikan dengan musim. Paket-paket ini dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman tertentu berdasarkan musim. 3. Mengundang jurnalis dan media untuk meliput kegiatan konservasi dan edukasi, serta mengadakan konferensi pers dan menulis artikel opini tentang pentingnya pelestarian alam dalam konteks pariwisata. 4. Mengembangkan program wisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan	STRATEGI W-T 1. Meningkatkan kesadaran masyarakat melalui seminar, dan kursus yang diberikan oleh ahli pariwisata dan pemerintah daerah. Tujuannya adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat lokal dalam mengelola dan mendukung pariwisata. 2. Membangun dan pemeliharaan fasilitas yang ada.. 3. Meningkatkan fasilitas keamanan dan pertolongan pertama untuk

	edukasi dan konservasi alam. 5. Memanfaatkan keindahan alam untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan.	mengatasi situasi darurat yang disebabkan oleh cuaca.
--	---	---

Sumber : Lampiran 7 dan 8

Berdasarkan hasil analisis Tabel 28 menunjukkan strategi pengembangan objek wisata alam Bantimurung di Kabupaten Maros dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut sebagaimana dijelaskan dalam hasil matriks SWOT berikut ini.

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan cara memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang digunakan dalam strategi pengembangan objek wisata alam Bantimurung yaitu:

- a. Mengembangkan potensi keindahan alam yang dimiliki dan menambah aktraksi wisata.
- b. Meningkatkan promosi objek wisata menggunakan teknologi informasi seperti promosi digital (website, sosial media).
- c. Meningkatkan aksesibilitas seperti peningkatan kondisi jalan, penyediaan transportasi umum yang nyaman, dan penambahan fasilitas parkir. Infrastruktur yang baik akan menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung peningkatan jumlah kunjungan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

- d. Mengadakan festival budaya, konser alam, kompetisi olahraga alam, atau event kuliner yang dapat menarik minat wisatawan domestik maupun internasional.
- e. Membenahi serta mengembangkan penangkaran kupu-kupu dengan bantuan pemerintah.

2. Strategi ST

Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman. Strategi ST yang digunakan dalam pengembangan objek wisata alam Bantimurung yaitu:

- a. Menyediakan atraksi wisata yang berbeda dari wisata yang lain, khususnya di kecamatan Bantimurung.
- b. Membuat dan promosikan paket wisata yang disesuaikan dengan musim. Paket-paket ini dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman tertentu berdasarkan musim.
- c. Mengundang jurnalis dan media untuk meliput kegiatan konservasi dan edukasi, serta mengadakan konferensi pers dan menulis artikel opini tentang pentingnya pelestarian alam dalam konteks pariwisata.
- d. Mengembangkan program wisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan edukasi dan konservasi alam.
- e. Memanfaatkan keindahan alam untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang digunakan dalam pengembangan objek wisata alam Bantimurung yaitu:

- a. Memperbaiki dan menambah sarana dan prasarana seperti toilet umum dan penginapan dengan bantuan pemerintah.
- b. Pemanfaatan teknologi informasi untuk menerapkan sistem manajemen pariwisata, Sistem ini dapat mencakup aplikasi atau platform online yang membantu dalam pengelolaan reservasi, pemantauan kunjungan, dan umpan balik wisatawan.
- c. Melakukan pemberdayaan atau penyuluhan masyarakat terkait pariwisata.
- d. Menggunakan survei kepuasan wisatawan, ulasan online, dan kotak saran untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, serta mengadakan pelatihan ulang berdasarkan hasil evaluasi.
- e. Mengembangkan sarana rekreasi dan atraksi baru dengan bantuan dana pemerintah.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensif* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang digunakan dalam pengembangan objek wisata alam Bantimurung sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran masyarakat melalui seminar, dan kursus yang diberikan oleh ahli pariwisata dan pemerintah daerah. Tujuannya adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat lokal dalam mengelola dan mendukung pariwisata.
- b. Membangun dan pemeliharaan fasilitas yang ada.
- c. Meningkatkan fasilitas keamanan dan pertolongan pertama untuk mengatasi situasi darurat yang disebabkan oleh cuaca.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT pada Tabel 25, maka diperoleh beberapa alternatif strategi pengembangan Objek Wisata Alam Bantimurung di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros yang dapat dijalankan oleh pengelola.

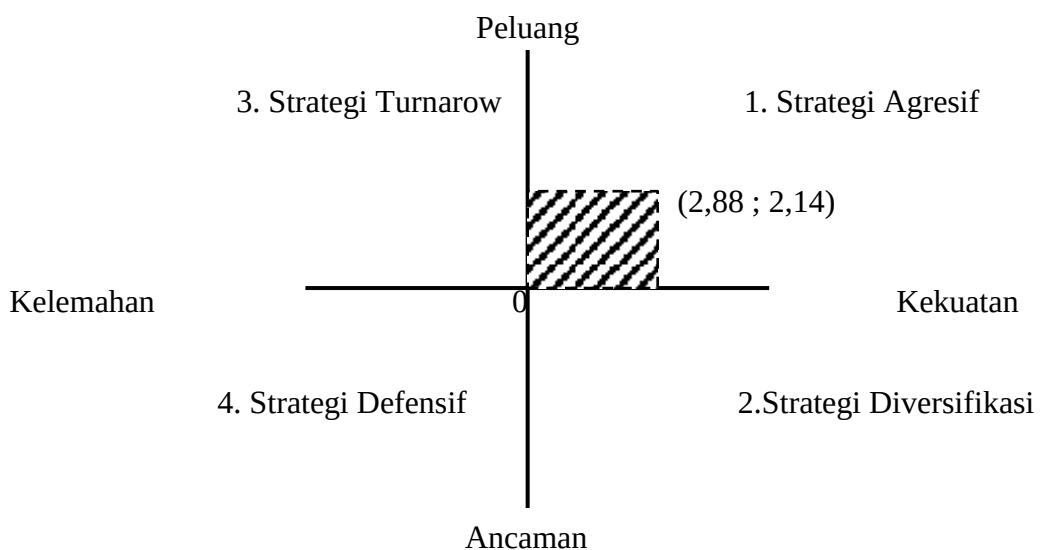
Adapun alternatif strategi pengembangan yang diperoleh sebagai berikut;

1. Mengembangkan potensi keindahan alam yang dimiliki dan menambah aktraksi wisata.
2. Meningkatkan promosi objek wisata menggunakan teknologi informasi seperti promosi digital (website, sosial media).
3. Meningkatkan aksesibilitas seperti peningkatan kondisi jalan, penyediaan transportasi umum yang nyaman, dan penambahan fasilitas parkir. Infrastruktur yang baik akan menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung peningkatan jumlah kunjungan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.
4. Mengadakan festival budaya, konser alam, kompetisi olahraga alam, atau event kuliner yang dapat menarik minat wisatawan domestik maupun internasional.

5. Membenahi serta mengembangkan penangkaran kupu-kupu dengan bantuan pemerintah.
6. Menyediakan atraksi wisata yang berbeda dari wisata yang lain, khususnya di kecamatan Bantimurung.
7. Membuat dan promosikan paket wisata yang disesuaikan dengan musim. Paket-paket ini dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman tertentu berdasarkan musim.
8. Mengundang jurnalis dan media untuk meliput kegiatan konservasi dan edukasi, serta mengadakan konferensi pers dan menulis artikel opini tentang pentingnya pelestarian alam dalam konteks pariwisata.
9. Mengembangkan program wisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan edukasi dan konservasi alam.
10. Memanfaatkan keindahan alam untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan.
11. Memperbaiki dan menambah sarana dan prasarana seperti toilet umum dan penginapan dengan bantuan pemerintah.
12. Pemanfaatan teknologi informasi untuk menerapkan sistem manajemen pariwisata, Sistem ini dapat mencakup aplikasi atau platform online yang membantu dalam pengelolaan reservasi, pemantauan kunjungan, dan umpan balik wisatawan.
13. Melakukan pemberdayaan atau penyuluhan masyarakat terkait pariwisata.

14. Menggunakan survei kepuasan wisatawan, ulasan online, dan kotak saran untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, serta mengadakan pelatihan ulang berdasarkan hasil evaluasi.
15. Mengembangkan sarana rekreasi dan atraksi baru dengan bantuan dana pemerintah.
16. Meningkatkan kesadaran masyarakat melalui seminar, dan kursus yang diberikan oleh ahli pariwisata dan pemerintah daerah.
17. Membangun dan pemeliharaan fasilitas yang ada.
18. Meningkatkan fasilitas keamanan dan pertolongan pertama untuk mengatasi situasi darurat yang disebabkan oleh cuaca.

Posisi objek wisata alam Bantimurung untuk saat ini dapat dilihat pada Gambar 3. Berdasarkan selisih antara kekuatan dan kelemahan pada matriks IFAS diperoleh skor 2,88 dan selisih antara peluang dan ancaman pada matriks EFAS diperoleh skor 2,14 . Hasil analisis tersebut dapat digambarkan dalam diagram Analisis SWOT, dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT Objek Wisata Alam Bantimurung di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros.

Berdasarkan gambar 3, menunjukkan bahwa objek wisata alam bantimurung berada pada kuadran-1 yaitu merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Objek wisata alam Bantimurung tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Tapatfeto (2018) bahwa matriks grend strategy terlihat bahwa daya tarik wisata pantai Oetune berada pada kuadran I yang berarti mendukung strategi tersebut secara agresif (S-O). Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijaksanaan yang agresif (**Hipotesis 2 diterima**).