



Konsep pengembangan wisata garam Madura dengan analisis SWOT

Aprilina Susandini¹, Darul Islam^{2*}

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

*Corresponding author: darul.islam@trunojoyo.ac.id

Article Info:

Received : March 2022

Revised : June 2022

Accepted : June 2022

DOI : [10.21067/mbr.v6i1.6648](https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6648)

Copyright : Management and Business Review

Keywords : Madura salt, Madura tour, Salt tour

Abstract: This study aimed to determine the impact of salt tourism on salt farmers and the surrounding community and to find out the problems faced by salt tourism managers in Bunder Village, Pamekasan Regency. In addition, this study aims to examine and analyze the development of salt tourism in Madura. This study uses a quantitative approach. Sampling was done using the snowball sampling technique. The respondents of this study were salt farmers, village officials, tourism managers, village communities, and tourist visitors. Data collection techniques with interviews, field observations, and documentation. The analysis technique uses SWOT analysis. Based on the research results, it is known that the potential of salt land in four districts in Madura can be used as an opportunity to develop attractive salt tourism through the concept of salt tourism education (edutourism) and packaged with cultural and historical tourism. The salt tourism offered is unique, which gives visitors a different experience. The development of Madura salt tourism can be carried out optimally if there is a cooperation between academics, government, entrepreneurs, and the community

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak wisata garam terhadap petani garam dan masyarakat sekitar serta untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi pengelola wisata garam di Desa Bunder Kabupaten Pamekasan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis perkembangan wisata garam di Madura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik snowball sampling. Responden penelitian ini adalah petani garam, aparat desa, pengelola wisata, masyarakat desa, dan pengunjung wisata. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa potensi lahan garam di empat kabupaten di Madura dapat dijadikan peluang untuk mengembangkan wisata garam yang menarik melalui konsep pendidikan wisata garam (eduwisata) dan dikemas dengan wisata budaya dan sejarah. Wisata garam yang ditawarkan terbilang unik, yang memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung. Pengembangan wisata garam Madura dapat dilakukan secara optimal jika ada kerjasama antara akademisi, pemerintah, pengusaha, dan masyarakat.

This is an open access article under the CC-BY licence.



Pendahuluan

Indonesia saat ini menghadapi tantangan perekonomian di era globalisasi atau pasar bebas. Untuk menghadapi persaingan di era globalisasi tersebut pemerintah mengembangkan program ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif mengedepankan sumber daya manusia yang terampil dan kreatif yang mampu melahirkan inovasi dan ide-ide baru pada berbagai sektor (Wahyurini & Hamidah, 2020).

Khusus sektor pariwisata perkembangannya semakin pesat, memberikan peluang yang menjanjikan yang akan memberikan manfaat kepada banyak pihak baik masyarakat sekitar, pemerintah daerah maupun investor. Sektor pariwisata Indonesia diharapkan berkontribusi terhadap produk domestik bruto. Lebih jauh, sektor pariwisata bisa menjadi untuk mengurangi pengangguran maupun kemiskinan. *Australian Department of Tourism* mendefinisikan ekowisata sebagai wisata alam yang melibatkan unsur pendidikan dalam pengelolaannya, dengan tetap mempertahankan lingkungan dan budaya lokal untuk kelestarian ekologi. Indonesia memiliki prospek yang baik untuk pengembangan industri wisata, karena memiliki potensi alam dan kebudayaan yang menarik (Safitri *et al.*, 2020). Selain sektor pertanian dan perikanan, sejak tahun 2018 industri pariwisata di Indonesia menjadi sektor unggulan pembangunan (Marlina, 2019; Sukriah, 2014; Taghulih *et al.*, 2019). Perkembangan pariwisata di Madura juga mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari banyak bermunculan tempat wisata baru di Madura. Salah satunya yaitu eduwisata garam yang berada di Desa Bunder Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan yang baru dibuka dan diresmikan pada bulan April 2021.

Wisata edukasi adalah suatu program perjalanan wisata yang dilakukan perorangan atau kelompok ke suatu lokasi wisata bertujuan untuk memperoleh pengalaman belajar tentang karakteristik lokasi wisata (Lam *et al.*, 2011; Ojo & Yusof, 2019). Pendidikan dan pariwisata keduanya tidak bisa dilepaskan, walaupun tetap ada perbedaan tujuan, namun saling melengkapi. Wisata edukasi bisa menjalankan proses pendidikan sebagai alternatif metode belajar yang efektif, karena bisa menjadi metode pembelajaran aktif dan kreatif (Hermawan, 2017).

Madura dikenal dengan sebutan Pulau Garam karena seperempat luas lahan produksi tambak garam di Indonesia ada di Madura. Selain itu, Madura memproduksi garam terbesar di Indonesia. Lahan tambak garam tersebar di empat kabupaten di Madura yaitu di Sumenep, Pamekasan, Sampang dan Bangkalan. Oleh karena itu, potensi madura sebagai pulau garam perlu dikembangkan dengan adanya wisata garam. Wisata bahari pembuatan garam rakyat sangat potensial untuk dikembangkan (Efendy, 2012; Siswanto & Nugraha, 2016). Nugroho *et al.* (2020) dalam penelitiannya merekomendasikan industrialisasi garam Madura dapat dilakukan salah satunya dengan usaha wisata garam. Kriteria desa wisata adalah memiliki keunikan sebagai kekhasan yang berbeda dengan daerah lain, seperti kesenian, makanan, maupun kondisi alam. Selain itu desa wisata juga harus memiliki

fasilitas pendukung yang memadai, seperti jalan, penginapan, serta tempat berinteraksinya masyarakat dengan wisatawan (Yuliati & Suwandono, 2016).

Wisata garam merupakan wisata alam yang unik, dimana pengunjung akan dimanjakan dengan hamparan tanah berwarna putih dan tumpukan gunung garam. Hal ini menjadi peluang untuk memperkenalkan produksi garam Madura sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani garam dan masyarakat sekitar. Wisata yang ditawarkan adalah wisata pendidikan (proses pembuatan garam krosok) dan pemandangan alam, sasarannya adalah wisatawan domestik dan mancanegara. Masih diperlukan kajian mendalam dan komprehensif terkait potensi pariwisata garam di pulau Madura khususnya di Desa Bunder, Pademawu Kabupaten Pamekasan. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan rekomendasi terkait pengelolaan dan pengembangan wisata garam Madura.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perubahan ekonomi sosial yang terjadi pada petani garam dan masyarakat di sekitar eduwisata garam. Selain itu, untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi pengelola eduwisata garam di Desa Bunder. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT untuk menentukan konsep pengembangan wisata garam Madura.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata (2009), wisata sebagai aktivitas kunjungan oleh seseorang atau sekelompok orang ke suatu tempat tertentu. Tujuannya bisa untuk rekreasi, pengembangan pribadi, bahkan untuk mengetahui dan mendalami keunikan suatu destinasi wisata.

Manajemen pariwisata merupakan suatu tindakan komprehensif mulai dari perencanaan sampai pengawasan secara terstruktur untuk menjamin tercapainya tujuan, dengan memanfaatkan berbagai sumberdaya yang terlibat di bidang pariwisata (Mukaromah, 2020). Menurut Yoeti (2017), Khaerani *et al.* (2017), Kartika & Fajri (2017) menyatakan bahwa keberhasilan obyek wisata berkembang menjadi industri pariwisata perlu didukung oleh 3 aspek yaitu atraksi (*attraction*); aksesibilitas (*accessibility*); dan fasilitas (*amenities*). Di samping itu agar manajemen dalam pariwisata berhasil membutuhkan tiga hal yaitu: pertama membutuhkan kearifan lokal, hal ini untuk menyajikan wisata yang khas dan unik. Kedua diperlukan manajemen sumberdaya yang baik, memiliki pemahaman yang baik untuk kelestarian budaya. Ketiga kemampuan untuk mengembangkan pertunjukan dan atraksi sebagai refleksi dari kearifan lokal.

Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memajukan suatu objek wisata, dengan berbagai upaya agar obyek wisata lebih menarik untuk meningkatkan minat wisatawan berkunjung (Barreto & Giantari, 2015). Sebuah obyek wisata harus memiliki beberapa komponen untuk mengetahui perkembangan daerah tujuan wisata. Sunaryo (2013) mengadopsi pendapat Copper, untuk mendukung pengembangan pariwisata diperlukan beberapa aspek. Adapun aspek-aspek yang dimaksudkan meliputi aspek daya tarik (*attraction*), aspek aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas dan pelayanan wisata (*amenitas*).

Sebagai komponen produk pariwisata daya tarik wisata mempunyai kekuatan tersendiri. Setiap obyek wisata memiliki karakteristik yang berbeda dengan yang lain yang menjadi daya tarik yang khas, baik kekhasan alam, masyarakat, maupun budaya. Faktor aksesibilitas perlu diperhatikan untuk menjamin kemudahan akses menuju destinasi wisata. Infrastruktur pendukung seperti jalan, kelengkapan fasilitas, ketersediaan transportasi umum. Selain itu tidak kalah penting adalah kualitas fasilitas dan layanan wisata seperti ketersediaan akomodasi, kuliner dan fasilitas penunjang lainnya untuk mendukung kebutuhan perjalanan wisata.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih untuk mendapatkan hasil penelitian yang sedalam-dalamnya dari informan sehingga dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Hasil penelitian akan memaparkan perubahan ekonomi sosial bagi petani garam dan masyarakat di Desa Bunder. Selain itu akan dibahas tentang permasalahan yang dihadapi pengelola eduwisata garam, dan dianalisis pengembangan potensi wisata garam Madura. Penelitian ini akan dilakukan di Desa Bunder Kecamatan Pademawu di Kabupaten Pamekasan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara terstruktur dengan jumlah responden 15 terdiri dari petani garam, aparat desa, pengelola eduwisata, masyarakat desa serta pengunjung eduwisata garam. Penentuan partisipan dalam penelitian menggunakan teknik *snowball sampling*.

Analisis data dilakukan sebelum di lapangan, saat dilapangan dan setelah dilapangan. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman wisata garam di Madura sehingga dirumuskan konsep pengembangan wisata garam Madura.

Hasil

Kondisi Eduwisata Garam di Desa Bunder

Eduwisata garam di desa Bunder dampaknya masih belum terasa bagi para petani garam. Hal ini disebabkan karena eduwisata garam masih baru berjalan selama 5 bulan sejak wisata dibuka. Sebelum adanya eduwisata garam di desa Bunder, kunjungan ke tambak garam hanya dilakukan oleh masyarakat dengan kepentingan penelitian dan hanya untuk kepentingan petani garam dalam membuat garam. Namun, setelah adanya pembukaan eduwisata garam banyak masyarakat yang datang berkunjung ke lokasi wisata untuk menikmati beberapa objek wisata seperti spot foto, gazebo dan susur sungai. Sejak dibukanya eduwisata garam, para petani di desa Bunder juga merasa senang karena banyak wisatawan yang datang ke tambak untuk berfoto dan bertanya tentang proses produksi garam. Dengan mulai banyaknya wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata garam, diharapkan nantinya

dapat memiliki dampak terhadap meningkatnya perekonomian dan kesejahteraan para petani garam.

Hal menarik di sini adalah tiket masuk ke eduwisata garam menggunakan E-Garam. Pengunjung cukup membayar tiket masuk sebesar Rp. 3.000,-/orang dan mendapatkan bonus sovenir "Garam Smart". Garam ini merupakan rekristalisasi garam yang diproduksi oleh BUMDes Mutiara Saghara. Garam yang direkristalisasi dibeli dari petani garam, secara tidak langsung dengan adanya eduwisata dapat menyerap hasil panen garam petani.

Permasalahan yang dihadapi pengelola Eduwisata Garam di Desa Bunder

Eduwisata garam Desa Bunder memiliki potensi yang sangat besar karena memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Wisata ini diharapkan ke depannya dapat menjadi sektor andalan yang mampu meningkatkan perekonomian petani garam dan masyarakat desa. Namun, ada beberapa permasalahan yang dihadapi pengelola eduwisata garam diantaranya sebagai berikut: 1) Sumber daya manusia (SDM) yang masih belum terampil. Pariwisata merupakan industri jasa yang melibatkan manusia sebagai faktor penggerak. Oleh karena itu, SDM merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam pembangunan dan pengembangan wisata. Kuantitas dan kualitas SDM sangat dibutuhkan agar pengelolaan eduwisata garam di Desa Bunder menjadi lebih optimal. Selama ini, pengelola eduwisata garam adalah BUMDes (Badan Usaha Milik Desa). Kurangnya jumlah dan minimnya pengetahuan pengelola eduwisata garam di Desa Bunder sehingga tidak maksimal dalam mengelola eduwisata garam; 2) Belum ada *master plan*. Eduwisata garam di Desa Bunder belum memiliki master plan sehingga perencanaan pembangunan dan pengembangan eduwisata garam tidak jelas kedepannya; 3) Minimnya sarana dan prasarana yang disediakan eduwisata garam di Desa Bunder. Diketahui sarana dan prasarana di tempat wisata menjadi pendukung dalam pengembangan wisata. Selain itu, ketersediaan infrastruktur jalan raya dan transportasi menuju ke lokasi wisata menjadi suatu kebutuhan yang penting untuk memudahkan wisatawan dalam mengunjungi lokasi wisata.

Pembahasan

Konsep Pengembangan Eduwisata Garam Madura dengan Analisis SWOT

Berdasarkan matriks analisis SWOT yang disajikan pada tabel 1 (lampiran) konsep pengembangan wisata garam Madura di Desa Bunder dapat dijelaskan sebagai berikut:

Strategi SO

Pada strategi ini eduwisata garam Madura dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki, dengan melakukan: 1) identifikasi apa saja keunikan

eduwisata garam dengan memberikan pengalaman yang berbeda kepada pengunjungnya yaitu pembelajaran tentang proses pembuatan garam. Wisata ini dilengkapi dengan kegiatan susur sungai untuk melihat hutan mangrove. 2) Menyajikan kuliner khas akan menjadi daya tarik bagi pengunjung. 3) Mengadakan festival gunung garam pada waktu musim panen sebagai daya tarik wisata. 4) Memperkenalkan eduwisata garam melalui media sosial agar sebagai bentuk pemasaran.

Pengguna media sosial tentu menjadi hal yang menjanjikan dalam mempromosikan pariwisata dengan didukung keunikan keunikan eduwisata garam dengan memberikan pengalaman yang berbeda kepada pengunjungnya (Wardana *et al.*, 2021). Sebagai bagian dari pengembangan pariwisata, dukungan promosi melalui berbagai media termasuk media sosial akan menjadi suatu kekuatan (Arifin, 2017).

Strategi ST

Pada strategi ini, konsep pengembangan eduwisata garam dapat dilakukan dengan beberapa strategi yaitu: 1) mengembangkan keunikan dan menemukan ikon yang menjadi ciri khas dari eduwisata garam. Sejak awal dikembangkan wisata garam di Desa Bunder, telah memberikan pemandangan alam yang tidak biasa serta memberi pengalaman berbeda dari destinasi wisata lainnya. 2) Meningkatkan kesadaran masyarakat desa akan pentingnya keberadaan sebuah objek wisata.

Proses pengembangan desa wisata harus mampu melibatkan masyarakat sekitar dalam keseluruhan program, karena sebenarnya pengembangan desa wisata tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan cara memperkenalkan nilai-nilai tradisi maupun budaya lokal menjadi suatu destinasi wisata yang menarik (Herdiana, 2019).

Strategi WO

Eduwisata garam Madura dapat menggunakan strategi melalui pemanfaatan peluang untuk mengurangi kelemahan. Berikut hal-hal yang dapat dilakukan: 1) Peningkatan kapasitas pengelola eduwisata garam dengan bantuan dinas pariwisata. 2) Pembuatan *master plan* bisa disinergikan dengan program pemerintah. 3) Bekerjasama dengan pihak travel perjalanan untuk memperkenalkan eduwisata garam di Desa Bunder. 4) Melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan di eduwisata garam

Jika strategi tersebut dilakukan akan memberikan kepuasan kepada pengunjung harapannya mereka bersedia merekomendasikan kepada orang lain dan berkunjung kembali di waktu lain. Pengembangan pariwisata juga harus mencakup pengembangan Sumber Daya Manusia yang sesuai dan regulasi yang baik untuk melindungi kelestarian obyek wisata (Masruroh & Nurhayati, 2016).

Strategi WT

Strategi yang dapat dilakukan yaitu: 1) Memperbaiki jalan menuju eduwisata garam. 2) Menawarkan wisata yang berbeda disaat musim hujan karena pada musim hujan tidak memproduksi garam.

Objek wisata harus memiliki kemudahan diakses dan terjangkau dengan berbagai moda transportasi. Suatu destinasi wisata harus bisa didatangi (*assessibel*) (Yoeti, 2017). Oleh karena itu, aspek aksesibilitas objek wisata harus menjadi perhatian dalam pengembangan wisata.

Simpulan

Upaya pengembangan wisata garam Madura harus dilakukan berdasarkan asas kepentingan bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dukungan dan peran masyarakat sangat dibutuhkan untuk membantu pengembangan eduwisata garam. Berdasarkan hasil analisis SWOT, konsep wisata Madura dapat dilakukan dengan publikasi pariwisata melalui media sosial perlu digalakkan, keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan proses pengembangan desa wisata, pengembangan sumberdaya manusia yang sesuai, dukungan regulasi, serta kemudahan akses menuju objek wisata perlu diperhatikan.

Berdasarkan temuan hasil penelitian, ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan yaitu perlu adanya tindak lanjut pembahasan atas strategi-strategi hasil analisis SWOT yang ditawarkan. Perlu dilakukan forum diskusi untuk merumuskan langkah-langkah apa yang harus dilakukan untuk pengembangan wisata garam Madura. Selain itu diperlukan pendampingan dari pihak pemerintah khususnya dinas pariwisata akademisi, dan pihak swasta.

Daftar Pustaka

- Arifin, S. (2017). Digitalisasi Pariwisata Madura. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 53. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v11i1.2835>
- Barreto, M., & Gantari, I. G. A. K. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(4), 34.
- Efendy, M. (2012). *Garam Rakyat Potensi dan Permasalahan*. UTM Press.
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jumpa*, 6(1), 63–86.
- Hermawan, H. (2017). *BUKU PANDUAN WISATA EDUKASI Kampung Tulip Program Pemberdayaan Masyarakat* (Issue November). STP ARS Internasional Bandung.

- Kartika, T., & Fajri, K. (2017). Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 35–46. <https://doi.org/10.17509/jurel.v14i2.9102>
- Khaerani, R., Pamungkas, P., & Aeni, S. N. (2017). Pengembangan Daya Tarik Wisata Daarus Sunnah Menjadi Wisata Halal. *Tourism Scientific Journal*, 3(1), 92–113. <https://doi.org/10.32659/tsj.v3i1.37>
- Lam, J., Ariffin, A. A. M., & Ahmad, A. H. (2011). Edutourism: Exploring the push-pull factors in selecting a university. *International Journal of Business & Society*, 12(1), 63–78.
- Marlina, N. (2019). Kemandirian masyarakat desa wisata dalam perspektif community based tourism: Studi kasus Desa Ketengger, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i1.4735>
- Masruroh, R., & Nurhayati, N. (2016). Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan. *Prosiding Seminar Nasional IPTEK Terapan (SENIT) 2016 Pengembangan Sumber Daya Lokal Berbasis IPTEK*.
- Mukaromah, L. (2020). Manajemen Pariwisata Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Gunung Mas dalam Kerukunan Umat Beragama di Desa Banjarpanepen Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas. In *Tesis*. IAIN Purwokerto.
- Nugroho, P., Susandini, A., & Islam, D. (2020). Mengkaji Sistem Pemasaran Garam Di Madura. *Media Trend*, 15(1), 111–122. <https://doi.org/10.21107/mediatrend.v15i1.6176>
- Ojo, B. Y., & Yusof, R. N. R. (2019). Edu-Tourism Destination Selection Process in an Emerging Economy. *Journal of Tourism Management Research*, 6(1), 45–59. <https://doi.org/10.18488/journal.31.2019.61.45.59>
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>
- Siswanto, A. D., & Nugraha, W. A. (2016). Permasalahan Dan Potensi Pesisir Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Kelautan: Indonesian Journal of Marine Science and Technology*, 9(1), 12–16. <https://doi.org/10.21107/jk.v9i1.1034>
- Sukriah, E. (2014). Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 11(1), 65–74. <https://doi.org/10.17509/jurel.v11i1.2904>
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.
-

- Taghulih, K. E., Kumenaung, A. G., & Tumangkeng, S. Y. L. (2019). Pengembangan Ekowisata Sebagai Sektor Unggulan Kota Manado (Studi Kasus Obyek Wisata Bunaken). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(2), 119–130.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.* (2009).
- Wahyurini, E. T., & Hamidah, E. (2020). Pengembangan Ekonomi Desa melalui Kampung Garam (Studi Kasus Desa Bunder Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan Madura). *Jurnal Agrinika: Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 4(2), 155. <https://doi.org/10.30737/agrinika.v4i2.1064>
- Wardana, D. J., Safitri, E., Rahim, A. R., & Fauziyah, N. (2021). Memperkenalkan Pariwisata Desa Melalui Media. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 3(1), 713–724.
- Yoeti, O. A. (2017). *Pengelolaan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Barat*. Bandung: Angkasa, 2017.
- Yuliati, E., & Suwandono, D. (2016). Arah Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang. *Ruang*, 2(4), 263–272.

Lampiran

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT (Faktor Internal dan Eksternal)

Faktor Internal	Strenght-S	Weakness-W
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki lahan garam yang sangat luas 2. Memiliki daya tarik wisata alam yang unik dan berbeda dengan destinasi wisata lainnya 3. Tiket masuk yang murah dan dapat sovenir garam 4. Memiliki lingkungan alam yang masih alami 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuantitas dan kualitas Sumber daya manusia (SDM) pengelolah yang masih kurang 2. Belum memiliki <i>master plan</i> 3. Sarana dan prasarana yang belum mamadai 4. Wisata ini bergantung pada musim karena di musim hujan tidak diproduksi garam
Faktor Eksternal	Opportunity-O	Treads-T
	<ol style="list-style-type: none"> 1. trend wisata alam dengan keasrian pedesaan yang masih alami 2. meningkatnya Trend berwisata di kalangan masyarakat 3. minat masyarakat semakin meningkat terhadap destinasi wisata baru 4. Kemajuan tehnologi dapat dimanfaatkan untuk promosi 5. pemerintah Desa sangat mendukung pengembangan desa wisata 6. Menjaln kerjasama dengan isntansi/lembaga yaitu IPSAL KKP, Dinas PMD, Dinas Pariwisata, ASPRIM, Pemerintah Desa (Dana Desa), Pemerintah Provinsi (Bantuan Khusus), UNIBA. 7. Menigkatkan pendapatan daerah PAD atau pendapatan desa PADes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak destinasi wisata yang telah eksis sebelumnya 2. Musim hujan yang membuat akses jalan semakin buruk 3. Kurang pedulinya masyarakat sekitar tentang pentingnya keberadaan sebuah objek wisata