

ANALISIS SWOT OBYEK DAN DAYA TARIK PARIWISATA PANTAI SARI RINGGUNG PROVINSI LAMPUNG

Ary Meizari*¹, Erza Devin Nugraha²

^{1,2}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Jl. Z.A. Pagar Alam No. 93, Bandar Lampung
Telp. (0721) 787214 Fax (0721) 700261
Program Studi Manajemen, IIB Darmajaya, Bandar Lampung
e-mail : arymeizary@gmail.com¹, erza.devin@yahoo.com²

Abstrak

Provinsi Lampung memiliki letak yang sangat strategis dalam dunia pariwisata. Hal ini dikarenakan Provinsi Lampung merupakan pintu gerbang pulau Sumatra. Selain itu Provinsi Lampung memiliki potensi wisata yang cukup besar dan dapat dikembangkan menjadi salah satu destinasi tujuan wisatawan baik skala nasional maupun internasional. Salah satu obyek wisata yang memiliki daya tarik wisata yaitu pariwisata pantai sari ringgung provinsi Lampung. Saat ini pariwisata pantai sari ringgung provinsi Lampung sedang mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup signifikan pada tahun 2016. Hal ini disebabkan kurang optimalnya pengelola pantai sari ringgung dalam melakukan strategi-strategi pemasaran yang kurang efektif untuk mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa kondisi lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap perencanaan strategi pemasaran pariwisata pantai sari ringgung provinsi Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dan analisis data menggunakan matriks IFAS dan EFAS yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Berdasarkan analisis data serta pilihan strategi dapat disimpulkan bahwa hasil analisis strategi pemasaran berada dalam kondisi Rapid Growth Strategy. Diharapkan dengan menggunakan analisis pilihan strategi yang spesifik kondisi saat ini Rapid Growth Strategy hendaknya Dimanfaatkan sebaik-baiknya agar dapat meningkatkan perekonomian dalam Pariwisata Pantai Sari Ringgung Provinsi Lampung.

Kata kunci — Analisis SWOT, IFAS, EFAS

1. PENDAHULUAN

Provinsi Lampung memiliki letak yang sangat strategis dalam dunia pariwisata. Hal ini dikarenakan Provinsi Lampung merupakan pintu gerbang pulau sumatra. Selain itu Provinsi Lampung memiliki potensi wisata yang cukup besar dan dapat dikembangkan menjadi salah satu destinasi tujuan wisatawan baik skala nasional maupun internasional. salah satu obyek wisata yang memiliki daya tarik wisata yaitu pariwisata pantai sari ringgung provinsi lampung. Saat ini pariwisata pantai sari ringgung provinsi lampung sedang Mengalami penurunan jumlah kunjungan

wisatawan yang cukup signifikan pada tahun 2016. Hal ini disebabkan kurang optimalnya pengelola pantai sari ringgung dalam melakukan strategi-strategi pemasaran yang kurang efektif untuk mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung.

Tabel 1.1. Data Kunjungan Wisatawan Pantai Sari Ringgung Tahun 2015-2016

Bulan	Tahun 2015 (Jiwa)	Tahun 2016 (Jiwa)
1	2	3
Januari	435	388
Febuari	484	356
Maret	545	334
April	598	312
Mei	655	-
Juni	758	-
Juli	876	-
Agustus	955	-
September	997	-
Oktober	1.118	-
November	1.256	-
Desember	2.512	-
Total	11.189	1.390

Sumber : Pengelola Pantai Sari Ringgung Tahun 2016

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa kondisi lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap perencanaan strategi pemasaran pariwisata pantai sari ringgung provinsi lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dan analisis data menggunakan matriks IFAS dan EFAS yang bertujuan untuk mengetahui faktor- faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Berdasarkan analisis data serta pilihan strategi dapat disimpulkan bahwa hasil analisis strategi pemasaran berada dalam kondisi *Rapid Growth Strategy*. Diharapkan dengan menggunakan analisis pilihan strategi yang spesifik kondisi saat ini *Rapid Growth Strategy* hendaknya dimanfaatkan sebaik-baiknya agar dapat meningkatkan perekonomian dalam Pariwisata Pantai Sari Ringgung Provinsi Lampung.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut sugiyono (2014,p.01) berpendapat bahwa metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat Kuantitatif, dan hasil penelitian kuantitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.

2.2. Sumber Data

Data yang digunakan berdasarkan wawancara langsung bersama pegawai Pariwisata Pantai Sari Ringgung Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Data dibagi dua berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder.

2.2.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan observasi langsung ke Pariwisata Pantai Sari Ringgung Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung, wawancara langsung dengan berbagai sumber berpengaruh dalam pariwisata khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Lampung.

2.2.2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang atau lewat dokumen. Data sekunder umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan cara

wawancara terhadap pegawai pariwisata Pantai Sari Ringgung Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.

2.3. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014, p.193) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh penelitian. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

2.3.1 Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, saat peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus dan akan diteliti, Sugiyono (2014, p.194). Guna mendapatkan data-data sekunder yang dapat mendukung dalam proses penulisan skripsi.

2.3.2 Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan untuk mencari data dengan mengamati secara langsung data-data yang telah berhasil dihimpun untuk selanjutnya dipilih sesuai dengan relevansinya dengan penelitian.

2.3.3 Dokumentasi

Pencatatan terhadap buku-buku, laporan-laporan, dokumen- dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2.4. Metode Analisis Data

Metode pengolahan data dan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis matriks IFAS, EFAS, dan SWOT, Tahap-tahap pengolahan data yang dilakukan adalah, (1) Analisis terhadap data yang dikumpulkan untuk memperoleh faktor- faktor strategis lingkungan internal dan eksternal, (2) Analisis matriks IFAS DAN EFAS untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal, kemudian (3) Analisis Swot untuk mendukung pengembangan dan daya tarik pariwisata

provinsi lampung, penjelasan dari analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Analisis Data

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat dan diketahui kondisi Pariwisata Pantai Sari Ringgung terkini. Hasil uji IFAS (Internal Factor Strategy) dan EFAS (Eksternal Factor Strategy) dapat digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman utama dalam area fungsionalitas bisnis dan juga untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area tersebut. Beberapa faktor internal dan eksternal yang penting (IFAS & EFAS) sebagai berikut :

1. Faktor Internal (IFAS)

1.1 Kekuatan (*Strengths*)

- a. Wisata yang unik dan menarik .
- b. Seni Budaya Lampung melalui Festival
- c. Wisata bahari yang eksotis nan indah di Pantai Sari Ringgung
- d. Harga berwisata yang murah dan sangat diminati
- e. Antusias masyarakat terhadap kelestarian lingkungan .
- f. Keamanan dan kenyamanan berwisata dalam kawasan yang terjamin
- g. Kepercayaan para wisatawan kepada obyek pariwisata pantai sari ringgung

1.2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a. Akses jalan untuk menuju pantai sari ringgung yang masih kurang memadai,
- b. Belum adanya sarana transportasi umum yang layak untuk menuju pantai sari ringgung
- c. Belum tersedianya infrastruktur yang memadai
- d. Keterbatasan teknologi yang masih menjadi kendala, mengingat sinyal provider dan akses internet yang masih sulit di dapat
- e. Tidak adanya toko souvenir

- f. Minimnya kemampuan pengelola dan pemasaran pariwisata

2. Faktor Eksternal (*EFAS*)

2.1 Peluang (*Opportunities*)

- a. Tingginya minat wisatawan
- b. Sektor pariwisata yang berkembang dan diinginkan wisatawan
- c. Memberdayakan masyarakat sekitar obyek wisata pantai sari
- d. Mengembangkan sektor perekonomian dan bisnis dalam obyek pariwisata
- e. Akses dan informasi yang baik dan jelas menuju obyek wisata pantai sari ringgung
- f. Strategi pemasaran pariwisata agar berjalan efektif dan maksimal

2.2 Ancaman (*Threats*)

- a. Kurangnya dukungan pemerintah daerah
- b. Minimnya pemahaman pengelola
- c. Menurunnya tingkat perekonomian pariwisata
- d. Hambatan investor asing
- e. Kepercayaan konsumen yang semakin berkurang
- f. Persaingan antar obyek wisata bahari

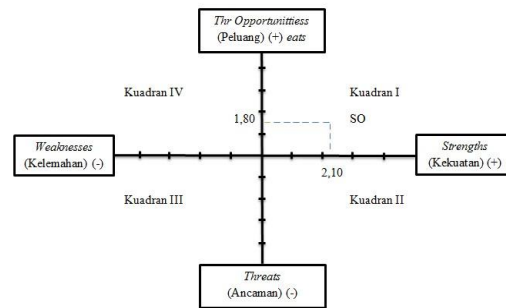
3.2. Perhitungan Penentuan Pembobotan

Skor SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2015:25), dimanan acuan dari bobot dan rating tersebut adalah:

Total Bobot x Rating, sebagai berikut :

- | | |
|-----------------------------------|--------|
| 1. Kekuatan (<i>Strength</i>) | = 3,85 |
| 2. Kelemahan (<i>Weakness</i>) | = 1,75 |
| Total | = 2,10 |
| 3. Peluang (<i>Opportunity</i>) | = 3,40 |
| 4. Ancaman (<i>Threats</i>) | = 1,60 |
| Total | = 1,80 |



Gambar 3.1. Pilihan Strategi

Berdasarkan matriks kuadran maka dapat dilihat letak koordinat dari strategi yang dihasilkan. Selanjutnya dalam menentukan strategi yang lebih baik dari total yang telah didapat Pantai sari ringgung menunjukkan pilihan Strategi Pertumbuhan (*Strategy Growth*). Untuk mengetahui strategi mana yang menjadi prioritas untuk dilaksanakan dalam pengembangan obyek wisata Pantai sari ringgung maka disusun Pilihan Strategi yang lebih spesifik.

Setelah ditentukan *Strategy Growth* dalam matriks kuadran, dapat dilihat total internal kekuatan lebih besar dari pada total eksternal peluang. Selanjutnya untuk mengetahui strategi mana yang menjadi prioritas untuk dilaksanakan dalam pengembangan obyek wisata Pantai Sari Ringgung maka disusun alternatif strategi dalam analisis SWOT berdasarkan hasil yang terangkum dalam strategi pengelolaan pantai sari ringgung. pilihan strategi dalam analisis SWOT obyek wisata pantai sari ringgung.

Berdasarkan Analisis SWOT terhadap faktor internal dan faktor eksternal maka disusun strategi pengembangan obyek pariwisata pantai sari ringgung, yaitu:

1. Menjalni kerjasama antara pengelola pantai sari ringgung dengan masyarakat, Dinas Pariwisata dan Lingkungan Hidup serta BAPPEDA (badan perencanaan pembangunan daerah) kabupaten pesawaran dalam pengembangan obyek wisata untuk kedepannya.
2. Adanya teknologi untuk meningkatkan daya promosi kepada pasar wisata.

3. Peningkatan kualitas pengelolaan dengan melakukan promosi wisata dan membangun informasi wisata serta menjalin kerjasama dengan berbagai *agen tour travel* untuk memasukan sari ringgung dalam paket wisata.
4. Pengendalian dampak terhadap lingkungan akibat pengembangan obyek wisata alam.
5. Pengadaan dan perbaikan pada fasilitas dan infrastruktur penunjang wisata.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa perencanaan strategi pemasaran melalui analisis SWOT Pariwisata Pantai sari ringgung Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung, maka simpulan peneliti sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan melalui perhitungan analisis SWOT pada pariwisata pantai sari ringgung, dimana Strategi Pariwisata Pantai Sari ringgung menempati teknis strategis $S > O$, artinya kekuatan lebih besar dari pada peluang, dimana potensi pariwisata yang besar terdapat di pariwisata pantai sari ringgung dan saat ini dalam kondisi strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*).
2. Pengelola pantai sari ringgung dapat memanfaatkan potensi, sumberdaya yang dimiliki untuk dapat dijadikan daya tarik wisata berupa bentang alamnya, seperti pasir timbul, masjid apung, cafe & boat resto, *view mountain* dan potensi sumber daya manusia yang dapat menunjang kegiatan pengembangan obyek wisata pantai sari ringgung meliputi kemampuan masyarakat dalam membuat kerajinan tangan.
3. Oleh karena itu Pariwisata Pantai Sari ringgung dapat mengembangkan besarnya kekuatan dan memanfaatkan besarnya peluang yang dimiliki, agar dalam strategi pengembangan obyek pariwisata pantai sari ringgung dengan menjalin kerjasama antara pengelola pantai sari ringgung dengan masyarakat, Dinas Pariwisata, berbagai *agen tour travel*, serta adanya teknologi untuk meningkatkan daya promosi kepada pasar wisata, melakukan Pengendalian lingkungan akibat pengembangan obyek

wisata alam, dan melakukan tindakan perbaikan obyek pariwisata pada fasilitas dan infrastruktur agar para wisatawan merasa tenang, aman, dan nyaman ketika berkunjung di obyek pariwisata pantai sari ringgung

5. SARAN

Sara untuk penelitian selanjutnya adalah untuk melakukan kajian empiris dengan analisis SWOT pada tempat wisata yang lain. Serta, penelitian mengenai kajian empiris dengan analisis SWOT dikuatkan dengan penelitian kualitatif, berupa wawancara dengan pihak-pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangkuti, 2015. *An alisis SWOT : Teknik membedah kasus bisnis* Diterbitkan pertama kali oleh penerbit. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suwarsono Muhammad, 2008. *Manajemen Strategi, Teori-Konsep-Kasus*. Edisi Empat. Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, Yogyakarta.
- Sugiyono, 20 14. *Metode Penelitian Bisnis*,Alfa Beta, Bandung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya, Vol.01, No.1,2015*. Analisis Faktor-Fktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara.
- Philip Kotler Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Jilid Pertama. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- IBI DARMAJAYA, 2016. *Panduan Penyusunan Karya Ilmiah*. Jurusan Manajemen.