

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian di atas diketahui bahwa daya tarik wisata di Danau Wee Boro Desa Tebara, Kabupaten Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur terbagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

##### **1. Daya Tarik Wisata Danau Wee Boro**

Danau Wee Boro memiliki pemandangan yang indah lingkungan yang masih asri dan alami sehingga wisatawan berminat untuk berkunjung ke Danau Wee Boro. Selain itu Flora dan Fauna juga merupakan salah satu daya tarik wisata diantaranya seperti rimbunnya pepohonan mahoni dan Fauna seperti banyaknya jenis burung yang ada di sekitar danau seperti burung Punggok Wengi, Burung Madu Sumba, Burung Sikatan Sumba, Burung Punai Sumba, Burung Seriwang, Burung Rangkong dan Burung Gagak yang menambah keindahan alam di Danau Wee Boro.

Daya tarik wisata budaya yang ada disekitar Danau Wee Boro berasal dari masyarakatnya yang ada di sekitar Danau Wee Boro, berikut adalah daya tarik wisata budaya yang ada di Danau Wee Boro seperti a) Wulla Poddu yaitu sebuah kegiatan tahunan yang biasanya berlangsung antara bulan Oktober – November setiap tahunnya, b) Pemakaman Adat Sumba yaitu acara pemakaman adat masyarakat sekitar Danau Wee Boro yang bisa dijadikan salah satu atraksi wisata, c) Pakaian Adat yaitu pakaian yang biasa digunakan oleh masyarakat sekitar Danau Wee Boro, wisatawan yang berkunjung ke Danau Wee Boro juga bisa menggunakan pakaian adat sumba dan berfoto di Danau Wee Boro.

Daya tarik wisata buatan manusia yang bisa dilakukan wisatawan di saat mengunjungi Danau Wee Boro yaitu sebagai berikut a) kegiatan memancing yaitu kegiatan yang biasa dilakukan masyarakat sekitar Danau Wee Boro yang sekarang dimanfaatkan masyarakat sekitar Danau Wee Boro untuk dijadikan kegiatan wisatawan juga, b) tempat olahraga, disekitar Danau Wee Boro terdapat sebuah jalur untuk jogging atau jalan santai yang mengelilingi Danau Wee Boro, wisatawan bisa memanfaatkan jalur jogging ini untuk melakukan kegiatan olahraga.

##### **2. Strategi Pengembangan Danau Wee Boro**

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut maka dapat diketahui analisis strategi SWOT sebagai berikut Strategi Strength – Opportunity (S-O) terdiri dari a) melakukan kerja sama dengan pihak Hotel Nihiwatu untuk memasukan Danau Wee Boro menjadi salah satu tempat yang dikunjungi pada paket perjalanan yang dimiliki Hotel Nihiwatu (S3-O1), b) keunikan budaya bisa dimanfaatkan menjadi atraksi untuk mengait wisatawan mancanegara (S2-O2), c) pemerintah daerah membina masyarakat sekitar Danau Wee Boro dalam edukasi pengetahuan pariwisata (S3-O4). Strategi Weakness – Opportunity (W-O) terdiri dari a) pemerintah desa melakukan musyawarah dengan masyarakat disekitar Danau Wee Boro untuk membahas mengenai minimnya atraksi wisata di Danau Wee Boro (W1-O4), b) pemerintah desa melakukan pembinaan terhadap masyarakat di sekitar Danau Wee Boro dengan melibatkan beberapa stakeholder pariwisata untuk mengorganisir pengelolaan destinasi Danau Wee Boro (W2-O4), c) masyarakat sekitar Danau wee Boro menawarkan investasi kepada pihak-pihak pengusaha swasta ataupun pemerintah untuk berinvestasi di Danau Wee Boro (W3-O3). Strategi Strength – Threats (S-T) terdiri dari a) memanfaatkan keindahan alam yang hanya ada di Danau Wee Boro untuk menarik wisatawan datang berkunjung (S1-T1), b) memberikan layanan penjemputan kepada wisatawan yang ingin berkunjung di Danau Wee Boro (S3-T2). Strategi Weakness – Threats (W-T) terdiri dari a) meningkatkan atraksi wisata yang ada di Danau Wee Boro yang identic sehingga pengunjung dapat merasakan senasi yang berbeda ketika berkunjung di Danau Wee Boro (W1-T1), b) pengadaan transportasi dari pengelola Danau Wee Boro dalam upaya mempermudah akses wisatawan dari bandara menuju Danau Wee Boro (W3-T2).

### **3. Faktor Internal dan Eksternal Yang Mendukung Danau Wee Boro Untuk menjadi Destinasi Wisata Unggulan**

Berdasarkan hasil pembahasan diketahui analisis SWOT yang terdiri dari Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang, dan Threats (Ancaman) sebagai berikut kekuatan yang terdiri dari a) Alam yang masih asri, b) budaya yang khas dan unik, c) masyarakat yang sudah sadar potensi ekonomi dari sector pariwisata, d) kerajinan tangan. Kelemahan yang terdiri dari a) atraksi buatan manusia yang minim, b) sumber daya manusia yang masih rendah, c) fasilitas sarana dan prasarana yang belum memadai.

Hasil evaluasi dari perhitungan matriks Internal Factor Evaluation (IFE) menemukan total 3,56. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa kekuatan dan kelemahan Danau Wee Boro sangat baik.

Peluang yang terdiri dari a) dekat dengan hotel internasional, b) turis mancanegara mulai melakukan eksplorasi di Pulau Sumba, c) investor, d) pemerintah desa yang aktif dalam pengembangan destinasi wisata. Ancaman yang terdiri dari a) banyak destinasi wisata di Pulau Sumba, b) Danau Wee Boro jauh dari bandara udara di Pulau Sumba.

Hasil evaluasi dari perhitungan matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) menemukan total 3,2. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa peluang dan ancaman Danau Wee Boro cukup baik.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan maka peneliti dapat memberikan saran dalam upaya mengembangkan potensi Danau Wee Boro melalui hasil analisis strategi SWOT sebagai berikut

Strategi Strength – Opportunity (S-O) terdiri dari a) melakukan kerja sama dengan pihak Hotel Nihiwatu untuk memasukan Danau Wee Boro menjadi salah satu tempat yang dikunjungi pada paket perjalanan yang dimiliki Hotel Nihiwatu, b) keunikan budaya bisa dimanfaatkan menjadi atraksi untuk mengait wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, c) pemerintah daerah membina masyarakat sekitar Danau Wee Boro dalam edukasi pengetahuan pariwisata. Strategi Weakness – Opportunity (W-O) terdiri dari a) pemerintah desa melakukan musyawarah dengan masyarakat disekitar Danau Wee Boro untuk membahas mengenai minimnya atraksi wisata di Danau Wee Boro, b) pemerintah desa melakukan pembinaan terhadap masyarakat di sekitar Danau Wee Boro dengan melibatkan beberapa stakeholder pariwisata untuk mengorganisir pengelolaan destinasi Danau Wee Boro, c) masyarakat sekitar Danau wee Boro menawarkan investasi kepada pihak-pihak pengusaha swasta ataupun pemerintah untuk berinvestasi di Danau Wee Boro.

Strategi Strength – Threats (S-T) terdiri dari a) memanfaatkan keindahan alam yang hanya ada di Danau Wee Boro untuk menarik wisatawan datang berkunjung, b) memberikan layanan penjemputan kepada wisatawan yang ingin berkunjung di Danau Wee Boro. Strategi Weakness – Threats (W-T) terdiri dari a) meningkatkan atraksi wisata yang ada di Danau Wee Boro yang identic sehingga pengunjung dapat merasakan sensasi yang berbeda ketika berkunjung di Danau Wee Boro, b) pengadaan transportasi dari pengelola Danau Wee Boro dalam upaya mempermudah akses wisatawan dari bandara menuju Danau Wee Boro.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan evaluasi oleh pihak-pihak terkait dalam upaya memaksimalkan potensi yang ada di Danau Wee Boro sehingga dapat menjadi destinasi wisata unggulan di Nusa Tenggara Timur.

