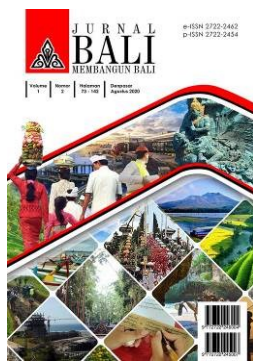




Daya Tarik Lembu Putih dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Ni Wayan Desi¹, I Ketut Utama²,
Ni Made Ernawati³, I Gede Mudana⁴, I Ketut Suja⁵
¹SMK Pariwisata Dalung, ^{2,3,4,5}Politeknik Negeri Bali
email: 1desi.ultm@gmail.com, 2ketutsutama.pnb.ac.id,
3madeernawati@pnb.ac.id, 4gedemudana@pnb.ac.id, 5suja@pnb.ac.id



Sejarah Artikel

Diterima pada
15 Agustus 2022

Direvisi pada
24 Agustus 2022

Disetujui pada
27 Agustus 2022

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih yang disakralkan pada saat ini serta strategi pengembangan daya tarik wisata tersebut sebagai pariwisata berkelanjutan.

Metode penelitian: Pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipatif, wawancara terstruktur, studi dokumen, dan kuesioner. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah metode campuran.

Hasil dan pembahasan: Faktor internal yang mempengaruhi pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih sebagai pariwisata berkelanjutan adalah atraksi, fasilitas, aksesibilitas, sumber daya manusia, dan harga, sedangkan faktor eksternal adalah faktor politik, faktor ekonomi, faktor sosial, faktor teknologi.

Impikasi: Strategi pengembangan daya tarik wisata yang menjadi prioritas yaitu memperluas jaringan, promosi, dan menjaga kerja sama dengan pemerintah maupun swasta untuk mendukung peningkatan kualitas sarana dan prasarana.

Kata kunci: Lembu Putih, kesakralan, daya tarik wisata, pariwisata berkelanjutan.

Abstract

Purpose: This study is to determine the current development of sacred Lembu Putih (White Cow) tourist attraction as well as the strategy for developing such a tourist attraction as a sustainable tourism.

Research methods: The data collection used is participatory observation, structured interviews, documentary study, and questionnaires. The analysis technique used is the mix methods.

Results and discussion: Internal factors that influence the development of white bull tourist attraction as Sustainable Tourism are attractions, facilities, accessibility, human resources and prices, while external factors are political factors, economic factors, social factors, technological factors.

Implication: A priority tourist attraction development strategy is obtained, namely expanding networks, promoting, and maintaining cooperation with the government and the private sector to support improving the quality of facilities and infrastructure.

Keywords: White Cow, sacredness, tourist attraction, sustainable tourism.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan perekonomian Bali di mana provinsi ini sejak awal menjadi destinasi wisata paling populer dan ramai kunjung di Indonesia. Berdasarkan data BPS (2019), jumlah wisatawan ke Bali selama tahun 2018 sebanyak 6.070.473 dan tahun 2019 adalah 6.275.210. Pendit (1990) mengemukakan bahwa, pariwisata mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi, karena dapat menyediakan lapangan kerja.

Pengembangan suatu daya tarik wisata wisata yang dilakukan dengan benar akan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat setempat. Menurut Hardiantono (1996), suatu tempat wisata yang direncanakan dengan baik, tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi yang memperbaiki taraf, kualitas dan pola hidup komunitas setempat, tetapi juga peningkatan dan pemeliharaan lingkungan yang lebih baik.

Masyarakat di wilayah Desa Taro yang menjadi lokasi penelitian ini menyimpan keyakinan dan kepercayaan adanya satu kawasan yang dianggap suci bagi pemeluk agama Hindu yang diyakini sebagai hewan suci yakni daya tarik wisata Lembu Putih yang berlokasi di Banjar Taro. Hal ini sangat terkait dengan pengembangan pariwisata Bali yang berideologi pariwisata budaya sejak setengah abad lalu yang kini tersurat dalam Perda Bali Nomor 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisata Budaya Bali (Mudana, et al, 2021). Keberadaan desa wisata yang tergolong baru ini mempengaruhi tingkat popularitasnya yang masih minimum, terbukti kunjungan per hari masih berkisar 30 hingga 40 orang dikarenakan tempat ini belum dikenal oleh masyarakat luas (Bayu, 2015).

Asal usul sapi berwarna putih yang berada di kawasan Pura Dalem Pingit Desa Taro berkaitan erat dengan Pura Agung Gunung Raung yang ada di desa tersebut, Konon Lembu Putih tersebut dibawa oleh Rsi Markandheya bersama pengikut beliau dari india menuju Pulau Swarna Dwipa (Jawa), kemudian sampai ke Pulau Bangsul (Bali) untuk keperluan mengerjakan tanah pertanian. Keberadaan Lembu Putih di Desa Taro menjadi daya tarik tersendiri, karena berbeda dengan warna sapi Bali pada umumnya (Madriana, 2012). Lembu Putih banyak dimanfaatkan dalam pelaksanaan *upacara yadnya* oleh umat Hindu di Bali, seperti *dewa yadnya (empehan)*, *rsi yadnya (murwa daksina)*, dan *pitra yadnya memukur* atau *ngasti* (Partama, 2015).

Tabel 1.
Jumlah kunjungan wisatawan daya tarik wisata Lembu Putih tahun 2015-2019

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2015	14,235
2	2016	13,219
3	2017	12,546
4	2018	9,919
5	2019	8,991

(Sumber: Kantor DTW Lembu Putih, 2021).

Tingkat kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Lembu Putih dalam lima tahun terakhir pada periode 2015-2019 dapat dilihat pada tabel 1. Dapat dilihat pada

tabel 1 kunjungan wisatawan daya tarik wisata Lembu Putih mengalami penurunan yang cukup signifikan di mana dari tahun 2015-2019 selalu mengalami penurunan 1-5%.

Daya tarik wisata Lembu Putih mencakup Lembu Putih yang unik dan sangat berpotensi menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Tapi jika kualitas sumber daya alam yang ada tidak dibarengi dengan sumber daya manusia yang berkualitas tentu perkembangan daya tarik wisata Lembu Putih tidak akan berjalan dengan baik. Kualitas sumber daya manusia menjadi salah satu faktor pendukung untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh daya tarik wisata Lembu Putih (Cabe, 2008). Pengembangan daya tarik wisata khususnya Desa Taro membutuhkan adanya kontribusi dan kerja sama dari *stakeholder*. Rahim (2012), menyatakan ada tiga *stakeholder* pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan suatu daya tarik pariwisata yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat.

Organisasi Pariwisata Dunia PBB (UNWTO, 2011) menjelaskan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang memperhitungkan sepenuhnya dampak ekonomi, sosial, lingkungan saat ini dan masa depannya, menangani kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, serta komunitas tuan rumah. Menurut Sunarta & Arida (2017), suatu kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: (1) secara ekologi berkelanjutan, (2) secara sosial dapat diterima, (3) secara kebudayaan dapat diterima, (4) secara ekonomi menguntungkan. Unsur dari *sustainable tourism* yang akan diangkat adalah unsur lingkungan, Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pengembangan suatu daya tarik wisata. Suwantoro (1997) menyatakan pengembangan daya tarik wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan. Pengembangan daya tarik wisata bukanlah untuk merusak lingkungan tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sehingga menjadi keseimbangan, keselarasan dan keserasian (Suwantoro, 1997).

Penelitian yang dilakukan oleh Mahadiansar dan Asparyana (2020) berjudul "PEST Analysis Model dalam Pengembangan Potensi Wisata Pulau Benan, Kabupaten Lingga, Kepulauan Riau" berfokus pada penggunaan PEST analysis model untuk mengidentifikasi perkembangan potensi Pulau Benan sebagai destinasi wisata. Penelitian tersebut menggunakan metode studi kepustakaan dengan teknik analisis data menggunakan content analysis. Penelitian yang dilakukan Prananda et al (2018), berjudul "Penerapan Pariwisata Berkelanjutan di Ceking Tegallalang, Gianyar" mengungkap bahwa strategi pertumbuhan melalui pengembangan produk dengan melakukan diferensiasi dan inovasi produk seperti membuat suatu produk.

Penelitian yang dilakukan Andriani et al (2015), berjudul “Pengelolaan Desa Wisata Belimbing menuju pariwisata berkelanjutan Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali”, mengungkap pengelolaan Desa Wisata Belimbing menghadapi tantangan dan upaya yang harus dilakukan untuk menjaga keseimbangan alam. Penelitian yang dilakukan Farsari (2012), berjudul “The Development of a Conceptual Model to Support Sustainable Tourism Policy in North Mediterranean Destinations” membahas model konseptual yang telah memungkinkan organisasi sistematis data sekunder dari berbagai topik menjadi skema umum. Penelitian yang dilakukan Kernel (2005), berjudul “Creating and Implementing a Model for Sustainable Development in Tourism Enterprises” mengembangkan dan menerapkan sebagian model untuk pengembangan usaha pariwisata yang berkelanjutan telah memenuhi harapan untuk memperoleh pengetahuan dan mengembangkan perangkat praktis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi/campuran (*mixed methods*). Menurut Sugiyono (2011), metode penelitian kombinasi adalah metode penelitian yang menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif (Sarwono Jonathan, 2011). Dalam penelitian ini digunakan metode campuran dengan model *sequential exploratory* di mana peneliti menelusuri lokasi penelitian dengan menganalisis dan mengumpulkan data secara kualitatif untuk tahap pertama dan diikuti dengan pengumpulan dan pengelolaan data secara kuantitatif.

Informan adalah orang-orang yang ada di dalam latar penelitian Prastowo (2016). Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2011), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Informan dalam penelitian ini ialah Yayasan Lembu Putih, POKDARWIS Desa Taro, dan tokoh masyarakat.

Dalam penelitian ini metode dan teknik yang digunakan antara lain observasi. Sugiyono (2011) menyatakan observasi merupakan suatu proses yang kompleks di mana suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis dan metode wawancara adalah metode pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Sugiyono, 2015). Studi kepustakaan dilakukan dengan cara pengumpulan data dengan menggunakan beberapa buku yang dijadikan acuan atau pedoman untuk mendukung kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2015), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik analisis untuk menjawab permasalahan yaitu pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih di Desa Taro Tegallalang Gianyar pada saat ini yang dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh pada pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih dengan menggunakan pengumpulan data dan analisis lebih ditekankan penggunaan metode kualitatif dengan menggunakan metode wawancara yang dilakukan pada narasumber yang telah ditentukan. Teknik analisis untuk menjawab permasalahan selanjutnya yaitu strategi pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih sebagai *sustainable tourism* di Desa Taro Tegallalang Gianyar akan dijelaskan tahapan untuk mendapat strategi pengembangan yang cocok digunakan pada pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih dengan menggunakan pengumpulan data dan analisis lebih ditekankan penggunaan metode kuantitatif dengan menggunakan metode kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Desa Taro menganggap Lembu Putih yang ada di desanya adalah lembu suci, sehingga lembu ini sangat dihormati dan tidak berani menggangukannya. Saat ini seperti telah disebutkan, pemeliharaan sapi putih (lembu) di Desa Taro dikelola secara intensif (dikandangan) oleh satu yayasan yang bernama Yayasan Lembu Putih Taro. Semua Lembu Putih Taro sudah dikandangan dalam dua kandang koloni, seperti tersaji pada (Gambar 1).



Gambar 1. Lembu Putih Taro dalam Kandang Koloni
(Sumber: Desi, 2022).

Pemeliharaan anak Lembu Putih (*pedet*) yang baru lahir dikelompokkan dalam kandang terbuka tersendiri dengan induknya. seperti terlihat pada (Gambar 2), anak

Lembu Putih yang baru lahir (4 ekor) dari dua induk yang berbeda dipelihara dalam satu kandang khusus.



Gambar 2. Pemeliharaan anak *Pedet* Lembu Putih dalam satu *Paddock* Bersama Induknya
(Sumber: Desi, 2021).

Menurut Ketut Telaga (*Pemangku* Pura Agung Gunung Raung), Pura Gunung Raung merupakan *Pelinggih Sang Hyang Ciwa*. Pura ini telah ada sejak jaman dahulu. *Piodalan*-nya jatuh pada hari *rebo kliwon*, *wuku ugu* (dalam penanggalan Bali) yang datang setiap 210 hari. Upacara *piodalan* dilaksanakan tepat pukul 24.00 (Wita). Penutupan upacara *piodalan* dilaksanakan setelah 14 hari upacara puncak dilaksanakan. Hal ini dilaksanakan untuk memberikan kesempatan masyarakat untuk bersembahyang di pura tersebut, baik yang berasal dari Desa Taro sendiri maupun yang berasal dari desa-desa lainnya.



Gambar 3. Pura Nandini
(Sumber: Desi, 2021).

Berikut beberapa peranan Lembu Putih yang terdapat di desa ini di antaranya dalam upacara *mapepada*, upacara *mamineh empehan*, upacara memohon *serana* ,

korban suci (*yadnya*) menggunakan *serana* dari Lembu Putih Taro, p pengobatan, dan upacara *mendak* (*lunga* dan *rauh*) Lembu Putih Taro sendiri.

Analisis faktor internal merupakan identifikasi terhadap kekuatan dan kelemahan pada daya tarik wisata dalam hal ini ialah daya tarik wisata Lembu Putih. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan elemen dasar yang menarik pengunjung ke tujuan dan yang memenuhi kebutuhan mereka pada saat kedatangan (Cho B.H dalam Sudiarta, et al, 2014).

Pada tabel 2 disajikan identifikasi faktor internal pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih merupakan kekuatan dan kelemahan daya tarik wisata.

Tabel 2.
Identifikasi faktor internal pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih di Desa Taro

Faktor internal	Kekuatan (<i>strengths</i>)	Kelemahan (<i>weaknesses</i>)
Atraksi (<i>attraction</i>) dan citra (<i>images</i>)	1. Pemandangan alam indah, sejuk dan asri	1. Kurangnya atraksi wisata seperti pertunjukan kesenian
	2. Daya tarik wisata unik dan menarik dengan Lembu Putih khas taro	
Fasilitas (<i>public and private amenities</i>), Sumber daya manusia (<i>human resources</i>),	3. Wisata paket dengan pilihan fasilitas	2. Kurangnya toko <i>souvenir</i>
	4. Keramahan masyarakat sekitar	3. Promosi yang belum maksimal 4. Sumber daya manusia kurang berkualitas
Harga (<i>price</i>).	5. Tiket masuk Rp. 10.000	

(Sumber: Hasil wawancara dengan narasumber, 2021).

Analisis faktor eksternal merupakan identifikasi terhadap peluang dan ancaman pada perusahaan dalam hal ini ialah daya tarik wisata Lembu Putih. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan faktor yang mempengaruhi pengembangan daya tarik wisata menggunakan analisis PEST terhadap faktor lingkungan eksternal bisnis.

Pada tabel 3 disajikan identifikasi faktor eksternal daya tarik wisata Lembu Putih yang merupakan peluang dan ancaman perusahaan.

Tabel 3.
Identifikasi faktor eksternal pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih di Desa Taro

Faktor Eksternal	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Bidang politik		1. Kurangnya dukungan pemerintah daerah

		(promosi dan sarana-prasarana)
Bidang ekonomi	1. Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan diminati 2. Menyerap tenaga kerja di daerah sekitar daya tarik wisata yang dapat mengurangi pengangguran	2. Persaingan pariwisata antar daya tarik wisata 3. Kondisi jalan yang kurang baik
Bidang sosial	3. Melestarikan budaya	4. Terjadinya bencana atau gangguan alam
Bidang teknologi	4. Teknologi yang semakin berkembang	

(Sumber: Hasil wawancara dengan narasumber, 2021).

Matriks Faktor Strategi Internal

Pada tabel 4 disajikan perankingan faktor strategi internal Daya Tarik Wisata Lembu Putih berdasarkan skor mulai dari yang terbesar hingga yang terkecil.

Tabel 4
Perankingan IFAS berdasarkan skor

No	Faktor strategi internal	Narasumber						Jumlah	Bobot	Rating	Skor
		1	2	3	4	5	6				
Kekuatan (<i>Strength</i>)											
1	Pemandangan alam indah, sejuk dan asri	4	4	4	4	4	4	24	0.131	4.000	0.525
2	Daya tarik wisata unik dan menarik dengan Lembu Putih khas Taro	4	4	4	4	4	4	24	0.131	4.000	0.525
3	Wisata paket dengan pilihan fasilitas	3	3	3	3	2	2	16	0.087	2.667	0.233
4	Keramahan masyarakat sekitar	3	4	4	3	3	3	20	0.109	3.333	0.364
5	Tiket masuk Rp. 10.000	3	4	4	3	3	2	19	0.104	3.167	0.329
Total								103	0.563		1.975
Kelemahan (<i>Weakness</i>)											
1	Kurangnya atraksi wisata seperti pertunjukan kesenian	3	3	3	4	4	4	21	0.115	3.500	0.402
2	Kurangnya toko <i>souvenir</i>	2	3	3	2	2	3	15	0.082	2.500	0.205
3	Promosi yang belum maksimal	3	4	4	3	4	4	22	0.120	3.667	0.441

4	Sumber daya manusia kurang berkualitas	3	4	4	4	4	3	22	0.120	3.667	0.441
Total								80	0.437		1.488
Total keseluruhan								183	1.000		
Total bobot X skor untuk internal faktor											3.464

(Sumber: Data diolah, 2021).

Matriks Faktor Strategi Eksternal

Pada tabel 5 disajikan perankingan faktor strategi eksternal daya tarik wisata Lembu Putih berdasarkan skor mulai dari yang terbesar hingga yang terkecil.

Tabel 5
Perengkingan EFAS berdasarkan skor

No	Faktor strategi eksternal	Narasumber						Jumlah	Bobot	Rating	Skor
		1	2	3	4	5	6				
Peluang (<i>Opportunity</i>)											
1	Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan diminati	3	3	4	3	3	3	19	0.122	3.167	0.386
2	Menyerap tenaga kerja di daerah sekitar daya tarik wisata yang dapat ngurangi pengangguran	4	2	4	3	3	2	18	0.115	3.000	0.346
3	Melestarikan budaya	4	3	4	3	3	4	21	0.135	3.500	0.471
4	Teknologi yang semakin berkembang	3	4	3	3	4	4	21	0.135	3.500	0.471
Total								79	0.506		1.674
Ancaman (<i>Threat</i>)											
1	Kurangnya dukungan pemerintah daerah (promosi dan sarana-prasarana)	3	3	3	2	4	4	19	0.122	3.167	0.386
2	Persaingan pariwisata antar daya tarik wisata	4	3	3	2	3	3	18	0.115	3.000	0.346
3	Kondisi jalan yang kurang baik	2	2	3	3	4	4	18	0.115	3.000	0.346
4	Terjadinya bencana atau	3	4	4	4	4	3	22	0.141	3.667	0.517

gangguan alam			
Total	77	0.494	1.595
Total keseluruhan	156	1.000	
Total bobot X skor untuk eksternal faktor			3.269

(Sumber: Data diolah, 2021).

Perumusan strategi pengembangan daya tarik ini dilakukan dengan mencocokkan semua faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman ke dalam matriks *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* and *threats* (SWOT). Tujuan dari penggunaan matriks ini adalah guna mendapatkan alternatif strategi pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih. Adapun matriks SWOT dalam penelitian ini disajikan pada tabel 6.

Tabel 6.
Matriks SWOT pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih.

IFE	<i>Strengths</i> (S)		<i>Weakness</i> (W)	
	S1, S2, S3, S4, S5,		W1, W2, W3, W4,	
EFE				
<i>Opportunities</i> (O)	Strategi SO		Strategi WO	
O1, O2, O3, O4,	SO1 – Meningkatkan SDM dan pelestarian lingkungan hidup Lembu Putih.		WO1 – Menyelenggarakan pertunjukan seni setiap tahun untuk lebih memperkenalkan daya tarik wisata.	
<i>Threats</i> (T)	Strategi ST		Strategi WT	
T1, T2, T3, T4,	ST1 – Sosialisasi terhadap masyarakat tentang potensi daya tarik wisata dan memberi penyuluhan tentang sadar wisata.		WT1 – Memperluas jaringan, promosi, dan menjaga kerja sama dengan pemerintah maupun swasta untuk mendukung peningkatan kualitas sarana dan prasarana.	

(Sumber: Data diolah, 2021).

Berdasarkan analisis matriks SWOT tersebut dihasilkan empat kelompok strategi yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Pada kelompok strategi SO, WO, ST dan WT, peneliti merumuskan 1 strategi alternatif yang dapat diterapkan pada pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih.

Strategi Pilihan yang Sebaiknya Diterapkan oleh Daya Tarik Wisata Lembu Putih

Tahapan terakhir dari analisis ini ialah penilaian terhadap alternatif-alternatif strategi yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan matriks SWOT. Penilaian alternatif strategi ini berguna untuk mengetahui alternatif strategi yang paling tepat diterapkan pada daya tarik wisata Lembu Putih. Adapun penilaian alternatif strategi ini menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Pada tabel 7 disajikan perankingan strategi alternatif daya tarik wisata Lembu Putih dalam pengembangan daya tarik wisata berdasarkan nilai TAS pada matriks QSPM mulai dari yang terbesar hingga yang terkecil.

Tabel 7
Perankingan strategi pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih berdasarkan nilai TAS matriks QSPM

Kode strategi	Strategi	TAS
WT1	Memperluas jaringan, promosi, dan menjaga kerja sama dengan pemerintah maupun swasta untuk mendukung peningkatan kualitas sarana dan prasarana.	162.75
WO1	Menyelenggarakan pergelaran seni setiap tahun untuk lebih memperkenalkan daya tarik wisata.	138.61
SO1	Meningkatkan SDM dan pelestarian lingkungan hidup Lembu Putih.	133.31
ST1	Sosialisasi terhadap masyarakat tentang potensi daya tarik wisata dan memberi penyuluhan tentang sadar wisata.	142.01

(Sumber: Data diolah, 2021).

Berdasarkan matriks QSPM tersebut dapat diketahui bahwa strategi alternatif yang menjadi prioritas pertama adalah strategi WT1 yaitu memperluas jaringan, promosi, dan menjaga kerja sama dengan pemerintah maupun swasta untuk mendukung peningkatan kualitas sarana dan prasarana. Kerja sama dibuktikan dengan kontrak kerja antara daya tarik wisata Lembu Putih dengan perusahaan dengan total nilai TAS sebesar 162.75. Dengan bekerja sama dengan perusahaan untuk melakukan pengembangan sarana dan prasarana diharapkan Daya tarik Lembu Putih dapat berkembang dengan tetap menjaga *sustainable tourism* dan dapat meningkatkan kunjungan di daya tarik wisata dan tetap menjaga budaya dan Lembu Putih sebagai daya tarik utama.

Secara umum, pihak daya tarik wisata Lembu Putih dapat menerapkan keempat strategi penetapan harga alternatif yang telah dirumuskan sebagai upaya daya tarik wisata dalam pengembangan daya tarik wisata. Namun, berdasarkan hasil penilaian yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan, maka strategi

pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih diterapkan oleh daya tarik wisata saat ini ialah strategi prioritas sebagaimana disajikan pada tabel 7.

SIMPULAN

Faktor internal yang mempengaruhi pengembangan daya tarik wisata Lembu Putih adalah atraksi, fasilitas, aksesibilitas, sumber daya manusia dan harga, sedangkan faktor eksternal adalah faktor politik, faktor ekonomi, faktor sosial, faktor teknologi. Berdasarkan analisis Matriks IFAS yang menjadi kekuatan utama adalah pemandangan alam indah, sejuk dan asri dan daya tarik wisata unik dan menarik dengan Lembu Putih khas Taro dan yang menjadi kelemahan utamanya adalah promosi yang belum maksimal dan sumber daya manusia kurang berkualitas.

Berdasarkan analisis Matriks EFAS, diketahui yang menjadi peluang utama adalah melestarikan budaya dan teknologi yang semakin berkembang, dan ancaman utama yang dihadapi adalah kurangnya dukungan pemerintah daerah (promosi dan sarana-prasarana). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada rumusan masalah dua dapat disimpulkan penilaian Matriks IE, menempatkan daya tarik wisata pada sel I yaitu pada posisi *growth*. Analisis SWOT menghasilkan empat alternatif strategi penetapan harga dan dari keempat strategi tersebut, melalui Matriks QSPM, maka diperoleh strategi pengembang daya tarik yang menjadi prioritas dengan total TAS sebesar 162.75, yaitu memperluas jaringan, promosi, dan menjaga kerja sama dengan pemerintah maupun swasta untuk mendukung peningkatan kualitas sarana dan prasarana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung proses penulisan penelitian ini dan Jurnal Bali Membangun Bali (JBMB)-BARI Bali yang menerbitkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Merian, D., & Sunarta, I. N. (2015). Pengelolaan Desa Wisata Belimbing menuju Pariwisata Berkelanjutan Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali. Vol. 3 No.1.
- Bayu, R. (2015). Pariwisata Bali dan Global (Bali and Global Tourism). <http://madebayu.blogspot.com/2015/03/obyek-wisata-lembu-putih.html>
- BPS. (2019). Banyaknya Wisatawan Mancanegara yang Datang Langsung ke Bali Menurut Kebangsaan, 2014-2019. <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/27/jumlah-wisatawan-mancanegara-yang-datang-langsung-ke-bali-menurut-kebangsaan-2014-2018.html>).

- Cabe, Scott M. (2008). Marketing Communication in Tourism and Hospitality. <https://www.amazon.co.uk/Marketing-Communications-Tourism-Hospitality-Strategies/dp/0750682779>.
- Farsari, I. (2012). The Development of a Conceptual Model to Support Sustainable Tourism Policy in North Mediterranean Destinations. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/19368623.2012.624298>.
- Partama, M. Gaga, (2015). Lembu Putih Taro Maskot Kabupaten Gianyar. Udayana University Press.
- Hardiantono, K. (1996). Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. UI Press.
- Kernel, P. (2005). Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises.
- Madriana, I. M. (2012). Sekilas tentang keberadaan duwe Lembu Putih. <https://docplayer.info/50527451-Potensi-dan-permasalahan-pengembangan-sapi-taro-sapi-bali-putih-di-desa-taro-kabupaten-gianyar-bali.html>.
- Mahadiansar, & Aspariyana. (2020). PEST Analysis Model dalam Pengembangan Potensi Wisata Pulau Benan, Kabupaten Lingga, Kepulauan Riau. 01, 15–25.
- Mudana, I G., Ernawati, N.M., & Voda, M. (2021). Analysis of the Evolving Cultural Tourism Implementation in Bali Indonesia, Multicultural Education (ISSN: 1068-3844), Vol, 7 No 6 (2021), p. 608-619, <http://ijdri.com/me>, <https://doi.org/10.5281/zenodo.5035637>. Scimago Link: www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=145057&tip=sid&clean=0.
- Pendit, N. S. (1990). Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. T.Pradnya Paramita.
- Prananda, I. W. Y., Paturusi, S. A., & Sudiarta, I. N. (2018). Penerapan Pariwisata Berkelanjutan di Ceking Tegallalang, Gianyar. 4, 15.
- Prastowo, A. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. AR-RUZZ MEDIA.
- Rahim, I. F. (2012). Pedoman Pokdarwis. Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Sarwono Jonathan. (2011). Mixed Methods Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kulitatif secara Benar. PT. Elex Media Komputindo.
- Sudiarta, N. I., Suardana, W. I., & Ariana, N. (2014). Persaingan Daya Tarik Pariwisata Bali Suatu Kajian Konseptual dan Empiris. Perhotelan Dan Pariwisata, 4(1), 1–13.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). CV. Alfabeta.
- Sunarta, N., & Arida, N. S. (2017). Pariwisata Berkelanjutan. Cakra Press. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/81eee6c1d3a49690e16b3be3dfb9855f.pdf.

