

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA
AIR TERJUN LAPUTI DI TAMAN NASIONAL MATALAWA
DESA PRAING KAREHA, KECAMATAN TABUNDUNG,
KABUPATEN SUMBA TIMUR
Servin Kara Wulang¹⁾, Fadlan Pramata²⁾, Roni Haposan Sipayung³⁾,
Nixon Rammang⁴⁾**

Email : servinkaraw@gmail.com

Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana

ABSTRAK

Wisata air terjun Laputi memiliki potensi wisata alam yang menarik, pemandangan alam yang indah, udara yang sejuk dan keunikan flora dan fauna. Akan tetapi, dalam pengembangan wisata air terjun menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung wisata serta akses jalan menuju tempat wisata yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan berbasis analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi literatur dengan jumlah informan 26 orang, analisis data dengan pendekatan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Hasil penelitian menunjukkan posisi pengembangan wisata air terjun Laputi berada di kuadran satu yaitu strategi agresif dengan nilai $X = 1,19$ dan $Y = 1,00$. Hal ini menunjukkan bahwa destinasi wisata memiliki kekuatan dan peluang besar untuk dikembangkan. Strategi yang dapat dilakukan adalah pengembangan sarana dan prasarana, kerja sama dengan masyarakat lokal, memanfaatkan teknologi *digital* serta pengembangan wisata berbasis konservasi untuk keberlanjutan destinasi wisata.

Kata kunci : Strategi Pengembangan, Wisata Alam, Air Terjun Laputi, Analisis SWOT, Taman Nasional Matalawa

I. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah. Sumber daya alam harus dikelola dengan baik karena sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Hutan memiliki banyak manfaat tidak hanya dari segi ekonomi tetapi juga dari segi lingkungan, manusia memiliki peran penting dalam melestarikan hutan. Kegiatan pengembangan wisata dalam kawasan hutan berdasarkan aturan merupakan upaya memaksimalkan fungsi ekosistem hutan dalam penyediaan jasa lingkungan dapat berupa objek pariwisata yang memiliki keunikan dan keindahan seperti Taman Hutan Raya, Taman Buru, Taman Nasional, Taman Wisata Alam dan Hutan Lindung (Direktorat Pemanfaatan Alam dan Jasa Lingkungan, 2002 dalam Putra *et al*, 2018).

Saat ini dalam era globalisasi sektor pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang memiliki peran strategi dalam menunjang peningkatan perekonomian nasional. Bidang ini merupakan salah satu sumber yang meningkatkan pendapatan devisa negara yang cukup signifikan, selain dari pada itu bidang ini juga mampu menyerap tenaga kerja serta mendorong perkembangan investasi. Dalam pengembangan sektor ini pemerintah bekerja keras membuat beragam kebijakan dan rencana dalam mendukung kemajuan sektor pariwisata. Salah satu kebijakan tersebut adalah menginventarisir, mengembangkan serta menggali obyek-obyek yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan (Asriandy, 2016).

Kabupaten Sumba Timur memiliki beragam potensi wisata yang

dapat menjadi sumber untuk menambah pendapatan daerah. Salah satunya adalah destinasi wisata air terjun Laputi yang terletak di Desa Praing Kareha, Kecamatan Tabundung. Wisata air terjun ini berada dalam zona pemanfaatan hutan Lpauti Kawasan Taman Nasional Matalawa. Berdasarkan peraturan daerah Kabupaten Sumba Timur No.12 Tahun 2020 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah menteapkan kawasan sebagai objek wisata air terjun Laputi Desa Praing Kareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur.

Wisata air terjun Laputi memiliki pemandangan alam yang indah, udara yang sejuk dan bentuk yang sangat untk, air terjun terlihat berundak-undak seperti tangga selain bentuk yang unik sumber airnya sangat melimpah. Objek wisata air terjun berada di zona pemanfaatan hutan Laputi Taman Nasional Matalawa

yang dikelola oleh pihak Balai Taman Nasional Matalawa. Zona pemanfaatan merupakan bagian dari taman nasional yang letak, kondisi dan potensi alamnya dimanfaatkan untuk kepentingan pariwisata alam, kondisi atau jasa lingkungan lainnya. Namun pengelolaan wisata ini dinilai masih belum optimal, baik oleh pemerintah dan masyarakat setempat. Keterbatasan infrastruktur dan fasilitas wisata yang tersedia hanya terdapat gazebo sederhana dari kayu unruk tempat istirahat pengunjung, selain itu akses jalan untuk menuju ditempat objek wisata masih belum optimal, hal ini menunjukkan bahwa kurangnya efektivitas dalam pengelolaan wisata alam ini. Keterlibatan masyarakat setempat masih sangat kurang, baik dalam pengembangan dan penjualan. Saat ini, di sekitar wisata air terjun Laputi belum ada warung atau pedagang

yang menyediakan makanan dan minuman. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya strategi pengembangan yang komprehensif pada objek wisata alam air terjun Laputi.

Pengembangan obyek wisata upaya, mendorong perubahan kepariwisataan yang bertujuan memperoleh manfaat dan keuntungan yang lebih baik. Pengembangan objek wisata pada dasarnya, menghadapi berbagai faktor yang harus diperhatikan dalam pengembangan wisata seperti aksesibilitas, keselamatan, pengembangan infrastruktur dan yang paling penting tidak merusak ekosistem alam.

Pemanfaatan objek wisata air terjun Laputi diharapkan dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi untuk masyarakat sekitar dan masyarakat secara keseluruhan di

Kabupaten Sumba Timur untuk mendukung pengembangan objek wisata air terjun Laputi di Desa Praing Kareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur untuk meningkatkan peran sektor pariwisata dalam pembangunan daerah, diperlukan upaya pengembangan pariwisata menjadi panduan dan landasan dalam memanfaatkan serta mengidentifikasi potensi pariwisata yang memiliki daya tarik bagi para wisatawan untuk mengunjungi objek wisata ini.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Air Terjun Laputi Di Taman Nasional Matalawa, Desa Praing Kareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur”. Dengan rumusan masalah penelitian, yaitu : Bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk wisata

air terjun Laputi di Taman Nasional Matalawa Desa Praingkareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur?

II. Metode Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan pada bulan Januari-Februari tahun 2026 di wisata air terjun Laputi, Desa Praingkareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dihasilkan oleh peneliti secara langsung dilapangan melalui wawancara, observasi dan penggunaan kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia sebelumnya seperti buku, artikel dan dokumen lainnya yang relevan dengan

penelitian. Informan dalam penelitian ini berjumlah 26 orang diantaranya yaitu, pengelola Balai Taman Nasional Matalawa, Dinas Pariwisata dan masyarakat sekitar wisata air terjun Laputi. Untuk menentukan strategi pengembangan wisata air terjun Laputi menggunakan pendekatan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dengan kombinasi matriks IFAS dan EFAS.

Tabel : Matriks SWOT

	Strenght (S)	Weakness (W)
Internal	Kekuatan Internal	Kelemahan Internal
Eksternal	Opportunity (O) Peluang Eksternal	Strategi S-O Menyusun strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
		Strategi W-O Menyusun strategi meminimal kan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

Threat (T)	Strategi S- T	Strategi W-T
Ancaman Eksternal	Menyusun strategi mengguna kan kekuatan untuk menghinda ri ancaman	Menyusun strategi meminimal kan kelemahan untuk mengatasi ancaman

Sumber : Rangkuti (2004)

Menurut Rangkuti, (2004) terdapat langkah dalam menentukan faktor internal dan eksternal yaitu :

1. Mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman pada kolom 1
2. Beri bobot pada masing0masing faktor dalam kolom 2 mulai dari angka 1,0 (sangat penting)-0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruhnya pada faktor strategis untuk menentukan strategi pengembangan wisata air terjun Laputi (setiap bobot tidak lebih dari skor 1,00)

3. Hitung rating dikolom 3 untuk faktor internal dan memberikan skala mulai dari angka 4 (sangat bagus) – 1 (dibawah rata-rata) berdasarkan pengaruh pada faktor strategi pengembangan wisata air terjun Laputi. Variabel faktor internal dan eksternal terdapat nilai positif dengan angka (+1 sampai +4) sedangkan nilai negatif dengan angka (1 sampai 4)
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating dikolom 3 untuk menghasilkan faktor pembobotan di kolom 4. Sehingga faktor strategi internal dan eksternal menghasilkan skor pembobotan.
5. Jumlahkan skor pembobotan yang menunjukkan unit terhadap

faktor strategi internal dan eksternal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Wisata air terjun Laputi terletak dalam kawasan zona pemanfaatan Taman Nasional Matalawa di Desa Praing Kareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur. Zona pemanfaatan Laputi memiliki luasan 525,37 Ha, wisata air terjun Laputi merupakan salah satu wisata yang telah dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Wisata air terjun memiliki tinggi total ± 100 m dengan objek utama air terjun berundak-undak seperti tangga.



Gambar 1.1 : Air Terjun Laputi

Letak kawasan wisata air terjun laputi memiliki jarak ± 117 Km dengan waktu tempuh ± 4 jam dari pusat kota Waingapu. Seluruh sarana penghubung jalan menuju wisata air terjun Laputi dapat dijangkau dan ditempuh melalui jalan darat. Akses jalan darat dapat menggunakan roda 2, roda 4 dan roda 6. Kondisi jalan penghubung dari pusat kota Waingapu masih memprihatinkan dimana kondisi jalan hampir sebagian besar pengerasan (rusak). Lalu, kondisi jalan desa Praing Kareha menuju pintu masuk wisata air terjun Laputi masih mengalami kerusakan dan penuh lubang

akibat genangan air hujan yang meresap kelapisan jalan. Kondisi jalan yang baik, aman dan sarana transportasi merupakan elemen penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan (Sudarwan, 2021 dalam Iqbal, 2025).



Gambar 1.2 : Jalan Setapak

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan bahwa aspek faktor internal yang mencakup kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dan aspek faktor eksternal mencakup peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) berperan penting dalam upaya pengembangan wisata air terjun Laputi. Pada analisis faktor keberhasilan wisata air terjun Laputi dalam penyusunan strategi pengembangan terdapat

perhitungan dan faktor lainnya yang terdiri dari pemberian bobot dan rating.

Berdasarkan hasil pemberian bobot dan rating pada faktor kekuatan dan kelemahan dalam bentuk IFAS dapat di perhatikan pada tabel dibawah :

Tabel 1 : Faktor Strategi Internal

No	Faktor Strategi Internal Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Bobot	Rating	Skor
1.	Pemandangan alam yang indah, sejuk dan masih asli, serta keunikan flora dan fauna.	0,13	4	0,52
2.	Harga tiket masuk wisata air terjun Laputi relatif terjangkau.	0,13	4	0,50
3.	Air terjun dimanfaatkan sebagai Pembangkit Listrik Tenaga Mikro Hidro (PETMH)	0,12	4	0,50
4.	Kondisi keamanan wisata yang didukung dengan keramahan masyarakat lokal.	0,13	4	0,52
Jumlah		0,51		2,04

No.	Faktor Strategi Internal Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Skor
1.	Akses jalan menuju wisata air terjun Laputi yang masih belum cukup memadai	0,10	2	0,19

2.	Keterbatasan fasilitas di wisata air terjun Laputi.	0,09	2	0,18
3.	Promosi wisata air terjun Laputi yang masih kurang.	0,10	1	0,13
4.	Dana dan sumber daya manusia yang terbatas.	0,10	2	0,17
5.	Pengelolaan yang masih belum terstruktur seperti tidak terdapat papan informasi keselamatan	0,10	2	0,18
Jumlah		0,49		0,85
TOTAL S-W		1,00		1,19

	terjun Laputi melalui sosial media			
3.	Dukungan kerja sama dan partisipasi pemerintah, lembaga swasta dan masyarakat dalam pengembangan wisata air terjun Laputi.	0,16	3	0,24
4.	Menjadi peluang ekonomi dalam industri wisata.	0,16	4	0,58
Jumlah		0,64		1,71

Sumber Data : Data Primer (2026)

Berdasarkan hasil pemberian bobot dan rating pada faktor peluang dan ancaman dalam bentuk EFAS dapat diperhatikan pada tabel 4.6

Tabel 2 : Faktor Strategi Eksternal

No .	Faktor Strategi Eksternal Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Skor
1.	Tren wisata alam yang terus meningkat	0,15	3	0,39
2.	Promosi wisata air	0,17	4	0,50

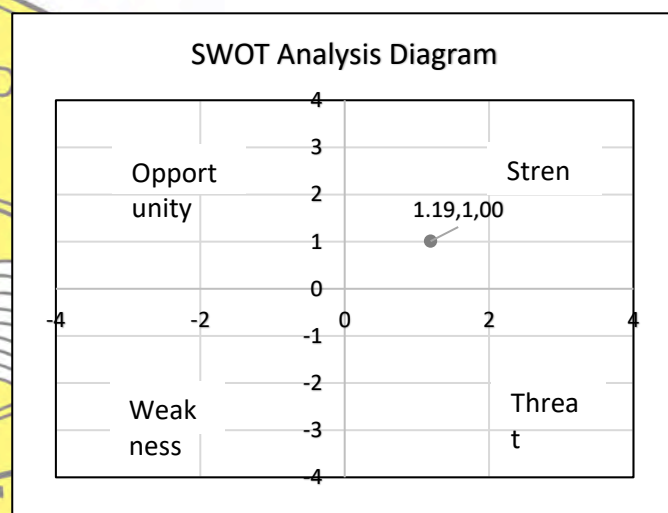
No .	Faktor Strategi Eksternal Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot	Rating	Skor
1.	Adanya persaingan antara wisata yang sejenis	0,09	1	0,14
2.	Kemungkinan terjadi bencana alam seperti banjir dan lain sebagainya	0,12	2	0,22
3.	Kurangnya pengunjung diwisata air terjun Laputi	0,15	2	0,35
Jumlah		0,36		0,71
TOTAL O-T		1,00		1,00

Sumber Data : Data Primer, 2026

Berdasarkan data hasil yang dihitung pada tabel diatas, dapat diketahui pembobotan dari nilai rating faktor internal dan rating faktor eksternal. Hasil analisis IFAS terdapat faktor kekuatan yang memiliki nilai sebesar 2,04. Sedangkan untuk faktor kelemahan memiliki nilai sebesar 0,85. Hasil perhitungan dari nilai skor faktor internal dalam strategi pengembangan wisata air terjun Laputi di Taman Nasional Matalawa, Desa Praing Kareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur yaitu faktor kekuatan kemudian dikurangi dengan faktor kelemahan sebagai sumbu horizontal dengan nilai X adalan 2,04-0,85 = 1,19. Sehingga nilai X dalam diagram SWOT adalah 1,19.

Selanjutkan, dalam hasil analisis EFAS dapat diketahui bahwa faktor peluang memiliki nilai sebesar 1,71.

Sedangkan untuk faktor eksternal dalam strategi pengembangan wisata air terjun Laputi di Taman Nasional Matalawa, Desa Praing Kareha, Kecamatan Tabundung, Kabupaten Sumba Timur yaitu faktor peluang kemudian dikurangi dengan faktor ancaman



sebagai sumbu vertikal dengan nilai Y adalah $1,71 - 0,71 = 1,00$ sehingga nilai sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,00

Gambar 3

: Diagram SWOT

Berdasarkan gambar 3 diagram SWOT, posisi pengembangan wisata air

terjun aputi berada pada kuadran I atau berda diposisi strategi agresif (S-O) hal ini menunjukkan bahwa kawasan wisata air terjun Laputi memiliki kekuatan dan juga peluang yang dalam kondisi yang menguntungkan dan menjanjikan.

Menurut (Putra *et al.*, 2018) berpendapat bahwa objek wisata yang berada pada kuadran I yaitu agresif analisis SWOT, situasi ini dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan serta peluang untuk meningkatkan daya saing wisata air terjun. Posisi tersebut menunjukkan bahwa kawasan wisata air terjun Laputi memiliki kekuatan internal seperti pemandangan alam yang indah, sejuk dan maih asli serta keunikan flora dan fauna, harga tiket masuk wisata yang relatif terjangkau, air terjun dimanfaatkan sebagai sumber energi dan kondisi kewanaman wisata yang di dukung dengan keramahan masyarakat lokal.

Strategi agresif, dalam pengelolaan kawasan berpusat pada memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mencapai peluang yang ada ssecara optimal, hal ini bertujuan untuk meraih pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan.

No	Strategi SO	Strategi jangka pendek (1-2 tahun)	Strategi jangka menengah (3-5 tahun)	Strategi jangka panjang (5-10 tahun)
1	Mengembangkan potensi wisata air terjun Laputi dengan memanfaatkan alamnya, udara sejuk serta keunikan flora dan fauna untuk menarik minat pengunjung yang	Mengidentifikasi potensi wisata seperti keindahan wisata, keunikan flora dan fauna serta spot foto guna mendukung promosi dan pengembangan wisata.	Mengembangkan paket wisata berbasis alam seperti edukasi flora dan fauna, treking dan <i>bird watching</i>	Menjadikan wisata air terjun Laputi sebagai destinasi wisata unggulan

	semakin meningkat terhadap wisata alam.					untuk PLTMH guna mendukung penyediaan listrik untuk fasilitas wisata sebagai penerangan dan menjadi sumber listrik bagi masyarakat sekitar.	kembali fasilitas PLTMH sebagai sumber penyediaan listrik untuk kawasan wisata dan masyarakat sekitar	H guna mendukung fasilitas wisata dan kebutuhan masyarakat lokal.	tarik wisata edukasi energi terbarukan yang terintegrasi dengan pengelolaan destinasi wisata
2	Mengoptimalkan promosi wisata melalui sosial media dengan memperlihatkan keindahan panorama wisata air terjun Laputi serta keunikan flora dan fauna untuk meningkatkan minat dan jumlah kunjungan wisatawan.	Membuat akun sosial media resmi untuk mempromosikan foto dan video promosi dan mempromosikan destinasi wisata secara intensif	Menjadi kerjasa ma dengan berbagai pihak untuk memperluas promosi wisata seperti, <i>influencer</i> , komunitas fotografi dan media digital.	Membangun <i>branding digital</i> wisata air terjun sebagai destinasi wisata unggulan yang dikenal secara nasional maupun internasional	4	Mengoptimalkan harga tiket yang terjangkau sebagai daya tarik wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan agar dapat mendukung pertumbuhan ekonomi	Menetapkan harga tiket yang terjangkau guna meningkatkan minat kunjungan untuk pengunjungan	Mengalokasikan sebagian pendapatan dari penjualan tiket untuk perbaikan, pemeliharaan fasilitas dan pengembangan destinasi wisata.	Mewujudkan pengelolaan keuangan destinasi wisata yang mandiri sehingga dapat mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar
3	Mengoptimalkan pemanfaatan air terjun	Melakukan perbaikan dan mengaktifkan	Mengembangkan pemanfaatan PLTM	Menjelaskan PLTMH Sebagai daya					

	i masyara kat sekitar.				ekonom i masyara kat lokal.			m) yang memp u menin gkatka n keseja hteraan ekono mi secara berkela njutan.
5	Mening katkan kerjasa ma antar pemerin tah, masyara kat dan pihak swasta dalam pengem bangan produk dan atraksi wisata.	Menjalin komunik asi serta menyusu n kesepak atan kerjasam a dengan pemang ku kepentin gan.	Menge mbangk an atraksi wisata seperti jelajah alam, festival budaya, wisata fotograf i dan pamera n produk lokal.	Memb angun kemitr aan yang berkela njutan untuk mendu kung inovasi , investa si dan penge mbang an wisata secara terpad u	Sumber Data : Data Primer, 2026			
6	Melibat kan masyara kat lokal dalam menge mbangk an usaha kuliner lokal, jasa <i>guide</i> , souveni r agar dapat menduk ung pendapa tan	Member ikan pelatiha n kepada masyara kat lokal terkait dengan pengem bangan kuliner lokal, kerajina n/souven ir dan pemand u wisata.	Membe ntuk kelomp ok usaha wisata serta mening katkan kualitas produk lokal	Mewuj udkan masyar akat lokal sebagai pelaku utama dalam pengel olaan wisata berbasi s masyar akat (<i>Comm unity based touris</i>	Dengan adanya penyusunan strategi tersebut dapat membantu pengembangan wisata air terjun Laputi agar lebih dilakukan secara bertahap, terarah dan berkelanjutan dan bermanfaat untuk kesejahteraan masyarakat loka. Selain itu sangat perlu dilakukan pengawasan dan perawatan secara rutin, seperti melakukan pemeliharaan, pengawasan dan pemanfaatan potensi wisata agar tetap menjaga kelestarian dan keindahan wisata air terjun Laputi.			

Sumber Data : Data Primer, 2026

Dengan adanya penyusunan strategi tersebut dapat membantu pengembangan wisata air terjun Laputi agar lebih dilakukan secara bertahap, terarah dan berkelanjutan dan bermanfaat untuk kesejahteraan masyarakat loka. Selain itu sangat perlu dilakukan pengawasan dan perawatan secara rutin, seperti melakukan pemeliharaan, pengawasan dan pemanfaatan potensi wisata agar tetap menjaga kelestarian dan keindahan wisata air terjun Laputi.

IV. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengembangan wisata air terjun Laputi memiliki potensi pengembangan yang besar yang didukung oleh kekuatan internal. Pengembangan wisata air terjun Laputi berada pada posisi kuadran I strategi agresif (SO). Oleh sebab itu, perlu dilakukan pengembangan potensi wisata, perbaikan fasilitas dan aksesibilitas, meningkatkan promosi digital, dan melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat lokal untuk mendukung pengembangan wisata berkelanjutan.

2. Saran

- 1) Kepada pemerintah daerah dan pengelola yakni Balai Taman Nasional Matalawa perlu meningkatkan kualitas infrastruktur, terutama perbaikan jalan menuju

kawasan wisata agar memudahkan pengunjung mencapai lokasi wisata.

- 2) Pengelola perlu menyusun sistem manajemen wisata yang lebih terstruktur yakni sistem keamanan pengunjung, standar operasional pengelolaan, mitigasi bencana dan konservasi lingkungan guna keberlanjutan wisata air terjun Laputi.

- 3) Perlu untuk menambah, memperbaiki dan merawat sarana dan prasarana dan fasilitas pendukung lainnya untuk mendukung kenyamanan wisata.

- 4) Perlu melibatkan masyarakat lokal dalam melakukan

- kegiatan pnceolaan dan pengembangan wisata.
- 5) Kepada openeliti selanjutnya perlu mengkaji aspek-aspek seperti kepuasan pengunjung sehingga menghasilkan rekomendasi pengembangan wisata yang berkelanjutan.
- Putra, I. K. S., Yanarita, & Triyadi, A. (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bawin Kameloh di Taman Hutan Raya Lapak Jaru di Kabupaten Gunung Mas. *Jurnal Hutan Tropika*, 8(2), 94–105.

<https://e-journal.upr.ac.id/index.php/JHT/article/view/298>

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, P., Amelia, V., & Firlianty, F. (2022). Potensi Daya Tarik Objek Ekowisata Kawasan Punggualas di Taman Nasional Sebangau. *Jurnal of Environmental and Mangement*, 3(3), 186-194
- Rangkuti, F. (2004). Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis: PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., Zahra, S., & Tabrani, M.B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmu*
- Iqbal, G. C. (2025). Strategi Pengembangan Hutan Wisata Ampupu Di Desa Kebesani, Kecamatan Detukeli, Kabupaten Ende

Manajemen dan Kewirausahaan,

1(1), 284-294.

