



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.  
Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897

Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Agustus 2023	Accepted: September 2023	Published : Oktober 2023
------------------------	--------------------------	--------------------------

## Strategi Pengembangan Potensi Objek Wisata Rumah Adat Saga Di Desa Kecamatan Detusoko

Yohana Irmina Ngo<sup>1</sup>, Rafael Octavianus Byre<sup>2</sup>, Maria Endang Jamu<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

[Irminngo145@gmail.com](mailto:Irminngo145@gmail.com)

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui (1) Bagaimana strategi dalam mengembangkan potensi objek wisata rumah adat di desa Saga Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende. (2) Untuk mengetahui dampak pengembangan potensi objek wisata Rumah Adat saga terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat di desa Saga Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan SWOT Analysis. Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah 20 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) internal (kekuatan dan kelemahan) dengan nilai 3,05 (2) eksternal (peluang dan ancaman) memiliki nilai 2,84. Strategi yang di pilih Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy), dengan penerapan GOS tersebut objek wisata rumah adat desa Saga dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga dapat mengembangkan potensi objek wisata secara maksimal.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman.

**Abstract.** This study aims to find out (1) what is the strategy in developing the potential of the traditional house tourism object in Saga village, Detusoko district, Ende district. (2) to find out the impact of developing the potential for the saga traditional house tourism object on the socio-cultural life of the community in Saga village, Detusoko district, Ende district. This research includes causality research using the SWOT analysis approach. There were 20 informants or

*resource persons in this study. The results of this study indicate that, (1) internal (strengths and weaknesses) with a value of 3.05 (2) external (opportunities and threats) has a value of 2.84. The chosen strategy The strategy that must be applied in this condition is to support an aggressive growth policy (Growth Oriented Strategy), with the application of the GOS, the Saga village traditional house tourist attraction can maximize its strengths to seize the various opportunities that exist so that it can develop the potential of tourism objects. maximally.*

**Keywords:** *Celebrity Endorser, Brand Image, Testimonials, Buying Interest*

## **I.PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan produk jasa pelayanan yang mengandalakan potensi alam dan budaya yang tidak bisa dilepaskan dari peran sumber daya manusianya. Konsep strategi ecotourism semuanya berpeluang pada hasil akhir yaitu pelestarian sumber daya alam dan budaya melalui pemberdayaan masyarakat. Tolak ukur keberhasilan pembangunan adalah terwujudnya kawasan yang lestari, berkelanjutan yang diikuti dengan kemandirian lembaga-lembaga lokal, sumber daya manusia yang professional (Amalia, *at al.*2019). Objek wisata juga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat karena dengan adanya potensi wisata mampu menciptakan pengaruh luas dalam aspek ekonomi. Pengaruh yang ditimbulkan tersebut tidak hanya dialami oleh pemerintah, tetapi juga oleh masyarakat sekitar tempat wisata.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai layanan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Didalam pariwisata juga terdapat ikon budaya yang khas disuatu daerah tertentu. Seperti tari-tarian, ritus acara adat, rumah adat dan berbagai pernik-pernik kerajinan masyarakat yang biasanya berhubungan dengan adat. Kebudayaan sendiri dapat dibandingkan sebagai suatu abstraksi kecakapan bertindak manusia yang telah diwarnai oleh sekelompok manusia yang mempunyai tradisi atau kebiasaan yang sama. Maka kebudayaan tersebut mengisyaratkan suatu yang kompleks karena di dalamnya terlingkup berbagai unsur budaya dimana di antaranya upacara adat. Objek wisata rumah adat merupakan objek wisata yang sedang berkembang, seiring perkembangan pariwisata di pulau Flores dan Kabupaten Ende. Objek wisata rumah adat di desa Saga Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende sebagai contohnya. Desa adat saga merupakan salah satu desa tradisional wilayah di kabupaten Ende yang menganut pemukiman aritektur tradisional Ende Lio.

Desa adat Saga masih memegang nilai-nilai kebudayaan terdahulu serta kepercayaan-kepercayaan dari nenek moyang. Desa adat saga memiliki potensi yang besar sebagai desa yang masih mempertahankan kebudayaan daerah sampai sekarang dengan adanya kegiatan-kegiatan upacara adat panen raya yang biasa disebut pesta nggua yang biasa dilakukan pada bulan September. Rumah adat di desa Saga saat ini masih ada sebanyak 22 rumah yang berdiri utuh. Objek wisata rumah adat di desa Saga memiliki keunikan dan bisa dikembangkan lebih lanjut dalam menarik wisatawan. Alasan – alasan yang telah dipaparkan sebelumnya membuat rumah adat di desa Saga harus dikembangkan dan dilestarikan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas warisan budaya.

Fenomena tantangan terberat di Kabupaten Ende dalam upaya membangun sektor pariwisata adalah daya tarik wisata yang sudah didatarkan dan sedang dikembangkan namun belum sepenuhnya dikelola dengan baik karena masih terbatasnya fasilitas pendukung yang memadai. Ini diakibatkan belum sepenuhnya menerapkan strategi pengembangan baik yang dilakukan pemerintah daerah dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata daerah termasuk dengan faktor kekuatan kegiatan tersebut. Apabila semuanya ditangani dan dikembangkan tentunya akan memberikan dukungan bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah. Salah satu bentuk kegiatan prioritas yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah saat ini adalah melakukan sosialisasi tentang program pengembangan dan pembentukan Desa Wisata di beberapa destinasi wisata yang ada termasuk di Kampung Adat Desa Saga.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi**

Menurut Chandler dalam (Arif *et al*, 2017) strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Ia merupakan sebuah rencana permanen untuk sebuah kegiatan. Di dalamnya biasanya termasuk formulasi tujuan dan kumpulan rencana kegiatan. Hal ini mengindikasikan adanya upaya memperkuat daya saing pekerjaan bisnis dalam mengelola organisasi dan mencegah pengaruh luar yang negatif pada kegiatan organisasi.<sup>3</sup> Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas.

## **Manajemen Strategi**

Menurut Ishak, Ahmadin, and Najamuddin (2020) manajemen strategik adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Bahiyah, R, and Sudarti (2018) dalam strategi pengembangan diperlukan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT” merupakan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan Ancaman (*Threats*)

## **Pengembangan**

Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan- kemampuan sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal serta pribadi mandiri (Nuraimma, 2018).

## **Daya Tarik Wisata**

Suwarno dalam (Nuraimma 2018) mengatakan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang harus ada, karena daya tarik merupakan unsur utama produk pariwisata seperti diungkapkan. Menurut Undang Undang No 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata menyatakan bahwa daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

## **Kerangka Pemikiran**

Pada umumnya masalah objek wisata telah diorientasikan kearah kemajuan usaha peningkatan ekonomi, dan pembangunan kawasan wisata tersebut. Dalam pengembangan objek wisata khususnya daerah yang diharapkan tentunya adalah peningkatan jumlah wisatawan. Selain itu dilibatkan masyarakat sekitar ke dalam pembangunan pariwisata

tersebut akan memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk meningkatkan taraf hidupnya. Pembangunan objek wisata bertujuan memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun masyarakat setempat melalui keuntungan ekonomi yang dapat dari wisata. Dampak pengembangan objek wisata Rumah Adat Saga dapat dilihat dari aspek sosial budaya masyarakat Kabupaten Ende yang melestarikan kebudayaan dan menjaga nilai-nilai budaya yang dijadikan Rumah Adat Saga menjadi salah satu objek wisata. Upaya pemerintah desa Saga sangat mendukung dalam kearifan lokal serta ikut berpartisipasi dalam acara adat dan mendorong pengembangan Rumah Adat Saga yang merupakan kebijakan pemerintah dalam mendukung kehidupan sosial budaya masyarakat.



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

### III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan dalam wilayah Desa Saga kecamatan Detusoko kabupaten Ende. Subjek/Objek Penelitian Untuk mengumpulkan data telah ditentukan para informan yang akan memberikan informasi mengenai masalah yang diteliti. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis Data Untuk menganalisa data yang diperoleh maka penulis menggunakan analisa deskriptif kualitatif.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis SWOT

#### Analisis Lingkungan Internal

#### Matriks Analisis Strategi

Matriks analisis strategi dibuat untuk memberikan bobot nilai dan rating dari pemetaan awal strategi yang sudah dibuatkan sebelumnya. Jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)**

<b>Faktor Internal</b>				
<b>No</b>	<b>Kekuatan (Strength)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
1.	Pemandangan alam yang indah berhawa sejuk dan masih asri.	0.158	4	0.554
2.	Objek wisata yang unik dan menarik dengan rumah adat yang masih tradisional	0.172	4	0.653
3.	Keramahan masyarakat di sekitar	0, 163	4	0, 586
4.	Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan	0.154	3	0.523
	<b>Sub total</b>	<b>0.65</b>		<b>2.32</b>
<b>No</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
1.	Kurangnya atraksi wisata seperti pementasan kesenian	0.066	1	0.095
2.	Promosi objek wisata yang belum maksimal	0.110	2	0.270
3.	Belum adanya toko souvenir di sekitar objek wisata	0.066	1	0.095
4.	Kurangnya tenaga kerja professional dan SDM yang kreatif dan inovatif dalam mengelola objek wisata penunjang seperti penginapan dan rumah makan	0.111	2	0.272
	<b>Sub total</b>	<b>0.353</b>		<b>0.73</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.05</b>

**Sumber: Olahan Penulis**

Berdasarkan tabel matriks IFAS pada tabel 4.6 diatas, dapat dijelaskan bahwa kekuatan utama pada Objek wisata Rumah Adat Sagaadalah Objek wisata yang unik dan menarik dengan rumah adat yang masih tradisional, memiliki skor penilaian 0, 653. Hasil perhitungan tersebut sesuai dengan hasil observasi peneliti dimana terdapat 22 Rumah adat

yang masih tradisional sehingga menjadi daya Tarik tersendiri bagi para wisatawan. Kelemahan yang paling besar yang dimiliki objek wisata rumah adat Saga adalah Kurangnya tenaga profesional dan SDM yang kreatif dan inovatif dalam mengelola objek wisata penunjang seperti penginapan dan rumah makan, memiliki skor penilaian 0,272. Hasil perhitungan ini sesuai dengan hasil observasi peneliti dimana kurangnya tenaga kerja profesional untuk memandu para wisatawan untuk berkunjung ke rumah adat Saga dimana hanya terdapat satu orang pemandu, sehingga membuat wisatawan merasakan kesulitan dilokasi wisata,

**Tabel 2**  
**Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)**

<b>Faktor Eksternal</b>				
<b>No</b>	<b>Peluang (Opportunities)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
1.	Berkembangnya sektor pariwisata dan semakin diminati oleh masyarakat.	0.158	4	0.554
2.	Menyuarakan tenaga kerja disekitar objek pariwisata dan mengurangi pengangguran	0.172	4	0.653
3.	Minat berkunjung wisatawan yang cukup baik, serta opini dari wisatawan yang sudah berkunjung sangat positif.	0.163	4	0.586
4.	Aksesibilitas yang mudah dijangkau.	0.154	4	0.523
	<b>Sub total</b>	<b>0.647</b>		<b>2.32</b>
<b>No</b>	<b>Ancaman (Threats)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
1.	Berkembangnya objek wisata lain dan meningkatkan persaingan	0.066	1	0.095
2.	Cuaca alam yang tidak menentu karena terletak di Dataran tinggi.	0.111	2	0.272
3.	Kurangnya dukungan pemerintah daerah (dalam promosi dan penyediaan sarana dan prasarana).	0.066	1	0.095
4.	Ancaman berupa peraturan pemerintah berkaitan dengan kondisi global Ketika pandemi Covid 19			
	<b>Sub total</b>	<b>0.353</b>		<b>0.73</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.05</b>

**Sumber: Olahan Penulis**

Berdasarkan tabel matriks EFAS pada tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa Peluang terbesar wisatawan untuk berkunjung ke Objek wisata Rumah Adat Saga adalah

minat berkunjung wisatawan yang cukup baik, serta opini dari wisatawan yang sudah berkunjung sangat positif, memiliki skor penilaian 0, 631. Hasil perhitungan tersebut sesuai dengan hasil observasi peneliti, dimana terdapat banyak wisatawan yang berkunjung lebih dari satu kali meskipun Objek Wisata Rumah Adat saga proses pengembangannya masih tergolong sederhana namun minat pengunjung untuk berwisata di lokasi tersebut terbilang sangat baik.

### Rekapitulasi Hasil Perhitungan SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan melalui analisis SWOT, nilai EFAS dan IFAS diketahuisebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Rekapitulasi Hasil Perhitungan SWOT**

No	Uraian	Nilai
1.	Faktor Internal	
	Kekuatan	2.32
	Kelemahan	0.73
2.	Faktor Eksternal	
	Peluang	2.18
	Ancaman	0.66

**Sumber: Olahan Penulis**

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada tabel di atas, maka strategi keseluruhan dapat diketahui dengan menggunakan peluang sebaik-baiknya mencoba meminimalisir kelemahan, menggunakan tingkat kekuatan sebagai modal utama dasar serta menekan ancaman yang ada pada perusahaan.

### Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan hasil matriks SWOT diatas secara ringkas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4**  
**Pembobotan Hasil Kuesioner SWOT**

IFAS	S = 2.32	W = 0.73
EFAS	SO = 4.50	WO = 2.91
Q = 2.18	ST = 2.98	WT = 1.39
T = 0.66		

**Sumber: Olahan Penulis**

Berdasarkan tabel diatas maka disusun prioritas strategi berdasarkan kombinasi

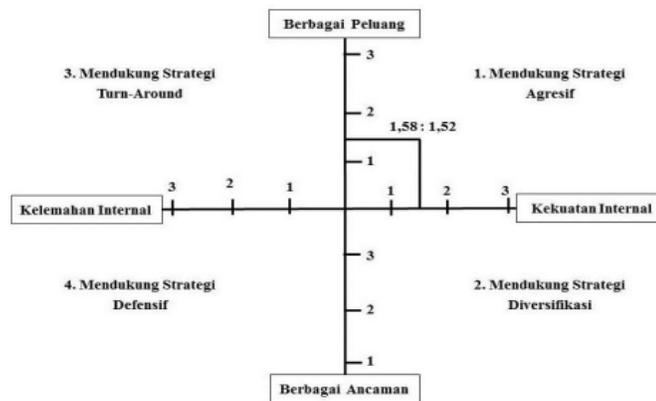
strategi yang memiliki nilai paling tinggi sampai rendah, sebagaimana seperti yang terdapat pada tabel berikut.

**Tabel 5**  
**Urutan ALternatif Strategi SWOT**

Prioritas	Strategi	Bobot Nilai
1.	<i>Strength – Opportunities (SO)</i>	0.14
2.	<i>Weaknesses – Opportunities (WO)</i>	-1.45
3.	<i>Strength – Threats (ST)</i>	1.66
4.	<i>Weaknesses – Threats (WT)</i>	0.07

**Sumber: Olahan Penulis**

Selanjutnya dilakukan pendekatan dengan menggunakan diagram cartesius berikut,



**Gambar 2**

**Diagram Cartesius Analisis SWOT**

Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa objek wisata rumah adat Saga berada pada kuadran growthartinya masih ada peluang untuk berkembang karenaada dukungan yaitu kekuatan yang dimiliki rumah adat ini. Kekuatan utama yang dimiliki yaitu pemandangan alam yang indah , berhawa sejuk dan masih asri, dengan rumah adat yang masih tradisional, keramahan masyarakat sekitar dan suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan. Dengan kekuatan yang dimiliki sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan temuan itu, maka strategi yang dapat diterapkan adalah (*Growth Oriented Strategy*), yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan penerapan GOS tersebut dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga dapat menyainggii pesaing lain yang menyajikan objek wisata yang sama.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

### **Strategi SO (*Strength-Opportunity*)**

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh yaitu :

1. Meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi sehingga masyarakat mengetahui keunikan objek wisata rumah adat Saga.
2. Meningkatkan lamanya waktu berkunjung dengan penyediaan fasilitas untuk kenyamanan wisatawan seperti penginapan dan rumah makan
3. Meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung dengan keramahan sehingga mempertahankan pandangan positif tentang objek wisata rumah adat Saga
4. Mempercepat peningkatan aksesibilitas sehingga semakin mudah dijangkau seperti penyediaan internet di objek wisata rumah adat desa Saga.

### **Strategi ST (*Strength-Threat*)**

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini dibuat untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST yang ditempuh, yaitu :

1. Perlu dipikirkan strategi untuk meningkatkan atraksi pariwisata berupa pertunjukan kesenian dan pembuatan jadwal seremonial adat guna memadukan minat masyarakat dan atraksi kesenian di Desa Adat Saga
2. Strategi promosi yang semakin gencar lewat berbagai platform media sosial.
3. Menyediakan toko oleh-oleh atau souvenir disekitar objek wisata rumah adat desa Saga
4. Mengajak para pemangku kepentingan dalam melatih dan meningkatkan tenaga profesional masyarakat setempat serta penyediaan aksesibilitas baik sarana dan prasarana serta jaringan internet.

### **Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)**

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang ditempuh, yaitu :

1. Promosi melalui platform media sosial guna memunculkan citra rumah adat desa Saga yang unik dan masih tradisional.
2. Strategi Citra produk (brand strategic) sebagai daerah yang terletak didaerah pegunungan yang sejuk dan alternatif orang untuk berlibur terkemuka dan dekat dengan akses ke kota Ende.
3. Strategi mendorong kepedulian pemerintah dengan mengajak pemangku kepentingan dalam hal ini Dinas instansi dana semua pihak terkait menyangkut promosi dan pelatihan-pelatihan tenaga professional
4. Memperlakukan protocol Kesehatan akan tetapi tanpa mengurangi kenyamanan para pengunjung, dengan berpikir untuk menjadikan kampung Saga sebagai daerah peduli Covid. (para pelaku dan masyarakat harus sudah di vaksin).

### **Strategi WT (*Weakness-Threat*)**

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang ditempuh, yaitu :

1. Strategi pembuatan kelender acara adat dan selalu menyambut tamu dengan penyambut secara adat dan tari-tarian.
2. Strategi promosi tentang objek wisata alam pendukung seperti air terjun dan kenyamanan yang didapatkan wisatawan di daerah desa Saga yang sejuk dan nyaman
3. Memanfaatkan dana desa untuk mengembangkan pariwisata didesa objek rumah adat Saga

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat*) Pengembangan objek wisata rumah adat saga berada pada kuadran 1. Hal ini menunjukkan

bahwa pengembangan objek wisata Rumah Adat Saga berpotensi untuk dikembangkan sebagai satu destinasi pariwisata. Dengan berada di kuadran 1, maka strategi yang digunakan adalah strategi agresif yang berarti bahwa pengelolaan dalam hal ini adalah mosalaki yang merupakan masyarakat desa saga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan-kekuatan yang dimiliki. Untuk memanfaatkan strategi dan peluang yang ada, beberapa alternative yang direkomendasikan untuk pengembangan objek wisata rumah adat saga antara lain:

1. Meningkatkan atraksi pariwisata berupa pertunjukan kesenian dan pembuatan jadwal seremonial adat guna memadukan minat masyarakat dan atraksi kesenian di Desa Adat Saga
2. Promosi melalui platform media sosial guna memunculkan citra rumah adat desa Saga yang unik dan masih tradisional
3. Meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung dengan keramahan sehingga mempertahankan pandangan positif tentang objek wisata rumah adat Saga.
4. Peningkatan kenyamanan untuk para wisatawan yang berkunjung dengan menyediakan warung makan dan akses internet guna meningkatkan kenyamanan wisatawan yang berkunjung.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat dimunculkan saran sebagai berikut:

1. Masyarakat desa Saga harus terlibat aktif dalam pengembangan objek wisata ini. Caranya yaitu dengan membuka penginapan, toko oleh-oleh atau souvenir dan rumah makan.
2. Perlu adanya penambahan Pemandu Wisata guna meningkatkan kenyamanan para wisatawan
3. Objek wisata rumah adat saga harus dikembangkan tanpa harus menghilangkan karakteristiknya sendiri seperti, seperti keindahan alam yang mempesona agar bisa bersaing dengan objek wisata lainnya di Kabupaten Ende
4. Keramahan sebagai daya Tarik utama masyarakat desa Saga harus terus dijaga dan ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zulkifli H., Antariksa, and Agung Murti Nugroho. 2017. "Kosmologi Ruang Vertikal Dan Horizontal Pada Rumah Tradisional (Sa'o) Desa Adat Saga, Kabupaten Ende, Flores." *Jurnal Teknik Arsitektur ARTEKS* 1(2): 171–84.
- Amalia, Nur Rahmatul, Ersy Ervina, and Dra. Umi Sumarsih. 2019. "Strategi Pengembangan Wisata Sejarah Dan Budaya Di Malino, Sulawesi Selatan Tahun 2019 (Studi Kasus Kampung Adat Bulutana Dan Panti Samadi Ratna Miriam)." *e-Proceeding of Applied Science* 5(2): 1496–1501.
- Anasi, Putri Tipa et al. 2021. "Otensi Alam Dan Budaya Dalam Pengembangan Objek Wisata Di Desa Sepadan Kabupaten Kapuas Hulu." *Jurnal Georaflesia Artikel Ilmiah Pendidikan Geografi* 2(30): 28–39.
- Anggraini, Sari. 2018. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Rumah Lontiok Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar." *JOM FISIP* 5(II): 1–13.
- Arif, Muhammad, and Alexander Syam. 2017. "Trategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang Di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan." *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah* 2(2): 191–200.
- Atmoko, T. Prasetyo Hadi. 2014. "Trategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman." *Jurnal Media Wisata* 12(November): 146–154.
- Bahiyah, Choridotul, Wahyu Hidayat R, and Sudarti. 2018. "Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 2(1): 95–103.
- Fauziyah, Resty, and Meisye Yova Ningsih. 2018. "Strategi Pengembangan Wisata Rumah Adat Di Kabupaten Bandung."
- Fitrianti, Hanifa. 2014. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Talun Melalui Model Pemberdayaan Masyarakat." *conomics Development Analysis Journal* 3(1): 204–11.
- Ishak, Wahyudi, Ahmadin, and Najamuddin. 2020. "Pesona Objek Wisata Sejarah Di Kabupaten Sinjai." *PUSAKA Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Busines Event* 2(2): 98–110.
- Jamu, Maria Endang, and Yulius Laga. 2021. "Analysis Of The Impact Of Tourist Visit Level On The Economy Of Local Communities In The Village Of Bena Village, Ngada District." *Seltralasai Universitas Muhammadiyah Sorong* 1(1): 23–32.
- Nuraimma. 2018. "Trategi Pengembangan Potensi Objek Wisata Rumah Adat Karampuang Terhadap Sosial Budaya Masyarakat Di Desa Tompobulu Kecamatan Bulupoddo Kabupaten Sinjai." *Badan penerbit UNM* 2(3):
- Osin, Rosvita Flaviana, Irawinne Rizky Wahyu Kusuma, and Dewa Ayu Suryawati. 2019. "Trategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT)." *Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia* 14(1): 60–65.
- Ratnasari, Fitrilia. 2018. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Pati." *EFFICIENT Indonesian Journal of Development Economics* 1(3):260–269.
- Sabri, Afisi. 2018. "Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Bandar Kayangan Di Kota Pekanbaru." *Akademi Pariwisata Engku Puteri Hamidah Pekanbaru* 1(1): 13.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2013. *53 Journal of Chemical Information and Modeling Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*