

## Strategi Pengembangan Parawisata Budaya Saribu Rumah Gadang Menggunakan Analisis SWOT

Nilda Tri Putri<sup>1</sup>, Afdhal Habibullah<sup>2</sup>, Prima Fithri<sup>3</sup>, Fandy Triawan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Andalas, Padang, Indonesia. Email: [nildatp@eng.unand.ac.id](mailto:nildatp@eng.unand.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Andalas, Padang, Indonesia. Email: [afdhalhabibullah025@gmail.com](mailto:afdhalhabibullah025@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Andalas, Padang, Indonesia. Email: [primafithri@eng.unand.ac.id](mailto:primafithri@eng.unand.ac.id)

<sup>4</sup>Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Barat, Padang, Indonesia.  
Email: [fandy.triawan@gmail.com](mailto:fandy.triawan@gmail.com)

Artikel Diterima: (10 Maret 2022)

Artikel Direvisi: (24 Mei 2022)

Artikel Disetujui: (21 Juni 2022)

### ABSTRACT

*Currently, Saribu Rumah Gadang Tourism does not have a strategic plan in managing its destination. As a leading tourism destination in South Solok Regency, Saribu Rumah Gadang tourism attraction must be handled properly and strategic planning. Saribu Rumah Gadang in 2017 received an award at the national level as the most popular traditional village in Indonesia. Strategic planning can help the Saribu Rumah Gadang tourist attraction develop its potential and attract tourists to travel in South Solok. Therefore, creating a strategic plan for Saribu Rumah Gadang is fundamental to improving tourism quality by producing all its potential. The method used is the SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) method. Strategic planning is carried out in several stages, namely the input, process and matching stage. Finally, a designed action plan and various cultural activities are recommendations for the Saribu Rumah Gadang tourism development strategy. The results obtained from the matching results are the manufacture of tour packages, community empowerment in tourist attraction areas, holding events, efforts to increase tourist interest, implementing CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability), providing digitalization services based on Android and IOS, forming management institutions by adopting the concept of Destination Management Organization (DMO), providing training, building tourist information and complaints centres.*

*Keywords: Saribu Rumah Gadang, Tourism, Strategic Plan, SWOT method*

### ABSTRAK

Saat ini Wisata Saribu Rumah Gadang tidak memiliki rencana strategi dalam pengelolaan destinasiya. Sebagai destinasi unggulan pariwisata di Kabupaten Solok Selatan, objek wisata Saribu Rumah Gadang mesti dikelola dengan baik dan memiliki perencanaan yang strategis. Saribu Rumah Gadang pada tahun 2017 mendapatkan penghargaan di tingkat nasional sebagai kampung adat terpopuler di Indonesia. Perencanaan strategi dapat membantu objek wisata Saribu Rumah Gadang dalam mengembangkan potensi yang dimiliki dan mampu menarik minat wisatawan untuk berwisata di Solok Selatan. Oleh sebab itu, perlu dilakukan pembuatan rencana strategi Saribu Rumah Gadang untuk dapat meningkatkan kualitas pariwisata dengan mengembangkan segala potensi yang dimiliki. Adapun metode yang digunakan adalah metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Perencanaan strategi dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu tahapan input, proses dan pencocokan. Terakhir dirancang action plan berupa rencana tindak dan kegiatan untuk menjadi rekomendasi strategi pengembangan pariwisata Saribu Rumah Gadang. Hasil yang diperoleh dari hasil pencocokan adalah pembuatan paket wisata, pemberdayaan masyarakat kawasan objek wisata, mengadakan *event-event*, upaya meningkatkan minat wisatawan, menerapkan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability*), pengadaan layanan digitalisasi berbasis android dan IOS, membentuk lembaga pengelolaan dengan mengadopsi konsep *Destination*

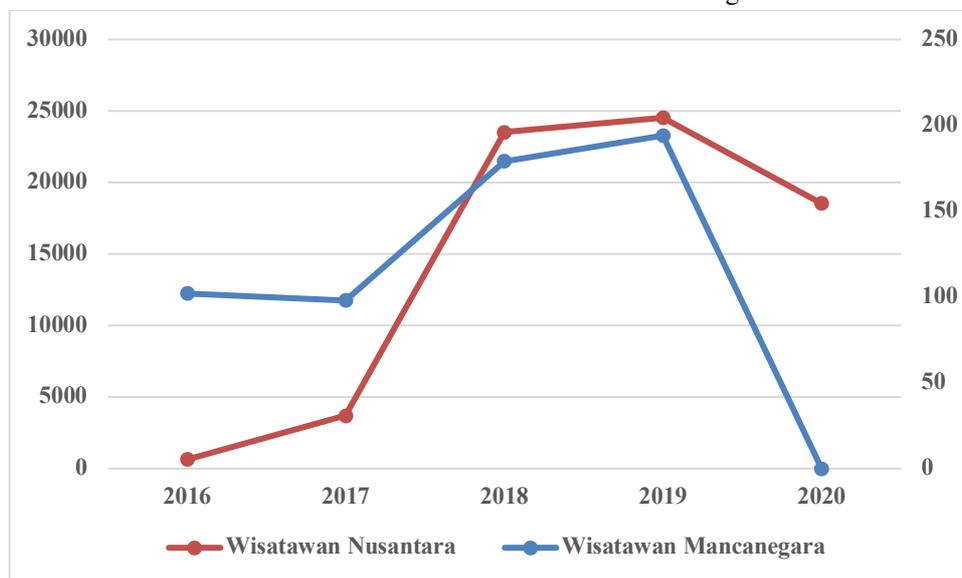
*Management Organization* (DMO), memberikan pelatihan-pelatihan, membangun pusat informasi dan pengaduan wisatawan.

*Kata Kunci: Saribu Rumah Gadang, Parawisata, Perencanaan Startegi, Metode SWOT*

## Pendahuluan

Kondisi alam dan beberapa keunikan budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Solok Selatan menjadikan suatu potensi utama dalam pengembangan pariwisata. Salah satu destinasi wisata yang terkenal di Solok Selatan yaitu Saribu Rumah Gadang. Saribu Rumah Gadang merupakan salah satu pariwisata budaya terkenal dan sekaligus menjadi icon pariwisata Kabupaten Solok Selatan, yang bercorak kultural dari budaya Minangkabau (Syafwan, 2016). Saribu Rumah Gadang pada kawasan wisatanya terdapat banyak rumah gadang yang memiliki jarak yang relatif dekat dan selain itu terdapat situs-situs peninggalan bersejarah lainnya (KWRI Unisco, 2018). Saribu Rumah Gadang terletak di Nagari Koto Baru, Kecamatan Sungai Pagu, Kabupaten Solok Selatan. Saribu Rumah Gadang berjarak 34 km dari Padang Aro, Ibukota Kabupaten Solok Selatan dan 135 km dari Kota Padang, Ibu kota Provinsi Sumatera Barat (Genpi, 2021). Pariwisata Saribu Rumah Gadang pada tahun 2017 dinobatkan sebagai Kampung Adat Minangkabau (Aryani, 2021) Terpopuler dalam Anugerah Pesona Indonesia (API) di tingkat Nasional (Antara Sumbar, 2017; Harian Haluan, 2017). Penghargaan ini menjadikan pariwisata Saribu Rumah Gadang menjadi dikenali dan mendorong minat calon wisatawan untuk wisata ke Saribu Rumah Gadang.

**Gambar 1.** Jumlah Wisatawan ke Saribu Rumah Gadang 2015-2020



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan, 2020

Data pengunjung wisatawan ke pariwisata Saribu Rumah Gadang dapat dilihat pada Gambar 1. Jumlah pengunjung mengalami peningkatan dari tahun 2015-2019, akan tetapi terjadi penurunan jumlah pengunjung secara signifikan pada tahun 2020 (Padek, 2022). Penurunan jumlah wisatawan ini menyebabkan kerugian yang dirasakan secara langsung oleh *stakeholder* atau pihak yang berkepentingan. Penanganan kondisi tersebut perlu dilakukan dengan langkah yang sistematis dan perlu dilakukan perencanaan strategi dengan menganalisis faktor-faktor

internal dan eksternal dari pariwisata tersebut. Manajemen strategis yaitu ilmu yang digunakan untuk membuat formulasi, mengimplementasikan, dan evaluasi sehingga dapat mencapai tujuan organisasi (Rahim & Radjab, 2016).

Pariwisata Saribu Rumah Gadang dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan (Jadesta, 2022). Pariwisata ini pada tahun 2017 mendapatkan penghargaan di tingkat nasional sebagai Kampung Adat Terpopuler 2017 (Meilina & Russandi, 2021). Dinobatkan menjadi kampung adat terpopuler tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi calon wisatawan untuk mengunjungi Saribu Rumah Gadang (Pristiwasa, 2017). Selain itu pihak pengelola pariwisata Saribu Rumah Gadang perlu memberikan perhatian khusus untuk pariwisata Saribu Rumah Gadang dengan rencana strategi di tingkat pariwisata. Perhatian yang khusus diasumsikan mampu mengembangkan pariwisata sesuai dengan potensi yang dimiliki di Kawasan Saribu Rumah Gadang (Putri, 2018). Sampai saat ini pariwisata Saribu Rumah Gadang belum memiliki perencanaan strategi dalam pengembangannya (Noviantti, 2020). Rencana strategi penting ada dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuannya dengan memperhatikan hal-hal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada lingkungan internal serta memaksimalkan peluang dan mengurangi dampak dari ancaman lingkungan eksternal (Samsudin, 2021; Yudiaris, 2015). Penyusunan rencana strategi ini penting dalam upaya mengembangkan kemampuan dan segala potensi yang dimiliki oleh pariwisata Saribu Rumah Gadang untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara datang ke objek wisata. Selain itu rencana strategi ini dapat membangun dan meningkatkan kualitas pariwisata Saribu Rumah Gadang (Widya, 2019). Oleh sebab itu perencanaan strategi perlu dilakukan untuk dapat memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki oleh pariwisata Saribu Rumah Gadang. Berdasarkan kondisi tersebut maka dilakukan penelitian untuk dapat merumuskan rencana strategi pariwisata Saribu Rumah Gadang.

## **Metodologi**

Metode pada penelitian ini dilakukan dengan observasi atau pengamatan langsung ke objek wisata Saribu Rumah Gadang yang berlokasi di Nagari Koto Baru, Kecamatan Sungai Pagu, Kabupaten Solok Selatan untuk mengetahui kondisi fisik di kawasan objek wisata. Selanjutnya dilakukan wawancara dengan beberapa stakeholder yang terkait pariwisata Saribu Rumah Gadang untuk mengetahui informasi rinci mengenai objek wisata. Pada saat sekarang ini wisata Saribu Rumah Gadang tidak memiliki perencanaan strategi dalam upaya meningkatkan kualitas wisata Saribu Rumah Gadang, sehingga dapat menghambat tercapainya visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan.

Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara kepada beberapa stakeholder di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yaitu Sekretaris Dinas, Kabid Bidang Pemasaran, Kabid Bidang Budaya, Kabid Bidang Ekonomi Kreatif, Kabid Bidang Destinasi Wisata, selain itu tokoh masyarakat yang direkomendasikan oleh pegawai Dinas Pariwisata dan Budaya. *Stakeholder* yang diwawancarai diyakini memiliki pengetahuan terhadap pariwisata Saribu Rumah Gadang. Wawancara yang dilakukan untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal saat ini. Item pertanyaan yang diberikan yaitu apa saja potensi yang dimiliki pariwisata Saribu Rumah Gadang? bagaimana upaya pengembangan potensi yang dimiliki Saribu Rumah Gadang? apa saja jenis usaha yang ada di Kawasan Saribu Rumah Gadang? sejauh ini kesulitan apa saja dalam pengembangan yang dilakukan pada pariwisata

Saribu Rumah Gadang? dimasa pandemi saat ini apa dampak yang dirasakan dan bagaimana upaya pemerintah dalam melakukan peningkatan jumlah pengunjung ke Saribu Rumah Gadang; bagaimana kesan dan pesan setelah melakukan kegiatan wisata di Saribu Rumah Gadang?

Setelah melakukan wawancara, kemudian disusun ke dalam tabel faktor internal dan eksternal. Kemudian divalidasi kepada 3 orang praktisi dari pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dan 3 orang akademisi terdiri atas dosen dari Universitas Andalas dan Universitas Negeri Padang. Selain itu dibutuhkan penilaian dari kuesioner kepada stakeholder dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, tokoh masyarakat, pelaku UMKM di kawasan Saribu Rumah Gadang, dan pengunjung. Pengisian kuesioner dipilih diyakini dapat memberikan penilaian secara objektif dan mendalam dari pariwisata Saribu Rumah Gadang. Kuesioner ini membantu memudahkan merumuskan strategi dan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pada wisata Saribu Rumah. Data sekunder didapatkan melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan berupa data UKM dan jumlah pengunjung ke Pariwisata Saribu Rumah Gadang. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu analisis SWOT wisata Saribu Rumah Gadang saat ini, tahap perumusan strategi, pencocokan strategi, dan pembuatan *action plan* masing-masing alternatif strategi.

Analisis SWOT bertujuan untuk menganalisis keadaan lingkungan internal dan lingkungan eksternal wisata Saribu Rumah Gadang. Analisis SWOT pada lingkungan internal dinilai dari beberapa aspek yaitu, sumber daya, pelayanan, pemasaran, dan korporasi. Sedangkan pada lingkungan eksternal dilihat dari beberapa aspek yaitu, ekonomi, politik, teknologi, sosial budaya, ekologi, daya saing, infrastruktur, dan kondisi pasar (Audina, 2016).

Perumusan strategi dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu tahap *input*, tahap pencocokan, dan pembuatan *action plan* untuk alternatif strategi. Pada tahap *Input* digunakan matriks *External Factor Evaluation* (EFE) dan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE). Pada tahapan pencocokan digunakan matriks *Internal – External* (IE) dan matriks SWOT.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Analisis SWOT**

Pada matriks IFE dapat mengetahui kondisi internal pariwisata Saribu Rumah Gadang. Matriks ini membutuhkan penilaian bobot dan rating, dimana telah didapatkan pada penyebaran lembar kuesioner klasifikasi faktor SWOT kepada responden. Kuesioner SWOT bertujuan untuk mendapatkan nilai bobot dan nilai rating dari masing-masing faktor internal dan eksternal pariwisata Saribu Rumah Gadang. Nilai bobot tersebut berarti pentingnya faktor-faktor yang masuk dalam analisis SWOT dan rating artinya pengukuran yang diberikan responden terhadap kondisi nyata dari pariwisata Saribu Rumah Gadang dengan penilaian bobot menggunakan skala nilai 1-5 dengan rincian 1 = tidak sangat penting, 2 = tidak penting, 3 = netral, 4 = penting, dan 5 = sangat penting. Penilain untuk rating menggunakan skala nilai 1-5 dengan rincian 1 = sangat buruk, 2 = buruk, 3 = netral, 4 = baik, dan 5 = sangat baik. Perhitungan matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

| No                          | Faktor Internal   | Bobot | Rating | Skor         |
|-----------------------------|---|-------|--------|--------------|
| <b>Strengths</b>            |   |       |        |              |
| 1                           | Keunikan dan ciri khas masing-masing Rumah Gadang di kawasan Saribu Rumah Gadang  | 0,031 | 3,583  | 0,111        |
| 2                           | Kebersihan lingkungan kawasan wisata  | 0,033 | 3,417  | 0,113        |
| 3                           | Adanya tradisi seni dan budaya yang masih terjaga   | 0,032 | 3,667  | 0,117        |
| 4                           | Adanya rambu penunjuk kawasan wisata  | 0,032 | 3,083  | 0,099        |
| 5                           | Jalan di kawasan wisata Saribu Rumah Gadang sudah diaspal   | 0,033 | 4      | 0,132        |
| 6                           | Objek wisata aman bagi wisatawan selama berwisata   | 0,033 | 3,25   | 0,107        |
| 7                           | Masyarakat memelihara lingkungan, sarana dan prasarana yang dimiliki dengan menaati peraturan yang berlaku  | 0,031 | 3,167  | 0,098        |
| 8                           | Masyarakat menjaga keharmonisan dengan wisatawan  | 0,032 | 3,083  | 0,099        |
| 9                           | Ketersediaan sarana dan prasarana penunjang objek wisata sebagai media bagi wisatawan untuk meng-explore objek wisata Saribu Rumah Gadang beserta keindahan alamnya | 0,032 | 3,583  | 0,115        |
| 10                          | Adanya situs sejarah yaitu surau menara dan masjid batu (masjid raya koto baru)   | 0,031 | 4,167  | 0,129        |
| 11                          | Adanya mading informasi untuk masing-masing aset yang ada di kawasan objek wisata   | 0,034 | 3,333  | 0,113        |
| 12                          | Ketersediaan listrik kawasan wisata oleh PT. PLN ULP Muara Labuh  | 0,033 | 4,25   | 0,14         |
| 13                          | Adanya pelatihan dan peningkatan kualitas untuk pelaku Usaha Ekonomi Kreatif (Usaha ekraf) di kawasan objek wisata  | 0,03  | 3,75   | 0,113        |
| 14                          | Ketersediaan tempat ibadah masjid   | 0,031 | 4,417  | 0,137        |
| 15                          | Terdapat Homestay   | 0,032 | 4,167  | 0,133        |
| 16                          | Rumah Sakit dekat dari objek wisata   | 0,027 | 4,667  | 0,126        |
| 17                          | Tersedia lapangan olahraga  | 0,027 | 3,417  | 0,092        |
| 18                          | Terdapat beberapa spot foto menarik di kawasan wisata   | 0,033 | 3,833  | 0,126        |
| 19                          | Kolaborasi dengan pegiat peduli seni dan budaya melalui konten-konten video   | 0,03  | 3,583  | 0,107        |
| 20                          | Promosi wisata dibantu oleh duta wisata kabupaten Solok Selatan   | 0,03  | 3,667  | 0,11         |
| 21                          | Kerja sama dengan usaha ekraf yang ada di kawasan Saribu Rumah Gadang   | 0,031 | 3,417  | 0,106        |
| <b>Total Skor Strengths</b> |   |       |        | <b>2,423</b> |
| <b>Weaknesses</b>           |   |       |        |              |
| 22                          | Penghijauan di objek dan jalur wisata Saribu Rumah Gadang   | 0,03  | 2,833  | 0,085        |
| 23                          | Adanya POKDARWIS Saribu Rumah Gadang  | 0,033 | 2,833  | 0,093        |
| 24                          | Pengelolaan destinasi wisata berorientasi keorganisasian  | 0,031 | 2,417  | 0,075        |
| 25                          | Adanya sumber daya manusia yang terampil dalam pengelolaan fasilitas pariwisata   | 0,034 | 2,75   | 0,094        |
| 26                          | Adanya job description untuk karyawan   | 0,031 | 2      | 0,062        |
| 27                          | Perawatan secara periodik terhadap Rumah Gadang dan aset-aset yang berada di kawasan Saribu Rumah Gadang  | 0,031 | 2,75   | 0,085        |
| 28                          | Adanya Standar Operational Procedure (SOP) pelayanan kepada wisatawan   | 0,033 | 2,167  | 0,072        |
| 29                          | Adanya pusat informasi dan pengaduan wisatawan  | 0,029 | 2,5    | 0,073        |
| 30                          | Adanya toilet umum di kawasan Saribu Rumah Gadang   | 0,033 | 2,583  | 0,085        |
| 31                          | Objek wisata memiliki official account di media sosial  | 0,03  | 2,583  | 0,077        |

| No                                | Faktor Internal                                     | Bobot | Rating | Skor         |
|-----------------------------------|---|-------|--------|--------------|
| 32                                | Kerja sama dengan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNAG) | 0,025 | 2,5    | 0,063        |
| <b>Total Skor Weaknesses</b>      |   |       |        | <b>0,864</b> |
| <b>Total Skor Faktor Internal</b> |   |       |        | <b>3,287</b> |

Sumber: Diolah peneliti, 2020

Berdasarkan pengolahan pada matriks IFE diperoleh nilai skor untuk kekuatan (*Strength*) yaitu 2,423 dan nilai kelemahan (*Weakness*) yaitu 0,864. Total nilai keseluruhan dari matriks IFE yaitu 3,287.

Pada matriks EFE dapat mengetahui kondisi eksternal keseluruhan dari pariwisata Saribu Rumah Gadang. Matriks ini membutuhkan penilaian bobot dan rating, dimana telah didapatkan pada penyebaran lembar kuesioner klasifikasi faktor SWOT kepada responden. Perhitungan matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

| No                              | Faktor Eksternal  | Bobot | Rating | Skor         |
|---------------------------------|---|-------|--------|--------------|
| <b>Opportunities</b>            |   |       |        |              |
| 1                               | Adanya berbagai usaha ekraf di masyarakat di kawasan Saribu Rumah Gadang  | 0,051 | 3,75   | 0,191        |
| 2                               | Saribu Rumah Gadang termasuk objek wisata unggulan provinsi Sumatera Barat  | 0,049 | 4,5    | 0,221        |
| 3                               | Pemerintah nagari mendukung potensi wisata Saribu Rumah Gadang  | 0,047 | 3,583  | 0,168        |
| 4                               | Tersedia jaringan telekomunikasi yang baik di kawasan Saribu Rumah Gadang   | 0,059 | 3,75   | 0,221        |
| 5                               | Masyarakat kawasan Saribu Rumah Gadang memiliki nilai-nilai adat dan agama yang erat  | 0,053 | 3,583  | 0,19         |
| 6                               | Pemandangan alami dari pesawahan yang berbatasan dengan kawasan Saribu Rumah Gadang sebelah barat                                     | 0,045 | 3,833  | 0,172        |
| 7                               | Peningkatan popularitas Saribu Rumah Gadang semenjak mendapatkan pemenang Kampung Adat Terpopuler dari Anugerah Pesona Indonesia 2017 | 0,046 | 4      | 0,184        |
| 8                               | Wisata alam dimasa pandemi menjadi populer  | 0,05  | 3,917  | 0,196        |
| 9                               | Kabupaten Solok Selatan tergolong zona hijau covid-19   | 0,045 | 3,833  | 0,172        |
| 10                              | Akses jalan menuju objek wisata cukup baik  | 0,057 | 3,75   | 0,214        |
| 11                              | Pembangunan turap pada pinggir sungai batang bangko untuk pengurangan risiko banjir   | 0,052 | 4,333  | 0,225        |
| <b>Total Skor Opportunities</b> |   |       |        | <b>2,154</b> |
| <b>Threats</b>                  |   |       |        |              |
| 12                              | Kondisi perekonomian calon wisatawan  | 0,047 | 2,75   | 0,129        |
| 13                              | Tersedia informasi objek wisata melalui website   | 0,057 | 2,833  | 0,161        |
| 14                              | Rasa cemas melakukan mobilitas dari daerah asal dan interaksi dengan masyarakat lain  | 0,047 | 2,667  | 0,125        |
| 15                              | Topografi sepanjang rute Padang-Saribu Rumah Gadang berpotensi bencana longsor pada musim-musim tertentu                              | 0,043 | 2,833  | 0,122        |
| 16                              | Adanya wisata budaya yang identik dengan Rumah Gadang   | 0,048 | 2,75   | 0,132        |
| 17                              | Tersedia transportasi umum ke objek wisata  | 0,047 | 2,917  | 0,137        |
| 18                              | Minat wisatawan untuk belajar budaya Minangkabau  | 0,049 | 2,75   | 0,135        |
| 19                              | Saribu Rumah Gadang sering dijadikan oleh Tour and Travel untuk tujuan wisata   | 0,057 | 2,917  | 0,166        |

| No                                 | Faktor Eksternal  | Bobot | Rating | Skor         |
|------------------------------------|---|-------|--------|--------------|
| 20                                 | Kualitas pelayanan selama berwisata lebih diinginkan oleh wisatawan | 0,056 | 2,583  | 0,145        |
| <b>Total Skor Threats</b>          |   |       |        | <b>1,252</b> |
| <b>Total Skor Faktor Eksternal</b> |   |       |        | <b>3,406</b> |

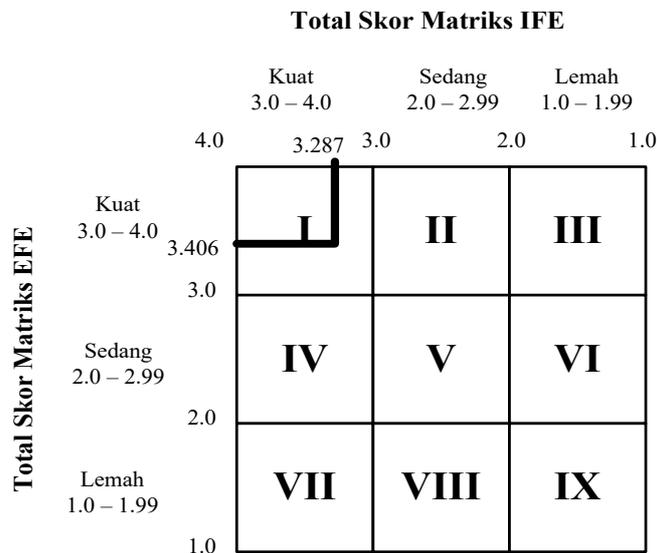
Sumber: Diolah peneliti, 2020

Dari matriks EFE nilai skor untuk peluang (*Opportunities*) sebesar 2,154 dan kelemahan (*Weakness*) dengan nilai 1,252. Total nilai keseluruhan dari matriks EFE, yaitu menjumlahkan total skor *Opportunities* keseluruhan dengan total skor *Weakness* keseluruhan yaitu sebesar 3,406.

## 2. Tahap Pencocokan

Pada matriks IE ini menggabungkan informasi dari matriks IFE dan EFE. Informasi yang dibutuhkan yaitu total skor IFE dan EFE. Total skor pada faktor internal yaitu 3,287 dan total skor pada faktor eksternal yaitu 3,406. Matriks IE dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Matriks IE (Internal-External)



Sumber: Hasil Analisis, 2020

Berdasarkan hasil dari matriks IE, pariwisata Saribu Rumah Gadang berada pada sel I berarti posisi pariwisata Saribu Rumah Gadang dalam keadaan bertumbuh dan berkembang. Keadaan tumbuh dan membangun tersebut lebih baik untuk diterapkan strategi intensif dan strategi integrasi. Strategi intensif berfokus pada penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk. Strategi integrasi berfokus pada integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal (Akesia, 2019). Strategi intensif ini ditandai dengan bentuk upaya-upaya yang mengarah kepada peningkatan terhadap pariwisata Saribu Rumah Gadang, sedangkan strategi integrasi yaitu dengan melibatkan beberapa dinas/badan/lembaga serta swasta untuk memberikan kontribusi berupa program dan kegiatan sesuai dengan bidangnya masing-masing.

### 3. Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*)

Pada matriks SWOT dapat memformulasikan alternatif strategi pengembangan pariwisata Saribu Rumah Gadang berdasarkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Pada penentuan alternatif strategi yang menjadi kelemahan dapat dijawab dengan memanfaatkan peluang atau mengoptimalkan kekuatan, selain itu ancaman bisa dilakukan dengan mengurangi kelemahan atau memperkuat kekuatan. Penyusunan rencana strategi mengacu pada visi dan misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan. Visinya yaitu terwujudnya Solok Selatan sebagai salah satu destinasi terbaik di Indonesia berdasarkan keunggulan produk wisata yang berkualitas, berwawasan budaya, berwawasan lingkungan, berkelanjutan dan menjadi salah satu pendorong tumbuh ekonomi rakyat Solok Selatan. Sedangkan misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yaitu; *pertama*, mewujudkan destinasi pariwisata Solok Selatan yang berbasis budaya, lingkungan, kreatif dan inovatif, maju berkembang, religius, dan mampumenggerakkan peningkatan perekonomian masyarakat yang berkelanjutan (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan, 2018). Dan *kedua*, mewujudkan sadar wisata bagi seluruh masyarakat Kabupaten Solok Selatan untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui sektor kepariwisataan.

Pada penyusunan strategi pada matriks SWOT berdasarkan dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), ancaman (*Threat*) dari setiap faktor. Faktor-faktor tersebut yaitu strategi S-O (*Strength-Opportunities*), strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), strategi S-T (*Strength-Threats*) dan strategi W-T (*Weakness-Threats*).

#### 3.1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi SO ini dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan internal dan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO yang dapat diterapkan sebagai berikut:

- a. Pemetaan paket-paket kunjungan wisata di Saribu Rumah Gadang dengan memaksimalkan eksplorasi seluruh daya tarik atau atraksi di kawasan Saribu Rumah Gadang.
- b. Memaksimalkan pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata Saribu Rumah Gadang.
- c. Mengadakan event-event di kawasan Saribu Rumah Gadang.
- d. Meningkatkan minat wisatawan terhadap Saribu Rumah Gadang.

#### 3.2. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Pada strategi S-T ini memanfaatkan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak terhadap ancaman lingkungan eksternal. Strategi S-T yang dapat diaplikasikan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pengawasan penyebaran Covid-19 di kawasan wisata sesuai panduan pelaksanaan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability*).
- b. Pengadaan layanan informasi pariwisata atau *booking online* yang dapat dilakukan dengan aplikasi berbasis Android atau IOS.

### 3.3. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Pada strategi ini melakukan upaya dalam meminimalisir kelemahan internal dengan memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Strategi W-O yang dapat diaplikasikan adalah sebagai berikut:

- Membentuk lembaga pengelolaan mengadopsi *Destination Management Organization* (DMO).
- Pengadaan pelatihan-pelatihan terhadap pengelola Saribu Rumah Gadang, penggiat wisata, dan pelaku usaha ekraf secara berkesinambungan.

### 3.4. Strategi WT (*Weakness Threats*)

Pada strategi W-T ini upaya-upaya yang dilakukan yaitu mengurangi kelemahan dalam meminimalisir ancaman eksternal yang ada. Berikut merupakan strategi W-T yang dapat dilakukan yaitu dengan membangun pusat informasi dan pengaduan wisatawan.

Setelah dilakukan perumusan alternatif strategi, kemudian dilakukan pencocokan strategi yang didapatkan dari matriks IE dengan alternatif strategi dari matriks SWOT yang telah divalidasi oleh Kasubag Perencanaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan. Hasil pencocokan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3.** Pencocokan Alternatif Strategi Matriks SWOT dengan Strategi Matriks IE

| No                    | Matriks SWOT   | Strategi Matriks IE |                   | Keterangan  |
|-----------------------|--|---------------------|-------------------|-------------|
|                       | Strategi Matriks SWOT  | Jenis Strategi      | Strategi Intensif |             |
| <b>Strategi S – O</b> |  |                     |                   |             |
| 1                     | Pembuatan paket wisata Saribu Rumah Gadang dengan memaksimalkan eksplorasi seluruh daya tarik atau atraksi di kawasan Saribu Rumah Gadang                            | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |
| 2                     | Memaksimalkan pemberdayaan masyarakat kawasan objek wisata Saribu Rumah Gadang   | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |
| 3                     | Mengadakan <i>event-event</i> di kawasan Saribu Rumah Gadang   | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |
| 4                     | Meningkatkan minat wisatawan terhadap Saribu Rumah Gadang  | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |
| <b>Strategi S – T</b> |  |                     |                   |             |
| 5                     | Meningkatkan pengawasan penyebaran covid-19 di kawasan wisata sesuai panduan pelaksanaan CHSE ( <i>Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability</i> ) | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |
| 6                     | Pengadaan layanan informasi pariwisata atau <i>booking online</i> yang dapat dilakukan dengan aplikasi berbasis android atau ios                                     | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |
| <b>Strategi W–O</b>   |  |                     |                   |             |
| 7                     | Membentuk lembaga pengelolaan dengan mengadopsi konsep <i>Destination Management Organization</i> (DMO).   | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |
| 8                     | Pengadaan pelatihan-pelatihan terhadap pengelola Saribu Rumah Gadang, penggiat wisata, dan pelaku usaha ekraf secara berkesinambungan                                | Strategi Integrasi  |                   | ✓<br>Sesuai |
| <b>Strategi W–T</b>   |  |                     |                   |             |
| 9                     | Membangun pusat informasi dan pengaduan wisatawan  | Strategi Intensif   | ✓                 | Sesuai      |

Berdasarkan tabel di atas usulan alternatif strategi untuk pariwisata Saribu Rumah Gadang yaitu strategi intensif dan strategi integrasi. Strategi intensif ini ditandai dengan bentuk upaya-upaya berupa peningkatan pada pariwisata Saribu Rumah Gadang, sedangkan strategi integrasi yaitu dengan melibatkan beberapa dinas/badan/lembaga serta swasta untuk memberikan kontribusi

berupa program dan kegiatan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Tabel 4 berikut merupakan alternatif strategi yang diekomendasikan.

**Tabel 4.** Pencocokan Alternatif Strategi Matriks SWOT dengan Strategi Matriks IE

| No | Strategi Matriks SWOT  | Jenis Strategi     |
|----|--|--------------------|
| 1  | Pembuatan paket wisata Saribu Rumah Gadang dengan memaksimalkan eksplorasi seluruh daya tarik atau atraksi di kawasan Saribu Rumah Gadang                            | Strategi Intensif  |
| 2  | Memaksimalkan pemberdayaan masyarakat kawasan objek wisata Saribu Rumah Gadang   | Strategi Intensif  |
| 3  | Mengadakan <i>event-event</i> di kawasan Saribu Rumah Gadang   | Strategi Intensif  |
| 4  | Meningkatkan minat wisatawan terhadap Saribu Rumah Gadang  | Strategi Integrasi |
| 5  | Meningkatkan pengawasan penyebaran covid-19 di kawasan wisata sesuai panduan pelaksanaan CHSE ( <i>Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability</i> ) | Strategi Intensif  |
| 6  | Pengadaan layanan informasi pariwisata atau <i>booking online</i> yang dapat dilakukan dengan aplikasi berbasis android atau ios                                     | Strategi Intensif  |
| 7  | Membentuk lembaga pengelolaan dengan mengadopsi konsep <i>Destination Management Organization (DMO)</i>  | Strategi Intensif  |
| 8  | Pengadaan pelatihan-pelatihan terhadap pengelola Saribu Rumah Gadang, penggiat wisata, dan pelaku usaha ekraf secara berkesinambungan                                | Strategi Intensif  |
| 9  | Membangun pusat informasi dan pengaduan wisatawan  | Strategi Intensif  |

#### 4. Rencana Tindak Pengembangan Pariwisata Saribu Rumah Gadang

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal dan strategi alternatif yang direkomendasikan untuk pariwisata Saribu Rumah Gadang, kemudian rencana jangka menengah untuk 5 tahun kedepan. *Action plan* untuk lima tahun ke depan dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Rencana Tindak Jangka Menengah dan Rencana Aksi Strategi Setelah Validasi

| No | Rencana Strategi  | Rencana Aksi  | Tahun |      |      |      |      |
|----|---|---|-------|------|------|------|------|
|    |   |   | 2022  | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| 1  | Pembuatan paket wisata Saribu Rumah Gadang dengan memaksimalkan eksplorasi seluruh daya tarik atau atraksi di kawasan Saribu Rumah Gadang | Merancang paket wisata kawasan Saribu Rumah Gadang                |       |      |      |      |      |
|    |   | Sosialisasi dan persiapan sumber daya                             |       |      |      |      |      |
|    |   | Evaluasi dan pengembangan   |       |      |      |      |      |
| 2  | Memaksimalkan pemberdayaan masyarakat kawasan objek wisata Saribu Rumah Gadang  | Melakukan penyuluhan, pelatihan dan sosialisasi kepada masyarakat |       |      |      |      |      |
| 3  | Mengadakan <i>event-event</i> di kawasan Saribu Rumah Gadang  | Festival Saribu Rumah Gadang                                      |       |      |      |      |      |
|    |   | Pameran Produk Usaha ekraf  |       |      |      |      |      |
| 4  | Pengadaan layanan informasi pariwisata atau <i>booking online</i> yang dapat dilakukan dengan aplikasi berbasis android atau ios          | Membangun aplikasi dan <i>website</i>                             |       |      |      |      |      |
|    |   | Pelatihan IT  |       |      |      |      |      |
|    |   | Evaluasi dan pengembangan aplikasi dan <i>website</i>             |       |      |      |      |      |
| 5  | Meningkatkan minat wisatawan terhadap Saribu Rumah Gadang   | Analisis kepuasan wisatawan                                       |       |      |      |      |      |
|    |   | Perbaikan sumber daya   |       |      |      |      |      |
| 6  | Membentuk lembaga pengelolaan dengan mengadopsi konsep <i>Destination Management Organization (DMO)</i>                                   | Pertemuan seluruh pemangku kepentingan                            |       |      |      |      |      |
|    |   | Membentuk struktur organisasi                                     |       |      |      |      |      |
|    |   | Pelatihan kepemimpinan  |       |      |      |      |      |
|    |   | Evaluasi program kerja  |       |      |      |      |      |

| No | Rencana Strategi  | Rencana Aksi   | Tahun |      |      |      |      |
|----|---|--|-------|------|------|------|------|
|    |   |  | 2022  | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| 7  | Pengadaan pelatihan-pelatihan terhadap pengelola Saribu Rumah Gadang, penggiat wisata, dan pelaku usaha ekraf secara berkesinambungan | Pelatihan peningkatan kualitas   |       |      |      |      |      |
| 8  | Membangun pusat informasi dan pengaduan wisatawan   | Adanya pusat informasi dan pengaduan wisatawan<br>Evaluasi dan peningkatan pelayanan |       |      |      |      |      |

Sumber: Diolah Peneliti, 2020

### Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa dari matriks IE, posisi pariwisata Saribu Rumah Gadang berada pada sel I yang berarti bahwa pariwisata Saribu Rumah Gadang dalam keadaan bertumbuh dan berkembang. Dalam keadaan tumbuh dan berkembang tersebut lebih baik untuk menerapkan strategi intensif dan strategi integrasi sesuai hasil matriks IFE (nilai 3,287) dan EFE (nilai 3,406). Ada beberapa rekomendasi yang lahir dari penelitian ini yakni:

1. Daya tarik atau atraksi di kawasan Saribu Rumah Gadang
2. Memaksimalkan pemberdayaan masyarakat kawasan objek wisata, mengadakan *event-event*, dan upaya meningkatkan minat wisatawan terhadap Saribu Rumah Gadang.
3. Pengadaan layanan digitalisasi berbasis Android dan IOS.
4. Membentuk lembaga pengelolaan dengan mengadopsi konsep *Destination Management Organization* (DMO) dan melakukan pengadaan pelatihan-pelatihan terhadap pengelola Saribu Rumah Gadang, penggiat wisata, dan pelaku usaha ekonomi kreatif secara berkesinambungan.
5. Membangun pusat informasi dan pengaduan wisatawan.

### Ucapan Terima Kasih dan Penyandang Dana

Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

### Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam penulisan artikel ini.

### Referensi

- Antara Sumbar. (2017). *Kawasan Saribu Rumah Gadang Dinobatkan Sebagai Kampung Adat Terpopuler 2017*. Antaranews.Com.
- Aryani, C. (2021). *Pesona Wisata Budaya Saribu Rumah Gadang, Melihat Minangkabau pada Masa Lalu*. Padang.Harianhaluan.Com. <https://padang.harianhaluan.com/travel/pr-1061943620/pesona-wisata-budaya-saribu-rumah-gadang-melihat-minangkabau-pada-masa-lalu>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan. (2018). *Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan*. Disparbud.Solokkab.Go.Id. <https://disparbud.solokkab.go.id/halaman/detail/visi-dan-misi>
- Genpi. (2021). *Kawasan Seribu Rumah Gadang di Solok Selatan*. Genpi.Id. <https://genpi.id/kawasan-seribu-rumah-gadang-di-solok-selatan/>

- Harian Haluan. (2017). *API 2017, Kawasan Saribu Rumah Gadang Raih Gelar Kampung Adat Terpopuler*. HarianHaluan.Com. <https://www.harianhaluan.com/nasional/pr-10204156/api-2017-kawasan-saribu-rumah-gadang-raih-gelar-kampung-adat-terpopuler?page=all>
- Jadesta. (2022). *Desa Wisata Saribu Rumah Gadang*. Kemenparekraf.Go.Id. [https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/saribu\\_rumah\\_gadang](https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/saribu_rumah_gadang)
- KWRI Unisco. (2018). *Kawasan Saribu Rumah Gadang Menuju Warisan Dunia*. Kwriu.Kemdikbud.Go.Id. <https://kwriu.kemdikbud.go.id/berita/kawasan-saribu-rumah-gadang-menuju-warisan-dunia/>
- Meilina, S., & Russandi, R. (2021). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan di Kawasan Seribu Rumah Gadang Bagi Masyarakat Nagari Koto Baru Kabupaten Solok Selatan. *Ensiklopedia Of Journal*, 3(2), 47–58. <http://jurnal.ensiklopediaku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/ensiklopedia/article/view/599%0Ahttp://jurnal.ensiklopediaku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/ensiklopedia/article/download/599/563>
- Noviantti, Y. (2020). Transformasi Nilai Budaya di Kawasan Seribu Rumah Gadang pada Etnis Minangkabau di Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Berbasis Sosial*, 1(2), 43–49.
- Padek. (2022). *Jumlah Pengunjung Sejumlah Objek Wisata pada Hari Kedua Lebaran di Sumbar*. Padek.Jawapos.Com.
- Pristiwasa, I. W. T. K. (2017). Pengembangan Kampung Adat Saribu Rumah Gadang Solok Selatan Sebagai Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i2.1417>
- Putri, N. R. E. (2018). Partisipasi Masyarakat terhadap Pengembangan Objek Wisata Kawasan Nagari Saribu Rumah Gadang di Kenagarian Koto Baru. *Journal of Ranah Research*, 1(1), 83–89.
- Rahim, R., & Radjab, E. (2016). *Manajemen Strategi*. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/5705-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/5705-Full_Text.pdf)
- Samsudin. (2021). Formulasi Strategi dalam Memilih Strategi Terbaik untuk Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan. *Jurnal Pikir: Jurnal Studi Pendidikan Dan Hukum Islam*, 7(2), 1–18.
- Syafwan, S. (2016). Kebertahanan Rumah Gadang Dan Perubahan Sosial Di Wilayah Budaya Alam Surambi Sungai Pagu, Kabupaten Solok Selatan. *Humanus*, 12(2), 105–119. <https://doi.org/10.24036/jh.v15i1.6417>
- Widya, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan dalam Mempromosikan Parawisata Daerah. *Jom Fisip*, 6(3).
- Yudiaris, I. G. (2015). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Cv. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1), 40–64.