

**STRATEGI PEGEMBANGAN PARIWISATA PULAU PISANG
KABUPATEN PESISIR BARAT**

Skripsi

Oleh

Refki Efrian Siger



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2019**

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PULAU PISANG KABUPATEN PESISIR BARAT

Oleh

Refki Efrian Siger

Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis faktor lingkungan internal dan eksternal pengembangan pariwisata Pulau Pisang Pesisir Barat yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mencari beberapa alternatif strategi. Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu informan dan data sekunder yaitu dokumen-dokumen atau literature-literatur, internet, jurnal dan sebagainya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi lapangan, wawancara, dokumentasi, literature, dan kuisisioner. Teknik analisis data menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan pariwisata Pulau Pisang berdasarkan hasil analisis SWOT adalah strategi S-O (*Strength-Opportunity*) yaitu strategi dengan menggunakan Kekuatan untuk memanfaatkan Peluang dengan cara: 1). Pemerintah melakukan pemberdayaan kepada masyarakat tentang pentingnya masyarakat sadar wisata, 2). Pemberdayaan kepada masyarakat tentang konsep penginapan atau *homestay* beserta kebersihan dan kerapian, 3). Mengembangkan berbagai atraksi wisata, 4). Memperluas promosi melalui media cetak, media sosial dan event budaya dan 5). Menambah pengadaan sewa sepeda dan motor.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Pariwisata dan Analisis SWOT

ABSTRACT

TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY PULAU PISANG KABUPATEN PESISIR BARAT

By

Refki Efrian Siger

The purpose of this research is analysis internal and external environmental factors Pulau Pisang tourism development which includes the power of the Pesisir Barat, weakness, opportunities and threats to find some alternative strategy . The kind of research descriptive with a qualitative approach. The kind of data that used in this research was the primary data informants and the dokumen-dokumen literature-literatur or secondary data, the internet, journals and so on. Data collection techniques used is observation field, interview, documentation, literature and kuisisioner. Analysis techniques SWOT data using the method of analysis. The research results show that alternative development strategy corresponding to tourism Pulau Pisang strategy based on results of the analys SWOT is S-O (strength-opportunity) strategy by the use of force to utilizing a : 1).The government conduct empowerment to the public about the importance of the conscious, tourism, 2).Empowerment to the public about the concept of an inn or homestay with cleanliness and neatness, 3). Develop various, tourist attraction 4). Extending promotion by print media social media and the culture and 5). Adding the procurement of bicycle and motorcycle rental.

Keyword: Strategy , The Development Of Tourism And Analysis SWOT

**STRATEGI PEGEMBANGAN PARIWISATA PULAU PISANG
KABUPATEN PESISIR BARAT**

Oleh

Refki Efrian Siger

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS

Pada

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2019**

Judul Skripsi : **STRATEGI PENGEMBANGAN
PARIWISATA PULAU PISANG
KABUPATEN PESISIR BARAT**

Nama Mahasiswa : **Refki Efrian Siger**

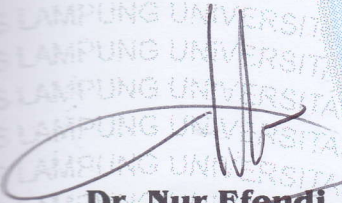
Nomor Pokok Mahasiswa : **1416051095**

Jurusan : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

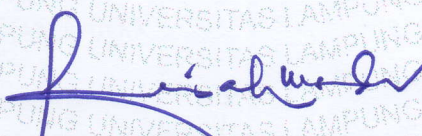
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dr. Nur Efendi, S.Sos., M.Si.
NIP 19691012 199512 1 001


Dra. Fenny Saptiani, M.Si.
NIK 231504 630710 201

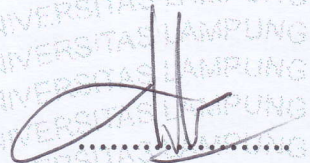
2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis


Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.
NIP 19750204 200012 1 001

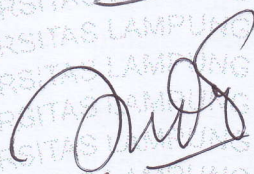
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

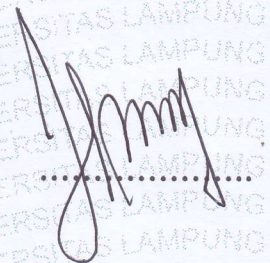
Ketua : Dr. Nur Efendi, S.Sos., M.Si.



Sekretaris : Dra. Fenny Saptiani, M.Si.



Penguji : Hartono, S.Sos., M.A.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarif Makhya, M.Si.
NIP 19590803 198603 1 003



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Agustus 2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 22 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Refki Efrian Siger

NPM .1416051095

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Karang Kecamatan Pesisir Utara Kabupaten Pesisir Barat Lampung pada tanggal 22 Desember 1995. Penulis merupakan anak pertama dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Damhuri Roni dan Ibu Miswati. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Kota Karang yang diselesaikan pada tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Pesisir Utarayang diselesaikan pada tahun 2011, Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pesisir Tengah yang diselesaikan pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis diterima sebagai mahasiswa di jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN. Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM-F) dan pada tahun yang sama menjadi anggota UKM KOPMA UNILA. Di eksternal kampus, penulis aktif sebagai kader organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Bandar Lampung Komisariat Sosial Politik. Penulis juga diamanahkan sebagai Ketua Umum Himpunan Sanak Rantau Pugung Pesisir Barat pada tahun 2017-2018. Penulis dalam perjalanan menempuh pendidikan di tahun 2017 mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Sri Mulya Jaya Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah.

Untuk mendapatkan gelar sarjana atau S.A.B pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, maka penulis melakukan penelitian Skripsi dengan judul: **Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat**

MOTTO

“ Lokasi Lahir Boleh Dimana Saja, Tapi Letak Mimpi Harus Ada Diatas
Langit ”

(Anies Baswedan)

“Man Sara Ala Darbi Washala”

(Siapa Menapaki Jalannya Akan Sampai Ke Tujuan)

“Ingatlah Yang Memberi Ujian Atasmu Adalah Yang Memberi Nikmat
Untukmu, Ridholah atas Ketetapanmu Terhadapmu”

(R.E.S)

PERSEMBAHAN

Dengan Mengucapkan Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT

Kupersembahkan Karyaku Ini Untuk:

Kedua Orang Tuaku, Ayahanda Damhuri Roni dan Ibunda Miswati, Adik-adikku tersayang, Seluruh keluarga besarku, teman-temanku, dan para pendidik tanpa tanda jasa yang kuhormati, Serta kepada almamaterku tercinta Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syarif Makhya, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Drs. Susetyo, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Denden Kurnia Drajat, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Drs. Dadang Karya Bakti, M.M, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Ahmad Rifa'i S.Sos., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

6. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Nur Efendi, S.Sos.,M.Si dan Ibu Dra. Fenny Saptiani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan membimbing dengan sabar kepada penulis. Penulis meminta maaf untuk setiap salah dan khilaf selama ini.
8. Bapak Hartono,S.Sos.,M.A selaku dosen penguji yang telah bersedia memberikan banyak pelajaran dan telah banyak membantu kelancaran penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Mertayana dan Bapak Jaya Putra Hidayatullah, S.E. selaku staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang selalu membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh dosen dan karyawan Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang tidak dapat disebutkan satu persatu, “terimakasih Bapak dan Ibu”.
11. Terimakasih kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Damhuri Roni dan Ibunda Miswati atas segala pengorbanan, daya upaya, segala do’a, serta ketulusan dalam proses pendewasaan diri, menjadi sumber kekuatan luar biasa untuk mampu sampai ke tahap ini, dan menjadi tempat bernaung dalam kondisi apapun. Mohon maaf belum bisa menjadi kebanggaan orang tua.
12. Adikku Melki Arnando, Darma Erlangga, Ropiqi Ronis Azka, Alifia Nur Zapira terima kasih atas segala dukungan dan doa yang selalu jadi penghibur.

Semoga menjadi anak yang sholeh dan sholeha, berbakti kepada orang tua , agama serta nusa dan bangsa.

13. Bapak Audi Marpi selaku Kepala Dinas Pariwisata Pesisir Barat, Ibu Emna Yati selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Pesisir Barat, Bapak Aries Pratama selaku Kepala UPTD Pariwisata Pulau Pisang dan kawan Riko wilianwar, Awan Edi, Awan Zubir beserta seluruh selaku staf UPTD Pulau Pisang. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk penulis dan memberikan saran dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
14. Terimakasih atas segala bantuan dan motivasi kepada keluarga besar tuan Alm Mukhdiatullah yang telah membantu baik materi maupun non materi, sekali lagi terima kasih alm tuan dan keluarga semoga lebih maju dan sukses.
15. Untuk keluarga Besar Abang Ari dan Ngah Ayu, serta saudara persepupuan Endah Savitri dan Ngah Novi. Terima kasih atas bantuan motivasi, serta makanan setiap hari semoga cepat menemukan jodoh halal dan semoga tali persaudaraan semakin erat .
16. Rekan seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis 2014 (Agung Rasi Fuazi, Anggi Nur P, Adi Wijaya, Aldi, Umar, Alfran, Akbar Zainuri, Bagus P, Bang Dam, Bang Osman, Bonus Giwang, Bima Purwadika, Burhanudin, Candra Kaka, oppa Fadjar Defitra, Ervan Subaidi, Arif, I Putu Ari, Irfan Pontoh, Godho B, Ilham mustofa, Ibnu, Jefri, Lukas Posma, Mahardika, Mat Nasir, Muhlasin, Olaf Tri W, Ropi K, Satria, Wahyu Handoko, Yogi Aprinaldi dll) dan rombongan gadis (Ade F, Aprida R, Mentari, Sri Ani, Depi Karlina, Desi Kurnia, Nenden T, Niken, Indriyani, Mutiara Kurnia A, Laras P, Ully, Esra, Eka Safitri, Githa Y, Imas K, Dhini K, Putri Irmala, Jepi Herani, Riska, Mei

Handika, Monica, Septi Wuri, Senja F, Supinah, Fingky K dll), serta keluarga besar ABI 2014 yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu. Terima kasih atas pengalaman dan kisah yang telah kalian berikan dan semoga kita dapat bertemu dikemudian hari dengan membawa kesuksesan kita untuk membanggakan orang-orang sekitar.

17. Kance-kance Perantauan Sanak Krui (Arif Erya, Failan Anggit, Fitra Purnama, Udo Henton Laws, Fibrian Andika, Hengki W, Raihan A, Ilham Irwando, Merah Saputra, Nur Hasan, Robi Julian R, Wawan. terimakasih atas segala dukungan dan kenangan yang telah diberikan semoga silaturahmi tetap terjaga sampai kapanpun dan semoga kita bisa mencapai kesuksesan dunia akhirat. Amiin.
18. Terimakasih juga kepada teman-teman ku Asef alias Jon, Syarif Setio, Mami Elfira, Roro Arum, Resti kurnia, Selda Rez, Si Maul, dll. Terima kasih atas motivasi dan bantuannya semoga cepat wisuda bareng dan dapat kerja.
19. Yang Tersisa dimenit akhir Bang Lele, bang Arli, bang Abay, bang Djanu, bang Bona semoga wisuda bareng dan cepat selesai dari dunia persilatan.
20. Terimakasih untuk 40 harinya keluarga KKN Sri Mulya Jaya, bang Lazuardi, Triyanto, Desi, Ghea, Moli, kalian terbaik.
21. Adik-adikku Ilmu Administrasi Bisnis 2015, 2016, 2017 dan 2018 terima kasih atas kebersamaannya.
22. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
23. Almamater Universitas Lampung tercinta yang penuh kenangan serta turut mendewasakan diriku, baik dari tutur kata dan perilaku.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Bandar Lampung, 22 Agustus 2019
Penulis

Refki Efrian Siger
NPM. 1416051095

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Strategi	12
2.1.1. Pengertian Strategi	12
2.1.2. Manajemen Strategi	14
2.2. Pengembangan Pariwisata	20
2.2.1. Pengertian Pariwisata.....	20
2.2.2. Pengembangan Pariwisata	22
2.2.3. Jenis-Jenis Pariwisata.....	25
2.3. Analisis SWOT	27
2.4. Penelitian Terdahulu	29
2.5. Kerangka Pemikiran.....	31
III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.2. Fokus Penelitian.....	33
3.3. lokasi Penelitian	34

3.4.	Subjek,sumber dan Jenis Data	34
3.4.1.	Subjek Penelitian	34
3.4.2.	Sumber Data.....	35
3.4.3.	Jenis Data.....	36
3.5.	Teknik Pengumpulan data.....	36
3.6.	Teknik Analisis Data.....	38
3.7.	Teknik Keabsahan Data	41
3.7.1.	Derajat Kepercayaan (credibility).....	42
3.8.	Analisis Matrik IFAS, EFAS dan IE.....	44
3.8.1.	Analisis Matrik IFAS dan EFAS	44
3.8.2.	Analisis Matrik Internal- Eksternal.....	47
3.9.	Analisis Diagram SWOT dan Matrik SWOT	48
3.9.1.	Diagram SWOT	48
3.9.2.	Matrik SWOT	49
IV	HASIL PENELITIAN.....	52
4.1.	Gambaran Umum Pulau Pisang	52
4.1.1.	Pulau Pisang.....	52
4.1.2.	Sejarah Pulau Pisang.....	53
4.1.3.	RIPPDA	55
4.2.	Karakteristik Informan.....	58
4.3.	Denah Lokasi	60
4.4.	Identifikasi Faktor Internal dan eksternal Pariwisata Pulau Pisang.....	61
4.5.	Analisis Matrik IFAS dan EFAS	82
4.5.1.	Matrik IFAS	82
4.5.2.	Matrik EFAS.....	83
4.5.3.	Analisis Matrik Internal-eksternal (IE).....	84
4.6.	Alternatif Strategi.....	85
4.6.1.	Diagram SWOT	85
4.6.2.	Matrik SWOT	86
V	KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1.	Kesimpulan	89
5.2.	Saran	91
	DAFTAR PUSTAKA.....	93
	LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1. Contoh Pengisian Bobot.....	45
Tabel 3.2. Contoh Pengisian Rating.....	46
Tabel 4.1. Profil Peneliti Informan.....	59
Tabel 4.2. Data Penginapan Di Kecamatan Pulau Pisang.....	69
Tabel 4.3. Wilayah Rawan Bencana Tsunami Kabupaten Pesisir Barat.....	81
Tabel 4.4. Analisis IFAS Pulau Pisang.....	82
Tabel 4.5. Matrik EFAS Pulau Pisang.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Perjalanan Wisatawan Nusantara Tahun 2011-2016.....	2
Gambar 1.2. Kunjungan Wisatawan Provinsi Lampung Tahun 2013-2016..	4
Gambar 1.3. Pola Perjalanan Wisata Pesisir Barat.....	6
Gambar 1.4. Dermaga Pulau Pisang.....	8
Gambar 1.4. Kunjungan Wisatawan di Pulau Pisang Januari-Mei 2018.....	9
Gambar 2.1. Proses Tahapan Manajemen Strategik.....	14
Gambar 2.2. Kerangka Berpikir	32
Gambar 3.1 Analisis Model Interaktif.....	41
Gambar 3.2. Matrik Internal-Eksternal.....	47
Gambar 3.3. Diagram Analisis Swot.....	48
Gambar 3.4. Matrik Swot.....	50
Gambar 4.1. Lokasi Pariwisata Pulau Pisang.....	60
Gambar 4.2. Pantai Pulau Pisang.....	62
Gambar 4.3. Objek Wisata Pulau Pisang.....	64
Gambar 4.4. Objek Wisata Goa Liang.....	65
Gambar 4.5. Kebun Cengkeh Masyarakat Pulau Pisang.....	65
Gambar 4.6. SDN Zaman Penjajahan.....	66
Gambar 4.7. Objek Wisata Sumur Putri.....	66
Gambar 4.8. Objek Wisata Menara Suar.....	67
Gambar 4.9. Atraksi Lumba-Lumba.....	68
Gambar 4.10. Penginapan/ <i>Homestay</i>	69
Gambar 4.11. Jalan dan Sewa Kendaraan.....	70
Gambar 4.12. Alat Transportasi Laut Menuju Pulau Pisang.....	72
Gambar 4.13. Kondisi Dermaga Pulau Pisang.....	73
Gambar 4.14. Matrik Internal-Eksternal.....	84
Gambar 4.15. Diagram SWOT Posisi Pulau Pisang.....	85
Gambar 4.16. Matrik SWOT Pulau Pisang.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Informan.....	98
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	99
Lampiran 3 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	101
Lampiran 4 Kuisisioner Pembobotan.....	102
Lampiran 5 Rekapitulasi Penghitungan Pembobotan.....	110
Lampiran 6 Kuisisioner Pemberian Nilai Peringkat.....	111
Lampiran 7 Rekapitulasi Penghitungan Peringkat.....	119
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	120

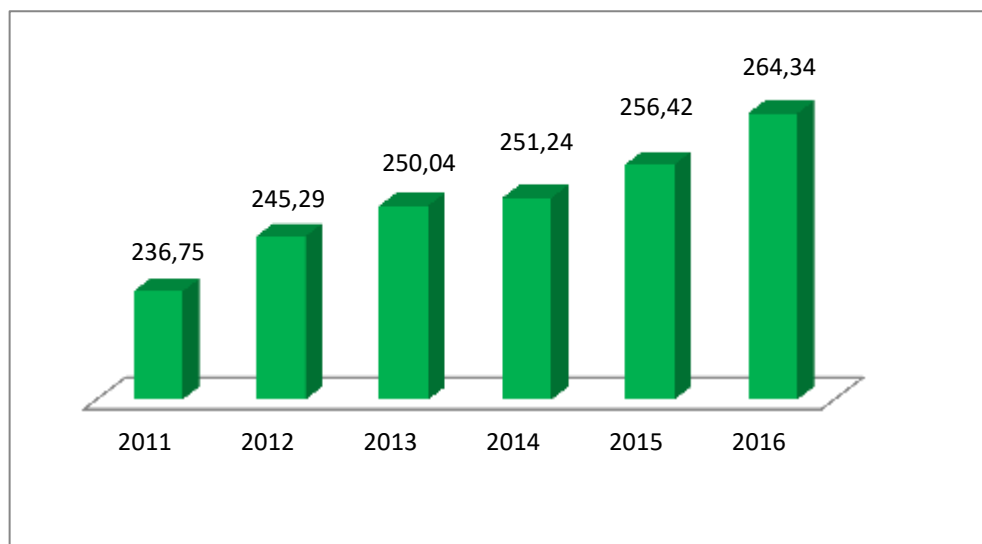
I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Wilayah Indonesia dilewati garis khatulistiwa menjadikan Indonesia memiliki beraneka ragam flora dan fauna yang mempesona para wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Keadaan geografis Indonesia yang berupa hutan hujan tropis, gunung, pantai dan lautan serta keanekaragaman budaya merupakan modal dasar yang sangat potensial untuk di jadikan Daerah Tujuan Wisata (DTW) serta garis pantai terpanjang ketiga didunia setelah Kanada dan Uni Eropa menjadi keunggulan tersendiri dari negara lain (*id.wikipedia.org*).

Menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan dijelaskan bahwa pariwisata ialah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat,pengusaha dan pemerintah. Sedangkan menurut Spillane dalam Hadiwijoyo (2012:42) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmuPerkembangan pariwisata Indonesia dari tahun ke tahun tercatat terus tumbuh bahkan daya saing sektor pariwisata Indonesia terus mengalami peningkatan, khususnya kunjungan penduduk Indonesia untuk melakukan perjalanan wisata di wilayah teritorial Indonesia atau

yang biasa disebut kunjungan wisatawan nusantara (wisnus). Berikut disajikan gambaran umum mengenai karakteristik wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan di seluruh wilayah teritori Indonesia selama tahun 2016. Gambaran tersebut diperoleh dari data atau informasi hasil Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara Tahun Anggaran 2016 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dengan dukungan penuh dari Kementerian Pariwisata. Berikut gambar grafik perjalanan wisatawan nusantara tahun 2011-2016:



Sumber: Kemenpar.go.id Data diolah

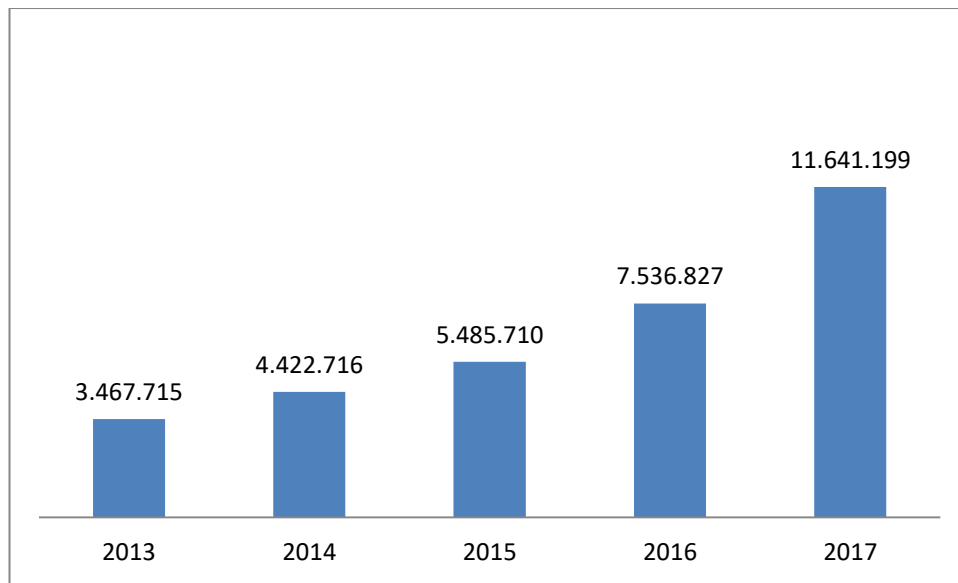
Gambar 1.1 Grafik Perjalanan Wisatawan Nusantara Tahun 2011-2016

Gambar diatas memperlihatkan perkembangan jumlah perjalanan selama tahun 2015 mencapai 256,42 juta perjalanan yang berarti mengalami peningkatan sebesar 2,02 persen dibandingkan tahun 2014 dengan jumlah perjalanan 251,24 juta perjalanan. Sedangkan jumlah perjalanan wisnus selama Tahun 2016 (Januari – Desember) mencapai sekitar 264,34 juta perjalanan. Kondisi tersebut berarti jumlah perjalanannya mengalami peningkatan sebesar 5,21 persen dibanding tahun 2014 yang mencapai 251,24 juta perjalanan.

Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam. Pemanfaatan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, potensi tersebut dapat menjadi daya tarik wisata. Indonesia yang memiliki 34 provinsi dan terdiri dari pulau-pulau yang mana di setiap daerah memiliki potensi pariwisata yang memiliki daya tarik tersendiri, salah satunya di Provinsi Lampung yang memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang dapat dikembangkan sebagai daerah tujuan wisatawan.

Lampung merupakan salah satu Provinsi yang memiliki keberagaman tempat wisata tersebar di 15 kabupaten atau kota. Mulai dari objek wisata taman hiburan umum, peninggalan sejarah, objek wisata alam, tirta, objek wisata budaya, objek wisata religius, objek wisata agro, objek wisata bahari dan objek wisata buatan. Memiliki garis pantai sepanjang 1.105 Km² dan berbatasan dengan Samudera Hindia di sebelah barat, Selat Sunda di sebelah selatan dan Laut Jawa di sebelah timur(*dinaspariwisata.lampungprov.go.id*). Dengan luasnya perairan tersebut maka Lampung memiliki berbagai potensi wisata bahari apabila dikembangkan dengan baik dapat memajukan pariwisata di Lampung. Keberagaman tempat wisata yang dimiliki diharapkan Provinsi Lampung mempunyai daya tarik yang tinggi bagi dunia luar dan menjadi peluang untuk pengembangan penyerapan tenaga kerja dan menambah pedapatan daerah.

Berdasarkan data statistik perkembangan jumlah pengunjung pariwisata di Provinsi Lampung pada tahun 2013-2016 mengalami peningkatan. Berikut adalah gambar grafik kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara di Provinsi Lampung:



Sumber :Laporan Kinerja Tahun 2016, Dinas Pariwisata Provinsi Lampung

Gambar 1.2 Grafik Kunjungan Wisatawan Provinsi Lampung

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara di Provinsi Lampung tahun 2013-2016 mengalami peningkatan. Menurut data Kementerian Pariwisata pada Desember 2017, jumlah kunjungan wisatawan nusantara di Provinsi Lampung sebesar 11.641.199 wisatawan, naik sebesar 54,45 persen dari tahun 2016 yang berjumlah 7.536.827 wisatawan (*suluh.co*).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadikan peluang bagi daerah di Provinsi Lampung untuk meningkatkan potensi objek wisata yang dimiliki setiap daerah salah satunya kabupaten Pesisir Barat. Era baru otonomi daerah yang ditandai dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian

diubah dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, telah memberikan keleluasaan kepada daerah kabupaten atau kota untuk mengurus rumah tangganya sendiri, dengan adanya otonomi yang lebih luas yang diberikan oleh undang-undang tersebut, daerah memiliki kewenangan yang lebih besar untuk menyelenggarakan berbagai urusan pemerintahan dan pembangunan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan dan sekaligus roh otonomi daerah (Suyitno, 2009:18).

Sistem ini meletakkan pondasi pembangunan dengan memberikan otoritas kepada pemerintah daerah untuk mengembangkan daerah masing-masing. Salah satu yang menjadi unsur pembangunan otonomi daerah adalah sektor pariwisata. Kabupaten Pesisir Barat dibentuk berdasarkan Undang-Undang No. 22 tahun 2012 tentang pembentukan Daerah Otonomi Baru (DOB) pada tahun 2013 dengan ibukota kabupaten terletak di Krui. Kabupaten ini memiliki luas wilayah $\pm 2.346,07$ km dan berpenduduk terletak sebanyak ± 217.735 jiwa (*BPS Pesisir Barat 2017*). Terletak memanjang di sisi barat Provinsi Lampung berhadapan langsung dengan Samudera Hindia termasuk dua buah pulau kecil yang menjadi bagian wilayah Pesisir Barat yaitu Pulau Betuah dan Pulau Pisang.

Sektor pariwisata sendiri merupakan potensi andalan dari Kabupaten paling bungsu di Provinsi Lampung ini terus menggeliatkan potensi pariwisata kepada wisatawan untuk berkunjung menikmati bentang alam dengan garis pantai sepanjang ± 210 km dan dikelilingi lebatnya hutan tropis Taman Nasional Bukit Barisan Selatan (TNBBS). Didukung dengan komitmen pemerintah Pesisir Barat dalam membangun sektor pariwisata di Bumi Para Sai Batin dan Ulama salah satu

misinya adalah mewujudkan Kabupaten Pesisir Barat sebagai daerah tujuan wisata yang berpijak pada kearifan lokal. Berikut gambar pola perjalanan wisata menuju Pesisir Barat :



Sumber: <http://dinaspariwisata.lampungprov.go.id/>)

Gambar: 1.3 Pola Perjalanan Wisata Pesisir Barat

Untuk mencapai Krui ibukota Kabupaten Pesisir Barat bisa melewati jalan lintas barat menuju Provinsi Bengkulu. Dalam perjalanan dari Bandar Lampung menuju Krui kendaraan akan melewati jalan lintas di tengah Taman Nasional Bukit Barisan Selatan (TNBBS) dan melintasi jalan di tepian pantai.

Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat sedang mengupayakan beberapa langkah strategis demi memaksimalkan potensi daerah yang dimiliki oleh Kabupaten Pesisir Barat yang tertuang di dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Pesisir Barat, keseluruhan objek wisata tersebut ditetapkan empat zona pengembangan pariwisata diantaranya zona 1

kawasan Tanjung Setia, zona 2 kawasan Bengkuntan dan kawasan Pulau Betuah, zona 3 kawasan Lemong dan Pulau Pisang, zona 4 kawasan Labuhan Jukung dan Krui Selatan (*EditorLambar.Com*).

Objek wisata yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pulau Pisang. Pulau Pisang merupakan salah satu dari 11 kecamatan yang ada di Kabupaten Pesisir Barat, yang terkenal dengan habitat lumba-lumba di sekitar pulau. Dengan bentang alam yang luar biasa, menjadikan Pesisir Barat sebagai surga wisata. Secara administratif, Pulau Pisang terletak di Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat Provinsi Lampung. Di dalam pulau ini terdapat enam pekon (desa) yakni Pekon Labuhan, Pekon Pasar, Sukadana, Sukamarga, Pekon Lok dan Bandar Dalam. Seiring dengan terbentuknya Kabupaten Pesisir Barat sebagai daerah otonom baru pada tahun 2013, Pulau Pisang perlahan menampilkan dirinya sebagai salah satu destinasi wisata unggulan.

Sebagai tempat tujuan wisata, dengan Pantai yang bersih, bebatuan karang yang indah dan habitat lumba-lumba di sekitarnya menjadi daya tarik tersendiri. Pulau Pisang memiliki sejarah peradaban yang kuat, adat istiadat marga Way Sindi Olok Pandan yang masih kental. Rumah-rumah tinggi berdinding kayu yang lazim disebut lamban balak masih dengan mudah ditemui di pulau ini. Potensi ekosistem dan sumberdaya hayati yang ada di Pulau Pisang antara lain terumbu karang dan perikanan tangkap. Dengan persentase penutupan karang keras hidup tidak begitu tinggi yaitu sekitar 34,46 persen yang termasuk dalam kategori sedang. Kondisi fisik perairan Pulau Pisang berpotensi sebagai kawasan wisata pantai, dengan beberapa kegiatan yaitu keliling menyusuri pantai, berjemur

(*sunbathing*), dan memancing (*fishing*). Di Pulau Pisang terdapat berbagai objek yang bisa dikunjungi, seperti Batu Gukhi yakni batu berbentuk unik di pantai, Dermaga Apung, Sumur Putri dan Batu Liang yakni tebing yang menjorok ke lautan yang menjadi obyek fotografi menarik. Selain objek tempat wisata masyarakat Pulau Pisang memiliki kekayaan kuliner yang tidak ditemui di daerah lainnya seperti sayur dari daun kelor, sayur kacang hijau dan lain sebagainya. Berikut salah satu keindahan alam yang terdapat pada Pulau Pisang pada gambar 1.4 yaitu:

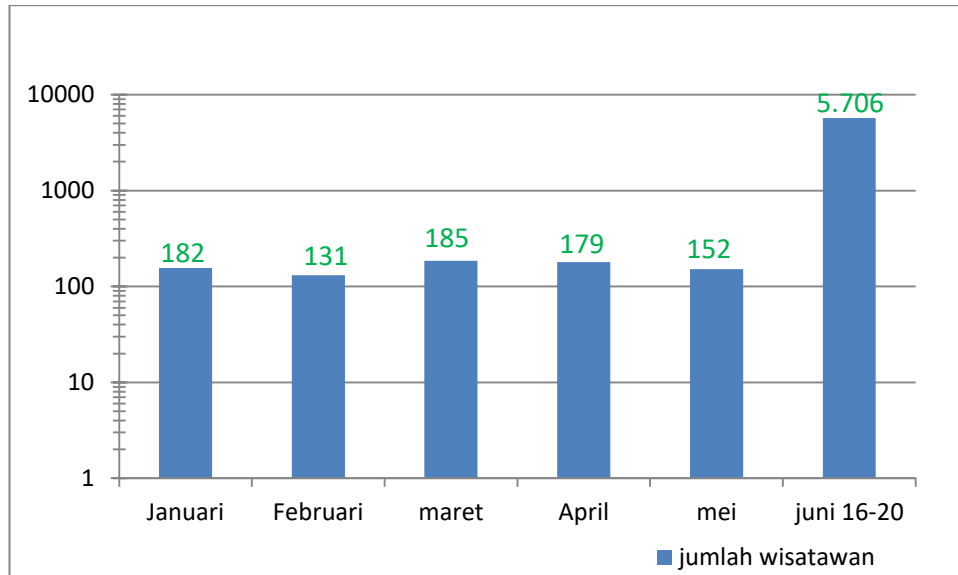


Sumber: dinaspariwisata.lampungprov.go.id

Gambar 1.4 Dermaga Pulau Pisang

Untuk mencapai Pulau Pisang diperlukan sekitar 1 jam penyebrangan menggunakan moda transportasi laut (perahu) dari Pelabuhan Kuala Stabas di Krui, ibukota Kabupaten Pesisir Barat. Jika beruntung dalam perjalanan akan bertemu kawanan besar lumba-lumba yang berkejaran di sisi perahu. Selain menyebrang melalui pelabuhan Kuala Stabas, wisatawan bisa melalui jalur penyebrangan dari Desa Tebakak di Kecamatan Karya Penggawa dengan waktu tempuh yang lebih singkat sekitar 15-20 menit dengan harga 15 ribu perorang. Jadwal penyebrangannya hanya pukul jam 7 pagi dan jam 2 siang. Berikut

gambaran Jumlah kunjungan wisatawan di Pulau Pisang dalam 5 bulan terakhir terhitung dari bulan Januari-Mei 2018 dapat di lihat pada tabel 1.3 yaitu:



Sumber: UPTD Pariwisata Pulau Pisang data diolah

Gambar 1.5 Grafik Kunjungan Wisatawan Pulau Pisang Januari-Mei 2018

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pisang pada bulan Januari - Mei 2018 cenderung *fluktuatif* dengan kecenderungan menurun, namun terjadi peningkatan kunjungan wisatawan pada libur lebaran tercatat dari Tanggal 16 Juni - 22 Juni 2018 meningkat sampai 5.706 wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Pulau Pisang.

Seiring dengan berkembangnya industri pariwisata yang ada di Lampung menyebabkan semakin banyaknya alternatif pilihan untuk berwisata, maka akan semakin banyak pula untuk wisatawan berpindah dari satu objek wisata ke objek wisata lain. Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam hal ini bekerja sama dengan UPTD Pulau Pisang sedang mengupayakan beberapa langkah strategis demi memaksimalkan potensi daerah yang dimiliki oleh Kabupaten Pesisir Barat.

Rencana ini kemudian dituangkan ke dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Pesisir Barat. Adapun pokok dari RIPPDA Kabupaten Pesisir Barat adalah mengembangkan pariwisata berbasis wisata alam dan budaya dengan memanfaatkan potensi alam dan memperhatikan kelestarian lingkungan hidup dan budaya yang dilakukan melalui: Peningkatan sinergitas pariwisata dengan sektor potensial (bahari, religi, budaya, ekowisata maupun *event* wisata).

Pengembangan obyek wisata Pulau Pisang dengan meningkatkan aspek pemasaran pariwisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan peningkatan infrastruktur pendukung bagi pengembangan kawasan pariwisata potensial. Upaya tersebut dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Pesisir Barat dalam rangka untuk memaksimalkan potensi wisata Pulau Pisang yang dimiliki. Berdasarkan hal tersebut, penulis menganggap penting untuk mengetahui strategi terkait pengembangan pariwisata di Pulau Pisang. Strategi tersebut tidak hanya dilihat melalui kelayakan potensi wisata yang dimiliki, akan tetapi terhadap bagaimana penerapan manajemen atau mekanisme pengelolaan yang ada saat ini dalam upaya mempersiapkan Pulau Pisang sebagai kawasan wisata yang bertaraf nasional. Seluruh kebijakan pengembangan tersebut seyogyanya diimbangi dengan adanya upaya manajemen secara komprehensif, menyeluruh dan terpadu serta merupakan konsensus bersama bagi semua komponen pembangunan yang ada.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk proposal dengan judul **“Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor Internal dan eksternal apa saja yang terdapat pada objek wisata Pulau Pisang ?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan identifikasi faktor eksternal yang terdapat pada objek wisata Pulau Pisang.
2. Memformulasikan alternatif strategi yang efektif dalam pengembangan pariwisata Pulau Pisang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis sebagai masukan bagi pengembangan konsep ilmu administrasi bisnis yang mengkaji tentang strategi pengembangan potensi di bidang Pariwisata maupun dibidang lainnya.
2. Secara akademis, mengetahui dan memberikan suatu gambaran mengenai strategi pengembangan pariwisata di Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. Selain itu hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan bahan referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi

2.1.1. Pengertian Strategi

Strategi menurut Nawawi (2012:147), dari sudut etimologis berarti penggunaan kata “strategik” dalam manajemen sebuah organisasi dapat diartikan sebagai kiat, cara, dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terarah ada tujuan strategi organisasi. Sedangkan Chandler dalam Umar (2010:16) mengemukakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Dengan kata lain, strategi adalah pilihan dan rute yang tidak hanya sekedar mencapai suatu tujuan akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di dalam lingkungan hidup dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.

Menurut Akdon (2011:12), pada dasarnya yang dimaksud strategi bagi suatu manajemen organisasi adalah rencana berskala besar yang berorientasi pada jangka panjang yang jauh ke masa depan serta menetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan ada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran yang bersangkutan.

Pearce dan Robinson dalam Amirullah (2015:12) menyatakan strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan.

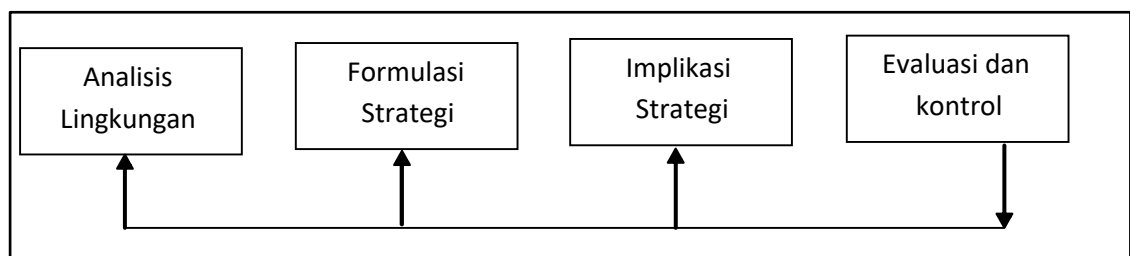
Mintzberg dalam Heene dkk (2010:54) mengemukakan bahwa konsep “strategi” itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- a. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara tradisional mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya;
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi;
- c. Sudut pemosisian yang dipilih organisasi saat memunculkan aktivitasnya;
- d. Suatu prepektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya, yang menjadi tapal batas bagi aktivitasnya;
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing atau oposan.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang dirumuskan secara sistematis oleh sebuah organisasi baik publik maupun swasta yang dijadikan sebagai langkah-langkah terarah dan berorientasi pada jangka panjang agar tujuan dalam organisasi tersebut dapat tercapai.

2.1.2. Manajemen Strategi

Manajemen strategi menurut David (2011:5) adalah sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Seperti tersirat dalam definisi, manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produk atau operasi, penelitian, pengembangan dan sistem informasi computer untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut Wheelen and Hunger (2012:53) manajemen strategi adalah sekumpulan keputusan manajerial dan aksi pengambilan keputusan jangka panjang didalam perusahaan. Hal ini termasuk analisis lingkungan (lingkungan eksternal dan internal), formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi dan kontrol.



Sumber: Wheelen and Hunger (2012:63)

Gambar 2.1 Proses Tahapan Manajemen Strategik

Dari gambar 2.1 dapat di lihat bahwa dalam tahapan manajemen strategik saling memiliki interaksi dan timbal balik dari tahap pertama hingga akhir. Manajemen Strategik ini dapat dilihat sebagai suatu proses yang meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Proses manajemen strategik bersifat dinamis dan merupakan sekumpulan komitmen, keputusan, dan aksi yang diperlukan suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai *strategic competitiveness* dan

menghasilkan keuntungan di atas rata-rata. Dari tahapan proses manajemen strategik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen strategik merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi rencana yang didesain untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.

Manajemen strategik melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang yang berorientasi masa depan serta rumit dan membutuhkan cukup banyak sumber daya, maka partisipasi manajemen puncak sangat penting Pearce & Robinson (2008:21). Dengan pendekatan manajemen strategik, manajer pada semua tingkatan perusahaan berinteraksi dalam perencanaan dan implementasinya. Sebagai akibatnya, konsekuensi perilaku manajemen strategik serupa dengan pengambilan keputusan partisipatif. Oleh karena itu, penilaian yang akurat mengenai dampak dari formulasi strategi terhadap kinerja organisasi tidak hanya memerlukan kriteria evaluasi keuangan, tetapi juga non keuangan pengukuran dampak berbasis perilaku Pearce & Robinson (2008:13).

1. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan ini meliputi dari kegiatan memonitor, evaluasi, dan mengumpulkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Tujuannya yaitu untuk mengidentifikasi faktor strategis, elemen eksternal dan internal akan memutuskan strategi dimasa yang akan datang bagi perusahaan Wheelen and Hunger (2012:64). Untuk melakukan analisis lingkungan ini memerlukan suatu alat analisis yang dinamakan analisis SWOT. SWOT merupakan akronim yang digunakan untuk mendeskripsikan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats*

(Ancaman) yang merupakan faktor strategis bagi perusahaan spesifik Wheelen and Hunger (2012:224).

2. Formulasi Strategi

Formulasi strategi merupakan pengembangan perencanaan jangka panjang untuk manajemen yang efektif melalui analisis lingkungan. Termasuk juga didalamnya terdapat misi, visi dan tujuan dari perusahaan, mengembangkan strategi dan pengarahannya kebijakan Wheelen and Hunger (2012:65).

a. Visi

Visi menggambarkan aspirasi dasar atau mimpi dari sebuah organisasi, yang biasanya merupakan inisiatif pendiri atau pemimpin organisasi dengan dukungan dari semua karyawan. Visi menggambarkan keberhasilan masa depan yang ingin dicapai, berjangka waktu 10-20 tahun, bahkan 50 tahun kedepan (Luis et al, 2011:43). Pernyataan visi menyajikan maksud strategis perusahaan yang memfokuskan energi dan sumber daya perusahaan pada pencapaian masa depan yang diinginkan Pearce & Robinson (2008:44).

Adapun enam kriteria dari sebuah visi yang efektif adalah sebagai berikut (Luis et al, 2011:43):

- 1) Dapat dibayangkan Visi harus dapat memberikan gambaran masa depan yang akan dicapai oleh perusahaan.
- 2) Diinginkan Sebuah visi harus menjadi keinginan atau mengadopsi kepentingan jangka panjang dari karyawan, pelanggan, pemegang saham dan pihak-pihak lainnya yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan.

- 3) Dapat dicapai Visi mengandung sasaran-sasaran jangka panjang yang realistis dan dapat tercapai.
- 4) Fokus Visi harus jelas dalam memberikan panduan dalam proses pengambilan keputusan.
- 5) Fleksibel Visi memberikan keleluasaan bagi perusahaan dalam menetapkan inisiatif atau tanggapan terhadap perubahan lingkungan bisnis.
- 6) Dapat dikomunikasikan Sebuah visi harus mudah untuk dikomunikasikan dan dapat dengan mudah dijelaskan dalam waktu kurang dari lima menit.

b. Misi

Misi dapat didefinisikan sebagai alasan atau tujuan suatu organisasi berdiri. Misi merupakan langkah awal dari proses pengembangan strategi perusahaan. Sebuah misi yang efektif akan sangat membantu perusahaan dalam memformulasikan strateginya (Luis et al, 2011:41). Pengertian lain dari misi yaitu maksud unik yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis dan mengidentifikasi lingkup operasinya dalam hal produk, pasar serta teknologi Pearce & Robinson (2008:31). Misi merupakan langkah awal dari proses pengembangan strategi perusahaan karena sebuah misi yang efektif akan sangat membantu perusahaan.

Adapun enam kriteria sebuah misi yang efektif adalah (Luis et al, 2011:41):

- 1) Jelas dan singkat Sebuah misi harus jelas dan dimengerti oleh semua karyawan, mudah diingat dan secara jelas menggambarkan bisnis

apa yang dijalankan oleh perusahaan. Dengan membaca sebuah misi yang baik, orang dapat secara langsung mengetahui produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

- 2) Unik Misi harus menggambarkan keunikan dari sebuah perusahaan. Keunikan tersebut dapat berupa suatu kompetensi dari perusahaan yang berbeda atau menonjol dibandingkan dengan kompetitor.
- 3) fleksibel Sebuah misi yang baik akan memberikan fleksibilitas kepada perusahaan dalam berbisnis, namun tidak terlalu fleksibel sehingga kehilangan fokus.
- 4) Pengambilan keputusan Misi harus membantu manajemen dalam proses pengambilan keputusan.
- 5) Budaya organisasi Secara implisit, misi dapat menggambarkan budaya dari perusahaan atau organisasi.
- 6) Memberikan inspirasi Misi harus menginspirasi seluruh bagian dari organisasi dalam memformulasikan strateginya.

c. Tujuan

Pernyataan tujuan merupakan uraian dari visi yang menjadi sasaran jangka menengah yang konkret dan terukur. Pernyataan tujuan adalah sebuah foto dari apa yang diharapkan dalam visi dan misi untuk jangka waktu 3 - 5 tahun ke depan dan merupakan perjalanan untuk mencapai visi. Karena pernyataan tujuan adalah gambaran jangka menengah dari perjalanan mencapai visi, target yang dibuat, pernyataan tujuan perlu mencerminkan keadaan masa depan yang ingin dicapai perusahaan secara konkret dan terukur. Dengan melihat tingkat pencapaian dari

pernyataan tujuan, manajemen bisa menilai seberapa baik organisasi tersebut telah mengarah pada visi yang ingin dicapai (Luis et al, 2011:45).

3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah sebuah proses yang mana strategi dan kebijakan diarahkan kedalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses ini memerlukan perubahan dalam budaya, struktur dan sistem manajemen pada seluruh organisasi atau perusahaan Wheelen and Hunger (2012:69).

a. Program

Program merupakan pernyataan aktivitas atau langkah yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sebuah perencanaan. Program dibuat sebagai tindakan orientasi strategi.

b. Anggaran

Anggaran adalah pernyataan dari program perusahaan dalam kondisi keuangan. Dalam anggaran digunakan perencanaan, kontrol dan anggaran supaya anggaran dapat diketahui secara detail berapa besarnya biaya yang dibutuhkan dari suatu program

c. Prosedur

Prosedur terkadang dikatakan *Standard Operating Procedures (SOP)*, adalah sebuah sistem yang berisi langkah atau teknik yang mendeskripsikan secara detail bagaimana tugas khusus atau pekerjaan dilakukan secara benar.

4. Evaluasi dan Kontrol

Evaluasi dan kontrol mengukur apa yang dapat dihasilkan atau diraih oleh perusahaan. Hal ini berarti membandingkan antara kinerja perusahaan dengan hasil yang diharapkan perusahaan.

2.2. Pengembangan Pariwisata

2.2.1. Pengertian Pariwisata

Menurut Hunziker dan Krapf dalam Suryadana (2015:30) pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara. Menurut Spillane dalam Hadiwijoyo (2012:42) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara yang dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu.

Pengkajian yang lebih besar tentang kepariwisataan pada umumnya lebih menekankan pada aspek fisik dan ekonomis. Dalam perkembangannya kajian pariwisata dari aspek sosial budaya semakin mendapat perhatian. Pariwisata mendatangkan serangkaian dampak, baik yang bersifat positif maupun negatif yang langsung dirasakan oleh manusia sebagai faktor sentralnya. Menurut Dogan dalam Hadiwijoyo (2012:42), dampak dari pariwisata terhadap ekonomi, sosial, dan budaya sangat bervariasi antara satu daerah dengan daerah lain. Sifat dampak tersebut tergantung pada beberapa faktor berikut:

- a. Tipe wisatawan yang berkunjung
- b. Ciri sosial, ekonomi dan budaya masyarakat penerima yang meliputi stratifikasi sosial, ketimpangan ekonomis, dan hubungan sosial yang ada
- c. Jenis kepariwisataan yang dikembangkan, apakah kepariwisataan tertutup atau terbuka
- d. Tingkat *institusionalisasi* dari pembangunan kepariwisataan tersebut.

Sebagai dasar untuk mengkaji dan memahami berbagai istilah kepariwisataan, berpedoman pada bab 1 pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menjelaskan sebagai berikut :

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah, dan pengusaha.
- e. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan

kegiatan pariwisata.

- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan penyelenggaraan pariwisata.

Kawasan strategi pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup serta pertahanan dan keamanan.

Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata adalah suatu bidang industri yang dapat menarik seseorang untuk berkunjung ke suatu daerah wisata yang menjadi sasaran wisata karena adanya daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang pariwisata tersebut, serta keseluruhan fenomena alam dan buatan manusia dimanfaatkan untuk kepentingan wisatawan, yaitu memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata.

2.2.2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata menurut Pearce (1981:12) dapat diartikan sebagai usaha untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat.

Menurut Yoeti (2008:273), pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat yang ada di sekitarnya. Pengembangan

pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga bermanfaat bagi masyarakat, baik juga dari segi ekonomi, sosial dan juga budaya.

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Kepariwisata Pasal 11 yang menjadi acuan dalam pengembangan kawasan pariwisata didasarkan pada kriteria:

- a. Atraksi atau Daya tarik wisata
- b. Aksesibilitas
- c. *Amenitas* atau fasilitas
- d. *Ancillary* atau kelembagaan
- e. Kesiapan masyarakat
- f. Era atau *trend* yang berkembang

Terdapat setidaknya lima unsur yang harus tersedia di dalam upaya pengembangan pariwisata yaitu:

- a. Atraksi Wisata

Atraksi ini dapat berupa keanekaragaman flora dan fauna, bentuk bentang lahan dan keindahan alam lainnya.

- b. Transportasi

Sarana transportasi sangat dibutuhkan di dalam pengembangan obyek wisata, seperti penyediaan sarana angkutan umum yang baik dan murah dan dengan jumlah armada pengangkutnya yang cukup.

- c. Akomodasi

Dalam industri pariwisata dikenal akomodasi komersial yang telah ditentukan, seperti wisma dan losmen. Disamping itu juga dikenal akomodasi pribadi

yang pemilikannya bisa individu maupun kelompok seperti *guest house*, *cottage*, serta sewa tenda dilokasi *camping ground*.

d. Fasilitas

Ketersediaan fasilitas pendukung dan jasa lainnya, termasuk di dalamnya adalah toko-toko souvenir, restoran, fasilitas kesehatan dan lain-lain.

e. Infrastruktur

Kebutuhan infrastruktur yang utama adalah untuk mendukung kelancaran akses baik menuju maupun dari tempat asal ke daerah tujuan wisata, infrastruktur pendukung toilet umum, pelabuhan, jalan, tempat pembuangan sampah dan infrastruktur lain yang mendukung pengembangan wisata (*acedemia.edu*).

Menurut Suwanto dalam Piatana (2005:70), unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi :

a. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Pada umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasarkan pada :

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
3. Adanya spesifikasi atau ciri khusus yang bersifat langka.
4. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan;
5. Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai,

hutan dan lain- lain).

6. Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

b. Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya

c. Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.

Dalam proses pengembangan daerah wisata ada komponen-komponen yang harus bersinergi dengan baik, dengan kata lain bahwa ada pihak-pihak yang harus terus bekerjasama yakni pemerintah, dalam hal ini Dinas Pariwisata dan UPTD Pariwisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat serta pihak swasta sebagai investor dan yang tidak kalah penting adalah masyarakat sendiri sebagai ujung tombak dalam pengembangan pariwisata.

2.2.3. Jenis-Jenis Wisata

Menurut Suryadana dan Octavia (2015:32) wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisata alam, yang terdiri dari:

a. Wisata pantai (*Marine tourism*)

Merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya.

b. Wisata etnik (*Ethnic tourism*)

Merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.

c. Wisata cagar alam (*Ecotourism*)

Merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka dan tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.

d. Wisata buru

Merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

e. Wisata agro

Merupakan jenis wisata yang mengorganisir perjalanan ke proyek- proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

2. Wisata sosial budaya yang terdiri dari:
 - a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
 - b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, di antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, industri ataupun dengan tema khusus lainnya.

2.3. Analisis SWOT

Rangkuti (2012:18) mengatakan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Oportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Menurut David (2012:8) Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal digabungkan dengan peluang atau ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Berikut ini merupakan penjelasan dari analisis SWOT (David, 2012:47) yaitu:

1. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan kawasan pariwisata adalah sumber daya alam, pengelolaan dan keunggulan relatif industri pariwisata dari pasar dan pesaing sejenis

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan industri pariwisata.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan–kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti kecenderungan yang menguntungkan industri pariwisata dalam lingkungan suatu kawasan pariwisata .

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya situasi atau kecenderungan yang tidak menguntungkan indsutri pariwisata dalam lingkungan suatu kawasan pariwisata.

2.4. Penelitian Terdahulu

Guna menunjang analisis dan landasan teori yang ada, maka diperlukan penelitian terdahulu sebagai pendukung penelitian ini. Penelitian terdahulu yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

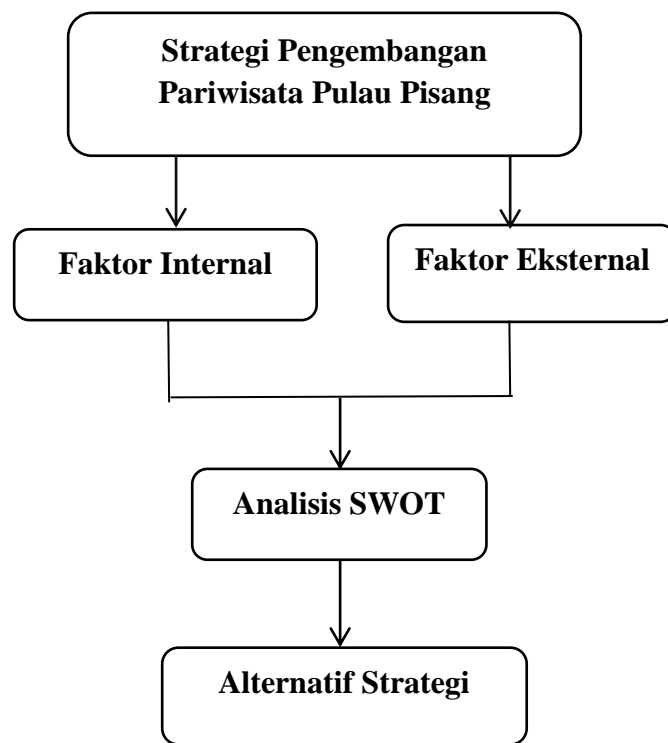
No	Judul penelitian	Nama peneliti	Teknik penelitian	Hasil penelitian
1	Strategi Pengembangan Untuk Industri Kain Tapis Di Bandar Lampung	Hartono (2011)	Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>) Dan AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>).	Menunjukkan bahwa pengembangan tersebut membutuhkan tambahan modal, lokasi untuk pusat industri dan kualitas standar di semua lokasi pemrosesan.
2	Analisis Strategi Bisnis Pada UD Cengkeh Madagaskar di Sidoarjo	Khuzaimy dan Hidayat (2015)	Analisis SWOT	Menunjukkan bahwa pada kuadran I mendukung kebijakan pertumbuhan agrasif atau Growth Oriented Strategy pertumbuhan yang agresif perlu dengan cara melaksanakan promosi dalam penjualan serta menambah jumlah produk. Kelemahan yang dimiliki UD. Cengkeh Madagaskar belum menjadi hambatan bagi perusahaan untuk terus dapat mengembangkan usahanya dan bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya
3	Evaluasi Pelaksanaan Strategi Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	M. Syaiful Dahlan (2015)	analisis SWOT	Masih kurang baiknya strategi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesisir Barat

	Dalam Pengembangan Wisata Bahari Pada Daerah Tertinggal Di Kabupaten Pesisir Barat			bisa dilihat dari terbatasnya anggaran untuk pembangunan pariwisata, masih banyaknya program kerja yang belum terlaksana, rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam pengelolaan pariwisata, sarana dan prasarana penunjang belum memadai, kebersihan dan kerapian objek wisata kurang terjaga, promosi kurang maksimal, transportasi yang belum memadai baik laut maupun darat, tidak tersedianya jaringan telepon dan jaringan seluler sangat terbatas, ketidaktersediaan jaringan listrik PLN (sehari-hari masyarakat menggunakan genset)
4	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis industri kerajinan gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar	Aan Noviianto (2017)	Analisis SWOT	Mendapatkan alternatif strategi S-O (<i>Strength–Oppourtunities</i>) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada, dengan cara melakukan pengembangan produk, pengembangan pasar dan Peningkatan Kualitas SDM

Sumber: Data Diolah (2018)

2.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran akan memberi arahan kepada peneliti dan pembaca didalam memahami permasalahan dalam penelitian. Industri Pariwisata di Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat dalam menjalankan usahanya tentu saja tidak terlepas dari peran strategi bisnis yang dijalankan untuk dapat mengembangkan usahanya. Menjalankan suatu usaha tentu saja tidak terlepas dari adanya permasalahan ataupun kendala. Permasalahan atau kendala tersebut dapat berasal dari dalam maupun luar dari usaha yang dijalankan. Maka dengan pendekatan analisis SWOT diharapkan dapat mengetahui alternatif strategi yang tepat dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal yang dikelompokkan menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dan faktor-faktor eksternal yang dikelompokkan menjadi peluang (*opportunity*), ancaman (*threath*) yang ada pada Industri Pariwisata Pulau Pisang di Kabupaten Pesisir Barat. Berdasarkan uraian teori di atas dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada gambar 2.2 sebagai berikut :



Sumber: Data diolah 2018

Gambar: 2.2 Kerangka Berpikir

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong (2011:4) mendefinisikan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut (Moelang, 2011:11) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena atau kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari obyek wisata Pulau Pisang dengan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa sehingga menghasilkan suatu penggambaran atas fenomena yang terjadi.

3.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat jadi pembatas mengenai objek penelitian yang diangkat. Manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh dilapangan. Penentuan fokus penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi suatu perusahaan, ini dimaksud untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan data yang tidak relevan (Moleong, 2011:12).

Pembahasan dalam penelitian kualitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan dan urgensi masalah yang akan dipecahkan. Penelitian ini difokuskan pada alternatif strategi dalam pengembangan pariwisata Pulau Pisang menggunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada objek wisata Pulau Pisang di Kabupaten Pesisir Barat.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Dalam penentuan lokasi penelitian, (Moleong, 2011:13) menentukan cara terbaik untuk ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substansif dan menjajaki lapangan dan mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada dilapangan. Sementara itu keterbatasan geografi dan praktis seperti waktu, biaya, tenaga perlu juga dijadikan pertimbangan dalam menentukan lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat.

3.4. Subjek, Sumber dan Jenis Data

3.4.1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau seseorang yang memberikan informasi terkait judul penelitian adalah Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang di Kabupaten Pesisir Barat. Seseorang yang memberikan informasi tersebut disebut informan. Informan adalah orang yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi (Sugiyono, 2017:208). Tidak menggunakan istilah populasi pada penelitian kualitatif, melainkan *social situation* atau situasi sosial yang

terdiri atas tiga elemen, yaitu, tempat (*place*), pelaku (*actor*) dan aktifitas (*activity*). Situasi sosial itu dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi didalamnya.

Informan penelitian merupakan subjek yang memiliki hubungan karakteristik dengan situasi sosial yang diteliti. Adapun penentuan informan dalam penelitian dilakukan secara *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlah sedikit, lama-lama menjadi besar (Sugiyono,2017:219). Alasan peneliti menggunakan teknik ini adalah dimana pada situasi tertentu, jumlah subjek penelitian yang terlibat menjadi bertambah karena subjek atau informan.

Adapun informan pada penelitian ini meliputi kriteria dibawah ini:

1. Pejabat Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dan Pejabat UPTD Pariwisata Pulau Pisang
2. Wisatawan yang pernah berkunjung
3. Masyarakat sekitar

3.4.2. Sumber Data

Menurut Arikunto (2006:224) menyatakan bahwa, sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data, peneliti telah menggunakan rumus 3P, yaitu:

1. *Person* (orang), yang merupakan informan bagi peneliti bertanya mengenai tema penelitian yang akan diteliti.
2. *Paper* (kertas), adalah tempat peneliti membaca dan mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, seperti arsip, angka, gambar, dokumen-dokumen, simbol-simbol dan lain sebagainya.

3. *Place* (tempat), yaitu tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

Menurut Lofland yang dikutip oleh Moleong (2011:16), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang didapat dari informan melalui wawancara, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Untuk mendapatkan data dan informasi maka informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive* atau sengaja dimana informan telah ditetapkan sebelumnya. Informan merupakan orang yang terlibat atau mengalami proses pelaksanaan dan perumusan program dilokasi penelitian.

3.4.3. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu:

1. Data Primer, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi, kuisioner maupun melalui wawancara dengan pihak informan. Metode penelitian data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung terhadap informan.
2. Data Sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari internet, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakannya sebagian atau seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan beberapa teknik yaitu:

1. Pengamatan (*Observasi*)

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) Pengamatan adalah kegiatan yang meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu obyek penelitian dengan menggunakan seluruh indra. Dalam penelitian ini, peneliti mengobservasi kondisi pantai atau fenomena- fenomena yang terdapat di sekitar Pulau Pisang seperti faktor-faktor internal dan eksternal dari Pulau Pisang sebagai bahan utama dalam merumuskan suatu strategi pengembangan pariwisata Pulau Pisang.

2. Wawancara

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) wawancara adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam komunikasi langsung yang berbentuk sejumlah pertanyaan lisan yang diajukan oleh penguumpul data (*interviewer*) sebagai pencari informasi yang dijawab secara lisan oleh informan (*interviewer*) secara singkat wawancara didefinisikan sebagai alat pengumpulan data berupa tanya jawab antara pihak pencari informasi dan sumber informasi yang berlangsung secara lisan. Dengan wawancara , maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang informan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimaksud dalam hal ini tidak bisa ditentukan melalui observasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2017:213) Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel apabila didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, gambar saat wawancara yang berguna untuk meningkatkan tingkat kredibilitas kepercayaan dari proses observasi atau wawancara, serta data-data mengenai objek wisata Pulau Pisang.

4. Literatur

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, jurnal dan media lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Dalam penelitian ini literatur yang digunakan baik jurnal, skripsi atau pun buku yang berkaitan dengan penelitian.

5. Kuesioner

Teknik kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua. Pertama digunakan untuk peneliti untuk memberi nilai bobot dari faktor internal dan eksternal objek wisata Pulau Pisang. Kedua digunakan peneliti untuk mendapatkan nilai peringkat (*rating*) dari faktor internal dan eksternal.

3.6. Teknik Analisis Data

Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk menentukan alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan pada pengembangan pariwisata Pulau Pisang. Adapun alat bantu analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata adalah matrik IFES, matrik EFAS, matrik IE, matrik SWOT dan diagram SWOT (David 2012:32). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang didasarkan data deskriptif dari status, keadaan, sikap, hubungan atau sistem pemikiran suatu masalah yang menjadi objek penelitian. Setelah mendapatkan data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data

yang terkumpul dengan menganalisis data, mendeskripsikan data, serta mengambil kesimpulan. Untuk menganalisis data ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, karena data-data yang diperoleh merupakan kumpulan keterangan-keterangan. Proses analisis data dimulai dengan menyiapkan seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai dengan tahap tertentu sehingga data yang didapatkan memuaskan. Aktivitas dalam menganalisis data kualitatif yaitu antara lain:

1. Reduksi data (*Reduction Data*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Laporan atau data yang diperoleh dilapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya,

dan mencarinya apabila diperlukan. Data yang diperoleh dilokasi penelitian (data lapangan) dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terperinci. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting kemudian dicari tema atau polanya. Selanjutnya pada saat pengumpulan data berlangsung diadakan tahap reduksi data, kemudian membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus dan menulis memo.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

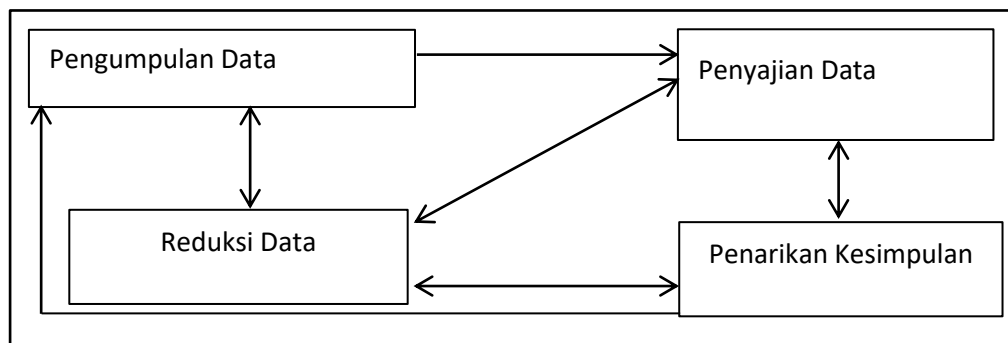
Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dengan adanya penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Dalam penelitian ini, penyajian data diwujudkan dalam bentuk uraian, dan foto atau gambar sejenisnya. Selanjutnya penyajian data yang digunakan untuk menyajikan data adalah teks naratif yang mendeskripsikan langsung mengenai hasil temuan yang didapat peneliti melalui teknik wawancara untuk diadakannya kesimpulan.

3. Penarikan kesimpulan (*Concluding Drawing*)

Yaitu melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka

kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Peneliti menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, yang dituangkan dalam kesimpulan. Dalam penelitian ini penarikan kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi, dan wawancara.

Berikut adalah gambar dari analisis data model interaktif menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2017:189).



Gambar 3.1. Analisis Model Interaktif

Gambar mengenai komponen analisis data model Miles dan Huberman diatas menjelaskan bahwa, dalam melakukan analisis data kualitatif dapat dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3.7. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep keahlian (validitas) atas kehandalan (reabilitas). Derajat kepercayaan atau kebenaran suatu penilaian akan ditentukan oleh standar apa yang digunakan.

Menurut Moleong (2011:324), terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data anatara lain:

3.7.1 Derajat Kepercayaan (*credibility*)

Penerapan derajat kepercayaan pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dan nonkualitatif. Fungsi derajat kepercayaan yaitu, *Pertama*, penemuannya dapat dicapai; *Kedua*, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan yang sedang diteliti. Kriteria derajat kepercayaan diperiksa dengan beberapa teknik pemeriksaan, yaitu:

1. Triangulasi

Triangulasi berupaya untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dengan sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan metode yang berlainan. Adapun triangulasi yang dilakukan dengan tiga macam teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan number data, metode, dan teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukan dengan cara:

- a. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
- b. Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan wawancara.
- c. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data.
- d. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

2. Kecukupan Referensial

Yaitu mengumpulakn berbagai bahan-bahan, catatan-catatan, atau rekaman-rekaman yang dapat digunakan sebagai referensi dan patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data.

3. Keteralihan (*Transferability*)

Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada pengamatan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti perlu mencari dan mengumpulkan data kejadian dalam konteks yang sama.

4. Kebergantungan (*Dependability*)

Kebergantungan merupakan substitusi reabilitas dalam penelitian non kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, uji kebergantungan dilakukan dengan melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian. Sering terjadi peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi bisa memberikan data. Peneliti seperti ini perlu diuji *dependendability*-nya. Kalau proses penelitiannya tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka penelitian tersebut tidak *dependable*. Untuk mengetahui dan memastikan apakah hasil penelitian ini benar atau salah, peneliti selalu mendiskusikannya dengan pembimbing secara bertahap mengenai data-data yang didapat di lapangan mulai dari proses penelitian sampai pada taraf kebenaran data yang didapat.

5. Kepastian (*Confimability*)

Dalam penelitian kualitatif uji kepastian mirip dengan uji kebergantungan, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji kepastian (*confimability*) berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada tetapi hasilnya

ada. Kepastian yang dimaksud berasal dari konsep objektivitas, sehingga dengan disepakati hasil penelitian tidak lagi subjektif tapi sudah objektif.

Peneliti akan melakukan keteralihan dengan mencari dan mengumpulkan data kejadian empiris dalam konteks yang sama mengenai analisis SWOT. Penelitian yang melakukan keteralihan tersebut, peneliti harus selalu mendiskusikan hasil dilapangan dengan pembimbing mengenai data-data yang didapat dilapangan mulai dari proses penelitian sampai pada taraf kebenaran data yang didapat. Untuk menjamin kepastian bahwa penelitian ini objektif, peneliti dalam hal ini melakukan pemeriksaan secara cermat bersama dengan pembimbing terhadap kepastian asal-usul data, logika penarikan kesimpulan dari data, dan derajat ketelitian serta terhadap kegiatan peneliti tentang keabsahan data.

3.8. Analisis Matrik IFAS,EFAS dan IE

3.8.1 Analisis Matrik IFAS dan EFAS

Matrik IFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan menggolongkannya menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui pembobotan. Sedangkan matrik EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal dan menggolongkan menjadi peluang dan ancaman perusahaan dengan melakukan pembobotan. Tahap-tahap mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan dalam matrik IFAS dan EFAS yaitu sebagai berikut:

1. Menyusun daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting (*critical success factors*) untuk aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan, kemudian menempatkannya pada kolom pertama.

2. Menentukan bobot (*weight*) dari *critical success factors*. Penentuan bobot dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi faktor strategi internal dan eksternal kepada pihak manajemen perusahaan dengan menggunakan metode “*Paired Comparison*”. Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal. Penentuan bobot dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang diisi oleh informan. Untuk menentukan bobot setiap variable digunakan skala 1, 2 dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:

- 1: Jika variabel horisontal kurang penting daripada indikator vertikal
- 2: Jika variabel horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
- 3: Jika variabel horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal

Untuk lebih jelasnya rancangan bentuk penilaian pembobotan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1. Contoh Pengisian Bobot

Faktor Penentu	A	B	C	D	E	Total	Bobot
A								
B								
C								
D								
E								
.....								
Total								

Sumber: Kinneer dalam Mayasari (2010)

3. Menentukan rating setiap *critical success factors* antara 1 sampai 4, dimana untuk matrik IFAS, skala nilai peringkat untuk kekuatan yang digunakan yaitu:

1= sangat lemah	3= kuat
2= lemah	4= sangat kuat

Untuk faktor-faktor kelemahan yaitu skala 1 berarti sangat kuat dan skala 4 berarti sangat lemah. Sedangkan untuk faktor strategis eksternal peluang bagi perusahaan diberi rating dengan skala yang digunakan yaitu:

1= sangat rendah, respon kurang	3= tinggi, respon diatas rata-rata
2= rendah, respon sama dengan rata-rata	4= sangat tinggi, respon superior

Untuk faktor-faktor ancaman yaitu, skala 4 berarti sangat rendah, respon superior terhadap perusahaan. Skala 1 berarti tinggi, respon kurang terhadap perusahaan. Rating didasarkan pada efektifitas strategi perusahaan, serta rating juga berdasarkan pada kondisi perusahaan.

Contoh pengisian rating dapat dilihat dari tabel pengisian berikut:

Tabel 3.2. contoh pengisian rating

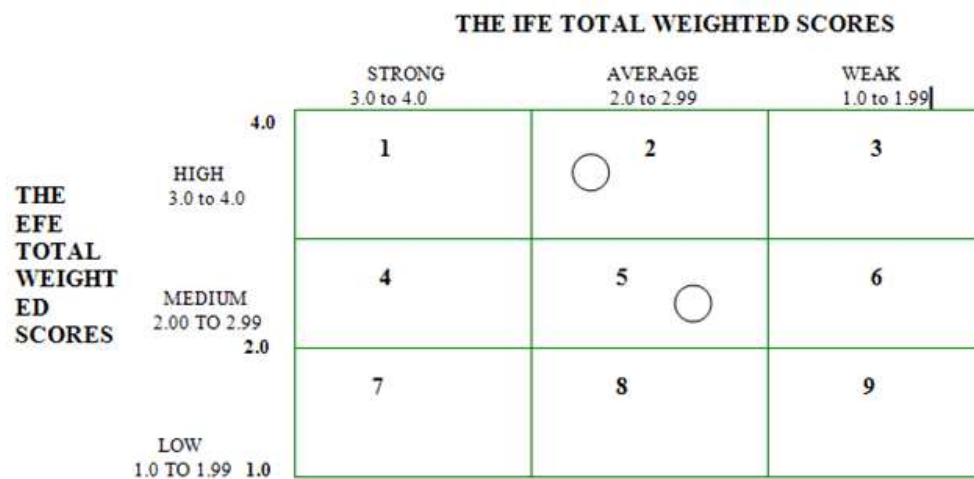
Faktor Strategis	Rating 1	Rating 2	Rating 3	Rating 4
1.....	√			
2.....		√		
3.....			√	
4.....				√
.....				

4. Mengalikan nilai bobot dengan nilai rating untuk mendapatkan skor pembobotan dan semua hasil kali tersebut dijumlahkan secara vertikal untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Hasil pembobotan dan peringkat (rating) berdasarkan analisis situasi perusahaan dimasukkan dalam matrik.

Total skor pembobotan berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata-rata 2,5. Jika total skor IFAS (3,0-4,0) berarti kondisi internal tinggi atau kuat, (2,0-2,99) berarti kondisi internal perusahaan rata-rata atau sedang dan (1,0-1,99) berarti kondisi internal perusahaan rendah atau lemah.

3.8.2. Analisis Matrik Internal-Eksternal (IE)

Matrik IE disusun berdasarkan total skor matrik IFAS sebagai sumbu x dan total skor matrik EFAS pada sumbu y. Matrik IE digunakan oleh peneliti untuk mengetahui posisi dari pariwisata Pulau Pisang. Matrik IE disusun berdasar total skor matrik IFAS sebagai sumbu x dan total skor matrik EFAS pada sumbu y.



Sumber: www.mba-tutorials.com

Gambar 3.2. Matrik Internal-Eksternal (IE)

Matrik IE dibagi menjadi tiga bagian dengan dampak strategi yang berbeda. Tiga bagian tersebut yaitu :

- a. Divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini.
- b. Divisi yang masuk dalam sel III, V, atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*).

- c. Divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, IX adalah panen atau divestasi (*harvest or divest*). Organisasi yang berhasil mampu mencapai portofolio bisnis masuk atau berada di seputar sel I dalam matriks IE.

3.9.1. Analisis Diagram SWOT dan Matrik SWOT

3.9.2. Diagram SWOT

Berdasarkan analisis matrik IFAS dan EFAS selanjutnya dilakukan perhitungan selisih dalam diagram SWOT. Faktor internal yang terdiri dari selisih skor antara kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Sedangkan faktor eksternal yang terdiri dari selisih skor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*). Selanjutnya nilai selisih skor tersebut menjadi kordinat posisi strategi industri pariwisata yaitu pada kordinat (sumbu X dan sumbu Y) yang kemudian dimasukkan kedalam diagram SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat untuk diterapkan oleh industri Pariwisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. Dapat dilihat dari gambar berikut:



Sumber : Rangkuti (2015: 19)

Gambar 3.3 Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari strategi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *question mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.9.3. Matrik SWOT

Menurut Rengkuti (2011:31) matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Terdapat 8 (delapan) langkah dalam menyusun matrik SWOT (*Wordpress.com*), yaitu:

- a. Tuliskan kekuatan internal perusahaan yang menentukan.
- b. Tuliskan kelemahan internal perusahaan yang menentukan.
- c. Tuliskan peluang eksternal perusahaan yang menentukan.
- d. Tuliskan ancaman eksternal perusahaan yang menentukan.
- e. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
- f. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
- g. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
- h. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat. Berikut adalah gambar untuk matrik SWOT.

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunity (O)</i>	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan Peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rengkti (2015: 31)

Gambar: 3.4. Matriks SWOT

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Menurut Rangkuti (2015:31) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Menurut Rangkuti (2015:32) strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

3. Strategi WO (*Weakness- Opportunity*)

Menurut Rangkuti (2015:32) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT (*Weakness - Threat*)

Menurut Rangkuti (2015:32) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT pada bab sebelumnya, peneliti mencoba merangkum kesimpulan secara garis besar terhadap Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang di Kabupaten Pesisir Barat dengan mengidentifikasi faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang dikategorikan kedalam kekuatan (*strangth*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*). Berdasarkan hasil penelitian didapat beberapa kesimpulan yang dapat peneliti ambil, diantaranya:

1. Faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang terdapat pada Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat dikategorikan kedalam kekuatan (*strangth*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*), yaitu:

Kekuatan (*strangth*):

- 1) Pantainya Yang Indah
- 2) Memiliki Atraksi Wisata Beragam
- 3) Masyarakat Sekitar Ramah
- 4) Tersedianya Penyewaan Sepeda Motor Dan Kondisi Jala Desa Memadai

Kelemahan (*weakness*):

- 1) Masih Menggunakan Perahu Berkapasitas Kecil
- 2) Fasilitas Dermaga Pelabuhan Masih Belum Berfungsi

- 3) Fasilitas MCK Masih Mengandalkan Rumah Warga
- 4) Minimnya Rumah Makan

Peluang (*opportunity*):

- 1) Pengembangan Daerah Otonomi Baru
- 2) Adanya Sarana Transportasi Udara Bandara M Taufik Kiemas
- 3) Peluang Kunjungan Wisatawan Ke Lampung Semakin Berkembang
- 4) Adanya Event Budaya Dan Perkembangan Media Sosial

Ancaman (*threath*):

- 1) Gelombang Air Laut Pasang
- 2) Ancaman Rawan Bencana Tsunami

2. Alternatif Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang Kabupaten Peisir Barat

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan matrik internal-eksternal pariwisata Pulau Pisang berada pada posisi kuadran V yaitu dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Selanjutnya dari hasil analisis dengan menggunakan diagram SWOT didapatkan posisi Pulau Pisang berada pada kuadran 1 yaitu tahap pertumbuhan (*growth*). Maka alternatif strategi yang sesuai untuk mengembangkan pariwisata Pulau Pisang dengan menggunakan matrik SWOT adalah strategi S-O (*Strength-Opportunity*) strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yaitu:

- 1) Pemerintah melakukan pemberdayaan kepada masyarakat tentang pentingnya masyarakat sadar wisata serta konsep penginapan atau *homestay* beserta kebersihan dan kerapian. Melalui pemberdayaan

masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata agar tetap bersama menjaga agar terjaga keindahannya.

- 2) Melakukan kerjasama dengan berbagai *stakeholder*. Menjalinkan kerja sama dengan berbagai pihak baik dari pemerintah maupun swasta dalam mengembangkan pariwisata
- 3) Memperluas promosi melalui media cetak, media sosial dan event budaya. Mengikuti berbagai event budaya untuk memperkenalkan potensi wisata dan memanfaatkan promosi melalui media sosial baik facebook, youtube, instagram, twitter dll.
- 4) Membuat paket wisata. Mengemas berbagai atraksi wisata menjadi paket wisata dengan bekerja sama biro perjalanan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Pengelola Pulau Pisang

Saran bagi UPTD Pariwisata Pulau Pisang serta Pemerintah Kabupaten Pesisir Barat untuk secara intensif mengupayakan adanya sarana dan prasarana serta fasilitas pendukung (transportasi air laut, dermaga, toilet umum/MCK, papan informasi dan peraturan, pusat perbelanjaan atau toko souvenir dll). Hal ini penting untuk dilaksanakan sebab ketersediaan sarana dan prasarana serta fasilitas pendukung secara optimal akan memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Pisang dan juga menambah kenyamanan pada wisatawan serta untuk memajukan Pulau Pisang itu sendiri.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dibatasi oleh keterbatasan informasi yang bisa dihimpun oleh peneliti. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih menggali lebih dalam terkait strategi pengembangan pariwisata, sehingga bisa menambahkan fokus lainnya terkait penelitian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon. 2011. *Strategic Management For Education Management (Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi (Teori-Konsep-Kinerja)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chuanmin, Shuai et al. 2011. *A Study of Relationship between Satisfaction with Compensation and Work Motivation*. Huazhong China. International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 1; January 2011.
- Dahlan, M. Syaiful. 2015. *Evaluasi Pelaksanaan Strategi Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Pengembangan Wisata Bahari Pada Daerah Tertinggal Di Kabupaten Pesisir Barat (Study Kasus Pulau Pisang)*. Skripsi Ilmu Administrasi Negara.
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management Concepts and Cases*, Thirteenth Edition. England: Pearson.
- _____. 2012. *Strategic Management Concepts & Cases*. Pearson Academic; 14th edition.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat; Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat; Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hartono. 2011. *Development Strategy For The Tapis Traditional Woven Fabric Industry*. International Journal Of Administrative Science & Organization Vol. 18 No. 2; May 2011.
- Khuzaimy, Ahmad dan Hidayat, N Rusdi. 2015. *Analisis Strategi Bisnis Pada UD. Cengkeh madagaskar Di Sidoarjo*. Jurnal. Jawa timur: UPNV.
- r*
- Leiper, N. (2004). *Tourism Management – 3 Edition*. New South Wales. Pearson. Education Australia.
- Australia.

Australia.

Lestari, Endah Prapti. 2011. *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Luis et al. 2011. *Nutritional assessment: predictive variables at hospital admission related with length of stay*. *Annals of nutrition and metabolism*, 50 (-): 394-398.

Moeleong, J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung. PT Rosdakarya.

Nawawi, Hadari. 2012. *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan (Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan)*. Yogyakarta: Gadjah Mada.

Nilasari, Senja. 2014. *Manajemen Strategi*. Dunia Cerdas. Jakarta Timur.

Novianto, Aan. 2017. *Analisis Strateegi Pengembangan Bisnis (Study Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)*. Skripsi Ilmu Administrasi Bisnis.

Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat : Jakarta.

Pianita, I Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Rangkuti,Freddy. 2015. *Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sofar Silaen, Widiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif R&D Perusahaan*. Jakarta :Rineka Cipta.

Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Suryadana, M Liga dan Octavia Vanny. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabet.

Suyitno. 2009. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.

Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik Untuk Skripsi Tesis dan Praktek Bisnis*.Jakarta: PT RAJAGRAFINDOPERSADA.

Wheelen, Thomas L dan Hunger, J. David . 2012. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.

Word Tourism Organization (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*.

Yoeti. Oka A. 2008. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradaya Pratama.

Undang-undang dan dokumen:

Republik Indonesia, 1999 Undang-undang No. 9 tentang Kepariwisataaan.

Republik Indonesia, 2010 Undang-undang No. 10 tentang Kepariwisataaan.

Dokumen RIPPDA Pesisir Barat

Website :

Academia.edu. *Pengembangan Wisata Bahari Di Taman Nasional Takabonerate Dan Implikasi Pengelolalaannya*. Diakses 15 Juli 2018 pukul 22.30 WIB, dari [http://www.academia.edu/11063462/Pengembangan Wisata Bahari Di Taman Nasional Takabonerate Dan Implikasi Pengelolalaannya](http://www.academia.edu/11063462/Pengembangan_Wisata_Bahari_Di_Taman_Nasional_Takabonerate_Dan_Implikasi_Pengelolalaannya).

Dinaspariwisata.lampungprov.go.id. 2018. *Pola Perjalan Wisata Pesisir Barat*. Diakses pada 18 Juli 2018 pukul 10.00 WIB, dari <http://dinaspariwisata.lampungprov.go.id/pola-perjalanan-wisata-pesisir-barat/>.

EditorLambar.com. 2018. *Peraturan daerah kabupaten pesisir barat nomer 3 tahun 2017 tentang rencana induk pengembangan pariwisata daerah pesisir barat*. Diakses pada 02 Agustus 2018 pukul 22.30 WIB, dari <http://www.editorlambar.com/2018/02/peraturan-daerah-kabupaten-pesisir.html>.

kemenpar.go.id. 2016. *Statistik Profil Wisatawan Nusantara 2016*. Diakse pada 18 Mei 2018 pukul 16.00 WIB, dari [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Statistik%20Profil%20Wisatawan%20Nusantara%20Tahun%202016_2\(1\).pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Statistik%20Profil%20Wisatawan%20Nusantara%20Tahun%202016_2(1).pdf).

pariwisatapesisirbarat.com. 2018. *Dinas pariwisata pesisir barat*. Diakses pada 16 April 2018 pada pukul 01.30 WIB, dari <https://pariwisatapesisirbarat.com/pulau-pisang/>.

Pesisirbaratkab.go.id. *Wings Air Segera Beroperasi Layani Bandara M Taufik Kiemas Krui*. Diakses pada 14 Mei 2019 pada pukul 12.02 WIB, Dari <https://pesisirbaratkab.go.id/?p=1481>.

Suluh.co. 2018. *Kunjungan Wisatawan Nusantara Di Lampung Meningkatkan 54,45 Persen*. Diakses pada 03 Mei 2018 pukul 23.25 WIB, dari <http://suluh.co/kunjungan-wisatawan-nusantara-di-lampung-naik-5445-persen/>.

wikipedia.org. *Pariwisata di Indonesia*. Diakses pada 14 Maret 2018 pada pukul 19.30 WIB, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesia.