


# Strategi Pengembangan Desa Panda Sebagai Desa Wisata di Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima

Ully Rullani\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

e-mail: [ullyrullani9@gmail.com](mailto:ullyrullani9@gmail.com)<sup>1</sup>

Riwayat Artikel	Abstrak
Diterima: 22 Mei 2024 Direvisi: 22 Juni 2024 Diterbitkan: 30 Juni 2024	<i>Penelitian bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan desa panda sebagai desa wisata di Kabupaten Bima. Metode penelitian ini yaitu deskripsi kualitatif, pengumpulan data antara lain observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yaitu Potensi Desa Panda sebagai Desa wisata antara lain yaitu: wisata bahari, wisata buatan, wisata seni dan budaya, seperti budaya hadrah, tari lenggo, arena pacuan kuda, peta kapanca, juga wisata kuliner. sedangkan Untuk Strategi Pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata antara lain yaitu: mengadakan berbagai event-event pariwisata, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi wisata, melakukan penyuluhan kepada pelaku UMKM, mengadakan kegiatan bakti social membersihkan objek wisata yang melibatkan masyarakat juga pemerintah Desa, dan yang terakhir menambah sarana dan prasarana pendung di objek tersebut.</i>
<b>Kata kunci:</b> Strategi, Pengembangan, Desa, Wisata, Panda.	 <i>This work is licensed under a <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License</a></i>

## 1. PENDAHULUAN.

Pembangunan pariwisata mempunyai peranan penting dalam meningkatkan pendapatan negara. Selain itu, pariwisata juga berperan dalam upaya meningkatkan jati diri bangsa dan mendorong kesadaran serta kebanggaan masyarakat terhadap kekayaan budaya bangsa dengan memperkenalkan produk-produk wisata seperti kekayaan dan keunikan alam dan laut, museum, seni dan tradisi kerakyatan dan alat yang efektif bagi pelestarian lingkungan dan seni budaya tradisional (Fajri & Riyanto, 2016 dalam Sumantri, 2018).

Salah satu pembangunan di bidang pariwisata adalah pengembangan desa wisata. Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi, antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Utomo & Satriawan, 2018; Nuryanti, 1993; dalam Sumantri, 2018). Ethika (2016) mengungkapkan bahwa pariwisata juga merupakan sebuah fenomena yang melibatkan banyak pihak yang bersifat saling menguntungkan dan dapat memberikan pendapatan besar kepada negara (Hidayat et al., 2022). Selain itu, pariwisata merupakan alternatif untuk mewujudkan pemerataan kesejahteraan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat. Indonesia memiliki keanekaragaman wisata dan budaya yang berpotensi pariwisata (Atmoko, 2014 dalam Hidayat et al., 2022).

Perkembangan desa wisata beberapa tahun ini begitu pesat (Susyanti & Latianingsih, 2014). Desa wisata dapat memberikan pengalaman berbeda dalam menikmati nilai-nilai lokal (Camilleri, 2018; Chiung Wu, 2020; Park, dkk., 2019). Pariwisata pedesaan dapat dilihat sebagai suatu pemukiman dengan fasilitas lingkungan yang sesuai dengan tuntutan wisatawan dalam menikmati, mengenal, dan menghayati kekhasan desa dengan segala daya tariknya dan tuntutan kegiatan hidup bermasyarakat (Hidayat et al., 2022).

Salah satu Desa yang dapat di kembangkan sebagai Desa wisata yaitu Desa Panda, Desa panda berlokasi di kecamatan palibelo kabupaten bima. Desa ini merupakan salah satu desa yang tidak jauh berbatasannya dengan kota bima. Desa panda kaya akan potensi wisata mulai dari wisata bahari, wisata budaya, wisata buatan dan juga wisata kuliner. Desa panda memiliki daya tarik yang unik dan lengkap serta tidak di miliki oleh desa lain, keindahan alam juga adanya duplikat Uma Lengge yaitu rumah yang di fungsikan sebagai penyimpanan lumbung padi oleh masyarakat bima, para pengunjung luar bima dapat mengetahui salah satu budaya yang ada di kabupaten bima juga sangat bagus untuk di jadikan sebagai desa wisata. Desa panda juga memiliki potensi wisata budaya, salah satunya arena pacuan kuda yang sering di pentaskan pada event-event di kabupaten bima. Pada event ini juga terdapat wisata kuliner yang menawarkan berbagai jenis makanan khas bima. Yang menyebabkan Desa Panda menjadi destinasi favorite sehingga sering di kujungi oleh wisatawan lokal.

Penetapan objek wisata Desa Panda ini sejak tahun 2022 setelah itu di lakukan pengelolaan oleh pemerintah Desa, masyarakat juga ikut terlibat dalam pengelolaan untuk menjaga dan melestarikan alam serta kebudayaan yang telah di miliki desa tersebut. Masyarakat local pada pengembangan desa wisata memilki peranan yang cukup besar, dimana masyarakat yang mengoperasikan dan mengontrol berjalannya pengembangan desa wisata baik dari penentuan produk hingga manfaat yang di terimanya. Manfaat yang di terima oleh masyarakat local adalah mendorong, mensejahterakan perekonomian masyarakat dengan menjaga dan melestarikan nilai-nilai mengunjungi dan lebih mengenal kawasan wisata Desa Panda. Namun, disisi lain timbul berbagai persoalan dalam pengembangan wisata Desa Panda di antaranya yaitu kesiapan dari masyarakat untuk mengelola potensi wisata di Desa Panda, permasalahan sarana dan prasarana pendukung lainnya, keamanan dan kenyamanan dari wisatawan yang datang berkunjung. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Desa Panda Sebagai Desa Wisata di Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima.

## **2. METODE.**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Panda Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima, lokasi Desa Panda sangat strategis karena Desa ini dekat dengan bandara Sultan Muhammad Salahuddin. Di pilihnya Desa Panda sebagai lokasi penelitian yaitu mempunyai sejumlah potensi wisata yang indah selain tempatnya strategis dan akses jalan yang memadai mudah untuh menuju ke lokasi tersebut. Berikut peta Desa Panda Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima. Metode pengumpuland data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data yaitu analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2008: 19), kinerja perusahaan ataupun organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan

eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT Analisis SWOT membandingkan antara faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Kombinasi faktor internal dengan faktor eksternal dapat dilihat pada Matriks SWOT pada tabel dibawah ini:

**Matriks Analisis SWOT**

IFAS \ EFAS	<i>Strengths</i> (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<i>Weaknesses</i> (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<i>Opportunities</i> (O) • Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Strategi S-O • Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O • Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats</i> (T) • Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi S-T • Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T • Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber, Rangkuti 2004

Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yaitu:

1. Strategi SO (*Strengths Opportunities*), Strategi SO merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pemikiran objek, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (*Strengths Threats*), Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*), Strategi WO ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weaknesses Threats*), Strategi WT didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada serta menghindari.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

#### Gambaran Umum Desa Panda.

Zaman kerajaan (Sangaji Sultan Muhammad Salahuddin) beliau adalah Abdul Kahir, yang pertama kali mengutus Sanudi, Sanudi terkenal dengan sebutan (Ompu Mama) yang berasal dari masyarakat keluarga Lelamase diutus untuk mengurus dan menjaga Rumput makanan Kuda Sultan Abdul Kahir yang berada di desa Panda. Terdapat cerita pada zaman dahulu rumput yang diharapkan di desa panda sahaja, sehingga diberikan nama Panda dan seiring berjalan waktu masyarakat turut berkontribusi dalam pengutusan Sanudi yang bersal dari Rabakodo, Padolo, Tonggorisa, Ragi untuk membuat pertanian atau ladang.

Dengan luas wilayah Desa 1.217 Ha Desa Panda memiliki potensi sumber daya alam yang cukup potensial guna menunjang pelaksanaan pembangunan di desa. Hamparan luas lahan pertanian yang luas memberikan sumbangan yang sangat besar untuk menunjang

perekonomian masyarakat. Disamping luas lahan tegalan dan perkebunan rakyat serta potensi hutan dan wisata alam yang cukup memberikan kontribusi bagi peningkatan taraf hidup masyarakat.

Potensi dari lahan pertanian yang cukup memberikan kontribusi bagi desa yaitu dari hasil – hasil pertanian seperti padi, jagung, Kacang Tanah, Kelapa, dan lain sebagainya cukup tinggi. Sementara dari tanaman perkebunan dan tegalan memberikan sumbangan seperti hasil-hasil, Kelapa, Mangga, srikaya (Garoso), Jagung dan lain sebagainya, namun catatan tersendiri untuk produksi Kelapa di Desa Panda sangat bagus karena desa yang memiliki lahan perkebunan Kelapa yang sangat potensial ini mampu menyumbang pada kehidupan masyarakat, dimana Kelapa mampu memproduksi sekitar 150 ton per tahun (Napriila, 2022).

Keberhasilan produksi pertanian di Desa Panda dikarenakan posisi desa yang berada pada dataran rendah menjadikan suhu cuaca cukup mendukung. Desa Panda juga memiliki kawasan lahan pertanian yang cukup luas. Potensi sumber daya lahan ini sangat penting didalam menjamin ketersediaan sumber pangan, disamping hasil – hasil laut. Bahan galian berupa batu dan pasir adalah merupakan potensi sumber daya alam yang juga dimiliki oleh Desa Panda Kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lebih khusus pada Warga dusun Sori Genda di Desa Panda cukup memberikan sumbangan yang berarti (Napriila, 2022).

### **Potensi Wisata Desa Panda.**

Desa panda kecamatan palibelo kabupaten bima adalah salah satu desa yang tidak jauh berbatasan dengan kota bima. Desa panda memiliki kaya akan potensi wisata mulai dari wisata bahari, wisata seni dan budaya, wisata buatan dan juga wisata kuliner. Berikut adalah daya tarik Desa Panda :

#### **A. Wisata bahari (alam)**

Wisata bahari (alam) yang ditawarkan kepada pengunjung adalah pantai Kalaki, pantai ini terletak di ujung teluk Bima tempatnya yang strategis tepat berada dilintas Kabupaten Bima. Pantai kalaki seringkali dikunjungi oleh masyarakat Bima dikarenakan daya tarik pantai yang memikat dengan butiran pasir berwarna coklat. masyarakat sekitar memanfaatkan pantai ini sebagai tempat untuk budidaya ikan, Masyarakat setempat biasa menyebut ikan yang dipelihara mereka keramba ini dengan sebutan uta karamba (ikan kering). Masyarakat berharap ikan yang mereka budidaya ini dapat menjadi tambahan bagi perekonomian penduduk sekitar pantai. Selain itu, Pantai Kalaki juga memiliki potensi sumber daya alam yang begitu alami dan sudah mengalami pembangunan oleh pemerintah sekitar untuk dibentuk suatu objek wisata. Adanya pembangunan ini diharapkan dapat menjadi suatu objek wisata pantai yang menjadi destinasi wisata yang cukup laris dikunjungi oleh wisatawan.



**Gambar 1: Pantai Kalaki**

1. Wisata buatan

a. Taman Panda

Taman panda adalah salah satu taman yang berada di Desa Wisata Panda. Di taman Panda ini para wisatawan dapat melihat sejumlah duplikat Uma lengge yang merupakan rumah adat Bima fungsi dari uma lengge itu sendiri orang Bima kerap kali menyimpan lumbung padi. uma lengge salah satu lumbung tertua suku Mbojo (Bima). Para wisatawan menggunakannya sebagai spot foto yang untuk menandai wisatawan sedang berada di daerah Bima karna salah satu ciri khasnya para wisatawan hanya membayar parkir sesuai dengan jenis kendaraan.



**Gambar 2. Taman Panda.**

b. Taman Kalaki

Taman kalaki mempunyai daya tarik tersendiri taman ini dikelilingi oleh pegunungan yang hijau, pohon kelapa yang berjejeran dan tepat pintu masuk taman ini para pengunjung bisa melihat desiran ombak pantai kalaki yang bergelombang. Didalam taman ini para pengunjung disiapkan juga spot foto yaitu patung kuda sebuah spot tradisional sebagai identitas daerah Bima, Taman Kalaki sering digunakan para pengunjung dengan berbagai acara misalnya acara reunion sekolah dan acara lainnya adapun harga tiket masuk Taman Kalaki hanya sebesar Rp.5000. Hingga saat ini, berbagai acara dan budaya Kabupaten Bima sering digelar di taman wisata ini, seperti Festival Teluk Bima, dan pertunjukan budaya lainnya. Selain itu, di taman ini juga bisa dijadikan sebagai teman bersantai atau bermain bersama anak-anak.





**Gambar 3. Taman Kalaki**  
*Sumber: Hasil penelitian, 2024*

## 2. Wisata Budaya

### a. Arena Pacuan Kuda

Arena pacuan kuda merupakan salah satu tradisi masyarakat Bima yang sampai sekarang masih dilestariakan. Pacuan kuda disebut dengan Pacoa jara dalam bahasa Bima. Konon sejarah pertama kali muncul pada tahun 1927 olahraga berkuda ini diadakan untuk merayakan kelahiran Ratu Wilhemina di Belanda. Kemudian pacoa jara berkembang menjadi tradisi setempat yang diselenggarakan saat hari-hari besar. Tradisi Pacoa Jara juga biasa digelar saat panen tiba dan memiliki tujuan sebagai ucapan syukur terhadap panen yang ada. pacoa jara menjadi salah satu budaya khas masyarakat Bima. Menariknya, kemahiran berkuda masyarakat bima diajarkan secara turun-temurun. Tradisi ini didukung kuat oleh Pemerintah Kabupaten Bima sehingga diizinkan untuk dilombakan. Perlombaan ini diadakan empat kali dalam setahun untuk melihat para joki cilik berlomba ini para pengunjung cukup membayar karcis sebesar Rp.2000 di salah satu arena pacuan kuda yang ada di kabupaten Bima yang aktif.



**Gambar 4. Arena Pacuan Kuda Desa Panda**

### b. Budaya hadrah

Tarian Hadrah adalah sebuah hiburan pada zaman kesultanan Bima yang masih dilestariakan keberadaannya, dan di desakulan tempat bersemayamnya hiburan tersebut, hiburan yang bernuansa ke islaman seringkali diadakan pada saat cara pernikahan, Suna Ndosu (Khitam) dan acara sermi penyambut kedatangan para petinggi

pemerintah daerah bima, berangkat dari itu Tarian Hadrah di Daerah saya, sering di Undang Oleh Bupati Bima, ketika ada Acara Kesultanan dan acara pemerintahan.

Tarian hadrah ini diiringi dengan pukulan gendang yang saling beraturan, sehingga menambah semaraknya tarian hadrah ini, tarian ini hanya diperbolehkan untuk kaum lelaki dan kaum lelaki tersebut berjumlah 6 orang saling berpasangan, persyaratannya adalah kaum lelaki yang bisa menghafal Bait2 hadrah tersebut, baitnya adalah berisikan tentang pujian2 terhadap Rasulullah saw.

Tarian Budaya hadrah yang dilakukan oleh masyarakat Bima pada kegiatan keagamaan atau pengantaran mahar akad nikah yang mengiringi calon pengantin laki-laki ke pengantin wanita, syair-syair berupa sholawat nabi yang diiringi dengan pukulan rebana.



**Gambar 5. Tarian Budaya Hadrah**

Bisa kita perhatikan gambar di atas, begitu hilainya para orang tua kita memainkan tarian tersebut, memutarakan tangan diatas kepala diiringi dengan pemutaran anggota badan serta diiringi dengan bait-bait pujian terhadap Rasulullah saw, itu yang menjadi ciri khas dari tarian ini, suara gendang yang terbuat dari kulit kerbau selalu mengiringi tarian hadrah tersebut.

c. Wisata seni (Tari lenggo)

Tari lenggo yang merupakan tarian khas dari Bima biasanya tarian ini dilakukan ketika menerima tamu, acara-acara resmi dan tentunya pada acara kerajaan Bima, tarian ini diiringi dengan alat musik berupa seruling dan gong dan para penari memakai pakaian adat Bima yaitu Baju Bodo.



**Gambar 6. Tari Lenggo**

d. Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan wisata yang menjajankan dan menyuguhkan para wisatawan dengan makanan. Wisata kuliner Desa Panda menyuguhkan dengan berbagai macam makanan khas bima. contohnya ikan bakar, ayam bakar, cumi bakar serta yang lebih menarik di wisata kuliner ini adalah sayur bima yang sering disebut dengan (uta mbeca parongge) dalam bahasa Indonesia disebut sayur bening dengan sambal bawang yang merupakan ciri khasnya daerah Bima. Contohnya seperti yang dijual oleh Ibu Fitri salah satu penjual di Desa Wisata Panda. Lesehan ibu Fitri ini menjual Ikan bakar dan Palumara (ikan kuah kuning), Ayam bakar itu sudah termasuk nasi dengan sambal khas Bima serta pelengkap Sayur parongge ( daun kelor).



**Gambar 7. Wisata Kuiner**

**Analisis SWOT pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata.**

1. Kekuatan pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata
  - a. tersedianya tempat parkir yang luas di desa panda memungkinkan wisatawan untuk memarkirkan mobil ataupun motor dengan mudah dan nyaman, sehingga para wisatawan tidak perlu repot untuk cari tempat parkir saat datang ke desa wisata panda.
  - b. tersedianya banyak umkm di sepanjang jalan yang menjual berbagai macam makanan khas bima , contohnya ikan bakar, ayam bakar, cumi bakar serta yang lebih menarik adalah sayur bima yang sering disebut dengan uta mbeca parongge dalam bahasa



Indonesia disebut sayur bening dengan sambal bawang yang merupakan ciri khasnya daerah Bima.

- c. tersedianya fasilitas yang lengkap seperti toilet, musholla, tempat parkir yang luas, dan tempat makan.
2. Kelemahan pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata
    - a. kurangnya tempat sampah pada lokasi wisata desa panda mengakibatkan banyak wisatawan yang membuang sampah sembarangan sehingga banyak sampah yang berserakan pada lokasi wisata.
    - b. kurang optimalnya promosi wisata yang mengakibatkan kurangnya wisatawan asing berkunjung di desa wisata panda.
    - c. kurangnya atraksi wisata sehingga banyak wisatawan yang bosan dengan atraksi wisata lama pada objek wisata desa panda. sebaiknya pemerintahan desa membangun spot foto-foto baru di area pantai panda agar dapat menarik wisatawan datang kembali ke desa panda.
    - d. masih kurangnya bantuan pendanaan dari pemerintah dalam menyediakan sarana dan prasarana pendukung wisata, juga dana untuk menata ulang objek wisata desa panda.
  3. Peluang pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata
    - a. mudah di akses oleh wisatawan di karenakan lokasi wisata yang strategis sehingga objek wisata desa panda mudah di temukan.
    - b. adanya dukungan dari pemerintah desa, pemerintahan desa telah berkerjasama mengajak masyarakat untuk membersihkan dan menata ulang objek wisata desa panda tujuannya agar dapat di kembangkan dan nantinya akan di kunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.
    - c. mudah di temukan kendaraan umum untuk menuju lokasi wisata karna lokasi wisata yang strategis.
  4. Ancaman pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata
    - a. masih banyaknya wisatawan yang tidak menjaga kebersihan lingkungan karna Kurangnya tempat sampah pada lokasi wisata Desa Panda.

**Matriks Analisis SWOT strategi Pengembangan Desa Panda Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima**

<b>IFAS</b>	<p><i>Strengths (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersedia tempat parker yang luas</li> <li>2. Tersedia banyak umkm</li> <li>3. Tersedianya fasilitas yang lengkap seperti musholla, gazebo, tempeh sampah, toilet, juga tersedianya tempat parker yang luas.</li> </ol>	<p><i>Weaknesses (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya tempat sampah</li> <li>2. Kurang optimalnya prmosi wisata</li> <li>3. Kurangnya atraksi wisata seperti spot foto –foto di area pantai panda</li> <li>4. masih kurangnya bantuan pendanaan dari pemerintah dalam menyediakan sarana dan prasarana pendukung wisata.</li> </ol>
<b>EFAS</b>	<p><i>Opportunities (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah di akses oleh wisatawan dikarenakan lokasi wisata yang strategis</li> <li>2. Adanya dukungan dari pemerintah</li> <li>3. Mudah ditemukan kendaraan umum untuk menuju lokasi wisata</li> <li>4. Sebagai salah satu daerah prioritas</li> </ol>	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadakan berbagai event-event pariwisata</li> <li>2. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi wisata</li> </ol> <p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan penyuluhan kepada pelaku UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, Upaya penyuluhan ini perlu di lakukan secara berkelanjutan untuk keberlangsungan dengan strategis pengembangan seperti memperbanyak tempat pusat penjualan oleh-oleh khas bima seperti kain tenun di buat menjadi berbagai produk seperti sarung (tembe ngoli), rimpu (penutup kepala/ kerudung khas bima).</li> </ol>
<p><i>Threats (T)</i></p> <p>Masih banyak wisatawan yang tidak menjaga kebersihan lingkungan</p>	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadakan kegiatan bakti social membersihkan Objek wisata Desa Panda yang melibatkan Masyarakat, juga Pemerintahan Desa</li> </ol>	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah sarana dan prasarana pendukung agar lebih menarik</li> </ol>

**Strategi Pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata**

**Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)**

Strategi SO (*Strengths Opportunities*), Strategi SO merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pemikiran objek, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan rumusan strategis oleh penulis adapun strategi S-O dalam pengembangan Desa Panda sebagai Desa wisata yaitu Mengadakan berbagai event-event pariwisata seperti ulang tahun hari jadi bima, pameran, upacara adat. memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi wisata melalui berbagai media social seperti instagram, tiktok, facebook, maupun youtube. Untuk upaya

memanfaatkan event-event tersebut perlu bekerjasama dengan influencer untuk dapat membantu mempromosikan event-event tersebut kepada masyarakat. hal ini penting karna bagaimanapun juga pemasaran ataupun promosi yang bisa dilakukan sebagai upaya untuk menarik para wisatawan untuk berkunjung ke desa panda.

## **Strategi W-O (*Weaknesses Opportunities*)**

Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*), Strategi WO ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Berdasarkan rumusan strategis oleh penulis adapun strategi W-O dalam pengembangan Desa Panda sebagai Desa wisata yaitu Melakukan penyuluhan kepada pelaku umkm. Penyuluhan kepada pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di desa wisata panda bertujuan untuk memberikan informasi, strategi, dan teknik yang efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan nilai tambah. untuk Upaya penyuluhan ini perlu di lakukan secara berkelanjutan untuk keberlangsungan usaha mikro di Desa Panda, dengan strategis pengembangan seperti memperbanyak tempat pusat kuliner, pusat penjualan oleh-oleh khas bima seperti kain tenun di buat menjadi berbagai produk seperti sarung (tembe ngoli), rimpu (penutup kepala/kerudung khas bima), Meningkatkan atraksi seni dan budaya serta melakukan promosi dengan bekerjasama dengan influencer melalui media social seperti feccbook, youtube, instagram, maupun tiktok.

## **Strategi W-T (*Weaknesses Threats*)**

Strategi WT (*Weaknesses Threats*), Strategi WT didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada serta menghindari. Berdasarkan rumusan strategis oleh penulis adapun strategi W-T dalam pengembangan Desa Panda sebagai Desa wisata yaitu menambah sarana dan prasarana pendukung seperti menambahkan spot foto-foto di area pantai Panda, Dengan memadukan daya tarik alam dan budaya, layanan fasilitas umum pariwisata, serta aksesibilitas yang memadai, desa wisata Panda dapat menjadi destinasi pariwisata yang diminati. Dengan demikian, pengembangan sarana dan prasarana pendukung di area desa wisata Panda tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan tetapi juga memberikan dampak positif secara ekonomi, sosial, dan budaya bagi masyarakat setempat. Pemerintah Desa Panda bisa bekerjasama dengan provinsi atau perusahaan swasta lainnya untuk dapat mendapatkan bantuan dana seperti dana CSR (*corporate social responsibility*).

## **Strategi S-T (*Strengths Threats*)**

Strategi ST (*Strengths Threats*), Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman. Berdasarkan rumusan strategis oleh penulis strategi S-T dalam pengembangan Desa Panda sebagai Desa wisata yaitu mengadakan kegiatan bakti social membersihkan objek wisata Desa Panda yang melibatkan masyarakat juga pemerintahan Desa. Pemerintahan Desa telah berkerjasama mengajak masyarakat untuk membersihkan dan menata ulang objek wisata Desa Panda tujuannya agar dapat di kembangkan dan nantinya akan di kunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

**4. KESIMPULAN.**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis uraikan di atas dapat disimpulkan bahwa potensi Desa Panda antara lain yaitu: wisata bahari, wisata buatan, wisata seni dan budaya, seperti budaya hadrah, tari lenggo, arena pacuan kuda, peta kapanca, juga wisata kuliner. Sedangkan untuk Strategi pengembangan Desa Panda sebagai Desa Wisata antara lain yaitu: mengadakan berbagai event-event pariwisata seperti ulang tahun jadi bima, pameran, dan upacara adat. Untuk upaya memanfaatkan event-event ini perlu bekerjasama dengan influencer untuk dapat membantu mempromosikan kepada masyarakat atau kepada para wisatawan. hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menarik para wisatawan untuk berkunjung ke desa panda. selanjutnya melakukan penyuluhan kepada pelaku UMKM, untuk Upaya penyuluhan ini perlu di lakukan secara berkelanjutan untuk keberlangsungan usaha mikro di Desa Panda, dengan strategis pengembangan seperti memperbanyak tempat pusat penjualan oleh-oleh khas bima seperti kain tenun di buat menjadi berbagai produk seperti sarung (*tembe ngoli*), rimpu (*penutup kepala/ kerudung khas bima*). Selanjutnya mengadakan kegiatan bakti social membersihkan objek wisata yang melibatkan masyarakat juga pemerintah Desa, dan yang terakhir menambah sarana dan prasarana pendukung di objek Desa wisata.

**DAFTAR PUSTAKA.**

- Atmoko, T. P. H. (2014) Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Jurnal Media Wisata* 12 (2), 146-154.
- Camilleri, M. A. (2018) The Planning and Development of the Tourism Product. *Tourism Planning and Destination Marketing*, 1-23.
- Chiung Wu, T., et. all. (2020) A Spectrum of Indigenous Tourism Experiences as Revealed Through Means-end Chain Analysis. *Tourism Management*, 76
- Fajri, K. & Riyanto ES., N. (2016). Startegi Pengembangan Destinasi Partiwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Tingkat Kunjungan Wisatawan Asal Malaysia, *Tourism Scientific Juornal*, 1(2), 167-183. Diambil dari situs <http://www.jurnal.stiepar.ac.id/index.php/tsj/article/view/9/8>
- Hidayat, M., Depria, M., Wijaya, R., Rozak, A., & Erliyandi, R. (2022). Rancangan 3D Pengembangan Desa Wisata-Budaya Pandanwangi Cianjur Berorientasi Nilai Ecovillage. *Sosio Religi: Jurnal ...*, 20(2), 1-20. <https://ejournal.upi.edu/index.php/SosioReligi/article/view/57701%0Ahttps://ejournal.upi.edu/index.php/SosioReligi/article/viewFile/57701/22780>
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Park, E., B. K. Choi, & T. J. Lee (2019) The Role and Dimensions of Authenticity in Heritage Tourism. *Tourism Management*, 74, 99-109