

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MANGROVE  
DI KAMPUNG SEJAHTERA, KOTA BENGKULU**  
(*Development Strategy Of Mangrove Tourism In Kampung Sejahtera Kota  
Bengkulu*)

Sulisti Afriani 1)

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

Rina Trisna Yanti 2)

[rinatrisnayanti@rocketmail.com](mailto:rinatrisnayanti@rocketmail.com)

Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

**Abstrak**

Kota Bengkulu merupakan salah satu kota yang memiliki keindahan alam yang sangat menarik, terutama wisata yang berkaitan dengan pantai, laut, sungai dan muara. Salah satu objek wisata yang belakangan ini terlaris yang dikunjungi wisatawan adalah objek wisata hutan Mangrove di kampung Sejahtera Kecamatan Sumber Jaya Pulau Baai kota Bengkulu. Hanya dengan membayar sewa perahu wisata senilai Rp10 ribu per orang, maka wisatawan bisa puas mengelilingi 247,61 hektar hutan mangrove yang ada di lokasi tersebut. Hutan Mangrove merupakan salah satu pariwisata yang saat menjadi objek kunjungan wisatawan ke kota Bengkulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui a) untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pariwisata Mangrove di Kampung Sejahtera Kota Bengkulu, b) untuk mengetahui strategi manakah yang paling baik dalam penentuan pengembangan pariwisata Mangrove di Kampung Sejahtera Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*Descriptive Research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi data yang menggambarkan komposisi dan karakteristik unit penelitian. Penelitian ini termasuk jenis penelitian Deskriptif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 90 orang sampel, yang terdiri dari sampel eksterl 60 orang dan internal 30 orang. Metode analisis data yang digunakan dengan menggunakan SWOT. Dari hasil penelitian maka diketahui bahwa rumusan kombinasi strategi matrik SWOT maka di ketahui bahwa titik pertemuan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman berada berada pada kuadran II Pada kuadran ini berarti meskipun mengalami berbagai ancaman namun bisa memanfaatkan kekuatan, strategi yang harus diterapkan adalah memaksimalkan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang semaksimal mungkin. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mendukung *strategy diversifikasi*. Dari matrik perencanaan kombinasi strategi kuantitatif menunjukkan bahwa Unived perlu memanfaatkan strategi WT yang mempunyai nilai sebesar 2,74, selanjutnya diikuti strategi ST = 3,023, WO = 2,6 dan SO = 2.90. Alternatif strategi pengembangan wisata hutan mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu adalah melakukan Pengembangan promosi hutan Mangrove, melakukan pengembangan SDM, melakukan pengembangan infrastruktur yang menunjang dan mengoptimalkan pelayanan dengan pengunjung.

Kata Kunci : *Strategi, Pariwisata, Mangrove, Analisis SWOT*

### Abstract

Bengkulu City is one city that has a very interesting natural beauty, especially tourism related to the beach, sea, river and estuary. One of the best-selling tourist objects recently visited by tourists is the Mangrove forest tourism object in the village of Sejahtera, Sumber Jaya, Baai Island, Bengkulu City. Only by paying the rent of a tourist boat worth IDR 10,000 per person, tourists can settle around 247.61 hectares of mangrove forests in that location. Mangrove Debt is one of the tourism objects that has become an object of tourist visit to the city of Bengkulu. This study aims to determine a) to find out how Mangrove tourism development strategies in the Bengkulu City Prosperous Village, b) to find out which strategy is best in determining Mangrove tourism development in the Bengkulu City Prosperous Village. This type of research is a descriptive research (Descriptive Research) research that aims to obtain a description of the data that describes the composition and characteristics of the research unit. This research is descriptive research. Methods of data collection using a questionnaire given to 90 people, consisting of an external sample of 60 people and internal 30 people. Data analysis method used by using SWOT. From the results of the study it is known that the formulation of the SWOT matrix combination strategy is known that the meeting point between strengths, weaknesses, opportunities and threats is in quadrant II. available to make the most of the opportunities. This can be done by supporting a diversification strategy. The quantitative combination strategy planning matrix shows that the Unived need to utilize the WT strategy which has a value of 2.74, followed by the strategy ST = 3.023, WO = 2.6 and SO = 2.90. Alternative strategies for developing mangrove forest tourism in Baai Island Prosperous Village in Bengkulu City are developing Mangrove forest promotion, developing HR, developing infrastructure that supports and optimizing services with visitors.

Keywords: *Strategy, Tourism, Mangrove, SWOT Analysis*

### **PENDAHULUAN**

Kota Bengkulu merupakan salah satu kota yang memiliki keindahan alam yang sangat menarik, terutama wisata yang berkaitan dengan pantai, laut, sungai dan muara. Salah satuobjek wisata yang belakangan ini terlaris yang dikunjungi wisatawan adalah objek wisata hutan Mangrove di kampung Sejahtera Kecamatan Sumber Jaya Pulau Baai kota Bengkulu. Hanya dengan membayar sewa perahu wisata senilai Rp10 ribu per orang, maka wisatawan bisa puas mengelilingi 247,61 hektar hutan mangrove yang ada di lokasi tersebut (Pedoman Bengkulu, 7 April 2017) . Dahulunya daerah tersebut merupakan daerah yang kumuh, semrawut dan kotor.Apalagi daerah tersebut dahulunya terkenal dengan daerah prostisuti, terutama masyarakat Bengkulu mendengar kata Pulau Baai maka yang terlintas dibenak mereka adalah tempat prostitusi. Namun dengan adanya pembangunan dan campur tangan pemerintah daerah serta andil dari masyarakat setempat maka kawasan tersebut telah menjadi salah satu objek wisata yang menarik di kota Bengkulu.

Setelah adanya pembangunan dan sentuhan tangan dari pemerintah maka Kampung sejahtera sekarang sudah terkenal dan bahkan viral di media sosial, dimana di kawasan tersebut sudah menjadi tempat yang sangat diminati oleh para wisatawan dengan latar belakang sungai, deretan kapal kapal nelayan tradisonal dan hutan Mangrove. Selain itu wisatawan dapat melihat anak- anak nelayan berenang di kawasan hutan Mangrove untuk memungut lemparan koin yang dilempar ke sungai oleh para wsatwan. Akan tetapi fasilitas belum sepenuhnya ada di kawasan wisata tersebut seperti toilet, tempat berteduh, rest area, tempat jajanan yang layak, serta beberapa fasilitas lain. Padahal wisatawan sudah banyak yang datang, alangkah baiknya jika objek wisata ini dikembangkan dan difasilitasi kebutuhannya oleh pemerintah. Hutan mangrove di Kampung Sejahtera ini memiliki potensi wisata alam laut yang perlu dikembangkan, dan perlu sentuhan upaya -upaya pengembangan yang terencana tanpa merusak kelestarian lingkungan hutan mangrove itu sendiri. Pengembangan wisata adalah kegiatan dan usaha yang dikoordinasikan untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana serta fasilitas yang diperlukan serta melayani permintaan wisatawan (Syaukani, 2003:2)

Mengingat besarnya potensi Hutan mangrove di Kampung Sejahtera tersebut, maka perlu dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan wisata Hutan mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu, dari analisis faktor internal dan eksternal tersebut maka akan dikembangkan strategi pengembangan wisata hutan mangrove. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan wisata hutan Mangrove dan mengembangkan strategi pengembangan hutan mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a) Bagaimana strategi pengembangan pariwisata Mangrove di Kampung Sejahtera Kota Bengkulu,
- b) Strategi manakah yang paling baik dalam penentuan pengembangan pariwisata Mangrove di Kampung Sejahtera Kota Bengkulu?

Sedangkan tujuan penelitian yaitu :

- a) untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pariwisata Mangrove di Kampung Sejahtera Kota Bengkulu
- b) untuk mengetahui strategi manakah yang paling baik dalam penentuan pengembangan pariwisata Mangrove di Kampung Sejahtera Kota Bengkulu

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler dalam Kasmir (2012:171), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu : konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial, dan konsep pemasaran global. Lingkungan pemasaran dapat di bagi menjadi dua, yaitu: lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

- a. Lingkungan internal, Menurut Kotler (2010:69), salah satu hasil dari analisis lingkungan adalah di temukannya peluang-peluang yang menarik, yang lainnya adalah di kenalnya kompetensi pokok yang bisa dimanfaatkan untuk meraih peluang tersebut. Setiap unit bisnis harus di evaluasi kekuatan dan kelemahannya secara periodik. Manajemen atau konsultan dari luar perusahaan melakukan peninjauan atas kemampuan perusahaan di bidang pemasaran, keuangan, produksi dan organisasi. Setiap faktor di beri penilaian berdasarkan peringkat sangat kuat, kuat, netral, lemah atau sangat lemah. Perusahaan dengan kemampuan pemasaran yang kuat akan terikat pada sepuluh faktor pemasarannya, semuanya mendapat penilaian sangat kuat. Dengan mengabaikan semua penilaian itu secara vertikal untuk setiap bisnis yang spesifik, maka dengan mudah kita dapat menentukan kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan bisnis tersebut
- b. Lingkungan eksternal, Setiap perusahaan perlu merumuskan misinya dengan jelas, rumusan misi akan membantu perusahaan dalam mendefinisikan kebutuhan membaca lingkungan. Menurut Kotler (2010:66), secara umum, perusahaan harus memantau kekuatan-kekuatan lingkungan makro yang pokok (demografi, ekonomi, teknologi, politik/hukum dan sosial/budaya) yang berpengaruh terhadap bisnisnya. Juga harus di pantau pemeran-pemeran lingkungan makro yang signifikan (pelanggan, pesaing, saluran distribusi, pemasok), yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di pasar tersebut. Kekuatan eksternal dapat di bagi menjadi dua yaitu lingkungan makro dan lingkungan industri.
  1. Lingkungan Makro, merupakan situasi dan kondisi yang berada di luar perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Lingkungan tersebut dapat memberi perusahaan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Lingkungan eksternal makro terdiri atas faktor ekonomi, sosial budaya, politik dan kebijakan pemerintah, teknologi serta pesaing.
  2. Lingkungan Industri. Aspek lingkungan industri akan lebih mengarah pada aspek persaingan dimana perusahaan berada. Faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi persaingan, seperti ancaman (*threats*) pada perusahaan dan kekuatan (*strength*) yang dimiliki perusahaan termasuk kondisi persaingan industri tersebut meliputi pendatang baru, produk pengganti, pembeli, pemasok dan pesaing.

## 2. Strategi Pemasaran

Rangkuti (2006:8) strategi adalah sesuatu yang sering menyumbangkan tindakan umum dan suatu penekanan terhadap penerapan sumber daya untuk memperoleh tujuan yang penting, strategi sebagai hasil dari proses penetapan tujuan organisasi, penetapan mengenai perubahan dalam tujuan itu, penetapan kebijakan yang akan menguasai perolehan, penggunaan dan pengaturan dari perusahaan, dan pengadopsian serangkaian tindakan dan alokasi sumber daya penting untuk melaksanakan sasaran ini.

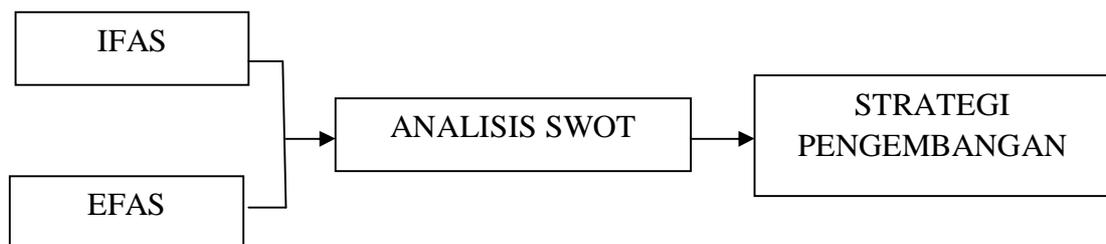
### 3 Konsep SWOT

*Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats* matrik merupakan matching tool yang membantu para manajer mengembangkan empat strategi yaitu (Purwanto, 131 : 2008)

1. Strategi SO (*strength-Opportunities*) adalah strategi yang digunakan perusahaan dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang
2. Strategi WO (*strength-Weaknesses*) adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan seoptimalmal mungkin meminimalisir kelemahan yang ada untuk memanfaatkan berbagai peluang
3. Strategi ST (*Strength-Threats*) strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi berbagai ancaman yang mungkin mlingkupi perusahaan
4. Strategi WT (*Weaknesses – Treats*) adalah strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan dalam rangkan meminimalisir atau menghindari ancaman

Kerangka analisis dalam penelitian ini yaitu seperti gambar di bawah ini :

Gambar 1



Untuk mendapatkan strategi pengembangan pariwisata Mangrove, maka diperlukan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Ekternal Factor Analysis Summary* (EFAS), yang kemudian dianalisis dengan menggunakan Analisis *Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats* yang dikenal dengan SWOT. Dari analisis yang dilakukan maka akan didapat strategi pengembangan yang dapat dilakukan dalam pengembangan pariwisata Mangrove.

### METODE PENELITIAN

#### a. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka dan kuesioner. Metode studi pustaka (*Library Research*) dilakukan untuk mendapatkan landasan teori yang dapat mendukung penulisan dan disajikan dalam bentuk literatur atau buku-buku karangan ilmiah maupun hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang akan diteliti. Kuesioner yaitu penyebaran angket untuk mendapatkan data primer dari responden. Adapun penilaian kuesioner menggunakan skala likert (Sugiyono, 2010:132)

#### b. Sampel

Dalam penelitian ini wisatawan yang menerima kuesioner sebanyak 90 orang, yaitu 60 orang sebagai sampel eksternal yang merupakan wisatawan atau

pengunjung, diambil dari rata-rata wisatawan selama 3 hari dan 30 orang merupakan sampel internal

### c. Metode Analisis

Dalam menentukan strategi-strategi pengembangan wisata Hutan Mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu dapat ditentukan dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2015:19). Analisis SWOT dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Identifikasi *Key Faktor*, yang meliputi sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia, Sarana dan Prasarana, regulasi dan Potensi Wisatawan
2. Melakukan analisis lingkungan internal "IFAS" (*Internal Faktor Anaysis Summary*) dan lingkungan eksternal "EFAS" (*Eksternal Faktor Anaysis Summary*). Dimana penentuan berbagai faktor, bobot setiap faktor dan tingkat kepentingan setiap faktor yang didapat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden.

#### a. Cara menentukan faktor strategi internal :

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan dari kegiatan pengembangan wisata hutan Mengrove di Kampung Sejahtera
- 2) Memberikan bobot masing-masing faktor tersebut sesuai dengan tingkat kepentingannya atau tingkat manfaatnya. Bobot dihasilkan dari rata-rata tingkat manfaat setiap faktor dibagi dengan jumlah tingkat semua manfaat semua faktor kemudian dikalikan 100%. Jumlah setiap bobot harus sebesar 100% atau 1,00
- 3) Menghitung rating atau nilai kesesuaian untuk masing-masing faktor berdasarkan pengaruh/respon faktor tersebut terhadap pengembangan wisata hutan mengrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai (nilai:5 = sangat sesuai, 4 = sesuai, 3 = cukup
- 4) sesuai, 2 = tidak sesuai, 1 = sangat tidak sesuai)
- 5) Mengalikan bobot dengan *rating atau nilai* kesesuaian untuk memperoleh skor pembobotan untuk masing-masing faktor

#### b. Cara menentukan faktor strategi internal

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman dari kegiatan pengembangan wisata hutan mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai
- 2) Memberi bobot masing-masing faktor tersebut sesuai dengan tingkat kepentingannya atau tingkat kepentingannya atau tingkat manfaatnya
- 3) Menghitung *rating atau nilai* kesesuaian
- 4) Mengalikan bobot dengan *rating atau nilai* kesesuaian untuk memperoleh skor pembobotan untuk masing-masing faktor

### 3. Matrik SWOT

Menentukan faktor internal dan faktor eksternal, selanjutnya faktor-faktor tersebut dihubungkan dalam matrik untuk memperoleh beberapa alternatif strategi. Matrik ini memungkinkan empat kemungkinan strategi sebagai berikut :

Tabel 1  
Diagram Matrik SWOT  
Strength (S)

Internal Eksternal		Strength (S)		Weakness (W)	
		Opportunities (O)	Strategi SO	Threat (T)	Strategi WO
1.	1.	1.	1.	1.	1.
2.	2.	2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.	3.	3.
		Strength (S)		Weakness (W)	
		Threat (T)	Strategi ST	Threat (T)	Strategi WT
1.	1.	1.	1.	1.	1.
2.	2.	2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.	3.	3.

Sumber : Rangkuti (2015:83)

4. Mengembangkan alternative strategi S-O, S-T, W-O dan W-T dengan menggunakan matrik SWOT
5. Menentukan prioritas strategi dengan melakukan penilaian. Jumlah dari skor pembobotan menentukan ranking prioritas strategi dalam pengelolaan wisata Hutan mangrove Kampung Sejahtera untuk pengembangannya

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hutan mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu merupakan objek wisata yang sudah banyak diminati oleh wisatawan baik yang berasal dari kota Bengkulu sendiri maupun di luar kota Bengkulu, dengan dukungan potensi dari pemerintah yang berupa modal, moral dan partisipasi masyarakat sekitar menjadikan objek wisata ini semakin bagus prospeknya ke depan. Adanya objek wisata hutan mangrove banyak memberikan manfaat bagi masyarakat setempat baik dari aspek ekonomi maupun dari aspek sosial. Dari aspek ekonomi misalnya dapat menciptakan lapangan pekerjaan yaitu memberikan kesempatan bagi masyarakat sekitar untuk berjualan di area wisata hutan mangrove sedangkan dari aspek sosial yaitu dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung dapat menciptakan kenyamanan untuk beraktivitas.

Dalam penelitian ini strategi pengembangan wisata hutan mangrove didasarkan pada analisis internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang didapat dari penyebaran kuesioner. Berikut tabel IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut :

Tabel II  
Matrik *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Relatif	Rating	Skor
<b>Strength (S) Kekuatan</b>					
1	Salah satu alternative objek wisata alam di kota Bengkulu	4.3	0.041	3.2	0.13
2	Pemandangan alam hutan Mangrove yang masih asri dan asli	4.4	0.042	3.3	0.14
3	Mobilitas transportasi yang mudah	4.4	0.042	3.4	0.14
4	Berada di kawasan kota Bengkulu sehingga mudah untuk dijangkau	4.3	0.041	3.2	0.13
5	Objek wisata yang bersih, nyaman dan rapi	4.4	0.042	3.4	0.14
6	Tersedianya perahu nelayan yang banyak, bagus dan layak untuk mengelilingi hutan mangrove	4.5	0.043	3.4	0.15
7	Hutan mangrove yang rapat sehingga menarik perhatian wisatawan	4.7	0.045	3.3	0.15
8	Anak-anak nelayan yang menyelam untuk mengambil koin menjadi daya tarik tersendiri	4.5	0.043	3.3	0.14
9	Harga yang tidak mahal ditawarkan pemilik perahu untuk sekali berkeliling di hutan mangrove	4.3	0.041	3.4	0.14
10	Diversifikasi (keragaman) mangrove	4.6	0.044	3.4	0.15
11	Keberadaan ikan-ikan yang berada di sekitar hutan mangrove menjadi daya tarik bagi wisatawan	4.5	0.043	4.2	0.18
12	Tingginya pohon bakau sehingga teduh	4.8	0.046	3.5	0.16
<b>Sub total</b>		<b>53.7</b>	<b>0.517</b>	<b>-</b>	<b>1.769</b>
<b>Weakness (W) Kelemahan</b>					
1	Kurang tersedianya pemandu wisata dalam kegiatan wisata hutan mangrove	4.3	0.041	3.1	0.13
2	Belum tersedianya sarana dan prasarana penunjang pada objek wisata hutan mangrove (seperti toilet, rest area, tempat parkir yang luas, tempat kuliner dan tempat sampah)	4.2	0.040	3.4	0.14
3	Kurangnya pemahaman masyarakat dan wisatawan tentang ekowisata	4.2	0.040	3.5	0.14
4	Tempat sandaran perahu-perahu yang masih tradisional	4.6	0.044	3.2	0.14
5	Belum adanya tempat kuliner khas Bengkulu	4.2	0.040	3.2	0.13
6	Belum tersedianya suplai logistic (bahan makanan, dll)	4.3	0.041	2.6	0.11
7	Keberadaan souvenir khas daerah yang belum ada	4.4	0.042	2.5	0.11
8	Belum adanya ketersediaan fasilitas perbankan (bank, mesin ATM dll)	3.7	0.036	2.8	0.10
9	Dikarenakan dekat dengan pemukiman nelayan pembuatan ikan kering, sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap	3.2	0.031	2.5	0.08
10	Tempat parkir yang masih sempit	4.3	0.041	2.5	0.10
11	Belum tertatanya infrastruktur bangunan disekitar lokasi objek wisata	4.3	0.041	4.2	0.17

12	Belum tersedianya penginapan yang mendukung lokasi objek wisata hutan mengrove	4.4	0.042	3.2	0.14
<b>Sub total</b>		<b>50.1</b>	<b>0.483</b>	-	<b>1.483</b>
<b>Total</b>		<b>103.8</b>	<b>1.000</b>		<b>2.84</b>

Sumber : data diolah, 2019

Dari hasil analisis pada tabel Matrik *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) tersebut faktor “Kekuatan (*Strength*)” mempunyai total nilai skor 1,769 sedangkan faktor kelemahan (*Weakness*) mempunyai total nilai skor 1,48.

Tabel III  
*Matrik Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Relatif	Rating	Skor
<b>Opportunities (O) Peluang</b>					
1	Keamanan lokasi objek wisata	4.3	0.041	1.4	0.057
2	Adanya dukungan dari pemerintah terhadap pengembangan hutan mengrove	4.3	0.041	1.5	0.061
3	Dekat dengan tempat ibadah	4.4	0.042	2.3	0.096
4	Berada di lingkungan nelayan sehingga para wisatawan bisa melihat kehidupan para nelayan	4.5	0.043	2.3	0.098
5	Dekat dengan tempat penjualan ikan – ikan kering hasil laut	4.4	0.042	2.2	0.092
6	Berpotensi menjadi objek wisata bagi wisatawan domestik	4.7	0.044	2.9	0.129
7	Berpotensi menjadi objek wisata bagi wisatawan mancanegara	4.8	0.045	2.3	0.104
8	Dekat dengan pelabuhan	4.3	0.041	2.4	0.098
9	Dekat dengan bandara	4.5	0.043	1.9	0.081
10	Dekat dengan pasar	4.7	0.044	1.7	0.076
11	Jalan yang bagus dan lancar menuju ke lokasi	4.6	0.043	2.9	0.126
12	Pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dan internet untuk promosi wisata	4.3	0.041	2.9	0.118
<b>Sub Total</b>		<b>53.8</b>	<b>0.509</b>	-	<b>1.134</b>
<b>Treaths (T) Ancaman</b>					
1	Dampak negatif dari kegiatan wisata (sampah, kegiatan yang dapat merusak hutan mengrove)	4.3	0.041	2.8	0.114
2	Persaingan dengan objek wisata lain	4.3	0.041	2.9	0.118
3	Alih fungsi lahan hutan mangrove	4.6	0.043	2.7	0.117
4	Kurangnya tersedia infrastruktur air bersih	4.3	0.041	2.8	0.114
5	Konflik kepentingan	4.6	0.043	2.7	0.117
6	Penebangan hutan mengrove secara liar	4.8	0.045	2.6	0.118
7	Abrasi /kerusakan pantai	4.8	0.045	2.2	0.100
8	Perkembangan perumahan	4.2	0.040	2.5	0.099
9	Limbah dari pembuatan ikan ikan kering disekitar lingkungan hutan mangrove	3.59	0.034	2.4	0.081
10	Polusi udara karena bau dari penjemuran ikan ikan kering	4.2	0.040	2.1	0.083
11	Lingkungan pemukiman penduduk disekitar objek wisata yang masih belum teratur	4.1	0.039	2.5	0.097
12	Belum tersedianya tim penyelamat bencana disekitar objek wisata	4.2	0.040	2.4	0.095
<b>Sub Total</b>		<b>51.99</b>	<b>0.491</b>	-	<b>1.254</b>
<b>Total</b>		<b>105.79</b>	<b>1.000</b>		<b>2.395</b>

Sumber : data diolah, 2019

Dari hasil analisis pada tabel *Matrik Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) tersebut faktor “Peluang” (*Opportunity*) mempunyai total nilai skor 1,134 sedangkan faktor “Ancaman” (*Treaths*) mempunyai total nilai skor 2,395. Dari data kedua tabel tersebut maka diketahui bahwa total nilai skor masing-masing faktor dapat dirinci yaitu faktor “Kekuatan (*Strength*)” mempunyai total nilai skor 1,769 sedangkan faktor kelemahan (*Weakness*) mempunyai total nilai skor 1,48 dan faktor “Peluang”(*Opportunity*) mempunyai total nilai skor 1,134 sedangkan faktor Ancaman”(*Treaths*) mempunyai total nilai skor 1,254

Maka diketahui nilai “kekuatan (*Strength*)” di atas nilai selisih kelemahan (*Weakness*) sebesar (+) 0,29 dimana nilai ini didapat dari 1,769 – 1,483 dan nilai dari “Peluang” (*Opportunity*) di bawah nilai Ancaman”(*Treaths*) selisih (-) 0,12 dimana nilai ini didapat dari 1,134 -1,254.

### Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan Pendekatan Matrik SWOT

Dalam menyusun strategi pemasaran perusahaan harus menggunakan alat tertentu. Menurut Rangkuti (2006;31), matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis intitusi. Matriks SWOT ini digambarkan bagaimana manajemen dapat dicocokkan peluang-peluang dan ancaman-ancaman eksternal yang dihadapi suatu institusi tertentu dengan kekuatan dan kelemahan internalnya, untuk menghasilkan empat rangkaian alternatif strategis (Hunger dan Wheelen, 2004:232). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel IV**  
**Matrik SWOT**

IFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salah satu alternative objek wisata alam di kota Bengkulu</li> <li>- Pemandangan alam hutan Mangrove yang masih asli dan asli</li> <li>- Mobilitas transportasi yang mudah</li> <li>- Berada di kawasan kota Bengkulu sehingga mudah untuk dijangkau</li> <li>- Objek wisata yang bersih, nyaman dan rapi</li> <li>- Tersedianya perahu perahu nelayan yang banyak, bagus dan layak untuk mengelilingi hutan mangrove</li> <li>- Hutan mangrove yang rapat sehingga menarik perhatian wisatawan</li> <li>- Anak-anak nelayan yang menyelam untuk mengambil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurang tersedianya pemandu wisata dalam kegiatan wisata hutan mangrove</li> <li>- Belum tersedianya sarana dan prasarana penunjang pada objek wisata hutan mangrove (seperti toilet, rest area, tempat parkir yang luas, tempat kuliner dan tempat sampah)</li> <li>- Kurangnya pemahaman masyarakat dan wisatawan tentang ekowisata</li> <li>- Tempat sandaran perahu-perahu yang masih tradisional</li> <li>- Belum adanya tempat kuliner khas Bengkulu</li> <li>- Belum tersedianya suplai logistic (bahan makanan, dll)</li> </ul>

EFAS

- koin menjadi daya tarik tersendiri
- Harga yang tidak mahal ditawarkan pemilik perahu untuk sekali berkeliling di hutan mangrove
- Diversifikasi (keragaman) mangrove
- Keberadaan ikan ikan yang berada di sekitar hutan mangrove menjadi daya tarik bagi wisatawan
- Tingginya pohon pohon bakau sehingga teduh
- Keberadaan souvenir khas daerah yang belum ada
- Belum adanya ketersediaan fasilitas perbankan (bank, mesin ATM dll)
- Dikarenakan dekat dengan pemukiman nelayan pembuatan ikan kering, sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap
- Tempat parkir yang masih sempit
- Belum tertatanya infrastruktur bangunan disekitar lokasi objek wisata
- Belum tersedianya penginapan yang mendukung lokasi objek wisata hutan mangrove

#### **Opportunities (O)**

- Keamanan lokasi objek wisata
- Adanya dukungan dari pemerintah terhadap pengembangan hutan mangrove
- Dekat dengan tempat ibadah
- Berada di lingkungan nelayan sehingga para wisatawan bisa melihat kehidupan para nelayan
- Dekat dengan tempat penjualan ikan – ikan kering hasil laut
- Berpotensi menjadi objek wisata bagi wisatawan domestic
- Berpotensi menjadi objek wisata bagi wisatawan mancanegara
- Dekat dengan pelabuhan
- Dekat dengan bandara
- Dekat dengan pasar
- Jalan yang bagus dan lancar menuju ke lokasi

#### **Strategi S-O**

- Melakukan pemanfaatan teknologi dan informasi sebagai promosi pariwisata
- Dibangunnya berbagai intrastuktur sebagai penunjang
- Pembangunan tempat oleh oleh khususnya untuk ikan asin dan ikan kering lainnya
- Memanfaatkan peluang kerjasama dengan berbagai instansi terkait baik didalam maupun di luar

#### **Strategi W-O**

- Dibuatnya wisata kuliner yang mendukung
- Pengelolaan lahan parkir yang luas
- Membuat papan penyuluhan, membuat jalur evakuasi bencana, dan membentuk badan mitigasi bencana

- Pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dan internet untuk promosi wisata

**Threats (T)**

- Dampak negatif dari kegiatan wisata (sampah, kegiatan yang dapat merusak hutan mangrove)
- Persaingan dengan objek wisata lain
- Alih fungsi lahan hutan mangrove
- Kurangnya tersedia infrastruktur air bersih
- Konflik kepentingan
- Penebangan hutan mangrove secara liar
- Abrasi /kerusakan pantai
- Perkembangan perumahan
- kering disekitar lingkungan hutan mangrove
- Polusi udara karena bau dari penjemuran ikan ikan kering
- Lingkungan pemukiman penduduk disekitar objek wisata yang masih belum teratur
- Belum tersedianya tim penyelamat bencana disekitar objek wisata

**Strategi  
S-T**

- Adanya penegak hukum atau sanksi terhadap perusak lingkungan wisata mangrove
- Dukungan pemerintah (kebijakan dan keuangan) terhadap pengembangan wisata mangrove
- Pembuatan khusus lokasi bagi pembuatan ikan asin

**Strategi  
W-T**

- Dibangunnya beberapa penginapan sederhana di sekitar wisata
- Kebersihan dan pengelolaan yang lebih baik lagi
- Tersedianya pengembangan untuk wisata bahari

Sumber : data diolah, 2019

**Menentukan Diagram Analisis SWOT**

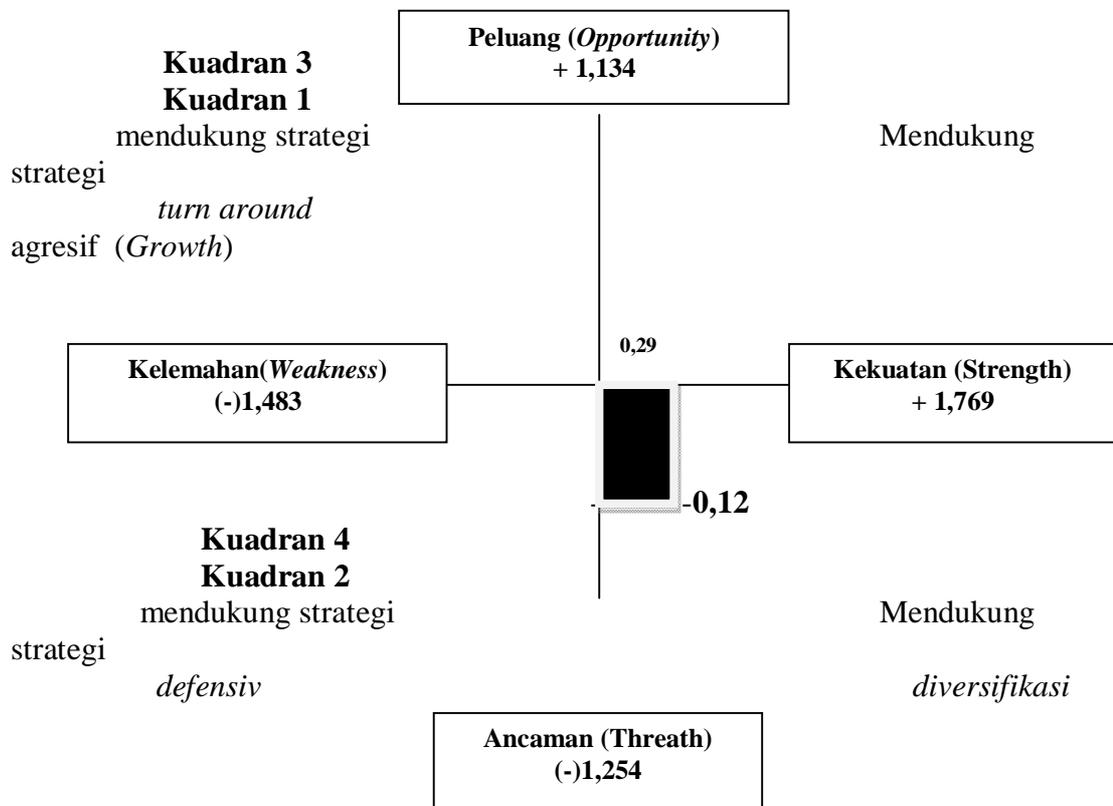
Berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal perusahaan tersebut akan didapatkan posisi strategi Unived saat ini. Posisi strategi inilah yang akan menentukan letak kuadran strategi Unived. Letak kuadran tersebut akan dijadikan fundamental analisis strategi kedepan. Kuadran-kuadran tersebut dapat diamati secara jelas melalui diagram analisis SWOT berikut ini :

Tabel V  
Rekapitulasi IFAS dan EFAS

Keterangan	IFAS		EFAS	
	<i>Strength</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Strategi Pemasaran	1,769	1,48	1,134	1,254
Kuadran	1,769 -1,483 = 0,29		1,134 - 1,254 = (-) 0,12	

Sumber: data diolah, 2019

Gambar I  
Diagram *Cartesius* Analisis SWOT Mangrove Kota Bengkulu



Sumber : data diolah, 2019

Dari nilai masing-masing faktor maka dapat digambarkan juga SWOT dalam rumusan matrik SWOT seperti tabel di bawah ini :

Tabel VI  
Rumusan kombinasi strategi matrik SWOT

IFAS \ EFAS	Kekuatan Strengths (S)	Kelemahan Weakness (W)
Peluang Opportunity (O)	Strategi SO : = 1,769+ 1,134 = 2,903	Strategi WO : = 1,483 +1,134 =2,6
Ancaman Threats (T)	Strategi ST : = 1,769 + 1,254 = 3,023	Strategi WT = 1,483 +1,254 = 2,74

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan diagram di atas maka di ketahui bahwa titik pertemuan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman berada pada kuadran II Pada kuadran ini berarti meskipun mengalami berbagai ancaman namun bisa memanfaatkan kekuatan, strategi yang harus diterapkan adalah memaksimalkan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang semaksimal mungkin. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mendukung *strategy diversifikasi*. Sedangkan bila

melihat rumusan Matrik SWOT pada tabel VI Selanjutnya dilakukan analisis model kuantitatif perumusan strategi. Pembuatan analisis model kuantitatif tersebut didasari pada jumlah nilai skor pada masing-masing faktor yang ada pada masing-masing strategi baik itu SO, WO, ST dan WT maka dapat digambarkan model kuantitatif rumusan strategi pada tabel VII. Dari matrik perencanaan kombinasi strategi kuantitatif menunjukkan bahwa Unived perlu memanfaatkan strategi WT yang mempunyai nilai tertinggi sebesar 2,74, selanjutnya diikuti strategi ST = 3,023, WO = 2,6 dan SO = 2.903 Adapun masing-masing strategi yaitu meningkatkan melakukan pengembangan hutan mangrove, melakukan pengembangan SDM dan Melakukan pengembangan infrastruktur yang menunjang

Adapun matrik perencanaan strategi kuantitatif dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel VII  
Matrik Perencanaan kombinasi perencanaan strategi Kuantitatif

IFAS EFAS	Kekuatan <i>Strengths</i> (S)	Kelemahan <i>Weakness</i> (W)
Peluang <i>Oppourtunity</i> (O)	<b>Strategi SO :</b> Menggunakan strength untuk memanfaatkan peluang = 2,903	<b>Strategi WO :</b> Meminilkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang = 2,6
Ancaman <b>Threats</b> (T)	<b>Strategi ST :</b> Menggunakan strength untuk mengatasi ancaman = 3,023	<b>Strategi WT</b> Meminilkan kelemahan untuk menghindari ancaman = 2,74

Sumber : data diolah, 2019

Alternatif strategi pengembangan wisata hutan mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu adalah :

- Melakukan Pengembangan promosi hutan Mangrove  
Daya tarik mangrove memiliki potensi pasar sangat tinggi bagi mancanegara maupun domestik, oleh karena itu perlu adanya optimalisasi potensi hutan Mangrove untuk dijadikan mangrove sebagai salah satu objek wisata daratan, contohnya adalah *tracking* mangrove. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi pariwisata yang dapat dilakukan melalui kerja sama dengan berbagai instansi terkait seperti Departemen Pariwisata dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas materi promosi, Memaksimalkan kerjasama dengan travel agent dalam pemasaran produk dan travel agent sebagai alat pengangkut wisatawan
- Melakukan pengembangan SDM  
Pengembangan SDM hendaklah dilakukan secara terus menerus, agar para wisatawan tidak mengalami kekurangan informasi, keterampilan menggunakan teknologi untuk promosi wisata,
- Melakukan pengembangan infrastruktur yang menunjang  
Lokasi hutan Mangrove yang dekat dengan perkampungan nelayan sehingga diperlukan sarana dan prasarana yang mendukung misalnya adanya wc umum, tempat jajan yang bersih, tempat istirahat yang nyaman bagi para

wisatwan. Dikarenakan didaerah tersebut banyak masyarakat yang melakukan proses pengeringan ikan asin, maka hendaknya dilakukan penempatan daerah tertentu agar bau nya tidak menghalangi pengunjung. Disamping itu ikan asin yang dibuat tersebut bisa menjadi salah satu khas bagi daerah setempat untuk oleh oleh bagi wisatwan. Dengan adanya hal ini, maka hendaknya disekitar daerah tersebut dibangun tempat khusus oleh oleh dan pengembangan kawasan wisata yang didalamnya termasuk jalan menuju obyek wisata, loket karcis, tempat parkir, tempat souvenir, spot selfie, tracking, dan sebagainya.

- Mengoptimalkan pelayanan dengan pengunjung  
Pelayanan kepada pengunjung merupakan hal yang sangat penting dilakukan, sehingga pengunjung merasa puas, senang dan meninggalkan kesan yang sangat mendalam sehingga bisa menjadi perantara sebagai promosi secara langsung.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan rumusan kombinasi strategi matrik SWOT maka di ketahui bahwa titik pertemuan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman berada berada pada kuadran II Pada kuadran ini berarti meskipun mengalami berbagai ancaman namun bisa memanfaatkan kekuatan, strategi yang harus diterapkan adalah memaksimalkan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang semaksimal mungkin. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mendukung *strategy diversifikasi*.
2. Dari matrik perencanaan kombinasi strategi kuantitatif menunjukkan bahwa Unived perlu memanfaatkan strategi WT yang mempunyai nilai tsebesar 2,74, selanjutnya diikuti strategi ST = 3,023, WO = 2,6 dan SO = 2.903
3. Alternatif strategi pengembangan wisata hutan mangrove di Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu adalah melakukan Pengembangan promosi hutan Mangrove, melakukan pengembangan SDM, melakukan pengembangan infrastruktur yang menunjang dan mengoptimalkan pelayanan dengan pengunjung

### SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan Mangrove berada pada kuadran II dengan menggunakan *stratery diversifikasi*, sehingga saran yang dapat direkomendasikan yaitu :

1. Melakukan promosi dengan lebih gencar lagi sehingga wisatawan dapat mengetahui informasi mengenai keberadaan Wisata Mangrove
2. Melakukan kerjasama dengan berbagai intansi terkait yang dapat membantu perkembangan wisata Mengrove

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Airlangga
- Kotler, Philip. Di terjemahkan oleh Wasana, Jaka. 2010. *Manajemen Pemasaran. Buku 1*. Jakarta. Erlangga.
- Purwanto, Iwan. 2008. *Manajemen Strategi*. Yrama Widya. Bandung
- Rangkuti, Fredy. 2015. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- ..... 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Kedua Belas.
- Susi Watina Simanjuntak, Agung Suryanto, Dian Wijayanto. 2015. Strategi Pengembangan Pariwisata Mangrove Di Pulau Kemujan, Karimun, Jawa . *DIPONEGORO JOURNAL OF MAQUARES MANAGEMENT OF AQUATIC RESOURCES Volume 4, Nomor 1, Tahun 2015, Halaman 25-34*
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Syaukani. 2003. *Pesona Pariwisata Indonesia*. Jakarta. Nuansa Madani
- Wahyudi, Agustinus Sri. 2006. *Manajemen Strategi Proses Berpikir Strategik*. Jakarta. Bina Aksara