ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGANGAN OBJEK WISATA PANTAI MUTUN DI DESA SUKAJAYA LEMPASING KECAMATAN TELUK PANDAN

(Skripsi)

Oleh :

ANNISA FANI SAFIRA

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023

ABSTRAK

ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGANGAN OBJEK WISATA PANTAI MUTUN DI DESA SUKAJAYA LEMPASING KECAMATAN TELUK PANDAN

Oleh

Annisa Fani Safira

Pantai Mutun merupakan tempat wisata yang tergolong ke dalam objek wisata yang sering dikunjungi oleh penduduk yang tinggal di Provinsi Lampung maupun dari provinsi lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dalam pengembangan objek wisata pantai mutun dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 20 orang yaitu wisatawan, pengelola objek wisata, dan masyarakat sekitar objek wisata. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kekuatan dalam pengembangan obejek wisata pantai mutun adalah terdapat paket wisata antara objek wisata pantai lainnya di kabupaten pesawaran, pantai ramah keluarga, ombak laut yang tenang, biaya wisata yang terjangkau, terdapat berbagai jenis ikan dan terumbu karang. Kelemahan dalam pengembangan objek wisata pantai mutun adalah tidak ada potensi yang bersifat sosial dan budaya yang dikembangkan, beberapa sarana dan prasarana yang kondisinya kurang baik atau rusak, kurangnya sarana akomodasi yaitu penginapan minimnya air bersih dan kurangnya keamanan, kebersihan lingkungan pantai kurang terawat, harga makanan, minuman, baju cukup mahal, kurangnya promosi tentang wisata pantai mutun. Peluang dalam pengembangan objek wisata pantai mutun adalah pantai mutun dapat menjadi daerah tujuan wisata, adanya minat serta dukungan masyarakat dan pemerintah dalam rencana pengembangan potensi wisata pantai mutun, meningkatkan taraf hidup masyarakat, membuka lapangan pekerjaan sehingga mengurangi pengangguran, yang semakin ramai sehingga banyak yang lewat. Ancaman dalam pengembangan objek wisata pantai mutun adalah pengaruh perilaku dan moral masyarakat dengan adanya kunjungan wisatawan, tenaga teknis atau terampil di lapangan dari kuantitas maupun kualitas masih terbatas, sugesti wisatawan bahwa kabupaten pesawaran kurang aman, cuaca atau musim yang tidak menentu, adanya

Kata Kunci : SWOT, Pengembangangan, dan Pariwisata Pantai Mutun.

ABSTRACT

SWOT ANALYSIS FOR THE DEVELOPMENT OF MUTUN BEACH TOURISM AT SUKAJAYA LEMPASING VILLAGE, TELUK PANDAN

By

Annisa Fani Safira

Mutun Beach is a tourist attraction that is classified as a tourist attraction that is often visited by residents who live in Lampung Province and from other provinces. This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities, threats in the development of the Mutun beach tourism object by using qualitative descriptive research methods. The sampling technique used purposive sampling with a total of 20 people, namely tourists, tourist attraction managers, and the community around the tourist attraction. Data was collected by observation, interviews, documentation and SWOT analysis. The results showed that the strength in developing the Mutun beach tourism object is that there are tour packages between other beach attractions in Pesawaran Regency, family-friendly beaches, calm sea waves, affordable travel costs, there are various types of fish and coral reefs. Weaknesses in the development of the Mutun beach tourism object are that there is no social and cultural potential that is developed, some facilities and infrastructure are in poor or damaged condition, lack of accommodation facilities, namely lodging, lack of clean water and lack of security, cleanliness of the beach environment is poorly maintained, food prices , drinks, clothes are quite expensive, lack of promotion about mutual beach tourism. Opportunities in the development of the Mutun beach tourism object are that the Mutun beach can become a tourist destination, there is interest and support from the community and the government in the plan to develop the tourism potential of the Mutun Beach, improve people's living standards, create jobs so as to reduce unemployment, can increase local revenue (PAD).), the road is getting busier so many pass by. Threats in the development of Mutun beach tourism objects are the influence of community behavior and morals with tourist visits, technical or skilled personnel in the field of limited quantity and quality, tourist suggestions that Pesawaran Regency is less safe, uncertain weather or seasons, environmental changes from various activities both on land and at sea, there are other attractions that are much more interesting.

Keywords: SWOT, Development Strategy, and Mutun Beach Tourism.

ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGANGAN OBJEK WISATA PANTAI MUTUN DI DESA SUKAJAYA LEMPASING KECAMATAN TELUK PANDAN

Oleh

ANNISA FANI SAFIRA

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN

Pada

Program Studi Pendidikan Geografi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Lampung

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023

Judul skripsi	: **ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGANGAN OBJEK WISATA PANTAI MUTUN DI DESA SUKAJAYA LEMPASING KECAMATAN TELUK PANDAN**
Nama Mahasiswa	: Annisa Fani Safira
Nomor Pokok Mahasiswa	: **1813034020**
Program Studi	: **Pendidikan Geografi**
Jurusan	: **Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**
Fakultas	: **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama	Pembimbing Pembantu
Drs. Zulkarnain, M.Si.	**Dian Utami, S.Pd., M.Pd.**
NIP 19600111 198703 1 001	NIP 19891227 201504 2 003

2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial	Ketua Program Studi Pendidikan Geografi
Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.	**Dr. Sugeng Widodo, M.Pd.**
NIP 19741108 200501 1 003	NIP 19750517 200501 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Zulkarnain, M.Si.** .....

Sekretaris : **Dian Utami, S.Pd., M.Pd.** .....

Penguji
Bukan Pembimbing : **Drs. Sudarmi, M.Si.** .....

2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunyono, M.Si.
NIP 19651230 1991111 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **24 Februari 2023**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	: Annisa Fani Safira
NPM	: 1813034020
Program Studi	: Pendidikan Geografi
Jurusan/Fakultas	: Pendidikan IPS/KIP
Alamat	: Jalan Kartini Gg Durian 1 No 21 Kelurahan Durian Payung Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengembangangan Pariwisata Pantai Mutun Di Desa Sukajaya Lempasing Kecamatan Teluk Pandan Dengan Menggunakan Analisis SWOT" dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis yang diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 24 Februari 2023

Pemberi Pernyataan,

Annisa Fani Safira

NPM 1813034020

RIWAYAT HIDUP

Annisa Fani Safira dilahirkan di Kelurahan Durian Payung, Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung sebagai anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Ahmad Fauzi (Alm), dan Ibu Sri Andrayani, serta Bapak sambung Supriyanto.

Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Kartini II 2005-2006, Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Palapa pada tahun 2006-2012, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 18 Kota Bandar Lampung pada tahun 2012-2015, dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Bandar Lampung pada tahun 2015-2018.

Pada tahun 2018, penulis diterima menjadi mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi di Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN dengan Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) 1813034020. Pada tahun 2019, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, dan Bali. Pada tahun 2021, penulis melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Hanura, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung bersamaan dengan kegiatan PLP (Pengenalan Lapangan Persekolahan) di SMA Negeri 1 Pesawaran.

MOTTO

“Hiduplah seakan kamu mati besok, belajarlah seakan kamu hidup selamanya”

(Mahatma Gandhi)

“Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. AL-Baqarah:286)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap penuh rasa syukur kepada Allah SWT kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

Ayah dan Ibuku tercinta
Ayah Ahmad Fauzi (Alm) dan Ibu Sri Andrayani serta Ayah Sambung Ayah Supriyanto yang selalu mendoakanku dalam setiap sujudnya. Terima kasih untuk setiap tetesan keringat serta semangat yang selalu ayah ibu berikan.

Bapak dan Ibu Dosen Pembimbing, keluarga besar serta sahabat tercinta yang selalu memberikan arahan, dukungan dan doanya.

Almamater tercinta

UNIVERSITAS LAMPUNG

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis SWOT Untuk Pengembangangan Pariwisata Pantai Mutun Di Desa Sukajaya Lempasing Kecamatan Teluk Pandan"** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih terbesar kepada Bapak Drs. Zulkarnain, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 sekaligus dosen pembimbing akademik, Ibu Dian Utami, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing 2, dan Bapak Drs. Sudarmi, M.Si. selaku dosen pembahas yang telah memberikan bimbingan, nasihat serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis berharap semoga dosen pembimbing maupun pembahas dilimpahkan rahmat, hidayah, kesehatan, dan kesempatan yang begitu besar oleh Allah SWT.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusimeilia Afriani, D.E.A., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung;
3. Bapak Dr. Riswandi M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

4. Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Ketua Dakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
5. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
6. Bapak Dedy Miswar, S. Si., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung;
7. Bapak Dr. Sugeng Widodo, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung;
8. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Geografi yang telah mengajar, mendidik, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan studi;
9. Seluruh staf Program Studi Pendidikan Geografi yang telah memberikan arahan dan pelayanan administrasi selama menyelesaikan studi;
10. Pengelola objek wisata Pantai Mutun Bapak Aan, masyarakat sekitar objek wisata serta para pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Mutun atas bantuannya pada saat penelitian, sehingga penelitian ini dapat selesai.
11. Ketiga orang tua saya Bapak Ahmad Fauzi (Alm) dan bapak sambung saya Bapak Supriyanto dan Ibu Sri Andrayani yang tiada hentinya selalu mendoakan dan mendukung saya sehingga saya bisa berada di titik penghujung perkuliahan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan umur yang panjang untuk kalian;
12. Kakak kandung saya M Arif Fajar Satrio dan Kakak ipar saya Awatif Tiana serta Ponakan saya Ratu Baldatunnisa Satrio dan Ratu Fardatunnisa Satrio yang selalu mendukung sekaligus penyemangat saya dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan;
13. Teman-teman seperjuangan, Mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi angkatan 2018. Semoga kalian semua menjadi orang yang sukses dan berguna kedepannya, aamiin;

14. Teman saya hingga sekarang Laila, Lixa, Miranda, dan M. Hafizh Lingga Wiguna yang selalu mendengarkan keluh kesah selama perkuliah hingga penyusunan skripsi ini. Semoga kalian sukses selalu dan tidak akan pernah lupa dengan masa-masa yang pernah kita lalui;
15. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan memberikan sumbangan pengetahuan bagi kita semua.

Bandar Lampung, 24 Februari 2023
Penulis,

Annisa Fani safira
NPM 1813034020

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK ii

HALAMAN PERSETUJUAN vi

HALAMAN PENGESAHAN vii

LEMBAR PERNYATAAN viii

RIWAYAT HIDUP ix

MOTTO x

PERSEMBAHAN xi

SANWACANA xii

DAFTAR ISI xv

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR GAMBAR xix

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Ruang Lingkup Penelitian 6

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka 7
1. Geografi 7
2. Geografi Fisik dan Manusia 9
3. Pariwisata 9
4. Geografi Pariwisata 10
5. Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata 11

6. Pengembangan Pariwisata 12
7. SWOT 16
B. Penelitian Relevan 23
C. Kerangka Pikir 27

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian 28
B. Populasi dan Sampel 28
1. Populasi 28
2. Sampel 29
C. Variabel Penelitian 29
D. Definisi Operasional Variabel 30
E. Teknik Pengumpulan Data 33
1. Teknik Observasi 33
2. Teknik Wawancara 34
3. Teknik Dokumentasi 34
F. Teknik Analisis Data 34

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian 41
B. Deskripsi Objek Wisata Pantai Mutun 52
C. Hasil Penelitian 56
D. Pembahasan Hasil Penelitian 73

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 91
B. Saran 92

DAFTAR PUSTAKA 93

LAMPIRAN 97

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Objek Wisata Pantai Mutun Tahun 2019-2021 (Priode Januari- September) 3

Tabel 2. TP dan IKTP Sumberdaya Alam Indonesia 4

Tabel 3. Matriks SWOT 22

Tabel 4. Penelitian Relevan 23

Tabel 5. Sampel Penelitian 29

Tabel 6. Informasi faktor internal (IFAS) kekuatan dan peluang 31

Tabel 7. Informasi faktor eksternal (EFAS) kelemahan dan ancaman 32

Tabel 8. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan 36

Tabel 9. Faktor Strategi Internal (IFAS) 37

Tabel 10. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman) 38

Tabel 11. Faktor Strategi Eksternal (EFAS) 39

Tabel 12. Matriks SWOT 40

Tabel 13. Data Curah Hujan di Kecamatan Padang Cermin 45

Tabel 14. Zone/Tipe Iklim Berdasarkan Klasifikasi *Schmidth-Ferguson* 46

Tabel 15. Jumlah Penduduk menurut umur di Desa Sukajaya Lempasing 47

Tabel 16. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin 48

Tabel 17. Data Perkembangan Tingkat Pendidikan Desa Sukajaya Lempasing 49

Tabel 18. Sebaran sarana pendidikan di Desa Sukajaya Lempasing 49

Tabel 19. Fasilitas Wisata yang Terdapat di Objek Wisata Pantai Mutun 53

Tabel 20. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Strategi Internal Kekuatan (*Strenghts*) 63

Tabel 21. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Strategi Internal Kelemahan (*Weakness*).....64

Tabel 22. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) Kekuatan (*Strenghts*).....64

Tabel 23. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) Kelemahan (*Weakness*).....65

Tabel 24. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Strategi Eksternal Peluang (Opportunities).....66

Tabel 25. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Strategi Eksternal Ancaman (Threats).....66

Tabel 26. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) Peluang (*Opportunities*).....67

Tabel 27. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) Ancaman (*Threats*).....67

Tabel 28. Matrik SWOT.....68

Tabel 29. Pengembangan Objek Wisata Pantai Mutun Tahun 2012-2020.....89

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Kuadran Analisis SWOT.....19

Gambar 2. Bagan Kerangka Pikir 27

Gambar 3. Peta Lokasi Objek Wisata Pantai Mutun.....43

Gambar 4. Diagram Tipe Hujan *Schmidth-Ferguson* 46

Gambar 5. Hasil Perhitungan Matriks.....70

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan terbesar yang wilayahnya terbentang dari Sabang hingga Merauke atau dari Talaud hingga Rote. Indonesia diakui sebagai salah satu negeri yang elok dengan berbagai keindahan alam nya, tidak hanya didarat, juga dilaut (Djou, 2013). Wilayah pesisir memiliki potensi lain berupa keunikan dan keindahan alam yang dapat menjadi daya tarik wisata sehingga aktivitas pariwisata pun dapat dikembangkan dan menghasilkan dampak positif dengan ikut meningkatkan perekonomian kawasan (Wakhidah, Dewi, dan Ristianti, 2013).

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Menurut Edward (2019) hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang digunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi bangsa dan negara.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tentang kepariwisataan tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Salah satu tujuan penyelenggaraan pariwisata adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan serta kemakmuran rakyat. Adanya kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara berpengaruh pada pengeluaran wisatawan.

Industri pariwisata di Indonesia tidak sedikit memberi peran penting bagi perekonomian Indonesia karena dapat memberikan tambahan devisa bagi negara sehingga penerimaan negara meningkat, selain itu dapat menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar objek wisata misalnya dengan adanya pedagang-pedagang kecil seperti pedagang makanan ringan dan penjual souvenir yang dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan (Oka A.Yoeti, 2008).

Provinsi Lampung memiliki potensi kepariwisataan yang sangat besar dan mampu untuk dikembangkan menjadi tujuan objek wisata yang berskala nasional dan internasional. Dengan beragam destinasi tempat wisata yang variatif mulai dari wisata alam, bahari, agrowisata dan budaya nya menjadikan Provinsi Lampung sebagai alternatif objek wisata yang menarik bagi para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Salah satu destinasi objek wisata di Provinsi Lampung yang menjadi perhatian wisatawan saat ini adalah Pantai Mutun. Pantai Mutun ini sangat berpotensi untuk dijadikan sebagai daerah tujuan objek wisata unggulan di Provinsi Lampung.

Secara administratif, Pantai Mutun masuk dalam wilayah Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran, tepatnya di Desa Sukajaya Lempasing. Pantai. Pantai ini mulai dikenal masyarakat sejak tahun 2007 dan secara resmi beroperasi sebagai objek wisata pada tahun 2009 dengan Muchtar Sani sebagai pemiliknya. Pantai Mutun merupakan tempat wisata yang tergolong ke dalam objek wisata yang sering dikunjungi oleh penduduk yang tinggal di Provinsi Lampung maupun dari provinsi lain yang ada di Indonesia terutama yang berada di sekitarnya seperti Provinsi Sumatera Selatan, Bengkulu, Jambi, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten (Abdillah, 2016). Hal ini tentunya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan pemerintah daerah Kabupaten Pesawaran.

Pantai Mutun memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan, hal ini karena objek wisata Pantai Mutun ini mempunyai karakteristik yang unik sehingga pantai ini berbeda dari objek wisata yang lainnya, terutama ditinjau dari jarak antara objek wisata dengan Kota Bandar Lampung yang hanya dapat ditempuh dalam waktu 30 menit dengan melewati jalan yang berbatu dan berlubang, kondisi perairan yang jernih, ombaknya juga yang tidak terlalu besar sehingga banyak

sekali wisatawan yang turun ke tepi pantai untuk berenang atau bermain air laut dengan ditemani orang tua. Objek wisata Pantai Mutun juga tersedia berbagai fasilitas dan infrastuktur wisata pantai berupa wahana seperti *parasailing, flying fish, bananaa boat, kano, jetski, snorklng,* dan untuk anak-anak kecil juga disediakan penyewaan ban dan pelampung yang digunakan untuk berenang dan bermain air laut di pinggir pantai. Dalam dua tahun terakhir ini objek wisata Pantai Mutun mengalami penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata yang disebabkan adanya Pandemi Covid-19. Tidak hanya Pantai Mutun saja, hal ini juga dirasakan objek wisata yang lainnya.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Objek Wisata Pantai Mutun Tahun 2019-2021 (Priode Januari-September)

No.	Tahun Kunjungan	Jumlah Wisatawan
1	2019	80.778
2	2020	67.800
3	2021 (Januari-September)	48.778

Sumber: Pengelola Pantai Mutun

Pantai Mutun merupakan salah satu objek wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan nusantara baik yang berasal dari Provinsi Lampung maupun di luar Provinsi Lampung. Tetapi banyak juga faktor yang menyebabkan rendahnya minat wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Hal ini dapat dilihat karena kurangnya daya tarik atau atraksi wisata yang kurang terawat dan tidak terkelola dengan baik pada objek wisata Pantai Mutun. Peran masyarakat sangat diperlukan agar objek wisata Pantai Mutun tersebut dapat terealisasi dengan baik. Fasilitas dan infrastruktur yang kurang teratur dan dinilai kurang lengkap hal ini dapat dilihat dari *stackeholder* yang belum jelas. Selain itu, penginformasian dan promosi destinasi objek wisata Pantai Mutun ini masih dinilai sangat minim, padahal hal itu sangat penting sekali guna mencapai sasaran pembangunan kepariwisataan serta dapat meningkatkan pengembangan objek wisata tersebut.

Pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna (Suwantoro, 1997). Dalam mengembangkan suatu daerah tujuan wisata harus memperhatikan berbagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan suatu daerah tujuan objek wisata. Faktor-faktor

itu terkait dengan lima unsur pokok yang harus ada dalam suatu daerah tujuan wisata seperti yang dikemukakan oleh (Suwantoro, 1997) yang meliputi objek dan daya tarik wisata, prasarana wisata, sarana wisata, tata laksana/infrastruktur serta kondisi dari masyarakat atau lingkungan. Pengembangan objek wisata Pantai Mutun menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan. Hal ini dikarenakan Pengembangan pariwisata merupakan upaya yang sangat kompleks yansg perlu melibatkan semua *stakeholders* (Kuhaja, 2014).

Analisis SWOT dapat dijadikan sebagai cara yang tepat dalam untuk pemilihan strategi dengan kemampuan pengambilan keputusan terhadap pemanfaatan kekuatan dan peluang (lingkungan internal) yang ada sekaligus meminimalisir kelemahan dan ancaman (lingkungan eksternal) perusahaan (Sudirman, 2011). Oleh karena itu perlu dilakukan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal pada objek wisata ini. Analisis yang dapat dilakukan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*). Dengan analisis SWOT dapat diketahui penilaian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha tersebut, serta dapat memberikan rekomendasi strategi pengembangan usaha yang tepat untuk mengatasi masalah yang ada dan dapat mengembangkan keunggulan sumber daya yang dimiliki. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Pariwisata berkaitan dengan materi pembelajaran geografi di SMA. Potensi pariwisata sebagai sumber daya alam Indonesia merupakan salah satu materi pada mata pelajaran geografi di kelas XI semester ganjil. Tabel di bawah ini mendiskripsikan Tujuan Pembelajaran, dan indikator ketercapaian pembelajaran dari materi sumberdaya alam Indonesia sebagai berikut :

Tabel 2. TP dan IKTP Sumberdaya Alam Indonesia

Tujuan Pembelajaran (TP)	Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (IKTP)
Mengamati sebaran dan pengelolaan sumberdaya kehutanan, pertambangan, kelautan, dan pariwisata sesuai prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan	Mengidentifikasi sebaran dan pengelolaa sumberdaya pariwisata sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan.

Sumber: ATP Geografi Kurikulum Merdeka Kelas XI

Tabel di atas merupakan TP dan IKTP dari materi sumberdaya alam indonesia. berdasarkan tabel tesebut siswa dikatakan berhasil dalam materi sumberdaya alam jika dapat mengidentifikasi sebaran dan pengelolaa sumberdaya pariwisata sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. IKTP ini sesuai dengan kajian dalam penelitian ini, sehingga diharapkan kajian ini dapat digunakan peserta didik sebagai bahan referensi dalam pembelajaran geografi di SMA khususnya pada materi pariwisata.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa objek wisata Pantai Mutun memiliki potensi yang besar apabila dikelola dan dikembangkan dengan tepat. Maka hal tersebut tentunya akan menjadi daya tarik serta menunjang pendapataan asli daerah (PAD) dengan meilihat bagaimana pentingnya pengembangan sektor objek wisata Pantai Mutun dengan menggunakan analisis SWOT, maka penulis mencoba melakukan penelitian yang berjudul "Analisis SWOT Untuk Pengembangan Pantai Mutun Kecamatan Teluk Pandan Kecamatan Teluk Pandan".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimanakah Pengembangan Objek wisata Pantai Mutun ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan pengmbangan objek wisata pantai muntun.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Teoritis

   Secara teoritis hasil penelitian ini akan menjadi salah satu acuan dalam mengembangkan mata pelajaran geografi terutama pada materi pariwisata dan sebagai bahan acuan bagi penelitian sejenis

2. Praktis
    1) Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
    2) Menambah pengetahuan dan bahan perkuliahan pada mata kuliah Geografi Pariwisata di Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
    3) Untuk mengetahui dan menambah pengetahuan dan informasi tentang analisis SWOT terhadap pengembangan Pantai Mutun.
    4) Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi pengelola objek wisata untuk lebih meningkatkan jumlah pengujung Pantai Mutun.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini, yaitu:

1. Ruang lingkup objek penelitian adalah Pengembangan Wisata dengan Analisis SWOT

2. Ruang lingkup subjek penelitian adalah Pantai Mutun

3. Ruang lingkup tempat penelitian adalah Pantai Mutun Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran.

4. Ruang lingkup waktu penelitian: Tahun 2022.

5. Ruang lingkup ilmu dalam penelitian ini adalah Geografi Pariwisata.
   Geografi pariwisata adalah cabang daripada bidang ilmu geografi yang mengkaji berbagai hal yang terkait dengan aktivitas perjalanan wisata, meliputi karakteristik destinasi (objek) wisata, aktivitas dan berbagai fasilitas wisata serta aspek lain yang mendukung kegiatan pariwisata disuatu daerah (wilayah)

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Geografi

Berdasarkan hasil Seminar dan Lokakarya (SEMLOK) ahli geografi tahun 1988 di Semarang, geografi adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kelingkungan dan kewilayahan dalam konteks keruangan (Suharyono dan Moch. Amien, 1994: 15). Sedangkan menurut Bintarto dan Surastopo Hadisumarno (1982: 14) Geografi adalah ilmu yang mempelajari atau mengkaji bumi dan segala sesuatu yang ada di atasnya, seperti penduduk, flora, fauna, iklim, udara, dan segala interaksinya. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa geografi adalah ilmu yang mempelajari bumi dengan sudut pandang keruangan, kewilayahan dan kelingkungan.

Prinsip geografi dapat menjadi uraian pengkajian dan pengungkapan gejala, variabel, faktor dan masalah geografi. Secara teoretis, prinsip geografi terdiri dari 4 bagian, (Sumaatmadja, 1988:42):

1). Prinsip Penyebaran
Penyebaran gejala dan fakta di permukaan bumi tidak merata dari satu wilayah ke wilayah lainnya.

2). Prinsip Interelasi
Prinsip interelasi secara lengkap adalah interelasi dalam ruang. Interelasi mengungkapkan hubungan antara faktor fisis dengan faktor fisis, antara faktor manusia dengan faktor manusia, dan antara faktor fisis dengan faktor manusia. Dari antar hubungannya itu, dapat mengungkapkan karakteristik gejala atau faktor geografi di tempat atau wilayah tertentu.

3). Prinsip Deskripsi
Penjelasan atau deskripsi merupakan suatu prinsip pada geografi dan studi geografi untuk memberikan gambaran lebih jauh tentang gejala dan masalah

yang dipelajari. Prinsip deskripsi dapat dilaksanakan dengan menggunakan diagram, grafik dan tabel.

4). Prinsip Korologi
Prinsip korologi merupakan prinsip geografi yang komprehensip, karena memadukan prinsip-prinsip lainnya. Prinsip ini merupakan ciri dari Geografi Modern.

Pendekatan geografi adalah hal-hal yang menjadi objek formal geografi, Secara teoretis, pendekatan geografi terdiri dari 3 pendekatan

1). Sudut Pandang Keruangan

Pendekatan keruangan menekankan pada variasi distribusi dan lokasi dari gejala-gejala atau kelompok gejala-gejala di permukaan bumi (Gunardo, 2014:23). Contoh studi variasi penggunaan lahan yang dikemukakan oleh Petter Hagget. Pendekatan keruangan menyangkut pola, proses dan struktur dikaitkan dengan dimensi waktu maka analisisnya bersifat horizontal.

2). Sudut Pandang Kelingkungan

Pendekatan kelingkungan atau pendekatan ekologi dalam geografi adalah suatu metodologi untuk mendekati, menelaah, dan menganalisa suatu gejala dengan menerapkan konsep dan prinsip ekologi geografi (Gunardo, 2014:25). Analisis pendekatan kelingkungan lebih ditekankan pada analisis hubungan antar variabel manusia dengan variabel lingkungan, sehingga analisisnya lebih dikenal sebagai analisis vertikal. Pendekatan kelingkungan digunakan untuk mengetahui keterkaitan dan hubungan antara unsur-unsur yang berbeda dilingkungan tertentu.

3). Sudut Pandang Kewilayahan

Pendekatan kewilayahan merupakan kombinasi antara pendekatan keruangan dan kelingkungan (Gunardo, 2014:26). Dalam mengkaji wilayah yang memiliki karakteristik wilayah yang khas dan dapat dibedakan satu sama lain. Pendekatan wilayah sangat penting untuk pendugaan wilayah dan perencanaan wilayah. Kombinasi antara analisa keruangan dan analisa keruangan disebut sebagai analisa kewilayahan atau analisa komplek wilayah. Pada analisa wilayah tertentu didekati atau dihampiri dengan

pengertian areal differentiation, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar wilayah akan berkembang karena pada hakikatnya berbeda antara wilayah yang satu dengan wilayah yang lainnya.

2. Geografi Fisik dan Geografi Manusia

Secara garis besar geografi dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu geografi fisik (*Physical Geography*) dan geografi manusia (*Human Geography*)

1). Geografi fisik yaitu cabang geografi yang mempelajari gejala fisik dari permukaan bumi yang meliputi tanah, air, udara dengan segala prosesnya. Kerangka geografi fisik ditunjang oleh geologi, geomorfologi, ilmu tanah, meteorologi, klimatologi dan oceanografi atau oceanologi. Ke dalam geografi fisik ini termasuk juga biogeografi yang bidang studinya adalah penyebaran alamiah tumbuh-tumbuhan dan binatang sesuai dengan habitatnya (Nursid Sumaatmadja, 1988: 52)

2). Geografi manusia adalah cabang geografi yang bidang studinya yaitu aspek keruangan gejala di permukaan bumi, yang mengambl manusia sebagai obyek pokok ke dalam gejala manusia sebagai obyek studi pokok, termasuk aspek kependudukan, aspek aktivitas yang meliputi aktivitas ekonomi, aktivitas politik, aktivitas sosial dan aktivitas budayanya (Nursiid Sumaatmadja, 1988: 53)

Berdasarkan pada pengertian geografi tersebut, tampak bahwa kajian geografi mencakup manusia dengan segala aktivitasnya di muka bumi sesuai dengan wilayahnya. Pariwisata merupakan salah satu cabang dari ilmu-ilmu sosial yang bersifat deskriptif, teoritis dan praktis yang mempelajari gejala dan kaitan secara menyeluruh tentang motivasi berwisata.

3. Pariwisata

Menurut Suswantoro (1997) pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Menurut Oka A. Yoeti (1996) pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan tersebut.

Menurut E. Guyer Freuler dalam Nyoman S. Pendit (1994) pariwisata dalam artian modern adalah merupakan gejala zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuh terhadap keindahan alam, kesenangan, dan kenikmatan alam semesta pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, dan perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan

Dari penjelasan yang sudah dijabarkan diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan sebuah proses kepergian individu atau berkelompok dari tempat tinggal menuju ke suatu tempat untuk sementara waktu yang dimana tujuannya adalah untuk memberikan kesenangan, ketenangan, dan kenikmatan terhadap tempat yang didatanginya. Pariwisata juga dapat membuat perkembangan bagi yang berhubungan dengan perniagaan, industri, dan perdagangan.

4. Geografi Pariwisata

Menurut pendapat Ramaini (1992) geografi pariwisata adalah ilmu yang mempelajari antara geografi dan pariwisata. Segi-segi geografi umum yang perlu diketahui wisatawan antara lain iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat-istiadat budaya, perjalanan darat, laut dan udara, dan sebagainya.

Sedangkan peranan geografi pariwisata menurut James J Spillane (1997) yaitu pertumbuhan yang berimbang bagi perekonomian itu dapat terjadi sebagai akibat maju nya pertumbuhan industri pariwisata yang dikembangkan dengan baik. Tidak hanya perusahaan-perusahaan yang dapat menyediakan kamar untuk menginap (hotel), makanan dan minuman (bar dan restoran), perencanaan perjalanan wisata (*tour operator*), agen perjalanan (*travel agent*), industri kerajinan (*handicraft*), pramuwisata (*guiding and english course*), tenaga terampil (*tourism academy*) yang diperlukan tetapi juga prasarana ekonomi seperti jalan

raya, jembatan, terminal, pelabuhan dan lapangan udara. Secara umum, orang yang bergerak dibidang usaha perjalanan wisata sangat membutuhkan pengetahuan geografi pariwisata

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa geografi pariwisata merupakan suatu ilmu yang terdiri dari dua aspek, yaitu geografi dan pariwisata. Geografi pariwisata ini membahas mengenai unsur-unsur geografi untuk kepentingan kepariwisataan. Unsur-unsur geografi tersebut yang terdiri dari iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat-istiadat budaya, perjalanan darat, laut dan udara, dan sebagainya, merupakan hal yang dapat dikembangkan untuk pariwisata, tentunya ini juga akan mempengaruhi pengembangan potensi objek wisata.

5. Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Menurut Chafid Fandeli (2000) objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Menurut Pendit (2002), daya tarik wisata di definisikan sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Daya tarik wisata disebutkan secara lebih spesifik menjadi tiga jenis, yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, maupun daya tarik wisata buatan (undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan).

Daya tarik atau atraksi wisata menurut Oka A. Yoeti (1996) adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

1) Alam (*Nature*), yaitu segala sesuatu yang berasal dari alam yang dimanfaatkan dan diusahakan ditempat objek wisata yang dapat dinikmati dan memberikan kepuasan kepada wisatawan. Contohnya, pemandangan alam, pegunungan, flora dan fauna.

2) Budaya (*Culture*), yaitu segala sesuatu yang berupa daya tarik yang berasal dari seni dan kreasi manusia. Contohnya, upacara keagamaan, upacara adat dan tarian tradisional.
3) Buatan Manusia (*Man made*), yaitu segala sesuatu yang berasal dari karya manusia, dan dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti benda-benda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia.
4) Manusia (*Human being*), yaitu segala sesuatu dari aktivitas manusia yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagi objek wisata. Contohnya, Suku Asmat di Irian Jaya dengan cara hidup mereka yang masih primitife dan memiliki keunikan tersendiri.

Pengertian Obyek Dan Daya Tarik Wisata adalah suatu bentukan dari aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Obyek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya (Marpaung, 2002).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa objek wisata dapat diklasifikasikan berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Pada dasarnya objek wisata pantai Mutun ini mempunyai kekayaan alam dan hasil buatan manusia karena selain memiliki pantai dengan keindahan alam nya juga terdapat campur tangan manusia diantaranya menyediakan sebuah anjungan yang terbuat dari kayu dan beberapa bangunan yang disediakan.

6. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung demi kelangsungan pengembangan pariwisata (Suwardjoko, 2007). Berdasarkan identifikasi tersebut, dapat menentukan jangka pendek dan jangka panjang program kepariwisataan.

Menururt Gamal Suwantoro (1997) terdapat beberapa langkah pokok dalam melakukan pengembangan pariwisata yaitu:

1). Pada jangka pendek menitikberatkan pada optimasi, melalui cara meningkatkan kemampuan pengelola, miningkatkan mutu tenaga kerja, dan memenfaatkan produk yang ada.
2). Pada jangka menengah menitikberatkan pada konsolidasi melalui cara dengan mengembangkan produk dan mengembangkan jumlah mutu tenaga kerja.
3). Pada jangka panjang menitikberatkan pada pengembangan dan penyebaran dalam pengembangan pasar pariwisata baru.

Untuk mewujudkan pengembangan pariwisata dapat dilihat dari berbagai aspek yaitu:

1) Potensi wisata

   Potensi dalam kepariwisataan dapat diartikan sebagai modal atau aset yang dimiliki suatu daerah wisata (DTW) dan eksploitasi untuk kepentingan ekonomi yang secara ideal terangkum didalamnya perhatian terhadap aspek-aspek sosial dan budaya. Menurut Nyoman S. Pendit (1994), potensi wisata merupakan segala hal dan kejadian yang diatur dan disediakan sehingga dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata baik berupa suasana, kejadian, benda, maupun jasa. Jadi yang dimaksud dengan potensi wisata dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang terdapat di objek wisata Pantai Mutun yang dimanfaatkan untuk dapat mendukung perkembangan objek wisata tersebut dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

2) Pengunjung/Wisatawan

   Menurut Oka A. Yoeti (2008) wisatawan adalah seseorang yang memasuki wilayah negeri asing dengan maksud tujuan apapun, asalkan bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha yang teratur melintasi perbatasan dan mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjungi, yang mana telah diperolehnya bukan di negeri tersebut tetap di negeri orang lain.

   Menurut (Mc intosh & Goldner, 1986) orang-orang yang dapat dikatakan sebagai wisatawan adalah:

a) Seseorang yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan, alasan keluarga, kesehatan dan sejenisnya.
b) Orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk alasan bisnis.
c) Orang-orang yang tinggal dalam pelayaran, walaupun mereka tinggal kurang dari 24 jam.

3) Masyarakat

Masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar makluk sosial, (Soejono Soekanto, 1990). Pengertian masyarakat menurut para ahli yaitu:

a) Menurut Koentjaraningrat, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang besifat kontinu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama.
b) Menurut Selo Sumardjan, masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan

Dapat disimpulkan bahwa, masyarakat adalah sekumpulan individu yang hidup bersama disuatu tempat atau disuatu pemukiman yang membentuk sebuah sistem dalam suatu pemukiman tersebut dan saling berinteraksi satu sama lain. Untuk dapat mengembangkan suatu objek wisata sangat diperlukan partisipan dari masyarakat setempat. Dengan melibatkan masyarakat tentunya nanti akan memudahkan dalam pengelolaan pengembangan pembangunan pada objek wisata itu sendiri.

4) Pengelola Wisata

Pengelolaan merupakan terjemahan dari kata “management’’, terbawa oleh derasnya arus penambahan kata *pumgut* kedalam bahasa Indonesia, istilah Ingris tersebut di Indonesia menjadi manajemen. Manajemen berasal dari kata *to manag* yang artinya mengatur, pengetahuan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Jadi manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang di inginkan melalui aspek-aspeknya antara lain *planning, organizing, actuating, dan controlling* (Daryanto, 1997). Menurut Soewarna, (1997) mengemukakan bahwa

pengelolaan adalah mengendalikan atau menggarahkan berbagai sumber daya secara berhasil atau guna untuk mencapai sasaran.

Dari pengertian diatas dapat disimpulan bahwa pengelolaan adalah suatu proses kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasaan. Dalam perencanaan pengelolaan pariwisata terdapat unsur didalamnya yang nantinya akan mendukung kegiatan wisata sehingga dapat berkembang dan menimbulkan keuntungan besar bagi pengusaha yang bergerak di bidang kepariwisataan dan juga pemerintah. Menurut (Spillane, 1994) terdapat unsur-unsur yang penting dalam perencanaan pengelolaan pariwisata sebagai berikut:

5) Atraksi

Unsur ini dapat menarik wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut. Tujuan wisatawan berkunjung ke objek wisata yaitu untuk memuaskan beberapa kebutuhan atau kegiatan wisata para wisatawan. Dalam hal ini wisatawan dapat melihat, mengamati, dan dapat melakukan apa saja yang mereka inginkan di objek wisata tersebut. Mulai dari melihat keindahan alamnya, bagaimana iklim dan cuaca disana, kebudayaan apa saja yang ada disekitar objek wisata tersebut, dan lain sebagainya.

6) Fasilitas

Dalam hal ini harus mengetahui terlebih dahulu mengenai fasilitas-fasilitas apa saja yang tersedia di daerah objek wisata tersebut. Bagaimana pelayanan umum di daerah objek wisata yang akan dikunjungi, restoran yang ada banyak atau tidaknya, serta akomodasi perhotelan yang tersedia.

7) Informasi dan Promosi

Wisatawan yang ingin mengunjungi suatu objek wisata perlu memperoleh informasi mengenai daerah tempat wisata yang akan dikunjunginya. Maka dari itu harus dipikirkan mengenai cara-cara publikasi atau promosi yang akan dilakukan. Dengan begitu calon wisatawan lebih tertarik melihat paket wisata yang ada dalam objek wisata tersebut.

8) Transportasi

Dalam unsur ini harus mengetahui terlebih dahulu mengenai fasilitas transportasi yang tersedia, yang tentunya dapat digunakan oleh para wisatawan. Hal ini akan mempermudah wisatawan dari daerah asal menuju daerah tujuan wisata.

Dalam perencanaan pengelolaan wisata harus mempertimbangkan segala sesuatu yang dapat mendukung kegiatan wisata para calon wisatawan. Pertimbangan itu dapat dilihat dari sarana prasarana, fasilitas dan perencanaan daya tarik wisata.

7. SWOT

Menurut (Rangkuti, 2009), SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini mampu memaksimalkan peluang, serta secara bersamaan juga meminimalisir kekurangan dan ancaman.

SWOT merupakan salah satu teori untuk mengembangkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (yaitu *Strengths, Weakness,Opportunities* dan *Threats*. SWOT biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu, sebagai contoh, program kerja (Rangkuti, 2009). Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

a) Kekuatan (*Strengths*),

Kekuatan yang dimaksud adalah daya tarik dan segala sesuatu yang dimiliki oleh objek wisatai yang dapat dikembangkan sehingga nantinya dapat bertahan dan bersaing dengan objek wisata lainnya yang memiliki kesamaan. Kekuatan ini dapat dilihat dengan berbagai potensi-potensi yang ada pada objek wisata tersebut. Potensi-potensi yang dimaksud yaitu:

(1) Potensi fisik

Potensi fisik yang dimaksud ini merupakan suatu lingkungan yang terdiri dari iklim, relief, tanah, air, dan vegetasi dan benda yang berpengaruh terhadap penggunaan lahan.

(2) Potensi Non Fisik,

Potensi ini berupa masyarakat yang ramah tamah serta terbuka bagi pengunjung. Masyarakat disini juga memiliki kegiatan sehari-hari yang cukup menarik untuk ditawarkan kepada para pengunjung untuk terlibat didalamnya.

(3) Aksesbilitas

Aksesbilitas atau yang biasa disebut dengan tingkat keterjangkauan merupakan suatu kemampuan dan kemudahan untuk menjangkau objek wisata yang diinginkan. Hal ini dikarenakan biasanya para wisatawan yang ingin berkunjung ke suatu tempat objek wisata tentunya akan mempertimbangkan tingkat keterjangkauannya.

(4) Sarana dan Prasarana

Sarana dalam hal ini merupakan perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupu tidak langsung. Sarana dan prasarana yang dapat menunjang kegiatan wisatawan pada objek wisata tersebut berupa tempat parkir, warung makan dan minuman, serta kursi santai untuk para pengunjung.

(5) Masyarakat

Pemerintah melalui instansi-instansi terkait telah menyelenggarakan penyuluhan kepada masyarakat dalam bentuk bina masyarakat sadar wisata (Gamal Suwantoro, 1997).

b) Kelemahan (*Weakness*),

merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kelemahan yang dianalisis, merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata.

Kawasan-kawasan objek wisata yang masih sangat rentan terhadap kebersihan dapat menjadikan kelemahan untuk objek wisata tersebut, hal ini juga tentunya diakibatkan kurangnya penyediaan alat kebersihan, seperti tempat sampah di sekitar objek wisata.

c) Peluang (*Opportunities*),

merupakan kondisi peluang berkembang dimasa datang yang terjadi, kondisi yang tejadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis, itu sendiri. Peluang ini merupakan keadaan yang mendapatkan keuntungan bila dapat memanfaatkannya. Peluang tersebut dapat disebabkan oleh kondisi permintaan yang meningkat, kemauan politik atau kebijakan pemerintah.

Objek wisata pantai memiliki banyak sekali peluang, dengan kawasan wisata yang strategis dan dikelilingi oleh banyak pedagang-pedagang kuliner tentunya akan menambah daya tarik dari pengunjung.

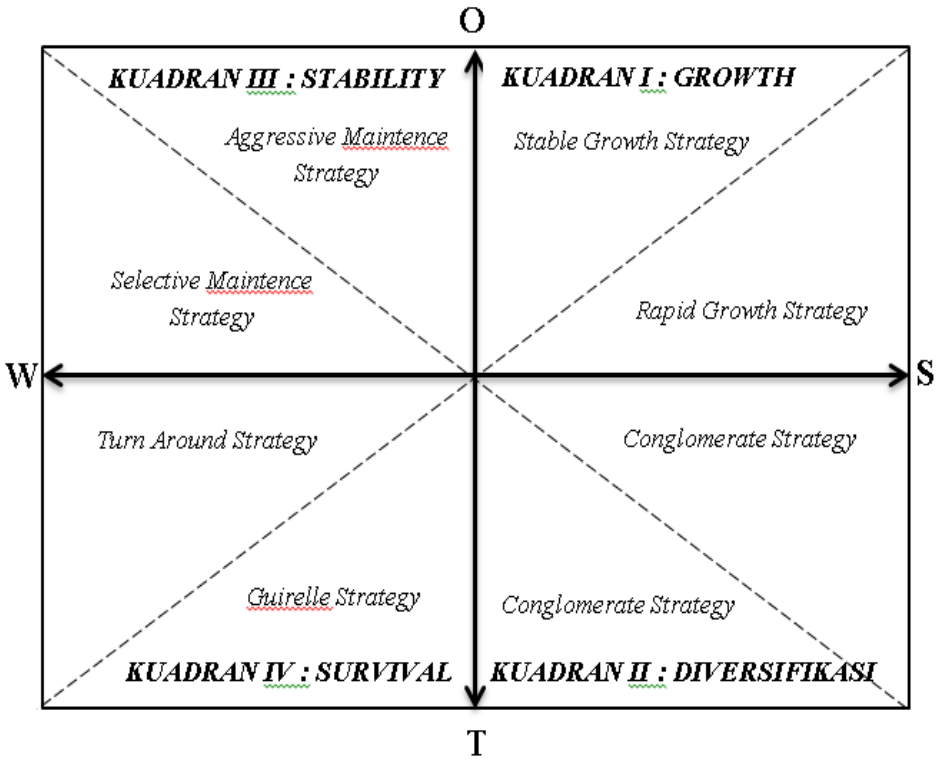
d) Ancaman (*Threats*),

merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep objek wisata pantai itu sendiri. Apabila ancaman ini dibiarkan tentunya akan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap ketidakberhasilan yang harus diwaspadai. Bentuk ancaman yang akan dihadapi objek wisata pantai yaitu datangnya dari objek wisata pantai yang lebih menarik.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa SWOT merupakan bagaimana perusahaan mengenali tingkat kesiapan suatu obejk wisata untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Maka dari itu SWOT dilakukan pada keseluruhan faktor, baik faktor yang tergolong internal maupun eksternal yang perlu diketahui untuk menyusun strategi yang terbaik.

Menurut Rangkuti (2009), analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran utama yang memiliki strategi yang berbeda untuk masing-masing kuadarannya. Penentuan kuadran didasarkan pada analogi sifat yang dimiliki dari faktor-faktor strategis. Kekuatan memiliki sifat positif, kelemahan bersifat negatif, begitu juga dengan peluang bersifat positif dan ancaman bersifat negative. Diagram posisi perkembangan pariwisata memberikan gambaran keadaan perkembangan pariwisata berdasarkan kuadran-kuadran yang dihasilkan garis Vektor SW dan garis Vektor OT, setiap kuadran memiliki rumusan strategi sebagai strategi utamanya.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya garis Vektor pada diagram posisi perkembangan pariwisata didasarkan pada logika faktor strategi internal membentuk garis horisontal dan faktor strategi ekstemal membentuk garis vertikal. Posisi perkembangan pariwisata suatu objek wisata atau kawasan pariwisata dapat dilihat pada Gambar l berikut ini:



Gambar 1. Kuadran Analisis SWOT

Rumusan setiap kuadran yang secara khusus untuk pariwisata dan beberapa pengertian yang melalui proses adopsi, adaptasi dari penggunaan analisis SWOT untuk perusahaan, sehingga diadaptasi sutu rumusan sebagai berikut:

1). Kuadran I : *Growth*. 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*). Pertumbuhan dalam pariwisata adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan (frekuensi kunjungan dan asal daerah wisatawan), aset (objek dan daya tarik wisata, prasarana dan sarana pendukung), pendapatan (retribusi masuk dan jumlah yang dibelanjakan). Pertumbuhan dalam pariwisata terbagi dua, yaitu :

a) *Rapid Growth Strategy* (strategi pertumbuhan cepat), adalah slralegi meningkatkan laju pertumbuhan kunjungan wisatawan dengan waktu lebih cepat (tahun ke 2 lebih besar dari tahu ke l dan selanjutnya), peningkatan kualitas yang menjadi faktor kekuatan untuk memaksimalkan pemanfaatkan semua peluang.

b) *Stable Growth Strategy* (strategi pertumbuhan stabil), adalah strategi mempertahankan pertumbuhan yang ada (kenaikan yang stabil, jangan sampai turun).

2). Kuadran II: *Diversifikasi*. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Strategi Diversifikasi adalah strategi yang membuat keanekaragaman terhadap objek dan daya tarik wisata dan mendapatkan dana investasi dari pihak luar. Strategi Diversifikasi dibagi dua :

a) *Diversifikasi concentric strategy* (strategi diversiflkasi konsentrik), adalah diversiñkasi objek dan daya tarik wisata sehingga dapat meminimalisir ancaman.

b) *Diversifikasi conglomerate strategy* (strategi diversiflkasi konglomerat), adalah memasukan investor untuk mendanai divesifikasi yang mempertimbangkan laba.

3). Kuadran III : *Stability*. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak , ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Strategi stabilitas adalah strategi konsolidasi untuk mengurangi kelemahan yang ada, dan mempertahankan pangsa pasar yang sudah dicapai (Oka A. Yoeti 1996, 144). Stabilitas diarahkan untuk mempertahankan suatu keadaan dengan berupaya memanfaatkan peluang dan memperbaiki kelemahan. Strategi stabilitas terbagi dua, yaitu :

a) *Agressive Maintenance strategy* (strategi perbaikan agresi), adalah strategi konsolidasi internal dengan mengadakan perbaikanperbaikan berbagai bidang. Perbaikan faktor-faktor kelemahan untuk memaksimalkan pemanfaatan peluang

b) *Selective Maintenance strategy* (strategi perbaikan pilihan), adalah strategi konsolidasi internal dengan melakukan perbaikan pada sesuatu yang menjadi kelemahan. Memaksimalkan perbaikan faktorfaktor kelemahan untuk memanfaatkan peluang.

4). Kuadran IV: *Survival*. Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Strategi survival dibagi menjadi dua, yaitu :

a) *Turn around strategy* (strategi memutar balik), adalah strategi yang membalikan kecenderungan-kecenderungan negatif sekarang, yang paling umum tertuju pada pengelolaan.

b) *Guirelle strategy* (strategi merubah fungsi), adalah strategi merubah fungsi yang dimiliki dengan fungsi lain yang bener-benar berbeda.

Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.

Menurut Fahmi (2014), untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1). Faktor Eksternal. Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O and T). dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (industry environment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

2). Faktor internal. Faktor ini akan mempengaruhi terbentuknya *strength* and *weaknesses* (S dan W) dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi

dalam perusahaan, dimana hal ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS / **EFAS**	***Strength* (S)** Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	***Weakness* (w)** Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Opportunity (O) Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	**Strategi SO** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**Strategi WO** Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
***Threat* (T)** Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	**Strategi ST** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**Strategi WT** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2009

Keterangan:

IFAS : *Internal Factors Analysis Summary* (Faktor Strategi Internal)

EFAS : *Eksternal Factors Analysis Summary* (Faktor Strategi Eksternal)

Menurut Rangkuti (2009), penjelasan untuk masing-masing strategi pada matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1). Strategi SO (*Strenght-Opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.
2). Strategi ST (*Strenght-Threath*). Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman- ancaman yang ada.
3). Strategi WO (*Weakness-Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4). Strategi WT (*Weakness-Threath*). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Hasil dari SWOT ini akan memberikan sebuah arahan ke arah mana objek wisata akan memberikan rumusan strategi bahkan evaluasi yang dapat mendukung keunggulan objek wisata dan kesempatan yang ada untuk perkembangan sebuah objek wisata dan rumusan strategi yang dapat memperkecil kelemahan bahkan memprediksi ancaman di masa depan serta menghasilkan cara-cara untuk mengantisipasi nya.

B. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berhubungan dengan judul pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Penelitian Relevan

No	Nama Penulis	Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Hary Hermawan	2017	Pengembangan Destinasi Wisata pada Tingkat Tapak Lahan dengan Pendekatan Analisis SWOT	Hasil analisis merujuk pada strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang Weaknese to Oprtunity (WO). Rekomendasi strategi perbaikan kelemahan

				yang dapat diterapkan dalam pengembangan Puspo Ardi pada level tapak lahan meliput: a) Menggarap potensi daya tarik alam budaya serta potensi flora khas yang ada untuk dikemas menjadi daya tarik wisata yang indah, unik dan otentik dengan penataan taman atau landscaping sebagai kesan pertama dan icon wisata Puspo Ardi, b) Pengadaan fasilitas mulai yang paling dasar seperti tempat parkir, plang penujuk, tempat duduk umum, gazebo, toilet, parkir dan seterusnya, c) Pembangunan daya tarik yang iconik, atau instagramable untuk memaksimalkan potensi pasar anak muda dengan trend self. Sedangkan rekomendasi memaksimalkan peluang dengan cara melakukan upaya promosi melalui media elektronik dan internet, seperti pembuatan website, sosial media dan lain sebagainya.
2	Rahmi Setyawati dan Karin Amelia Safitri	2019	Pengembangan Wisata di Kabupaten Buru menggunakan Analisis SWOT	Hasil dari penelitian ini adalah pada Pengembangan Destinasi Pariwisata secara umum mencakup lima komponen yang akan berkontribusi pada keberhasilan suatu destinasi wisata secara khusus dan kepariwisataan secara umum, baik meliputi pemasaran, kelembagaan dan industri pariwisata yakni: a) Menentukan perwilayahan lokasi destinasi pariwisata untuk lokal, nasional, dan internasional dengan melalui pemetaan obyek wisata dan membuat peta/jalur kawasan wisata. b) Pembangunan daya tarik wisata (Atraksi wisata). c) Prasarana Umum, Fasilitas

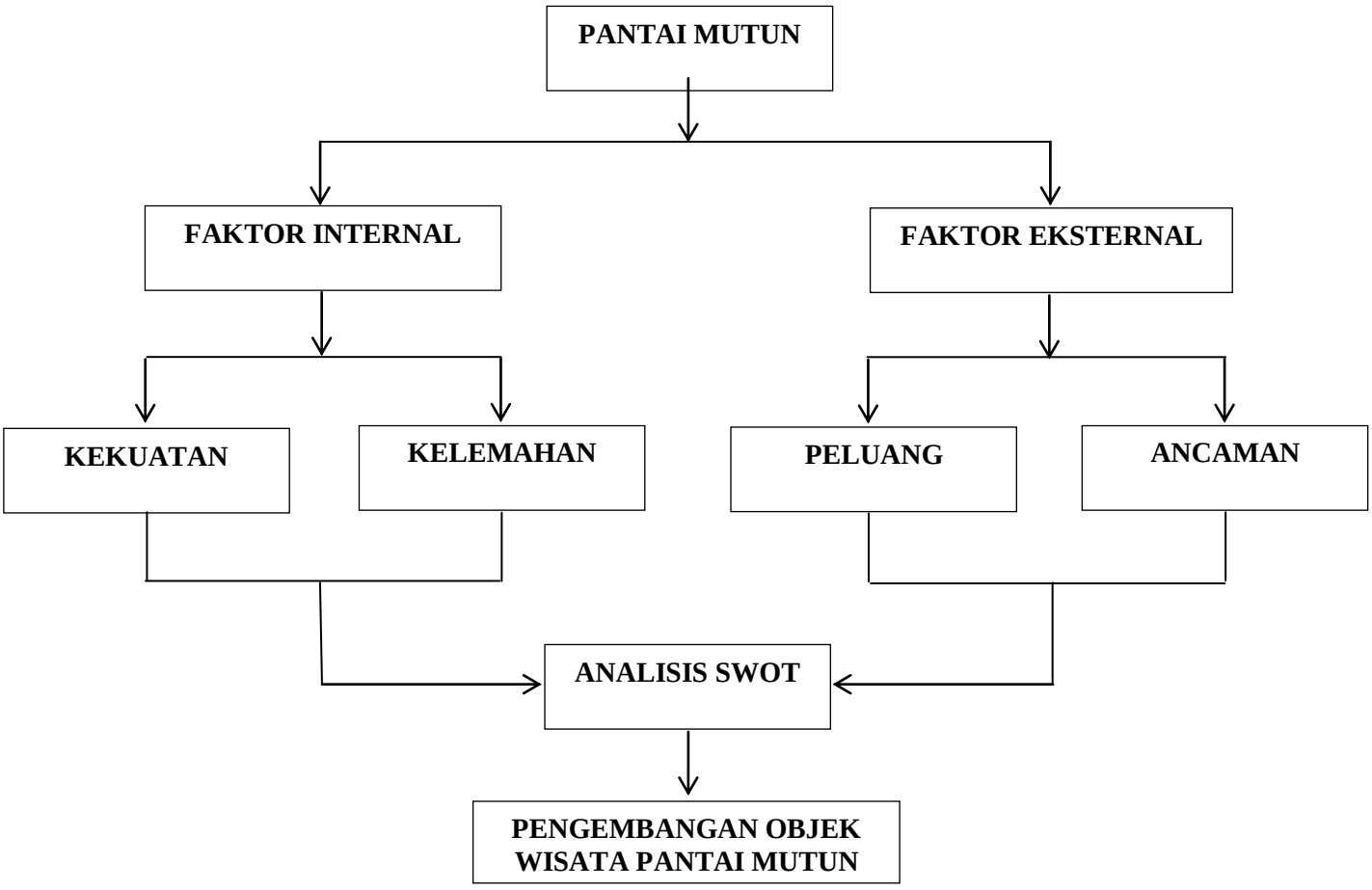
				Umum dan Pariwisata yang meliputi prasarana umum (listrik, air, telekomunikasi, pengelolaan limbah), fasilitas umum. d)Pemberdayaan masyarakat meliputi sadar wisata dan pengembangan kapasitas masyarakat.
3	Dedy Riantoro dan Johny Animan	2021	Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari	Hasil dari penelitian ini dapat dilihat dari faktor kekuatan adalah: lokasi strategis, asli, panorama alam yang indah dan sejuk, wisata alam yang unik dan alami, serta harga yang cukup murah. Faktor kelemahannya adalah: kurangnya kerja sama dengan pemerintah daerah, dan rendahnya kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan. Faktor peluang yaitu: potensi konservasi mangrove, dan penyerapan tenaga kerja lokal yang dapat mengurangi pengangguran. Faktor ancaman adalah: potensi pencemaran lingkungan atau pesisir, dan kurangnya perhatian dari pemerintah. Strategi pengembangannya adalah: kerja sama dengan pemerintah daerah untuk bersama-sama mengelola dan mengembangkan objek wisata ini, meningkatkan partisipasi masyarakat, menggunakan tenaga kerja lokal dalam pengelolaan objek wisata ini, dan memanfaatkan potensi segmen pasar pariwisata lokal untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Obyek Wisata Hutan Mangrove Kormun Wasidori Arfai. Hal ini dilakukan dengan cara promosi

4	Ni Made Budi Asmini, Made Ary Meitriana, dan Lulup Endah Tripalupi	2019	Upaya Pengembangan Objek Wisata Hot Spring Berdasarkan Analisis SWOT	Hasil dari penelitian ini adanya kekuatan yang dimiliki objek wisata Gitgit Hot Spring adalah ciri khusus yang banyak diminati wisatawan, kebersihan dan kelestarian lingkungan, ketersediaan air bersih, kesopanan dan keramahan pengelola objek wisata. Kelemahan objek wisata ini adalah kurangnya listrik untuk penerangan jalan dan kurangnya kesigapan dari pengelola objek wisata untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan. Peluang dari objek wisata ini adalah keberadaannya tidak bertentangan dengan aturan hukum, adanya kerja sama antara pemerintah dan masyarakat untuk pengembangan objek wisata, dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat serta keunikan objek wisata Gitgit Hot Spring bagi wisatawan untuk kembali mengunjungi objek wisata tersebut. Ancaman dari objek wisata Gitgit Hot Spring adalah kurangnya promosi dan informasi mengenai objek wisata tersebut di internet maupun media sosial, terdapat objek wisata sejenis di Kabupaten Buleleng dan terdapat objek wisata lain di sekitar objek wisata Gitgit Hot Spring. Strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan objek wisata ini adalah strategi pengembangan produk.
5	Imam Helmi Efendi	2021	Analisis Strategi Perkembangan Objek Wisata di Pantai Gading	Berdasarkan hasil analisis SWOT dengan perhitungan skor IFAS (kekuatan-kelemahan) dan EFAS

			Tanjung Karang Sekabela	(peluang-ancaman) menunjukan nilai positif (+) sehingga strategi pengembangan objek wisata pantai gading di Kota Mataram berada pada kuadran I yaitu antara strategi kekuatan dan peluang (SO).

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir dapat digunakan sebagai landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dijabarkan. Objek yang akan di analisa pada penelitian ini adalah objek wisata Pantai Mutun.



Gambar 2. Bagan Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Punaji (2012: 39) menjelaskan metode penelitian deskriptif sebagai suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau seseorang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata.

Alasan peneliti memilih metode penelitian deskriptif kuantitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang akan diamati di lapangan. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi/kejadian sehingga data yang akan terkumpul bersifat deskriptif untuk pengembangan objek wisata pantai mutun. Dengan menggunakan metode deskripsi kuantitatif penelitian ini diharapkan menjawab latarbelakang permasalahan berdasarkan data dan fakta yang didapatkan di lapangan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Populasi berhubungan dengan data, bukan manusianya. Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, hewan, tubuh-tumbuhan, dan lain-lain yang sumber datanya memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (S. Margono, 2014). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh orang yang berada di Pantai Mutun terdiri dari wisatawan yang berkunjung, pengelola objek wisata Pantai Mutun, dan juga masyarakat yang ada di sekitar objek wisata Pantai Mutun.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2011) sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteritik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2011).

Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan, pengelola objek wisata, dan masyarakat sekitar objek wisata. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan struktur penelitian, dimana pengambilan sampel responden yang dipilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik dan karakteristik tertentu (Djarwanto & Subagyo, 1996). Responden yang diwawancarai menggunakan kuesioner dalam penelitian ini yaitu untuk wisatawan berjumlah 20 orang, yang terdiri dari laki-laki atau perempuan. Hal ini dikarenakan takut terjadi pengelempokkan jawaban yang sama dan diperoleh gambaran yang bersifat umum. Responden masyarakat sebanyak 15 orang baik laki-laki maupun perempuan, yang ditujukan kepada masyarakat Desa Sukajaya Lempassing, karena desa ini merupakan lokasi objek wisata Pantai Mutun Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. Adapun rincian dari besaran sampel dapat dilihat dari Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Sampel Penelitian

Sampel Penelitian	**Jumlah Sampel**
Pengelola Objek Wisata	1
Wisatawan	20
Masyarakat di sekitar Objek Wisata	15
Total	**36**

Sumber: Survey Lapangan, 2021

C. Variabel Penelitian

Menurut (S. Margono, 2014) variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai, misalnya variabel model kerja, keuntungan, biaya promosi, volume

penjualan, dan sebagainya. Variabel juga dapat diartikan sebagai pengelompokan yang logis dari dua atribut atau lebih, misalnya variabel jenis kelamin, variabel ukuran industri, dan lain sebagainya. Variabel dalam penelitian ini adalah pengembangan pariwisata

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah pengembangan pariwisata. Adapun definisi operasional variabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung demi kelangsungan pengembangan pariwisata.

Untuk membuat langkah awal analisis SWOT serta mengambil keputusan. Data yang diperolah dari kuesioner dengan sampel pengelola, wisatawan dan masyarakat diberi penskoran terhadap masing-masing jawaban responden, dimana:

a) Skor 4 jika jawaban responden sangat berpengaruh bagi objek wisata.
b) Skor 3 jika jawaban responden berpengaruh bagi objek wisata
c) Skor 2 jika jawaban responden kurang berpengaruh bagi objek wisata
d) Skor 1 jika jawaban responden sangat kurang berpengaruh bagi objek wisata.

Setelah melakukan penskoran terhadap jawaban responden selanjutnya adalah melakukan pengklasifikasian data, faktor apa saja yang menjadi kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman dari objek wisata pantai mutun. Pengklasifikasian berdasarkan pertimbangan berikut :

a) Kategori kekuatan, jawaban responden dinilai sebagai kekuatan jika memperoleh skor 4

b) Kategori peluag, jawaban responden dinilai sebagai peluang jika memperoleh skor 3

c) Kategori kelemahan, jawaban responden dinilai kelemahan jika memperoleh skor 2

d) Kategori ancaman, jawaban responden dinilai ancaman jika memperoleh skor 1

Pengklasifikasian ini akan menghasilkan tabel informasi SWOT sebagai berikut :

Tabel 6. Informasi faktor internal (IFAS) kekuatan dan peluang

Kekuatan:
a Ada paket wisata antara objek wisata pantai lainnya di Kabupaten Pesawaran
b Pantai ramah keluarga
c Ombak laut yang Tenang
d Biaya wisata yang terjangkau
e Terdapat berbagai jenis ikan dan terumbu karang
Peluang :
a Pantai mutun dapat menjadi daerah tujuan wisata
b Adanya minat serta dukungan masyarakat dan pemerintah dalam rencana pengembangan potensi wisata Pantai Mutun
c Penghasilan masyarakat disekitar daerah Pantai Mutun bertambah sehingga meningkatkan taraf hidup masyarakat
d Membuka lapangan pekerjaan, sehingga mengurangi pengangguran
e Dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD)
f Jalan yang semakin ramai sehingga banyak yang lewat

Pemberian rating pada tabel informasi di atas Menggunakan matriks EVALUASI FAKTOR INTERNAL (EFI), dengan kriteria total tertimbang, yaitu :

a Nilai 4,0, berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan sangat baik

b Nilai 3,0 berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan baik

c Nilai 2,0 berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan Buruk

d Nilai 1,0 berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan sangat kurang buruk.

Tabel 7. Informasi faktor eksternal (EFAS) kelemahan dan ancaman

Kelemahan	
a	Tidak ada potensi yang bersifat sosial dan budaya yang dikembangkan
b	Beberapa sarana dan prasarana yang kondisinya kurang baik atau rusak
c	Kurangnya sarana akomodasi yaitu penginapan, minimnya air bersih dan kurangnya keamanan
d	Kebersihan lingkungan pantai kurang terawat
e	Harga makanan, minuman, baju cukup mahal
f	Kurangnya sarana akomodasi yaitu penginapan
Ancaman	
a	Pengaruh perilaku dan moral masyarakat dengan adanya kunjungan wisatawan
b	Tenaga teknis atau terampil di lapangan dari kuantitas maupun kualitas masih terbatas
c	Sugesti wisatawan bahwa Kabupaten Pesawaran kurang aman
d	Cuaca atau musim yang tidak menentu
e	Adanya perubahan lingkungan dari berbagai aktifitas baik didaratan maupun dilautan
f	Adanya objek wisata lain yang jauh lebih menarik

Pemberian rating pada tabel informasi di atas menggunakan matriks EVALUASI FAKTOR INTERNAL (EFE), dengan kriteria total tertimbang, yaitu :

a Nilai 4,0, berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan sangat baik

b Nilai 3,0 berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan baik

c Nilai 2,0 berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan buruk

d Nilai 1,0 berarti pengelola, masyarakat, dan narasumber objek wisata merespon dengan sangat kurang buruk

Angka yang didapat diperhitungkan IFAS dan EFAS kemudian dimasukkan ke dalam matriks *grand strategi* untuk menentukan posisi pengembangan objek wisata pantai mutu ditunjukkan oleh X dan Y pada matriks *grand strategi*. Langkah yang harus dilakukan yaitu menempatkan jumlah total faktor S, W, O dan T pada posisinya, adapun penentuan posisi kuadran pada masing-masing faktor berdasarkan pendapat rangkuti (2009) dimana,

1). Kuadran I : menghubungkan strength dan oppurtunities (S-O)
2). Kuadran II: menghubungkan strength dan threat (S-T)
3). Kuadran III : menghubungkan weakness dan oppurtunities (W-O)
4). Kuadran IV: menghubungkan weakness dan threat (W-T)

Langkah selanjutnya adalah menentukan keputusan dari strategi yang digunakan. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Adapun kriterian keputusan sebagai berikut :

a Strategi SO (*Strenght-Opportunity*). Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

b Strategi ST (*Strenght-Threath*). Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.

c Strategi WO (*Weakness-Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d Strategi WT (*Weakness-Threath*). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Observasi

Menurut (S. Margono, 2014) menjelaskan bahwa observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada

objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan yang dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa. Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dengan mengamati secara langsung bagaimana perkembangan dan kemajuan objek wisata Pantai Mutun dengan melihat kondisi fisik, daya tarik, aksesbilitas jalan menuju objek wisata serta tingkat keterjangkauan Pantai Mutun.

2. Teknik Wawancara

Dalam (S. Margono, 2014) teknik wawancara dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu;

a) Wawancara terstruktur, pertanyaan dan alternatif jawaban yang diberikan kepada responden telah ditetapkan terlebih dahulu. Pokok-pokok yang dijadikan dasar pertanyaan diatur secara sangat terstruktur, sehingga jawabannya dengan mudah untuk dikelompokkan dan dianalisis.
b) Wawancara tak terstruktur, pada wawancara ini lebih formal. Pertanyaan-pertanyaan tentang pandangan hidup, sikap, keyakinan subjek, atau tentang keterangan lainnya dapat diajukan secara bebas kepada wisatawan, pengelola objek wisata, dan masyarakat yang berada disekitar objek wisata Pantai Mutun.

Teknik wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data terkait pengembangan objek wisata pantai mutun.

3. Teknik Dokumentasi

Menurut (S. Margono, 2014) dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tulisan, seperti arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini teknik dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data yang berupa kondisi umum mengenai Pantai Mutun seperti keadaan sarana dan prasarana, aksesibilitas, peta lokasi, dan daya tarik.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT. Analisis ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal untuk merumuskan strategi yang

diharapkan dapat memecahkan suatu masalah. Dengan menggunakan analisis SWOT akan mendapatkan suatu strategi yang tepat dan cocok dalam pengembangan objek wisata Pantai Mutun yaitu dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, serta dengan meminimalisir kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT dilakukan dengan beberapa langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi Faktor-faktor Internal dan Eksternal

Faktor-faktor internal dan eksternal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah faktor yang termasuk didalam masing-masing indikator SWOT yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Setelah faktor internal dan eksternal diidentifikasi, maka dilakukan tahap selanjutnya penentuan tabel Evaluasi Faktor Internal (EFI) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).

2. Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Tahap-tahap dalam menyusun tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dengan menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan *(Strength)* serta kelemahan *(Weakness)* objek wisata Pantai Mutun, sebelumnya dilakukan dulu menentukan bobot dari masing-masing faktor (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman).

Menurut Rangkuti (2009) cara menentukan bobot setiap indikator dari faktor-faktor internal maupun eksternal yaitu dengan menggunakan skala prioritas mulai dari 4 (sangat penting) sampai dengan 1 (tidak penting) pada variabel bersifat positif. Sedangkan pada variabel bersifat negatif diberi nilai sebaliknya yaitu dari 1 (sangat penting) sampai dengan 4 (tidak penting). Kemudian Kalikan nilai skala prioritas (SP) dengan konstanta (K). Penentuan nilai konstanta didasarkan pada nilai tertinggi yaitu 4 dengan asumsi bahwa semua indikator dianggap baik. Masing-masing nilai SP x K dibagi dengan total nilai SP x K untuk memperoleh nilai bobot. Penentuan bobot pada faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada table 4 berikut ini:

Tabel 8. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan

Faktor Strategi Internal	Skala prioritas (SP)	Konstanta (K)	SP x K	Bobot
Kekuatan: 1. 2. 3. 4. 5. 6.				
Total				
Kelemahan: 1. 2. 3. 4. 5. 6.				
Total				

Sumber: Rangkuti, 2009

Berikut ini merupakan langkah-langkah penentuan strategi internal (IFAS):

a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan pada kolom 1.
b) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor- faktor tersebut terhadap posisi strategis pengembangan pariwisata. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pengembangan sektor pariwisata variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif,kebalikannya.
d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sempai dengan 1,0 (*poor*).
e) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor

pembobotan bagi objek wisata. Nilai total ini menunjukkan bagaimana objek wisata tertentu bereaksi terhadap faktor- faktor strategis internalnya.

Tabel 9. Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan: 1. 2. 3. 4. 5. 6.			
Total			
Kelemahan: 1. 2. 3. 4. 5. 6.			
Total			

Sumber: Rangkuti, 2009

3. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Tahap-tahap dalam menyusun tabel *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) dengan menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang (*Opportunity*) serta ancaman (*Threats*) objek wisata Pantai Mutun, sebelumnya dilakukan dulu menentukan bobotnya. Menurut (Rangkuti, 2009) cara menentukan bobot setiap indikator dari faktor- faktor internal maupun eksternal yaitu dengan menggunakan skala prioritas mulai dari 4 (sangat penting) sampai dengan 1 (tidak penting) pada variabel bersifat positif. Sedangkan pada variabel bersifat negatif diberi nilai sebaliknya yaitu dari 1 (sangat penting) sampai dengan 4 (tidak penting). Kemudian Kalikan nilai skala prioritas (SP) dengan konstanta (K). Penentuan nilai konstanta didasarkan pada nilai tertinggi yaitu 4 dengan asumsi bahwa semua indikator dianggap baik. Masing-masing nilai SP x K dibagi dengan total nilai SP x K untuk memperoleh nilai bobot. Penentuan bobot pada faktor-faktor peluang dan ancaman dapat dilihat pada Tabel 10 berikut. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

Tabel 10. Penentuan Bobot Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman

Faktor Strategi Eksternal	Skala prioritas (SP)	Konstanta (K)	SP x K	Bobot
Peluang: 1. 2. 3. 4. 5. 6.				
Total				
Ancaman: 1. 2. 3. 4. 5. 6.				
Total				

Sumber: Rangkuti, 2009

a) Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman berdasarkan hasil identifikasi di lokasi penelitian.
b) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis
c) Hitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memeberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi objek wisata bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pebobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 *(poor)*.

e) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi objek wisata yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana objek wisata tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Tabel 11. Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Strategi Eksternal	**Bobot**	**Rating**	**Bobot x Rating**
Peluang: 1. 2. 3. 4. 5. 6.			
Ancaman: 1. 2. 3. 4. 5. 6.			
Total			

Sumber: Rangkuti, 2009

4. Matriks SWOT

Langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil IFAS dan EFAS dengan menggunakan matriks SWOT. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor pengembangan objek wisata adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang ancaman eksternal yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman sehingga dari analisis tersebut dapat diambil suatu keputusan strategi. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 12. Matriks SWOT

IFAS / **EFAS**	***Strength* (S)** Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	***Weakness* (w)** Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Opportunity (O) Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	**Strategi SO** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**Strategi WO** Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
***Threat* (T)** Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	**Strategi ST** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**Strategi WT** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2009

Keterangan:

IFAS : *Internal Factors Analysis Summary* (Faktor Strategi Internal)

EFAS : *Eksternal Factors Analysis Summary* (Faktor Strategi Eksternal)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengembangan objek wisata Pantai Mutun Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Tahun 2022, maka hal ini dapat disimpulkan yaitu :

1 Kekuatan dalam pengembangan obejek wisata pantai mutun yaitu ada paket wisata antara objek wisata pantai lainnya di kabupaten pesawaran, pantai ramah keluarga, ombak laut yang tenang, biaya wisata yang terjangkau, terdapat berbagai jenis ikan dan terumbu karang. Berdasarkan matriks IFAS pada aspek kekuatan diperoleh skor pembobotan dengan nilai 3,66. Hal ini menunjukan bahwa kekuatan dinilai sangat penting dalam pengembangan objek wisata pantai mutun, sehingga langkah pertama yang bisa dilakukan dalam merumuskan pengembangan pantai mutun dalam upaya peningkatan jumlah wisatawan adalah mengidentifikasi kekuatan di internal untuk mengoptimalkan lebih lanjut agar tetap memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi.

2 Kelemahan dalam pengembangan objek wisata pantai mutun adalah tidak ada potensi yang bersifat sosial dan budaya yang dikembangkan, beberapa sarana dan prasarana yang kondisinya kurang baik atau rusak, kurangnya sarana akomodasi yaitu penginapan minimnya air bersih dan kurangnya keamanan, kebersihan lingkungan pantai kurang terawat, harga makanan, minuman, baju cukup mahal, kurangnya promosi tentang wisata pantai mutun. Berdasarkan matriks IFAS pada aspek kelemahan diperoleh skor pembobotan dengan nilai 1,50. Hal ini menunjukan bahwa pantai mutun dinilai sangat rentan terhadap kelemahan-kelemahan yang ada, sehingga

langkah pertama yang bisa dilakukan dalam merumuskan pengembangan pantai mutun dalam upaya peningkatan jumlah wisatawan adalah mengidentifikasi sumber-sumber kelemahan pantai mutun.

3 Peluang dalam pengembangan objek wisata pantai mutun adalah pantai mutun dapat menjadi salah satu destinasi wisata di Kabupaten Pesawaran, adanya minat serta dukungan masyarakat dan pemerintah dalam rencana pengembangan potensi wisata pantai mutun, penghasilan masyarakat disekitar daerah pantai mutun bertambah sehingga meningkatkan taraf hidup masyarakat, membuka lapangan pekerjaan, sehingga mengurangi pengangguran, dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), jalan yang semakin ramai sehingga banyak yang lewat. Berdasarkan matriks EFAS pada aspek peluang diperoleh skor pembobotan dengan nilai 3,72. Hal ini menunjukan bahwa pantai mutun dinilai sangat berpeluang untuk dikembangkan, sehingga sehingga langkah pertama yang bisa dilakukan dalam merumuskan strategi pengembangan pantai mutun dalam upaya peningkatan jumlah wisatawan adalah mengidentifikasi peluang di eksternal untuk mengoptimalkan lebih lanjut agar tetap memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi.

4 Ancaman dalam pengembangan objek wisata pantai mutun adalah pengaruh perilaku dan moral masyarakat dengan adanya kunjungan wisatawan, tenaga teknis atau terampil di lapangan dari kuantitas maupun kualitas masih terbatas, sugesti wisatawan bahwa kabupaten pesawaran kurang aman, cuaca atau musim yang tidak menentu, adanya perubahan lingkungan dari berbagai aktifitas baik didaratan maupun dilautan, adanya objek wisata lain yang jauh lebih menarik. Berdasarkan matriks EFAS pada aspek ancaman diperoleh skor pembobotan dengan nilai 1,29. Hal ini menunjukan bahwa pantai mutun memiliki potensi ancaman yang serius bagi pengembangan objek wisata pantai mutun, sehingga langkah pertama yang bisa dilakukan dalam merumuskan pengembangan pantai mutun dalam upaya peningkatan jumlah wisatawan adalah mengidentifikasi sumber-sumber ancaman pantai mutun.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Perlu peran pemerintah dalam mempromosikan wisata Pantai Mutun kegiatan promosi ini meliputi memperkenalkan mensosialisasikan dan mengepanyakan produk dan nilai lokal yang ada pada wisata Pantai Mutun leaflet, booklet, pameran (Lampung Fair) dalam bentuk iklan atau media audio visual penyediaan informasi pada tempat publik hotel restoran bandara dan lainnya serta biro perjalanan yang mempunyai koneksi dan konsumen yang lumayan banyak.
2. Diharapkan pihak pantai mutun untuk melibatkan masyarakat sekitar wisata Pantai Mutun dalam mengambil kebijakan atau dalam hal pengelolaan kawasan wisata agar ada potensi sosial dan budaya asli daerah Teluk Pandan yang dapat dikembangkan dan dijadikan daya tarik wisatawan datang ke Pantai Mutun..
3. Diharapkan masyarakat sekitar ikut berperan dalam pengelolaan wisata Pantai Mutun sebagai objek wisata unggulan sehingga masyarakat dapat ikut menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan caranya pihak pengelola wisata Pantai Mutun dapat merekrut masyarakat sekitar Pantai Mutun untuk menjadi pekerja di dalam wisata misalnya
4. Diharapkan untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan pantai mutun, sehingga wisatawan yang datang merasa aman dan nyaman ketika berkunjung ke pantai mutun.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, D. (2016). Pengembangan Wisata Bahari di Pesisir Pantai Teluk Lampung. *Jurnal Destinasi Kepariwisataan Indonesia*, Vol. 1 No. 1.

Altab, Muhammad. (2018). Pengembangan Ekowisata Bahari Di Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung." *Jurnal Manusia Dan Lingkungan* , Vol. 25, No. 2.

Anugrah, Krishna. (2017). Pembangunan Pariwisata Daerah Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Gorontalo. *Jumpa,* Vol .4, No. 1.

Asmini, N. M., Meitriana, M. A., & Tripalupi, L. E. (2019). Upaya Pengembangan Objek Wisata Hot Spring Berdasarkan Analisis SWOT. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 11 No. 2.

Bangun, E. H. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Air Panas di Desa Semangat Gunung. *Skripsi*.

Brahmanto, Erlangga. (2016). Magnet Paket Wisata Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Asing Berkunjung Ke Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata,* Vol. 13, No. 2.

Bintarto, R. dan Hadisumarno, Surastopo. 1982. *Metode Analisa Geografi*. Jakarta. LP3ES.

Dahuri. (2018). *Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir Dan Lautan Secara Terpadu*. Jakarta : Balai Pustaka.

Darsoprajitno, S. (2002). *Ekologi Pariwisata Tata Laksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata.* Bandung: Angkasa.

Dayanti, Fitria. (2021). Stigma Dan Kriminalitas : Studi Kasus Stigma Dusun Begal Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial,* Vol. 5, No. 1.

Dayanto. (1997). *Kamus Indonesia Lengkap.* Surabaya: Apollo.

Djarwanto, P., & Subagyo, P. (1996). *Statistik Induktif Edisi Keempat.* Yogyakarta: BPFE.

Djou, J. A. (2013). Pengembangan 24 Destinasi Wisata Bahari Kabupaten Ende. *Jurnal Kawistara*, Vol. 3 No. 1.

Efendi, M. S. (1989). *Metode Penelitian Survei.* Jakarta: LP3ES.

Fandeli, C. (2000). *Pengusahaan Ekowisata.* Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Fitriansyah, Ahmad. (2018). "Peningkatan Kepedulian Mahasiswa Terhadap Kebersihan Pantai Melalui Aksi Bersih Pantai." *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin* Vol. 2, No. 1.

Gunardo, R.B. 2014. Geografi Transportasi. Yogyakarta: Ombak

Handayani, Titik. (2015). Relevansi Lulusan Perguruan Tinggi Di Indonesia Dengan Kebutuhan Tenaga Kerja Di Era Global." *Jurnal Kependudukan Indonesia* Vol. 10, No. 1.

Harsana, Minta. (2017). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta." *Universitas Negeri Yogyakarta* Vol. 1, No. 2.

Heriansyah. (2018). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pulau Datok Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Sutera." *Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Untan Pontianak* Vol. 2, No. 2.

Hermawan, H. (2017). Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot. *Jurnal Pariwisata*, Vol. 4 No. 2.

Iskandar. (2008). *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif).* Jakarta: GP. Press .

Ismayanti, D. (2015). Pengembangan Objek Wisata Agrowisata Balai Benih Induk Hortikultura Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Skripsi*.

Kacabiru, D. Y. (2017). Analiisis SWOT dan Strategi Pengembangan Taman Simalem Resort Sebagai Destinasi Wisata di Sumatera Utara. *Skripsi*.

Khrisnamurti. (2016). Dampak Pariwisata Terhadap Lingkungan Di Pulau Tidung Kepulauan Seribu." *Kajian* Vol. 21, No. 3.

Kuhaja, T. (2014). Kajian Kelembagaan Dalam Pengembangan Pariwisata Pantai yang Berkelanjutan. *Jurnal Pembangunan Wilayah*, Vol. 10 No. 3.

Lusiani, Sumarno Wally. (2018). Pengaruh Temperatur Udara Dan Curah Hujan Terhadap Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata Di Pantai Teluk Penyu Cilacap." *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota* Vol. 2, No. 1.

Margono, S. (2014). *Metodelogi Peneliitian Pendidikan.* Jakarta: Rineka Cipta.

Marpaung, H. (2002). *Pengertian Pariwisata.* Bandung: Alfabeta.

Musaddun, Kurniawati, W., & Ristianti, S. P. (2013). Bentuk Pengembangan Pariwisata Psisir Berkelanjutan di Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ruang*, Volume 1 No. 2.

Nandi. (2017). Pariwisata Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia." *Urnal "GEA" Jurusan Pendidikan Geograf* Vol. 2, No. 1.

Nyoman, P. S. (1994). *Potensi Pariwisata.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Panjaitan, Theresia. (2019). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta Dengan Pendekatan Travel Cost." *Journal Of Maquares* Vol. 8, No. 3

Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata : sebuah pengantar perdana.* Jakarta: pradnya Paramita.

Pinto, Zulmiro. (2015). Kajian Perilaku Masyarakat Pesisir Yang Mengakibatkan Kerusakan Lingkungan (Studi Kasus Di Pantai Kuwaru, Desa Poncosari, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul, Provinsi DIY)." *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan* Vol. 3, No. 3

Pitana, I Gede. (2016). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ramaini. (1992). *Geografi Pariwisata.* Jakarta: Gramedia Widiasarana.

Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Riantoro, D., & Aninam, J. (2021). Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari. *Jurnal Lenda Ekonomi*, Vol. 15 No. 1.

Setyawati, R., & Safitri, K. A. (2019). Pengembangan Wisata di Kabupaten Buru menggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Sosisal Humaniora*, Vol. 1 No. 2.

Soekanto, S. (1990). *Sosiologi Suatu Pengantar : Edisi Keempat.* Jakarta: Rajawali Pers.

Spillance, J. J. (1997). *Ekonomi Pariwisata, Transformasi Budaya Indonesia.* Jakarta: PT. Gramedia.

Suchaina. (2017). Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati." *Jurnal Psikologi* . Vol. 2, No. 2

Sudirman. (2011). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada Harian Fajar di Makasar. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 12 No. 2.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B.* Bandung: PT. Alfabeta.

Suharyono dan Moch. Amien. 1994. *Pengantar Filsafat Geografi.* Jakarta: Depdiknas

Sumaatmadja, Nursid. 1988. *Gografi Pembangunan*. P2LPTK. Jakarta

Sumarabawa, I Gede Arya. (2018). Ketersediaan Aksesibilitas Serta Sarana Dan Prasarana Pendukung Bagi Wisatawan Di Daerah Wisata Pantai Pasir Putih, Desa Prasi, Kecamatan Karangasem." *Jurusan Pendidikan Geografi, Undiksha Singaraja* . Vol. 1, no. 1.

Swantoro, G. (1997). *Dasar-dasar Pariwisata* . Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2018). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-Undang. (2009). *Undang-undang No. 10 Tahun 2009 dan peraturan Pemerintah RI Tahun 2010 Tentang Kepariwisataan.* Bandung: Citra Umbara.

Urbanus, Nyoman. (2017). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Wilayah Bali Selatan." *Jurnal Kepariwisataan Dan Hospitalitas*. Vol. 1, No. 2.

Utomo, Suryo Putro Ritedi, and Supriharyono Churun Ain. (2018). Keanekaragaman Jenis Ikan Karang Di Daerah Rataan Dan Tubir Pada Ekosistem Terumbu Karang Di Legon Boyo, Taman Nasional Karimunjawa, Jepara." *Diponegoro Journal Of Maquares* . Vol. 2, No. 3.

Wahyudi, A. (1996). *Manajemen Strategis: Pengantar Proses Berfikir Strategik.* Jakarta: Binarupa Aksara.

Wani, Hanny Fernando. (2016). Sosial Budaya Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kelurahan Bunaken Kecamatan Bunaken Kota Manado." *Journal Acta Diurna*. Vol. 5, No. 2.

Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah.* Bandug: ITB PRESS.

Wibowo, Tri Adi. (2019). Pengembangan Wisata Pantai Mutun Terhadap Dampak Fisik, Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Desa Sukajaya Lempasing, Kabupaten Pesawaran, Lampung." *Jurnal Pengembangan Kota*. Vol. 7, No. 1 .

Yoeti, O. A. (1996). *Pemasaran Pariwisata Terpadu.* Bandung: Angkasa.

Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata.* Jakarta: Pradnya Paramita.