



## STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI SUNARI SEBAGAI TUJUAN WISATA DI KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR

Irma Rahmayani Harpin <sup>1</sup>, Akhmad <sup>2</sup>, Agusdiwana Suarni <sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Makassar, [irma.rahmayaniharpin@gmail.com](mailto:irma.rahmayaniharpin@gmail.com)

<sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Makassar, [akhmad.pide@unismuh.ac.id](mailto:akhmad.pide@unismuh.ac.id),

<sup>3</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Makassar, [agusdiwana.suarni@gmail.com](mailto:agusdiwana.suarni@gmail.com)

### ARTICLE INFORMATION

Received: 2025-05-27

Revised: 2025-05-29

Accepted: 2025-05-29

Available online: 2025-05-31

### KEYWORDS

*Sunari Beach, Development Strategy, SWOT Analysis*

### CORRESPONDENCE

E-mail:

[irma.rahmayaniharpin@gmail.com](mailto:irma.rahmayaniharpin@gmail.com)

### ABSTRACT

*The study aims to identify the right strategies to make Sunari Beach an advanced and attractive tourist destination for local and foreign tourists. The focus of this study is internal and external factors in determining the development strategy of Sunari Beach tourism. Data were obtained from 12 informants, namely Sunari Beach staff, Patikarya village mother, visitors and the surrounding community through interviews and analyzed using qualitative descriptive and swot analysis. The result of the study indicate that the right strategy in developing Sunari Beach tourism based on swot analysis in the opportunity strategy, namely by maximizing strengths and opportunities through the development of tourism activity facilities and following tourism trends. Threats strategy, namely optimizing strengths to reduce the impact of climate change and overtourism with an environmentally friendly approach and tourist segmentation. Weakness opportunity strategy, namely reducing weaknesses and facing threats by diversifying income and personalized tourist services. These findings indicate that the development of Sunari Beach as a highly competitive tourist destination can be achieved through a collaborations strategy and opportunities and challenges in the field. Therefore, by help develop the Sunari Beach tourist attraction and be able to compete with other destination.*

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki berbagai pulau. Pulau tersebut terdiri dari pulau besar dan pulau kecil yang jumlahnya sekitar 17.504 pulau. Tiga perempat wilayah Indonesia merupakan laut seluas 5,9 juta km<sup>2</sup>, dengan panjang garis pantainya yaitu 95.161 km, yang merupakan garis pantai terpanjang kedua di dunia setelah Kanada (Hasanah & Surabaya, 2020). Letak geografis Indonesia berada pada lintang 95° - 145° BT hingga 6° - 11° LS. Sebagai wilayah Kepulauan Indonesia mempunyai bahari yang sangat luas lantaran sebagian besar daerahnya terdiri berdasarkan daerah perairan. Berbagai pulau tersebut Indonesia memiliki sumber daya yang dapat di gunakan dan dimanfaatkan oleh penduduk. Sumber daya tersebut seperti sumber daya alam, sumber daya pariwisata dan sumber daya perikanan. Sumber daya didefinisikan sebagai sesuatu yang dipandang memiliki nilai ekonomi. Dapat juga dikatakan bahwa sumber daya adalah komponen dari ekosistem yang menyediakan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kebutuhan manusia (Dharmawibawa, 2020).

Undang-undang Republik Indonesia mengeluarkan pernyataan yang ditulis pada Undang-Undang nomor 10 Tahun 2009 yang berhubungan dengan pariwisata, (pasal 6 pembangunan kepariwisataan dikerjakan atas dasar asas yang telah diterapkan dalam pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman,

keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk pariwisata. Pada pasal 8:1) pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan keparawisataan provinsi dan rencana induk kepariwisataan kabupaten/kota (Ellitan, 2009).

Pariwisata adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara (Adiyanto & Supriatna, 2020). Hal ini dapat diartikan bahwa pariwisata adalah orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk menjalankan suatu pekerjaan namun orang tersebut tidak tinggal di daerah tersebut. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian global. Di banyak negara, sektor ini telah menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa, dan pembangunan infrastruktur (Andriani et al., 2022). Indonesia, sebagai negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam dan budaya, memiliki potensi besar untuk terus mengembangkan sektor pariwisata sebagai motor penggerak ekonomi (Anugraheni & Astutiningsih, 2021).

Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata adalah Kabupaten Kepulauan Selayar. Selayar adalah satu-satunya kabupaten yang letaknya berada diujung selatan pulau Sulawesi dan menjadi satu-satunya Kabupaten yang berbentuk Kepulauan yang membuat wilayah ini menjadi salah satu destinasi yang wajib di kunjungi oleh masyarakat Indonesia maupun luar negeri. Letaknya yang jauh dari pusat kota membuat Kabupaten Kepulauan Selayar tak banyak mengetahuinya, padahal aksesibilitas menuju Kabupaten Kepulauan Selayar sangat mudah dan dapat dilalui melalui udara dan darat.

Lokasinya yang jauh dari ibu kota membuat Kabupaten Kepulauan Selayar kaya akan wisata baharinya, namun tak banyak orang mengetahuinya. Adapun wisata bahari yang dimiliki Kabupaten Kepulauan Selayar yaitu Pantai Timur, Pulau Bahuluang, Pantai Sunari, Bukit Nane, Taka Bonerate, Pantai timur dan masih banyak objek wisata lainnya. Pulau bahuluang juga memiliki berbagai objek wisata seperti makam karang yang berbentuk daratan di tengah laut, bone kiddi, bone bakka, bungin, liang lipang, dan liang buaya.

Salah satu destinasi yang wajib dikunjungi apabila ke Kabupaten Kepulauan Selayar yaitu Pantai Sunari. Salah satu panorama Pantai Sunari yang sangat indah dengan berbagai fasilitas di dalamnya dan di sekitaran pantai Sunari anda juga dapat melihat berbagai Pulau Kecil yang dapat dikunjungi. Pantai sunari juga sangat bagus dijadikan salah satu tempat liburan bersama dengan keluarga, teman, sahabat ataupun pasangan (Pramadana, 2020). Pantai Sunari juga memiliki berbagai spot foto yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan. Bukan hanya itu kebersihan Pantai Sunari juga masih terjaga dan suasana alaminya yang sangat terasa, jadi bagi wisatawan yang ingin berkunjung harus menjaga kebersihan agar wisatawan lainnya nyaman.

Pantai Sunari, yang terletak di Desa Tile-tile, Kecamatan Bontosikuyu, dikenal dengan pemandangan alam yang memukau, hamparan pasir putih, dan pohon kelapa yang menjulang. Membuat Pantai Sunari memiliki potensi besar untuk dikembangkan agar menjadi destinasi yang maju dan menarik. Namun meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan Pantai Sunari sebagai tujuan wisata masih menghadapi berbagai tantangan dan belum dapat dioptimalkan oleh pengelola.

Tantangan yang dihadapi Pantai Sunari dalam pengembangannya yaitu tidak adanya kerjasama dengan pemerintah dan infrastruktur yang kurang memadai. Tidak adanya kerjasama dengan pemerintah ataupun individu lain membuat pengembangan promosi dan aktivitas menarik menjadi terhambat. Aktivitas menarik yang dimaksud disini seperti snorkeling, diving, berperahu untuk menikmati matahari tenggelam diatas perahu. Dan terkait infrastrukturnya itu juga masih kurang, dikarenakan akses masuk ke Pantai Sunari masih dari tanah dan berbatu. Padahal itu akan membahayakan pengunjung saat musim hujan ditambah jalannya cukup curam.

Tantangan utama dalam pengembangan Pantai Sunari itu saat memasuki musim barat. Dikarenakan minat wisatawan ke Pantai Sunari akan menurun karena perubahan cuaca yang tidak menentu. Hal itulah yang menjadi penghambat pengembangan objek wisata Pantai Sunari. Dan untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukannya strategi yang tepat agar jumlah wisatawan tetap stabil setiap tahunnya.

Selain itu, strategi yang digunakan oleh pengelola untuk memperkenalkan Pantai Sunari ke mancanegara menggunakan media promosi berbasis online booking premium seperti traveloka dan *airbnb*. Dimana untuk menarik wisatawan mancanegara pengelola memberikan pemandangan yang bagus, spot foto yang menarik dan memberikan potongan harga untuk penginapan atau bungalow permalamnya, memberikan pelayanan pribadi dan lebih privat dan juga menyediakan berbagai fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung. Namun hal tersebut belum memberikan dampak yang signifikan dalam peningkatan jumlah kunjungan mancanegara.

Jika dibiarkan tanpa evaluasi dan pembaruan strategi, maka potensi Pantai Sunari yang begitu

besar akan sulit berkembang secara optimal. Oleh karena itu diperlukannya strategi pengembangan yang bukan hanya mengandalkan promosi, tetapi harus memanfaatkan faktor internal dan eksternal, serta melakukan kerjasama dengan pemerintah atau individu lain agar objek wisata Pantai Sunari menjadi wisata yang berdaya saing tinggi.

Dalam penelitian lain (Handayani et al., 2021) terkait Strategi Pengembangan Potensi dan Sumber Daya Wisata Pantai Kejawan Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk di Kota Cirebon Provinsi Jawa Barat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang digunakan adalah dengan memanfaatkan kekuatan seperti potensi alam, budaya lokal, penguatan promosi, peningkatan fasilitas pendukung, serta melakukan kerjasama dengan lintas sektor, khususnya untuk pemerintah daerah, pelaku usaha dan masyarakat sekitar.

Sedangkan pada penelitian (Arief & Sumenep, 2023) terkait Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Lombang Kabupaten Sumenep menunjukkan bahwa Strategi pengembangan wisata Pantai Lombang dilihat dari faktor-faktor internal yang masih dominan memiliki kelemahan pada obyek wisata pantai lombang, maka strategi stabilitas menjadi pilihan saat ini, yaitu mengurangi faktor-faktor kelemahan secara bertahap menurut kriteria prioritas yang ada sehingga kelemahan menjadi hilang dan berubah menjadi kekuatan. Sedangkan faktor internal yang menjadi kekuatan harus dipertahankan.

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan objek wisata sangat dibutuhkan karena pada dasarnya objek wisata memiliki potensi besar, namun belum dikelola secara optimal. Penelitian diatas juga sama-sama menekankan bahwa strategi pengembangan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga melibatkan pendekatan kolaboratif dengan melibatkan pemerintah, swasta dan masyarakat. Hal ini dilakukan agar pengelolaan destinasi wisata menjadi terarah, berkelanjutan dan berdampak nyata bagi ekonomi lokal.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena hingga saat ini, Pantai Sunari sebagai salah satu destinasi wisata yang unggul di Kabupaten Kepulauan Selayar belum mampu memberikan kontribusi optimal terhadap pengembangan ekonomi lokal maupun pendapatan asli desa. Saat ini tren wisata berbasis budaya dan alam sangat diminati oleh wisatawan namun Pantai Sunari masih menghadapi berbagai tantangan seperti ketergantungan pada pendapatan kamar, kurangnya aktivitas menarik seperti snorkeling, diving dan perahu (*paddle*) untuk menikmati matahari tenggelam diatas perahu serta perubahan iklim yang menjadi tantangan utama pengembangan objek wisata Pantai Sunari. Tanpa strategi yang tepat dan kondisi yang terjadi sebenarnya dilapangan, potensi besara Pantai Sunari dapat terabaikan dan justru menurun daya saingnya.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengkaji strategi pengembangan yang dapat diterapkan di Pantai Sunari untuk meningkatkan daya tariknya. Dengan pendekatan yang tepat, Pantai Sunari diharapkan dapat menjadi ikon wisata Kabupaten Kepulauan Selayar.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA / PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **1. Pariwisata**

#### **Pengertian Pariwisata**

Pariwisata merupakan salah satu industri yang berkembang sangat pesat setiap tahunnya. Potensi yang dimiliki oleh pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta melestarikan budaya dan alam. Dengan peningkatan pariwisata dapat menjadi perhatian publik terkhusus dalam manca negara karena dengan peningkatan pariwisata, negara atau daerah tersebut akan lebih dikenal oleh banyak orang.

Menurut (UNWTO, 2020) atau organisasi pariwisata dunia mengemukakan pariwisata adalah kegiatan dimana seseorang bepergian dan menghabiskan waktu di tempat lain selain tujuan tanpa memesan tujuan perjalanan. Namun secara umum, tujuan pariwisata adalah untuk bersenang-senang dan menyebarkan informasi baru tentang lokasi. Alhasil, pariwisata bertujuan tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal, wisata religi, dan lingkungan daerah.

### **2. Strategi**

Strategi adalah suatu perencanaan yang dilakukan secara sistematis yang kemudian dikembangkan dan diterapkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi juga dapat di definisikan sebuah langkah secara berurutan dimana strategi secara ditentukan pertama kali dan kemudian di implementasikan melalui struktur organisasi yang tepat.

Seperti yang di definisikan oleh (Ramdhani Maulana A & Andriana Noor A, 2023) bahwa strategi adalah sebuah alat yang diterapkan untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat menjadi patokan yang selanjutnya apa yang harus dilakukan oleh seseorang untuk kegiatan yang sedang berlangsung agar terarah dan mencapai tujuan. Dari definisi tersebut kita dapat melihat bahwa strategi adalah serangkaian langkah yang harus dilakukan dalam mencapai tujuan.

## **Jenis-jenis Strategi Pengembangan Pariwisata**

### **1. Strategi Inovasi Berkelanjutan**

Strategi inovasi berkelanjutan adalah pendekatan yang digunakan para pebisnis untuk menciptakan dan mengimplementasikan inovasi secara terus-menerus dengan tujuan menjaga relevansi, daya saing, dan keberlanjutan dalam jangka panjang. Strategi ini tidak hanya berfokus pada pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses dan model bisnis (Ramadhan et al., 2025).

### **2. Strategi kolaborasi dan kemitraan**

Strategi kolaborasi dan kemitraan adalah pendekatan di mana berbagai pihak atau organisasi bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama dengan memanfaatkan sumber daya, keahlian, atau jaringan masing-masing secara sinergis. Strategi ini sering digunakan untuk mengatasi tantangan yang kompleks, seperti inovasi, pertumbuhan bisnis, atau keberlanjutan, yang sulit dicapai oleh satu pihak saja (Suryadharma et al., 2023).

### **3. strategi pengalaman wisata yang dipersonalisasi**

Strategi pengalaman wisata yang dipersonalisasi adalah pendekatan dalam industri pariwisata yang berfokus pada menyesuaikan layanan, produk, atau aktivitas wisata berdasarkan preferensi, kebutuhan, dan minat individu wisatawan. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman yang lebih relevan, unik, dan berkesan bagi setiap pengunjung, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap destinasi atau layanan wisata (Habibi et al., 2023).

### **4. Strategi pemasaran berbasis konten**

Media sosial banyak digunakan oleh berbagai jenis destinasi wisata dianggap lebih fleksibel dan mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. Selain itu, penggunaan media sosial lebih hemat. Destinasi wisata dapat memasarkan daya tarik wisatanya dalam bentuk audio-visual sehingga memberikan kesan yang lebih melekat pada calon pengunjung (Ghani & Fadlillah, 2024)

## **3. Pengembangan Objek Wisata**

### **Pengertian Pengembangan dan Objek Wisata**

Objek wisata merupakan segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin berkunjung ke tempat tersebut (Silaban et al., 2022). Objek wisata sangat penting dan perlu adanya pengembangan setiap tahunnya agar masyarakat tidak jenuh dengan objek wisata yang itu—itu saja. Penambahan objek wisata juga harus di dukung oleh masyarakat guna memperlancar pengembangan objek wisata.

### **Unsur Objek Wisata**

Terdapat beberapa unsur objek wisata yang dapat dikembangkan untuk menarik perhatian wisatawan yang telah dikemukakan oleh (Ernawaty, 2020) sebagai berikut :

#### **a) Atraksi**

Atraksi adalah kegiatan yang dipertunjukkan untuk pengunjung sebagai daya tarik pengunjung. Atraksi juga terdiri dari berbagai macam yang dapat dipertunjukkan seperti atraksi budaya, atraksi buatan manusia, ataupun atraksi secara alami. Atraksi ini juga perlu adanya di setiap objek wisata karena dengan adanya atraksi tersebut dapat mengundang para pengunjung untuk datang ke objek wisata tersebut (Syaiful et al., 2023).

#### **b) Aksebilitas**

Aksebilitas adalah kemudahan perjalanan dari tempat satu ketempat lainnya. Hal ini juga perlu diperhatikan dalam pengembangan objek wisata karena kemudahan perjalanan ke tempat wisata sangat membantu masyarakat untuk mengeksplere daerah tersebut, apabila akses jalanan yang sulit pengunjung akan merasa kurang tertarik dikarenakan jalanan yang sulit dijangkau oleh kendaraann termasuk kendaraan roda 4 (Umi Nurchomariyah & Aditya Liliyan, 2023).

#### **c) Fasilitas dan akomodasi**

Fasilitas dan akomodasi adalah sarana dan prasaran yang dibutuhkan oleh para wisatawan selama berada di lokasi wisata, seperti : penginapan, rumah makan, tempat rekreasi, tempat berkemah, transportasi dan agen perjalanan. Persediaan air, toilet, tenaga listrik dan tempat sampah juga sangat di perlukan di tempat wisata agar tempat wisata menjadi bersih dan terjaga.

#### **d) Layanan tambahan**

Layanan tambahan adalah hal yang harus disediakan oleh pihak pengelolaah seperti kemudahan mendapatkan informasi terkait dengan tempat wisata. Layanan tambahan juga akan

menjadi nilai plus di tempat wisata karena tak jarang ada tempat wisata yang memberikan layanan tambahan kepada para pengunjung (Pipit Muliya et al., 2020).

## **4. Pariwisata**

## **Pengertian Pariwisata**

Pariwisata merupakan salah satu industri yang berkembang sangat pesat setiap tahunnya. Potensi yang dimiliki oleh pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta melestarikan budaya dan alam. Dengan peningkatan pariwisata dapat menjadi perhatian publik terkhusus dalam manca negara karena dengan peningkatan pariwisata, negara atau daerah tersebut akan lebih dikenal oleh banyak orang.

Menurut (UNWTO, 2020) atau organisasi pariwisata dunia mengemukakan pariwisata adalah kegiatan dimana seseorang bepergian dan menghabiskan waktu di tempat lain selain tujuan tanpa memesan tujuan perjalanan. Namun secara umum, tujuan pariwisata adalah untuk bersenang-senang dan menyebarkan informasi baru tentang lokasi. Alhasil, pariwisata bertujuan tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal, wisata religi, dan lingkungan daerah.

## **5. Strategi**

Strategi adalah suatu perencanaan yang dilakukan secara sistematis yang kemudian dikembangkan dan diterapkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi juga dapat di definisikan sebuah langkah secara berurutan dimana strategi secara ditentukan pertama kali dan kemudian di implementasikan melalui struktur organisasi yang tepat.

Seperti yang di definisikan oleh (Ramdhani Maulana A & Andriana Noor A, 2023) bahwa strategi adalah sebuah alat yang diterapkan untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat menjadi patokan yang selanjutnya apa yang harus dilakukan oleh seseorang untuk kegiatan yang sedang berlangsung agar terarah dan mencapai tujuan. Dari definisi tersebut kita dapat melihat bahwa strategi adalah serangkaian langkah yang harus dilakukan dalam mencapai tujuan.

## **Jenis-jenis Strategi Pengembangan Pariwisata**

### **1. Strategi Inovasi Berkelanjutan**

Strategi inovasi berkelanjutan adalah pendekatan yang digunakan para pebisnis untuk menciptakan dan mengimplementasikan inovasi secara terus-menerus dengan tujuan menjaga relevansi, daya saing, dan keberlanjutan dalam jangka panjang. Strategi ini tidak hanya berfokus pada pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses dan model bisnis (Ramadhan et al., 2025).

### **2. Strategi kolaborasi dan kemitraan**

Strategi kolaborasi dan kemitraan adalah pendekatan di mana berbagai pihak atau organisasi bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama dengan memanfaatkan sumber daya, keahlian, atau jaringan masing-masing secara sinergis. Strategi ini sering digunakan untuk mengatasi tantangan yang kompleks, seperti inovasi, pertumbuhan bisnis, atau keberlanjutan, yang sulit dicapai oleh satu pihak saja (Suryadharma et al., 2023).

### **3. strategi pengalaman wisata yang dipersonalisasi**

Strategi pengalaman wisata yang dipersonalisasi adalah pendekatan dalam industri pariwisata yang berfokus pada menyesuaikan layanan, produk, atau aktivitas wisata berdasarkan preferensi, kebutuhan, dan minat individu wisatawan. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman yang lebih relevan, unik, dan berkesan bagi setiap pengunjung, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap destinasi atau layanan wisata (Habibi et al., 2023).

### **4. Strategi pemasaran berbasis konten**

Media sosial banyak digunakan oleh berbagai jenis destinasi wisata dianggap lebih fleksibel dan mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. Selain itu, penggunaan media sosial lebih hemat. Destinasi wisata dapat memasarkan daya tarik wisatanya dalam bentuk audio-visual sehingga memberikan kesan yang lebih melekat pada calon pengunjung (Ghani & Fadlillah, 2024)

## **6. Pengembangan Objek Wisata**

### **Pengertian Pengembangan dan Objek Wisata**

Objek wisata merupakan segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin berkunjung ke tempat tersebut (Silaban et al., 2022). Objek wisata sangat penting dan perlu adanya pengembangan setiap tahunnya agar masyarakat tidak jenuh dengan objek wisata yang itu—itu saja. Penambahan objek wisata juga harus di dukung oleh masyarakat guna memperlancar pengembangan objek wisata.

## **Unsur Objek Wisata**

Terdapat beberapa unsur objek wisata yang dapat dikembangkan untuk menarik perhatian wisatawan yang telah dikemukakan oleh (Ernawaty, 2020) sebagai berikut :

### **a) Atraksi**

Atraksi adalah kegiatan yang dipertunjukkan untuk pengunjung sebagai daya tarik pengunjung. Atraksi juga terdiri dari berbagai macam yang dapat dipertunjukkan seperti atraksi

budaya, atraksi buatan manusia, ataupun atraksi secara alami. Atraksi ini juga perlu adanya di setiap objek wisata karena dengan adanya atraksi tersebut dapat mengundang para pengunjung untuk datang ke objek wisata tersebut (Syaiful et al., 2023).

b) Akseibilitas

Akseibilitas adalah kemudahan perjalanan dari tempat satu ketempat lainnya. Hal ini juga perlu diperhatikan dalam pengembangan objek wisata karena kemudahan perjalanan ke tempat wisata sangat membantu masyarakat untuk mengeksplorasi daerah tersebut, apabila akses jalanan yang sulit pengunjung akan merasa kurang tertarik dikarenakan jalanan yang sulit dijangkau oleh kendaraan termasuk kendaraan roda 4 (Umi Nurhomariyah & Aditya Liliyan, 2023).

c) Fasilitas dan akomodasi

Fasilitas dan akomodasi adalah sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh para wisatawan selama berada di lokasi wisata, seperti : penginapan, rumah makan, tempat rekreasi, tempat berkemah, transportasi dan agen perjalanan. Persediaan air, toilet, tenaga listrik dan tempat sampah juga sangat di perlukan di tempat wisata agar tempat wisata menjadi bersih dan terjaga.

d) Layanan tambahan

Layanan tambahan adalah hal yang harus disediakan oleh pihak pengelola seperti kemudahan mendapatkan informasi terkait dengan tempat wisata. Layanan tambahan juga akan menjadi nilai plus di tempat wisata karena tak jarang ada tempat wisata yang memberikan layanan tambahan kepada para pengunjung (Pipit Muliya et al., 2020).

## 7. Analisis SWOT

### Pengertian Analisis swot

Analisis swot adalah tahapan yang dilakukan secara berurutan untuk mendapatkan faktor penyebab dan strategi yang tepat. Analisis ini digunakan untuk mencari strategi yang paling tepat dan efektif akan memperkuat kekuatan dan peluang dan memperlemah kelemahan dan ancaman (Eko Haryansyah, 2024).

### Faktor analisis Swot

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu :

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah Kekuatan Merujuk pada kondisi positif yang ada dalam suatu organisasi, proyek, atau konsep bisnis. Dalam analisis ini, kekuatan yang dimaksud adalah faktor-faktor internal yang dimiliki oleh organisasi atau proyek tersebut, khususnya dalam konteks pariwisata. Dengan memahami kekuatan yang ada, sektor pariwisata dapat dikembangkan menjadi lebih kokoh, sehingga mampu bertahan di pasar dan bersaing untuk perkembangan selanjutnya dalam industri pariwisata. (Cahyani, 2021)

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merujuk pada kondisi negatif yang ada dalam suatu organisasi, proyek, atau konsep bisnis. Dalam analisis ini, kelemahan yang dimaksud adalah faktor-faktor internal yang ada dalam organisasi, proyek, atau konsep bisnis tersebut, yaitu semua elemen yang dapat menghambat atau merugikan pengembangan objek wisata (Endarwita, 2021).

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kondisi yang menunjukkan kemungkinan berkembang di masa depan, yang berasal dari faktor eksternal di luar organisasi, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri, seperti keberadaan pesaing dan kebijakan yang berlaku (Naufal Eryogia et al., 2024).

d. Ancaman (*threats*)

Ancaman merujuk pada kondisi yang dapat membahayakan dari luar ancaman ini berpotensi mengganggu keberlangsungan organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada (Zianah Safitri et al., 2024). Ancaman sangat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata.

## 3. METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif untuk secara mendalam mengidentifikasi dan merumuskan strategi pengembangan Pantai Sunari di Kabupaten Kepulauan Selayar, mengingat potensi yang belum optimal di lokasi tersebut. Dilaksanakan dari 14 Februari hingga 14 Maret 2025, data diperoleh dari 12 informan (staf pengelola, Ibu Desa Patikarya, masyarakat sekitar, dan pengunjung) melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis ini berfokus pada faktor internal dan eksternal Pantai Sunari untuk menghasilkan rekomendasi strategi yang komprehensif, bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kemajuan destinasi wisata ini.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan metode wawancara langsung. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh 2 orang dimana 1 orang sebagai penanya dan 1 orang sebagai informan atau pemberi informasi terkait dengan pertanyaan yang diajukan kepada orang tersebut atau biasa disebut sebagai responden. Peneliti melakukan wawancara dengan staff pengelola, pengunjung dan masyarakat sekitar.

Kriteria pemilihan informan dipilih dengan memiliki keterlibatan langsung dan pengetahuan mendalam tentang objek wisata Pantai Sunari. Dimana untuk informan staff pengelola memberikan perspektif manajemen dan operasional, informan pengunjung memberikan perspektif permintaan dan pengalaman wisata, untuk ibu desa dan masyarakat sekitar memberikan perspektif dampak ekonomi dan sosial.

**Tabel 4. 2 Data Informan**

No	Nama	Inisial	Jabatan	Umur	Jumlah
1.	Sofyan	SN	Staff Pengelola	24	1
2.	Aulia	AU	Pengunjung	18	1
3.	Nayah	NY	Pengunjung	19	1
4.	Nurul Nadya	NA	Pengunjung	22	1
5.	Nur Hikmah	NH	Pengunjung	21	1
6.	Isma	IS	Pengunjung	30	1
7.	Lisa	LA	Pengunjung	23	1
8.	Putri	PI	Pengunjung	21	1
9.	Nur Siah	NS	Ibu Desa Patikarya	30	1
10.	Muliati	MT	Masyarakat Sekitar	42	1
11.	Yuliana	YA	Masyarakat Sekitar	20	1
12.	Mustaqim	MM	Masyarakat Sekitar	46	1
Jumlah				12	

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa informan diatas berjumlah 12 orang , terdapat 1 orang staff pengelola, 7 orang pengunjung, 1 orang ibu desa Patikarya dan 3 orang masyarakat sekitar untuk menentukan strategi pengembangan objek wisata Pantai Sunari.

##### 1. Faktor Internal

###### a. Kekuatan (*Strength*)

Pantai Sunari adalah salah satu destinasi yang memiliki potensi dan daya tarik yang sangat besar untuk dikembangkan dan menjadika Pantai Sunari lebih menarik dan maju. Sesuai hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa wisatawan lokal, staff pengelola dan masyarakat sekitar.

###### 1) Daya tarik Wisata Pantai

“Kalau kita disini yang pertama yaa karna kebersihan terus view sunset yang unik dibanding tempat wisata yang lain”

Dari hasil wawancara sofyan diuraikan bahwa yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke pantai sunari dikarenakan kebersihan yang ada di Pantai Sunari sangat terjaga, dan alasan utama wisatawan berkunjung kepantai sunari karena view sunsetnya yang menarik sehingga dapat menarik wisatawan.

###### 2) Pelayanan yang baik

“Bagus, disini banyak karyawannya. Ada yang membersihkan dan kalau butuh tinggal bilang ke staffnya yang disini”.

Hasil wawancara peneliti dengan ismawati dan nurul nadya sebagai pengunjung Pantai Sunari dapat diuraikan bahwa fasilitas yang ada di Pantai Sunari sangat lengkap karena ada kursi,meja, mini cafe dan villa yang dapat disewakan oleh pengunjung dan untuk karyawannya itu sangat ramah dan juga lengkap jadi apabila kita membutuhkan sesuatu cukup disampaikan kepada karyawannya saja.

###### 3) Akses mudah dijangkau

“Pantai Sunari ini memeiliki banyak keunikan dibandingkan tempat wisata lainnya salah satu diantaranya memiliki pasir putih dan spot foto yang menarik dan unik. Suasanya sama seperti di bali, lokasinya juga sangat strategis dan mudah di jangkau”.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Lisa salah satu wisatawan yang berasal dari luar

Sulaweï dapat diuraikan bahwa akses menuju Pantai Sunari sangat mudah dijangkau dari kota benteng. Hal ini juga didukung oleh masyarakat sekitar terkait dengan akses menuju ke Pantai Sunari.

**b. Kelemahan (*Weaknesses*)**

Dibalik potensi dan daya tarik yang dimiliki Pantai Sunari, ada beberapa hal yang dikeluhkan oleh pengunjung salah satunya itu terkait dengan fasilitas pendukung, ketergantungan pada pendapatan kamar, dan dampak negatif bagi wisatawan manca negara khususnya wisatawan yang menyukai suasana Eropa. Seperti yang di sampaikan oleh pengunjung dan staff pengelola Pantai Sunari.

1) Kurangnya Fasilitas Pendukung

“Fasilitas seperti area parkir yang perlu di tingkatkan”.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan ismawati, aulia dan nayah diatas menunjukkan bahwa Pantai Sunari kurang menyediakan fasilitas pendukung untuk menikmati keindahan bawah laut dan area parkir yang belum tersedia dengan baik. Padahal dengan menyediakan area parkir yang memadai dan fasilitas untuk menikmati keindahan bawah laut dapat membuat Pantai Sunari jauh lebih maju dan menarik.

2) Minimnya aktivitas menarik

“Pengadaan alat-alat seperti pemandangan lautnya kayak harus ada paddle yang bisa di pakai oleh pengunjung, supaya bukan hanya di darat saja untuk menikmati pantainya tetapi di lautnya juga ada”.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan isma sebagai pengunjung Pantai Sunari menunjukkan bahwa pengadaan alat untuk aktivitas air untuk disewakan ke pengunjung sangat diperlukan karena wisatawan bukan hanya menikmati keindahan alam yang ada di darat namun di bawah laut juga agar pengunjung tidak jenuh.

3) Ketergantungan Pada Pendapatan Kamar

“Kalau kita sekarang yaa kendala akses sih ke Selayar sebenarnya, karena tidak ada pesawatkan. Dan penghasilan utama disinikan incam kamar yang menginap, otomatis jika akses ke Selayar terbatas ya yang menginap juga sedikit”

Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan sofyant sebagai staff pengelola Pantai Sunari menunjukkan bahwa penghasilan utama Pantai Sunari berasal dari incam kamar. Namun akses menuju ke Kabupaten Kepulauan menggunakan pesawat masih terbatas hal ini dapat mempengaruhi pendapatan dan juga dapat menghambat pengembangan objek wisata Pantai Sunari.

**Faktor Eksternal**

**a. Peluang (*Opportunity*)**

Hadirnya Pantai Sunari tentu memberikan peluang besara untuk meningkatkan pendapatan asli daerah desa Patikarya dan juga mengurangi angka pengangguran di desa Patikarya. Seperti yang telah dikatakan ibu desa Patikarya. Dan juga saat ini tren wisata budaya menjadi hal yang banyak diminati oleh masyarakat terkhusus oleh generasi muda. Sesuai yang di katakana oleh beberapa pengunjung.

1) Bekerja sama dengan Pemerintah Desa

“Kalau masalah itu karena milik swasta yaa, yang akan kami rencanakan khususnya itu agar ada pemasukan PAD (Pendapatan Asli Desa) itu kan baru rencana akan diusulkan apakah akan diterima oleh ownernya atau tidak terkait dengan fasilitas parkir hanya itu saja”.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan nur siah sebagai ibu desa Patikarya menunjukkan bahwa pemerintah desa Patikarya ingin mengajukan kerja sama terkait dengan fasilitas parkir agar desa Patikarya mendapatkan pemasukan PAD dan juga fasilitas parkir di Pantai Sunari belum maksimal dan pengelola harus memanfaatkan hal tersebut karena dapat menjadi peluang pengembangan Pantai Sunari.

2) Pengadaan fasilitas Tambahan

“ pengadaan fasilitas tambahan untuk menikmati keindahan bawah laut yang ada di pantai Sunari, karena saat ini yang saya lihat tidak ada fasilitas tersebut yang dapat di sewakan ke pengunjung, padahal hal tersebut bisa menjadi peluang untuk pengembangan pantai Sunari lebih menarik lagi bagi wisatawan luar”.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Lisa sebagai wisatawan dari luar menunjukkan bahwa pengadaan fasilitas tambahan sangat dibutuhkan karena dapat menjadi peluang dalam pengembangan objek wisata Pantai Sunari dan dapat menarik banyak wisatawan dalam maupun wisatawan dari luar.

3) Penyelenggaraan event budaya

“Mengadakan festival lokal seperti konser musik atau pertunjukan seni untuk memberikan

pengalaman yang hidup”.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan aulia sebagai pegunjung menunjukkan bahwa dengan pengadaan konser musik tau festival budaya dapat menjadi salah satu peluang dalam pengembangan objek wisata karena saat ini konser musik ataupun festival budaya banyak digemari para kalangan terutama gen z. Hal ini juga sejalan even wonderful Sunari yang dilakukan pada tahun 2017 dengan menampilkan berbagai seni, budaya dan kearifan lokal masyarakat Kabupaten Kepulauan Selayar.

**b. Ancaman (*threats*)**

Saat ini perubahan iklim sangat mempengaruhi untuk wisatawan berkunjung ke Pantai Sunari karena cuaca yang tidak menentu dapat mengurangi daya tarik Pantai Sunari. Hal ini disebutkan oleh salah satu pengunjung untuk tidak datang ke Pantai Sunari saat musim barat.

1) Perubahan Iklim

“cuman pada saat musim barat disini untuk tidak disarankan datang kesini karena angin yang kencang dan ombak yang besar”.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan ismawati sebagai pengunjung dapat disimpulkan bahwa perubahan iklim sangat mempengaruhi pengembangan objek Wisata Pantai Sunari karena cuaca yang memburuk pada saat musim barat seperti curah hujan yang tidak menentu, angin kencang dan ombak yang besar yang dapat membahayakan pengunjung, oleh karena itu tidak disarankan berkunjung ke Pantai Sunari pada saat musim barat.

2) *Overturism* atau hilangnya citra eksklusif

“Kan kita di Sunari ini terkenal karena eksklusive sih brandingnya kayak di eropa tenang, tidak terlalu ramai. Otomatis kalau banyak wisatawan yang berkunjung maka susah untuk ngekrab market eropa karena kan rata-rata suka yang silent dan tidak terlalu ramai”.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan sofyon sebagai staff pengelola Pantai Sunari menunjukkan bahwa branding eksklusif Pantai sunari bisa terancam karena Pantai Sunari dikenal dengan branding tenang dan tidak ramai yang mirip dengan tempat-tempat yang ada di eropa sehingga sulit untuk mempertahankan suasana tenang yang menjadi daya tarik bagi pasar eropa.

**Pembahasan**

Penelitian ini telah memaparkan data tentang faktor internal dan faktor eksternal dalam menentukan strategi pengembangan objek wisata Pantai Sunari Sebagai Tujuan Wisata di Kabupaten Kepulauan Selayar. Peneliti terlebih dahulu membahas temuan tentang apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di Pantai Sunari sehingga pengembangan Pantai Sunari menjadi tidak berkembang. Penelitian ini menemukan bahwa yang menjadi kekuatan Pantai Sunari yaitu, memiliki banyak spot foto, aksesibilitas yang mudah dan fasilitas pelayanan yang baik. Yang menjadi kelemahan Pantai Sunari yaitu minimnya aktivitas menarik seperti snorkeling, diving, perahu (*paddle*), dan ketergantungan pada incam kamar. Sedangkan yang menjadi peluang, pemerintah desa, dan masyarakat bekerjasama dalam penurunan angka pengangguran yang ada di desa Patikarya. Dan untuk ancamannya itu ada pada perubahan iklim yang tidak menentu dan *overturism* atau kehilangan citra eksklusif Pantai Sunari, karena beberapa wisatawan menyukai objek wisata yang sepi dan tidak terlalu berisik.

Temuan pertama, kekuatan Pantai Sunari yaitu banyak spot foto atau keindahan alam yang memukau, pelayanan yang baik dan aksesibilitas yang mudah dijangkau. Keindahan alam yang memukau menjadikan Pantai Sunari memiliki banyak spot foto. Dimana pengelola memanfaatkan setiap sudut yang ada di Pantai Sunari untuk dijadikan sebagai daya tarik wisatawan. Pantai Sunari menjadi salah satu pilihan wisatawan sebagai lokasi wisata saat musim libur nasional karena aksesibilitas menuju Pantai Sunari mudah dijangkau dan tidak jauh dari pusat kota Benteng. Bukan hanya aksesibilitasnya yang mudah dijangkau tetapi pelayanannya cukup baik bagi wisatawan karena ketika wisatawan membutuhkan sesuatu wisatawan tersebut hanya perlu memanggil salah satu staffnya kemudian staffny langsung menyediakan atau memberikan kepada wisatawan yang membutuhkan bantuan atau lainnya. Kegiatan atraksi, aksesibilitas dan fasilitas sangat mempengaruhi minat wisatawan (Ernawaty, 2020) hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu (Lestari, 2025) mengatakan bahwa 68,3% daya tarik wisata sangat berpengaruh signifikan bagi minat wisatawan. Namun pada penelitian terdahulu (Rustam, 2022) mengatakan bahwa daya tarik wisatawan hanya 15% sedangkan 85% dipengaruhi oleh faktor lain.

Temuan kedua yaitu kelemahan, kurangnya aktivitas menarik seperti snorkeling, diving, mendayung (*paddle*). Tidak hanya itu kelemahan lainnya seperti infrastruktur yang kurang memadai dan ketergantungan pada pendapatan kamar. Kurangnya aktivitas menarik yang ada di Pantai Sunari membuat minat wistawan menurun karena biasanya wisatawan

berkunjung ke suatu objek wisata berkali-kali karena di objek wisata tersebut terdapat berbagai aktivitas air yang dapat dilakukan oleh wisatawan. Walaupun biaya retribusi masuk ke objek wisata tersebut mahal, namun minat wisatawan tidak menurun karena aktivitas yang dapat dilakukan banyak. Oleh sebab itu diperlukannya aktivitas menarik seperti snorkeling, diving, mendayung (*paddle*) ataupun aktivitas lainnya. Kemudian terkait dengan infrastruktur. Infrastruktur yang ada di Pantai Sunari belum memadai, karena akses jalan masuk ke Pantai Sunari berbatu dan curam, hal itu dapat membahayakan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Sunari. Ditambah ketika memasuki musim hujan akses masuknya akan lebih berbahaya karena tergenang air dan jalannya menjadi licin, hal itu perlu diperhatikan lebih oleh pengelola untuk kenyamanan wisatawan.

Kelemahan yang terakhir itu di ketergantungan pada pendapatan kamar. Jika pendapatan kamar menurun maka pendapatan Pantai Sunari juga menurun, hal tersebut jika terjadi terus menerus maka untuk mengembangkan Pantai Sunari akan sulit dan tidak akan berkembang. Karena saat ini tren wisata alam dan budaya banyak disukai oleh wisatawan, maka pengelola harus mengambil peluang tersebut agar tidak bergantung pada pendapatan kamar. Bukan hanya itu pengelola juga harus menyediakan berbagai aktivitas menarik yang dapat disewakan oleh pengunjung sehingga pemasukannya tidak berpatokan pada pendapatan kamar. Inovasi berkelanjutan sangat diperlukan guna menjaga relevansi dan daya saing (Ramadhan et al., 2025). Hasil penelitian ini sejalan (Sampe et al., 2022) mengatakan bahwa inovasi berkelanjutan sangat dibutuhkan demi menjaga daya tarik wisata dan daya saing. Penelitian yang tidak sejalan dengan hasil penelitian ini tidak ditemukan, karena inovasi berkelanjutan sangat dibutuhkan demi menjaga daya saing wisata.

Temuan ketiga yaitu peluang. Saat ini peluang yang dimiliki Pantai Sunari yaitu bekerjasama dengan pemerintah, pengadaan event budaya dan peluang pengadaan fasilitas tambahan untuk aktivitas air. Pemerintah desa Patikarya ingin bekerjasama dengan pengelola Pantai Sunari karena secara pengembangan objek wisata Pantai Sunari akan meningkatkan pendapatan asli desa dan dengan keberadaan Pantai Sunari sangat membantu perekonomian masyarakat dengan menyediakan lapangan pekerjaan dan juga pengurangan angka pengangguran di desa Patikarya. Dengan memanfaatkan peluang tersebut pengelola dapat berdampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat dan dampaknya bagi objek wisata Pantai Sunari dapat memberikan pelayanan yang baik ke wisatawan apabila jumlah wisatawan tinggi dan juga secara tidak langsung masyarakat sekitar sangat mendukung keberadaan Pantai Sunar.

Terkait penyediaan event budaya, saat ini minat wisatawan terkait wisata alam dan budaya sangat tinggi karena dengan menyediakan event budaya setiap 5 tahun sekali ataupun setahun sekali dapat melestarikan budaya lokal Kabupaten Kepulauan Selayar. Secara saat ini event budaya Kabupaten Kepulauan Selayar sudah jarang ditampilkan atau dipentaskan ke masyarakat, padahal dengan mengadakan event budaya tersebut dapat berdampak bagi semua masyarakat. Pementasan budaya jika diselenggarakan setiap 5 tahun sekali di Pantai Sunari dapat membantu memperkenalkan Pantai Sunari ke masyarakat luar lewat event budaya. Maka dari itu pengadaan event budaya perlu dilakukan bukan hanya melestarikan budaya Kabupaten Kepulauan Selayar tapi dapat memperkenalkan Pantai Sunari ke masyarakat luar atau wisatawan.

Peluang terakhir terkait pengadaan fasilitas tambahan seperti alat aktivitas air seperti alat snorkeling, diving, mendayung (*paddle*) dibutuhkan oleh wisatawan. Karena setelah peneliti melakukan wawancara beberapa wisatawan mengeluhkan hal yang sama terkait penyediaan fasilitas tambahan untuk aktivitas air. Padahal penyediaan alat aktivitas air dapat membantu meningkatkan aktivitas menarik yang ada di Pantai Sunari dan juga wisatawan generasi muda yang mencari pengalaman petualangan dan interaksi alam cocok untuk aktivitas snorkeling dan diving. Pengadaan aktivitas tersebut dapat membuka peluang pendapatan baru bagi pengelola. Tidak hanya mengandalkan pendapatan kamar atau resto, pengelola dapat memperoleh pemasukan dari penyewaan alat snorkeling dan diving. Strategi kolaborasi digunakan untuk mengatasi berbagai tantangan seperti inovasi dan pertumbuhan. Sedangkan strategi pengalaman wisata dipersonalisasi dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, relevan dan pengalaman yang unik bagi wisatawan (Habibi et al., 2023). Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nurhana et al., 2024) mengatakan bahwa strategi kolaborasi dan strategi dipersonalisasi sangat membantu dalam pengembangan objek wisata dengan membangun komunikasi dan koordinasi yang efektif. Hasil penelitian ini tidak ditemukan kalau strategi kolaborasi dan strategi pengalaman personalisasi tidak berpengaruh dalam pengembangan tetapi hasilnya sebaliknya bahwa kolaborasi dan pengalaman personalisasi menjadi faktor kunci dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Temuan yang terakhir itu ancaman. Ancaman Pantai Sunari terdiri dari perubahan

iklim dan *overturism* atau hilangnya citra eksklusif. Perubahan iklim menjadi tantangan utama dalam pengembangan objek wisata Pantai Sunari, karena Pantai Sunari bergantung pada keindahan alam dan kondisi lingkungan. Dampak langsung karena perubahan iklim seperti menurunnya jumlah wisatawan, cuaca ekstrem, mengurangi bagi kenyamanan wisatawan dan daerah pinggir pantai menjadi kotor apabila tidak dibersihkan setiap hari yang dapat merusak daya tarik wisata yang selama ini menjadi andalan Pantai Sunari. Untuk mengatasi hal tersebut maka perlu dilakukannya dengan membangun fasilitas infrastruktur yang ramah lingkungan dan tahan terhadap cuaca ekstrem, mengembangkan alternatif wisata berbasis budaya agar tidak bergantung pada keindahan alam dan mengedukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan

Ancaman *overturism* atau hilangnya citra eksklusif karena tingginya minat wisatawan berdampak pada wisatawan yang menyukai wisata yang bernuansa eropa sepi dan tidak berisik. Ancaman ini bisa terjadi ke wisatawan manca negara ataupun wisatawan dalam negeri yang menyukai wisata yang sepi dan tidak berisik dan untuk menghindari hal tersebut pengelola harus memberikan informasi ke wisatawan yang ingin menginap di Pantai Sunari harus diluar libur nasional atau memberikan pelayanan yang bersifat pribadi ke wisatawan tersebut. Dengan memberikan informasi dan pelayanan pribadi dapat mengatasi *overturism*. Penelitian ini sejalan dengan sharman dan hasan bahwa *overturism* menjadi salah satu faktor yang dapat merusak reputasi destinasi wisata, mengurangi kualitas pengalaman wisatawan dan menurunkan daya tarik jangka panjang. Resiko ini semakin diperburuk oleh perubahan iklim. Dari hasil analisis yang dilakukan dalam menentukan strategi pengembangan objek wisata Pantai Sunari sebagai tujuan wisata di Kabupaten Kepulauan Selayar dengan menggunakan faktor internal dan faktor eksternal maka diperoleh strategi menggunakan matriks swot. Berikut matriks swot :

**Tabel 4. 5 Matriks Swot**

	<b>Strength (S)</b>	<b>Weakness (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki banyak spot foto yang banyak</li> <li>Akseibilitas yang mudah dijangkau</li> <li>Pelayanan yang cukup baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Minimnya aktivitas yang menarik</li> <li>Infrastruktur jalan masuk kurang memadai</li> <li>Ketergantungan pada pendapatan kamar</li> </ol>
<b>Opportunity (O)</b>	<b>Strategi (S-O)</b>	<b>Strategi (W-O)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Bekerjasama dengan pemerintah desa</li> <li>Potensi pengadaan event budaya</li> <li>Permintaan terhadap aktivitas wisata air</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memanfaatkan keindahan alam untuk dijadikan sebagai spot foto</li> <li>Menyediakan aktivitas air seperti snorkeling dan diving</li> <li>Membuat event budaya Kabupaten Kepulauan Selayar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kolaborasi dengan pemerintah desa</li> <li>Memperbaiki infrastruktur jalan</li> <li>Menyediakan aktivitas air yang banyak disukai wisatawan</li> </ol>
<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi (S-T)</b>	<b>Strategi (W-T)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Perubahan iklim</li> <li>Overturism atau Hilangnya citra eksklusif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Edukasi lingkungan</li> <li>Pembangunan fasilitas ramah lingkungan untuk mengatasi perubahan iklim</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan alternatif wisata budaya untuk mengurangi ketergantungan pada pendapatan kamar dan keindahan alam</li> <li>Membuat produk wisata baru setiap tahunnya</li> </ol>

Dari hasil analisis tersebut, maka diperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan objek wisata Pantai Sunari sebagai berikut :

1. Strategi SO (Strengths – Opportunity) dibuat berdasarkan pemikiran staff, pengunjung, ibu desa dan masyarakat sekitar, yaitu Pantai Sunari memiliki keindahan alam dan spot foto yang menarik, serta fasilitas yang sudah cukup memadai. Dengan menambahkan aktivitas air seperti snorkeling, diving dan mendayung, pengelola bisa memanfaatkan potensi ini untuk menarik banyak wisatawan. Dengan aksesibilitas yang mudah dan fasilitas pendukung seperti resto dan tempat penginapan, Pantai Sunari cocok dijadikan sebagai penyelenggaraan event budaya. Ini bukan hanya menarik wisatawan, tetapi juga untuk melestarikan budaya lokal dan memperkenalkan Selayar lebih luas.
2. Strategi WO (*Weakness–Opportunity*) ini diterapkan untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan yang ada. Infrastruktur jalan masuk ke Pantai Sunari masih buruk dan aktivitas wisata alam masih terbatas. Namun, ada peluang kolaborasi dengan pemerintah desa yang ingin mengembangkan potensi ekonomi lokal. Melalui kerjasama ini, pengelola bisa memperbaiki akses jalan masuk dan menyediakan alat aktivitas air. Ketergantungan pada pendapatan kamar yang tidak menentu, maka pengelola harus mulai menjual layanan lain seperti penyewaan alat snorkeling, jasa pemandu atau kuliner lokal. Hal ini akan mengurangi resiko penurunan pendapatan dan meningkatkan daya tarik wisata dengan banyak pilihan aktivitas.
3. Strategi ST (*Strengths-Threats*) adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Pantai Sunari rentang terhadap perubahan iklim

seperti cuaca ekstrem dan kerusakan lingkungan. Untuk menjaga kekuatan utamanya pengelola bisa membangun fasilitas ramah lingkungan dan edukasi kepada pengunjung pentingnya menjaga kebersihan. Keindahan alam dan ketenangan adalah daya tarik utama Pantai Sunari. Untuk menghindari *overtourism* pengelola bisa menawarkan paket wisata eksklusif untuk wisatawan yang ingin suasana tenang, seperti *honeymoon package* atau privat villa.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*) adalah kegiatan yang dilakukan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Jika kondisi alam terganggu akibat cuaca ekstrem, maka wisata berbasis budaya bisa menjadi alternatif utama. Misalnya, mengadakan workshop kerajinan lokal, pertunjukan tari tradisional atau festival kuliner khas Selayar. Hal ini dapat membantu mengurangi ketergantungan pada alam dan memberi pengalaman berbeda kepada wisatawan. Ketika musim libur nasional, Pantai Sunari bisa mengalami lonjakan wisatawan yang menagnggu kenyamanan dan eksklusivitas. Pengelola bisa memberi promosi khusus bagi wisatawan yang datang diluar musim ramai (*weekday package*). Hal ini membantu distribusi pengunjung lebih merata dan menghindari tekanan berlebihan pada fasilitas.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang tepat dalam pengembangan objek wisata Pantai Sunari berdasarkan analisis swot adalah : Strategi *opportunity*, yaitu dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang melalui pengembangan fasilitas aktivitas wisata dan mengikuti tren wisata. Strategi *threats*, yaitu mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi dampak perubahan iklim dan *overtourism* dengan pendekatan ramah lingkungan dan segmentasi wisatawan. Strategi *weakness opportunity*, yaitu mengurangi kelemahan dan menghadapi ancaman dengan diversifikasi pendapatan dan pelayanan personalisasi wisatawan.

## REFERENSI

- Andriani, D., Juliansyah, R., Wiratanaya, G. N., Sari, D. P., Pidada, I. B. A., Purwaningrum, H., ... & Hanim, W. (2022). *Perencanaan Pariwisata*. Penerbit Widina
- Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2019). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen*, 4(2), 83–93. <https://doi.org/10.30656/sm.v4i2.979>
- Ahmad Ridhoni Idham Halid, B. (2020). *Telaah Penelitian Terdahulu: Membangun Landasan Dan Mengungkap Kebaruan Penelitian*.
- Amalia Adhandayani, S.Psi., M. S. (2020). *Modul Penelitian Kualitatif* (Vol. 2, Issue Psi 309).
- Anugraheni, D. N. N., & Astutiningsih, S. E. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung. *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 77. <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5492>

- Ardiansyah, Maisah, & Hakim, L. (2023). Analisis SWOT dan Pemetaan Strategi Lembaga Pendidikan Islam. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 1(2), 39–58. <https://doi.org/10.61104/alz.v1i2.95>
- Arief, M. Z., & Sumenep, G. (2023). *Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Lombang Kabupaten Sumenep*. 2(3).
- Bangun Mulia, V. (2021). Memahami Dan Mengelola Dampak Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata*, 20(1), 75–85. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.439>
- Cahyani, A. D. (2021). Analisis Swot Dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai Lombang Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 7(June), 58–78.
- Darmawan, S., & Setiawan, I. (2023). Potensi Objek Wisata di Kabupaten Semarang. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 4(2), 356–364. <https://doi.org/10.15294/inapes.v4i2.52317>
- Dharmawibawa, iwan doddy. (2019). Pengertian Sumber Daya Alam. *Kearifan Lokal Masyarakat Desa Seloto Dalam Pengelolaan Sumberdaya Alam Di Danau Lebo*, 1(1), 1. <http://ejournal.uajy.ac.id/4452/3/2EP17977.pdf>
- Eko Haryansyah. (2024). Strategi Besaing Pada Cafe Arion Dengan Menggunakan Analisis Swot. *Journal Of Economics and Business*, 1(1), 2024.
- Ellitan. (2009). Undang-undang Nomor 10 tahun 2009. *Экономика Региона*, 19(19), 19.
- Endarwita, E. (2021). Strategi Pengembangan objek Wisata Linjuang melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 641–652. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i1.2133>
- Ernawaty, E. (2019). Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Daerah. *Jurnal Kebijakan Publik*, 10(1), 53. <https://doi.org/10.31258/jkp.10.1.p.53-60>
- Fadli, M. R. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 36. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Ghani, Y. A., & Fadlillah, D. M. (2024). *Media Instagram Sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ( Studi Pada Wisata Edukasi Kampung Bamboo )*. 11(2), 140–157.
- Habibi, J., Hajar, S., & Bida, O. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata Berbasis Collaborative Governance Di Desa Agusen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 7(2), 186–200. <https://doi.org/10.25139/jmnegara.v7i2.7178>
- Handayani, M., Mauliani, S. F., Tsani, R. R., & Hartanto, M. (2021). *Strategi Pengembangan Potensi dan Sumber Daya Wisata Pantai Kejawan Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk di Kota Cirebon Provinsi Jawa Barat*. 2(2), 71–86.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2(1), 23–29. <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>
- Hasanah, F. T., & Surabaya, U. N. (2020). *Karakteristik wilayah daratan dan perairan di indonesia*. November.
- Haydar Hadziq, F., Repelita, T., Saharani, M., Suraya, thiya, & Buana Perjuangan Karawang, U. (2024). *Jurnal Pemasaran Bisnis Strategi Dalam Proses Wawancara Kerja*. 6(3), 438–445. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index>
- Lestari, H. D. (2025). *Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Becici Yogyakarta*. 21(2021).
- Makmudah, & Reza, T. . (2022). Tujuan Jangka Panjang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Maulidiyah, M. R., & Susanti, E. D. (2024). Analisis Penerapan Segmenting , Targeting , dan Positioning dalam Kesuksesan Usaha pada Bisnis Franchise Pocong Pancong. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3251–3261.
- Misno, A. (2021). Kerangka Pikir dan Konseptualisasi Penelitian. In *Fundamentals of Social Research: Methods, Processes and Applications* (Issue July).

- Naufal Eryogia, K., Diah Cahya Utami, K., Siti Aqilah Sundari, D., Nadhifah Bintang, A., & Dharma Wibisana, W. (2024). Penerapan Porter Five Forces Dan Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi PT Roves Global Food. *EBISMAN : EBisnis Manajemen*, 2(2), 105–118. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v2i2.403>
- Nurhana, Ahmad, Y., & Dewi, G. (2024). *Strategi kolaborasi pengembangan destinasi pulau senjangan sebagai tujuan wisata alternatif di kabupaten sumbawa*. 2, 63–72.
- Pasaribu, A., & Rachmawati, E. (2022). Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat di Community- Based Tourism Development In The Lawe Gurah Tourism Area , Gunung Leuser National Park. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 16(1), 15–32. <http://ejournal.kememparekraf.go.id/index.php/jki/article/view/273/64>
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Analisa Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dengan Kerangka 6A Di Desa Pematang Johar Kabupaten Deli Serdang. *Journal GEEJ*, 7(2), 62–73.
- Pramadana, N. N. (2020). Pengembangan Objek Wisata Pantai Sunari Di Kabupaten Bontolikuyu, Kabupaten Kepulauan Selayar. *Jurnal Environmental Science*, 2(2), 130. <https://doi.org/10.35580/jes.v2i2.13376>
- Progresif, J., & Bisnis, M. (2020). Analisis Swot Dalam Rangka Menyusun Strategi Kompetitif Pada Industri Kecil ( Studi Kasus Ikm Keripik Cumi Cik Nina Didesa Baturusa Kecamatan Merawang Bangka Induk). *Jipmb*, *Stie-Ibek*, 7(2), 108–116. [www.stie-ibek.ac.id](http://www.stie-ibek.ac.id)
- PUTRI, S. N. (2021). *Potensi Kawasan Puncak Jamiaki Sebagai Objek Wisata Alam Di Desa Medanglayang Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis*. Universitas Siliwangi.
- Rahman, J. H. (2021). Informan Penelitian Kualitatif. *Research Gate*, August, 0–7.
- Ramadhan, I., Rizki, M., & Najmi, L. (2025). *Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital : Studi Kasus Danau Toba*. 2(1), 839–844.
- Ramdhani Maulana A, & Andriana Noor A. (2023). Strategies For Developing Tourist Attractions At Pantai Biru Kersik In Increasing Interest In Tourist Visits Using SWOT Analysis Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis S. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6674–6687. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Richards, G. (2020). Cultural tourism. *Routledge Handbook of Leisure Studies*, 483–492. <https://doi.org/10.4324/9781003074717-48>
- Rosidah;. (2018). Pengertian Visi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Rustam, Y. (2022). Analisa Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Pantai Pasir Mayang Kabupaten Paser Yogi Rustam. 10(3), 205–212.
- Sampe, D. A., Sampetoding, C., Bonga, S. R., Silitonga, P., Devi, O., Kristen, U., & Toraja, I. (2022). Inovasi Pengembangan Kawasan Wisata Berkelanjutan di Objek Wisata Marimbunna Kelurahan Tikala Innovation in the Development of Sustainable Tourism Areas at the Marimbunna Tourist Attraction , Tikala Village objek wisata marimbunna . Kurangnya perhatian dari pemerintah setempat turut memperparah. 2(2).
- Setiawan, Z., Okma Yendri, Kusuma, B. A., Ishak, R. P., Boari, Y., Paddiyatu, N., & Kartika, T. (2023). *Buku Ajar Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata* (Issue November). [https://www.researchgate.net/publication/375583938\\_buku\\_ajar\\_perencanaan\\_dan\\_pengembangan\\_pariwisata](https://www.researchgate.net/publication/375583938_buku_ajar_perencanaan_dan_pengembangan_pariwisata)
- Silaban, A. T., Simamora, R. J., & Harianja, E. J. G. (2022). Perancangan Web Objek Wisata Dikabupaten Tapanuli Utara. *TAMIKA: Jurnal Tugas Akhir Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, 2(2), 76–80. <https://doi.org/10.46880/tamika.vol2no2.pp76-80>
- Soeswoyo, D. M. (2024). Pengembangan Pariwisata Menuju Indonesia Emas 2045 Melalui Pendekatan Positivisme Auguste Comte [ *Tourism Development Towards an ‘Indonesia Emas ’ 2045 Through Auguste Comte ’ s Positivism Principle Approach* ]. 8(1), 67–78.
- Stainton, D. H. (2023). Apa Itu Pariwisata. *Tourism Teacher*. [https://tourismteacher-com.translate.goog/sports-tourism/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=sge#:~:text=beserta](https://tourismteacher-com.translate.goog/sports-tourism/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=beserta)

beberapa contohnya.-,Pariwisata acara olahraga,berbasis komunitas hanyalah beberapa contoh.

- Stipram. (2024). Pengertian Pariwisata Indonesia Beserta Jenisnya. *Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta*. <https://stipram.ac.id/166-pengertian-pariwisata-indonesia-beserta-jenis-jenisnya.html#:~:text=7>. Rekreasi,yang menawarkan berbagai wahana permainan.
- Sudiantini, D., & Hadita. (2022). Manajemen Strategi. *CV. Pena Persada*, 1–81. [https://fitk.iainambon.ac.id/mpj/wp-content/uploads/sites/7/2019/09/Manajemen-Strategi\\_LANTIP.pdf](https://fitk.iainambon.ac.id/mpj/wp-content/uploads/sites/7/2019/09/Manajemen-Strategi_LANTIP.pdf)
- Surajiyo, S., & Dhika, H. (2024). Teori-teori Etika Dan Peranan Prinsip Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 68–76. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>
- Suryadharma, M., Asthiti, A. N. Q., Putro, A. N. S., Rukmana, A. Y., & Mesra, R. (2023). Strategi Kolaboratif dalam Mendorong Inovasi Bisnis di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif pada Perusahaan Desain Grafis. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 172–181. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.221>
- Suryadi, D. (2019). Pentingnya Visi Dan Misi Dalam Mengelola Suatu Usaha. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 9(1), 17–35. <https://doi.org/10.36769/asy.v9i1.53>
- Syafnidawaty. (2020, November 8). data primer dan sekunder. *Universitas Raharja*. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>
- Syahfuddin, M. N., & Prathama, A. (2022). Strategi Pengembangan Objek Wisata Ngopi Bareng Pintu Langit di Desa Ledug Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 34. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i1.1964>
- Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Mohamad Nur Afriliandi Nasution. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Mancanegara: Perspektif Faktor Penarik. *Jurnal Manajemen Kuliner*, 2(1), 54–72. <https://doi.org/10.59193/jmn.v2i1.136>
- Umi Nurchomariyah, & Aditya Liliyan. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *JURNAL PIJAR Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355.
- UNWTO. (2020). Glosarium Istilah Pariwisata. *UN Tourism, Pariwisata*. <http://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#top>
- Wahyuningsih, S., Rasulog, I., & Nuhung, M. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Tujuan Wisata di Bulukumba. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 141–157.
- Wakila, H. H. R., Munajat, M. D. E., & Kudus, I. (2022). mplementasi Program Pengembangan Destinasi Wisata di Kawasan Pantai Pangandaran Oleh Dinas Pariwisata dan Budaya Pangandaran Saat Covid-19. *JANE - Jurnal Administrasi Negara*, 14(1), 32. <https://doi.org/10.24198/jane.v14i1.41263>
- Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>