

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN
INDUSTRI PARIWISATA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Objek Wisata Dampo Awang Beach Kabupaten Rembang)

*Strategy Planning and Development Tourism Industry Using SWOT Analysis
(Case Study of Dampo Awang Beach Tourism Object of Rembang Regency)*

Rikah *)

Muhammad Tahwin *)

Hetty Muniroh *)

Abstract

The development of tourism in an area brings the impact of benefits to society economically and socially and culturally. Rembang Regency has many attractions including attractions Dampo Awang Beach. It takes a proper strategy in influencing tourists interest to the attractions of Dampo Awang Beach. This research is a qualitative descriptive study that conducts assessment on alternative strategy of planning and development of Dampo Awang Beach attraction based on internal and external factor analysis. Population in this research is visitor of Dampo Awang Beach tourism object with research method with SWOT analysis approach. The results of this study are internal and external factors affect the level of visits on the attraction of Dampo Awang Beach is very large. SWOT analysis is a planning and development strategy that can be applied to the attractions of Dampo Awang Beach.

Keywords: *Strategy planning, SWOT, and Dampo Awang Beach Visitors*

Abstraksi

Perkembangan pariwisata pada suatu daerah membawa dampak manfaat bagi masyarakat secara ekonomis maupun social dan budaya. Kabupaten Rembang memiliki banyak objek wisata diantaranya objek wisata Dampo Awang *Beach*. Diperlukan suatu strategi yang tepat dalam mempengaruhi minat wisatawan ke objek wisata Dampo Awang *Beach*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang melakukan pengkajian terhadap alternatif strategi perencanaan dan pengembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Dampo Awang *Beach* dengan metode penelitian dengan pendekatan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah faktor internal dan eksternal mempengaruhi tingkat kunjungan pada objek wisata Dampo Awang *Beach* sangat besar. Analisis SWOT merupakan strategi perencanaan dan pengembangan yang dapat diterapkan pada objek wisata Dampo Awang *Beach*.

Kata kunci: *Strategi perencanaan, SWOT, dan Pengunjung Dampo Awang Beach*

*) *Dosen STIE YPPI Rembang*

1. Pendahuluan

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat baik secara ekonomis maupun sosial dan budaya. Namun jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang akan merugikan masyarakat. Kabupaten Rembang memiliki berbagai objek wisata. Salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Rembang adalah objek wisata *Dampo Awang Beach*. Objek wisata ini merupakan objek wisata yang menawarkan perpaduan antara bentangan pantai yang indah dan objek wisata darat dengan berbagai wahana. Potensi yang dimiliki objek wisata *Dampo Awang Beach* belum dikelola dengan secara optimal sehingga keberadaan aset wisata belum mendapat respon positif wisatawan dalam bentuk kunjungan wisatanya. Salah satu tolok ukur perkembangan pariwisata adalah jumlah kunjungan wisatawan.

Adapun perkembangan jumlah pengunjung pada objek wisata *Dampo Awang Beach* adalah sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pengunjung Objek Wisata *Dampo Awang Beach* Kabupaten Rembang Tahun 2010-2013

Tahun	Jumlah Pengunjung	Pertumbuhan (%)
2010	236.795	-
2011	391.341	65,27
2012	1.182.313	202,12
2013	276.249	-76,63

Sumber: Rembang Dalam Angka 2011-2014, BPS Kab. Rembang

Berdasar Tabel 1 diketahui bahwa perkembangan obyek wisata *Dampo Awang Beach* mengalami penurunan yang cukup signifikan. Kondisi tersebut merupakan indikasi bahwa obyek wisata *Dampo Awang Beach* dengan potensi yang dimilikinya belum mampu menarik wisatawan untuk berkunjung.

Banyak faktor yang menyebabkan rendahnya minat wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat dalam mempengaruhi minat wisatawan ke objek wisata *Dampo Awang Beach*. Untuk mewujudkan obyek wisata *Dampo Awang Beach* sebagai daerah tujuan wisata perlu ditingkatkan dan dikembangkan melalui strategi yang terencana, tepat waktu dan tepat guna.

Beberapa penelitian pernah dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata menggunakan SWOT antara lain penelitian yang dilakukan oleh Maryam (2011)

di objek wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal, penelitian Pradikta (2013) di objek wisata Waduk Gunungrowo Indah serta penelitian Fretes (2013) di Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon.

2. Tinjauan pustaka

2.1. Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari satu tempat lain dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat lokasi tujuan tetapi semata-mata untuk berekreasi (Yoeti, 2006:23). Hal ini berarti bahwa pariwisata tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan erat dengan sektor-sektor ekonomi, sosial dan budaya yang hidup dalam masyarakat.

2.2 Strategi Pengembangan

Strategi merupakan unsur yang penting dalam menghadapi tantangan. Keberhasilan menghadapi tantangan tergantung padapenerapan strategi. Objek wisata tidak mempunyai strategi formal dalam menarik wisatawan. Strategi yang dijalankan muncul begitu saja dan sering direvisi dalam menghadapi tantangan dan kesempatan. Hamel dan Prahalad (Rangkuti; 2008) mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Pradikta (2013), menyatakan perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Adapun menurut Maryam (2011) untuk mendapatkan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada suatu objek wisata adalah dengan menggunakan faktor internal dan eksternal.

2.3 Penelitian Terdahulu

Maryam (2011) melakukan penelitian dengan judul Pendekatan SWOT Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal dengan skor tertinggi yang mempengaruhi perkembangan objek wisata Sekatul adalah faktor peluang yaitu peluang untuk melestarikan budaya, sedangkan ancaman tertinggi adalah persaingan pariwisata antar objek wisata. Faktor internal dengan skor tertinggi adalah faktor kekuatan yaitu pemandangan alam yang

indah,berhawa sejuk dan asri, sedangkan faktor kelemahan yaitu harga dalam fasilitas objek wisata maupun harga makanan menurut pengunjung terlalu mahal.

Selanjutnya Pradikta (2013) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. Hasil penelitian menunjukkan dalam *matrix grand strategy* terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata diObyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah berada di posisi Strategi Pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Sedangkan Fretes (2013) melakukan penelitian dengan judul Strategi Perencanaan dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode SWOT dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mendukung pengembangan yang baik bagi suatu objek wisata alam akan dapat menentukan kelayakan teknis dalam pengembangan suatu objek wisata alam. Faktor-faktor itu terdiri dari adanya faktor internal yang meliputi daya tarik objek; pengelolaan, perawatan dan pelayanan; tersedianya air bersih. Untuk faktor eksternal meliputi potensi pasar; kadar hubungan; kondisi lingkungan;kondisi alam, akomodasi, prasarana dan sarana penunjang juga hubungan dengan objek wisata lain. Selain itu berdasar matriks *SWOT* didapatkan beberapa alternatif strategi yang dipilih yaitu srategi progresif, diservikasi strategi, *market penetration* dan produk *development*.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Rembang. Objek penelitian adalah tempat wisata Dampo Awang Beach di Kabupaten Rembang sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner.

3.1 Definisi Konsep

3.1.1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang merupakan daya tarik wisata yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan di objek wisata *Dampo Awang Beach*. Faktor internal berasal dari lingkungan objek wisata *Dampo Awang Beach* yang terdiri dari peralatan atau fasilitas, sarana dan prasarana, sumber daya manusia yang meliputi karyawan,

pelatihan, pengalaman, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan serta sumber daya organisasi yang meliputi struktur organisasi.

3.1.2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang merupakan daya tarik wisata *Dampo Awang Beach* meliputi peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Faktor eksternal berasal dari luar lingkungan objek wisata *Dampo Awang Beach* yang terdiri dari kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi dan lingkungan, politik, pemerintah dan hukum serta teknologi.

3.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasinya adalah pengunjung objek wisata *Dampo Awang Beach* dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Dalam penelitian ini ditentukan jumlah sampel sebesar 105 dengan rincian 100 orang pengunjung, ditambah 5 orang *key person*, yaitu pengelola atau karyawan yang bekerja dan dianggap mengetahui betul kondisi objek wisata *Dampo Awang Beach*.

3.3 Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka. Dalam memperoleh informasi terkait tentang data-data yang dibutuhkan digunakan teknik pengumpulan data berupa interview, observasi dan kuesioner.

3.4 Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*).

3.4.1. Teknik Analisis Deskriptif

Pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini yaitu dengan cara memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi yang diselidiki peneliti dan objek yang diteliti terpisah, proses penelitian yang dilakukan melalui pengukuran dengan alat yang baku yaitu analisis SWOT.

3.4.2. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2008) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan berbagai strategi. Dalam penelitian ini analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman faktor-faktor internal dan eksternal objek wisata *Dampo Awang Beach*. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Adapun tahapan yang harus dilakukan dalam analisis SWOT adalah (Rangkuti 2008) :

- a) Mengidentifikasikan faktor-faktor internal dan eksternal.
- b) Penyusunan tabel faktor strategi internal / *internal strategic factors analysis summary* (IFAS) dan tabel faktor strategi eksternal / *eksternal strategic factors analysis summary* (EFAS).

Dalam Matrik SWOT terdapat 4 (empat) alternatif strategi yaitu :

Tabel 2. Matrik SWOT

IFAS \ EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2008

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisi Deskriptif

Strategi Pengembangan Daerah Pesisir Sebagai Objek Pariwisata Pantai di Kabupaten Rembang. Proses perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, pengidentifikasian peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi alternatif dan pemilihan strategi pada lembaga tersebut. Begitu juga dengan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga yang menjadi konseptor sekaligus eksekutor kebijakan di bidang pengembangan pariwisata di Kabupaten Rembang.

Dalam perumusan strategi pengembangan pariwisata dapat dimulai dari pembuatan rencana induk berupa dokumen perencanaan. Dokumen perencanaan tersebut dapat berupa *Master Plan*, *DED (Detail Engineering Design)*, serta Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan, maka dapat diidentifikasi tentang peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Rembang.

4.2 Analisis SWOT

1. Faktor- faktor Internal Dampo Awang *Beach* diantaranya adalah:

a. Kekuatan (*Strengths*)

1) Peralatan/Fasilitas

- a) Objek wisata Dampo Awang Beach merupakan objek wisata yang menarik.
- b) Tiket masuk kawasan wisata Dampo Awang *Beach* relatif terjangkau sehingga cocok untuk semua kalangan.
- c) Fasilitas yang disajikan objek wisata Dampo Awang *Beach* cukup beragam dilihat dari wahana permainan anak, kebun binatang mini serta banyaknya fasilitas lain yang menjadi tempat berkumpulnya keluarga.
- d) Fasilitas yang ada dalam kawasan Dampo Awang *Beach* dirawat dengan baik.

2) Sarana dan Prasarana

- a) Letak objek wisata Dampo Awang Beach mudah dijangkau.
- b) Letak objek wisata Dampo Awang Beach dengan pusat kota sangat dekat.
- c) Toko-toko penjual souvenir di objek wisata Dampo Awang *Beach* tersedia cukup lengkap.

3) Sumber Daya Manusia

- a) Sikap karyawan Dampo Awang *Beach* ramah.
- b) Pengetahuan karyawan tentang objek wisata Dampo Awang *Beach* sangat menguasai.
- c) Asal tenaga kerja/karyawan Dampo Awang Beach Sebagian berasal dari Kabupaten Rembang.
- d) Seringnya keikutsertaan karyawan pengelola objek wisata Dampo Awang *Beach* dalam pelatihan.

- e) Adanya pembagian *job description* yang jelas antar masing- masing karyawan (sesuai tupoksi).
- b. Kelemahan (*Weaknesses*)
- 1) Peralatan/Fasilitas
 - a) Ketersediaan anggaran untuk pengadaan peralatan/fasilitas sangat kecil.
 - b) Pemandangan alam/pantai di objek wisata Dampo Awang *Beach* biasa saja.
 - c) Kurang adanya atraksi-atraksi sebagai tambahan fasilitas.
 - d) Pantai pada objek wisata Dampo Awang *Beach* tidak dapat dikembangkan untuk kegiatan wisata.
 - e) Objek wisata Dampo Awang *Beach* perkembangannya biasa saja.
 - 2) Sarana dan Prasarana
 - a) Kondisi sarana dan prasarana kurang terawat
 - b) Ketersediaan anggaran untuk pengembangan sarana dan prasarana sangat terbatas.
 - 3) Sumber Daya Manusia
 - a) Objek wisata Dampo Awang *Beach* belum memiliki struktur organisasi yang jelas.
 - b) Pelatihan yang diikuti pegawai Dampo Awang *Beach* kurang variatif karena hanya dalam lingkup Kabupaten Rembang.
2. Faktor- faktor Eksternal Dampo Awang *Beach* diantaranya adalah:
- a. Peluang (*Opportunities*)
 - 1) Ekonomi
 - a) Aktivitas pariwisata di Objek Wisata Dampo Awang *Beach* mampu mendorong aktivitas ekonomi masyarakat sekitar.
 - b) Keberadaan Objek Wisata Dampo Awang *Beach* mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.
 - 2) Sosial Budaya
 - a) Perkembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* mampu melestarikan budaya masyarakat sekitar.
 - b) Ada keterkaitan objek wisata Dampo Awang *Beach* dengan budaya atau tradisi masyarakat setempat dengan tradisi kupatan dan sedekah laut.

3) Demografi dan Lingkungan

- a) Sikap masyarakat sekitar objek wisata Dampo Awang *Beach* ramah.
- b) Keberadaan objek wisata Dampo Awang *Beach* dapat diakses lewat internet dengan mudah.
- c) Dampak pengembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* terhadap lingkungan Positif terhadap lingkungan alam sekitar.
- d) Promosi yang dilakukan oleh pengelola objek Dampo Awang *Beach* melalui media sosial.

4) Politik, Pemerintah dan Hukum

- a) Adanya kebijakan dari pemerintah Kabupaten Rembang untuk pengembangan objek Dampo Awang *Beach*.
- b) Bentuk dukungan pemerintah Kabupaten Rembang terhadap pengembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* berupa pembangunan sarana dan prasarana.
- c) Adanya kerjasama antara objek wisata Dampo Awang *Beach* dengan biro travel/wisata di Kabupaten Rembang.
- d) Adanya jaringan kerjasama antara objek wisata Dampo Awang *Beach* dengan SD di Kabupaten Rembang.
- e) Bentuk peran pemerintah dalam mempromosikan objek wisata Dampo Awang *Beach* melalui media cetak dan elektronik.

5) Teknologi

Pemanfaatan teknologi dalam pengembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* digunakan untuk ticketing pengunjung.

b. Ancaman (*Treaths*)

1) Ekonomi

- a) Minat investor terhadap pengembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* relatif kecil/biasa.
- b) Potensi keuntungan pengelolaan objek wisata Dampo Awang *Beach* relatif kecil/tidak besar.

2) Demografi dan Lingkungan

- a) Dukungan masyarakat sekitar terhadap keberadaan objek wisata Dampo Awang *Beach* relatif kecil.

- b) Kondisi lingkungan pantai di objek wisata Dampo Awang *Beach* kotor.
- c) Ketika berada di objek wisata Dampo Awang *Beach* kurang nyaman.
- d) Kurangnya kesadaran wisatawan menjaga objek wisata Dampo Awang *Beach*.

3) Politik, Pemerintah dan Hukum

- a) Pemerintah Kabupaten belum secara rutin melakukan evaluasi terhadap objek wisata Dampo Awang Beach.
- b) Belum adanya lembaga khusus yang dibentuk oleh pemerintah untuk menangani pariwisata baik dari sisi promosi dan membantu pengelolaannya.

3. Penyusunan Tabel Faktor Strategi

Tabel 3. Faktor Strategi Internal

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Kekuatan				
Peralatan/Fasilitas				
a) Objek wisata Dampo Awang Beach merupakan objek wisata yang menarik.	0.06	3	0.18	Objek wisata Dampo Awang Beach merupakan objek wisata yang bisa dijadikan destinasi wisata.
b) Tiket masuk kawasan wisata Dampo Awang <i>Beach</i> relatif terjangkau sehingga cocok untuk semua kalangan.	0.07	4	0.28	Dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.
c) Fasilitas yang disajikan objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> cukup beragam dilihat dari wahana permainan anak, kebun binatang mini serta banyaknya fasilitas lain yang menjadi tempat berkumpulnya keluarga.	0.04	3	0.12	Menjadi salah satu alternatif wisata yang bisa dikunjungi untuk anak-anak.
d) Fasilitas yang ada dalam kawasan Dampo Awang <i>Beach</i> dirawat dengan baik.	0.03	3	0.09	Membuat wisatawan betah untuk berwisata.
Sarana dan Prasarana				
a) Letak objek wisata Dampo Awang Beach mudah dijangkau.	0.07	4	0.28	Memudahkan wisatawan menjangkau tempat wisata,
b) Letak objek wisata Dampo Awang Beach dengan pusat kota sangat dekat.	0.07	4	0.28	Memudahkan akses wisatawan untuk ke pusat kota.
c) Toko-toko penjual souvenir di objek wisata Dampo Awang Beach tersedia cukup lengkap.	0.05	2	0.10	Memudahkan wisatawan untuk mencari oleh-oleh.

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Sumber Daya Manusia				
a) Sikap karyawan Dampo Awang Beach ramah.	0.08	4	0.32	Pelayanan yang optimal membuat para wisatawan ingin kembali berwisata.
b) Pengetahuan karyawan tentang objek wisata Dampo Awang Beach sangat menguasai.	0.07	4	0.28	Pelayanan yang optimal dengan wawasan yang luas membuat wisatawan senang.
c) Asal tenaga kerja/karyawan Dampo Awang Beach Sebagian berasal dari Kabupaten Rembang.	0.06	3	0.18	Mengurangi angka pengangguran dan terbukanya lapangan tenaga kerja.
d) Seringnya keikutsertaan karyawan pengelola objek wisata Dampo Awang Beach dalam pelatihan.	0.04	2	0.08	Menambah pengetahuan untuk para pekerja biar bisa lebih berwawasan luas.
e) Adanya pembagian <i>job description</i> yang jelas antar masing- masing karyawan (sesuai tupoksi).	0.06	3	0.18	Membuat pekerjaan tidak tumpang tindih antar karyawan.
Kelemahan				
Peralatan/Fasilitas				
a) Ketersediaan anggaran untuk pengadaan peralatan/fasilitas sangat kecil.	0.03	2	0.06	Mempengaruhi pembangunan fasilitas/peralatan objek wisata.
b) Pemandangan alam/pantai di objek wisata Dampo Awang Beach biasa saja.	0.05	2	0.10	Wisatawan jadi kurang tertarik untuk datang kembali.
c) Kurang adanya atraksi-atraksi sebagai tambahan fasilitas.	0.02	2	0.04	Wisatawan merasa bosan dengan wahana yang sedikit.
d) Pantai pada objek wisata Dampo Awang Beach tidak dapat dikembangkan untuk kegiatan wisata.	0.02	1	0.02	Mempengaruhi tingkat wisatawan yang datang.
e) Objek wisata Dampo Awang Beach perkembangannya biasa saja.	0.02	2	0.04	Mempengaruhi perkembangan objek wisata.
Sarana dan Prasarana				
a) Kondisi sarana dan prasarana kurang terawat	0.03	2	0.06	Perlu perawatan ekstra terhadap sarana dan prasarana.
b) Ketersediaan anggaran untuk pengembangan sarana dan prasarana sangat terbatas.	0.03	2	0.06	Perlu penambahan modal untuk pengembangan.
Sumber Daya Manusia				
a) Objek wisata Dampo Awang Beach belum memiliki struktur organisasi yang jelas.	0.05	1	0.05	Terhambatnya kinerja para pengelola objek wisata.
b) Pelatihan yang diikuti pegawai Dampo Awang Beach kurang variatif karena hanya dalam lingkup Kabupaten Rembang.	0.05	2	0.10	Mempengaruhi wawasan dan pengetahuan para pegawai untuk <i>update</i> pelayanan dan manajemen yang baik .
Jumlah	1.00		2.90	

Sumber: data yang diolah (2016)

Tabel 4. Faktor Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Peluang				
Ekonomi				
a) Aktivitas pariwisata di Objek Wisata Dampo Awang Beach mampu mendorong aktivitas ekonomi masyarakat sekitar.	0.06	3	0.18	Meningkatnya kesejahteraan masyarakat sekitar.
b) Keberadaan Objek Wisata Dampo Awang Beach mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.	0.06	3	0.18	Mengurangi pengangguran.
Sosial Budaya				
a) Perkembangan objek wisata Dampo Awang Beach mampu melestarikan budaya masyarakat sekitar.	0.06	4	0.24	Budaya masyarakat setempat tidak punah.
b) Ada keterkaitan objek wisata Dampo Awang Beach dengan budaya atau tradisi masyarakat setempat dengan tradisi kupatan dan sedekah laut.	0.05	3	0.15	Budaya masyarakat setempat akan dikenal masyarakat luas.
Demografi dan Lingkungan				
a) Sikap masyarakat sekitar objek wisata Dampo Awang Beach ramah.	0.06	4	0.24	Meningkatkan jumlah pengunjung.
b) Keberadaan objek wisata Dampo Awang Beach dapat diakses lewat internet dengan mudah.	0.05	3	0.15	Membuat pengunjung mudah menemukan linformasi tentang objek wisata.
c) Dampak pengembangan objek wisata Dampo Awang Beach terhadap lingkungan Positif terhadap lingkungan alam sekitar.	0.05	3	0.15	Membuat citra Kota Kabupaten menjadi lebih terkenal di luar.
d) Promosi yang dilakukan oleh pengelola objek Dampo Awang Beach melalui media sosial.	0.05	2	0.10	Memperluas wilayah pemasaran objek wisata.
Politik, Pemerintah dan Hukum				
a) Adanya kebijakan dari pemerintah Kabupaten Rembang untuk pengembangan objek Dampo Awang Beach.	0.05	3	0.15	Membantu pengembangan usaha terkait dengan kebijakan usaha.
b) Bentuk dukungan pemerintah Kabupaten Rembang terhadap pengembangan objek wisata Dampo Awang Beach berupa pembangunan sarana dan prasarana.	0.04	3	0.12	Membantu pengembangan usaha untuk meningkatkan minat wisatawan berkunjung.
c) Adanya kerjasama antara objek wisata Dampo Awang Beach dengan biro travel/wisata di Kabupaten Rembang.	0.06	4	0.24	Membantu pengembangan usaha lebih luas.
d) Adanya jaringan kerjasama antara objek wisata Dampo Awang Beach dengan SD di Kabupaten Rembang.	0.05	4	0.20	Mengenalkan anak-anak dengan wahana wisata yang mengedukasi.
e) Bentuk peran pemerintah dalam mempromosikan objek wisata Dampo Awang Beach melalui media cetak dan elektronik.	0.04	2	0.08	Meningkatkan promosi.

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Teknologi				
Pemanfaatan teknologi dalam pengembangan objek wisata Dampo Awang Beach digunakan untuk ticketing pengunjung.	0.04	2	0.08	Untuk mempermudah kinerja karyawan dan meningkatkan kualitas kerja.
Ancaman				
Ekonomi				
a) Minat investor terhadap pengembangan objek wisata Dampo Awang Beach relatif kecil/biasa.	0.05	1	0.05	Mempengaruhi perkembangan usaha terkait pendanaan.
b) Potensi keuntungan pengelolaan objek wisata Dampo Awang Beach relatif kecil/tidak besar.	0.05	1	0.05	Mempengaruhi tingkat pembangunan pengembangan objek wisata.
Demografi dan Lingkungan				
a) Dukungan masyarakat sekitar terhadap keberadaan objek wisata Dampo Awang Beach relatif kecil.	0.03	2	0.06	Mempengaruhi perkembangan objek wisata untuk tetap eksis.
b) Kondisi lingkungan pantai di objek wisata Dampo Awang Beach kotor.	0.03	1	0.03	Meningkatkan kebersihan objek wisata.
c) Ketika berada di objek wisata Dampo Awang Beach kurang nyaman.	0.04	2	0.04	Meningkatkan sistem penjagaan yang nyaman dan aman.
d) Kurangnya kesadaran wisatawan menjaga objek wisata Dampo Awang Beach	0.04	2	0.08	Meningkatkan kesadaran para pengunjung.
Politik, Pemerintah dan Hukum				
a) Pemerintah Kabupaten belum secara rutin melakukan evaluasi terhadap objek wisata Dampo Awang Beach.	0.02	2	0.04	Mengagendakan evaluasi rutin.
b) Belum adanya lembaga khusus yang dibentuk oleh pemerintah untuk menangani pariwisata baik dari sisi promosi dan membantu pengelolaannya.	0.02	2	0.04	Membuat lembaga khusus yang bisa meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan.
Jumlah	1.00		2.65	

Sumber: data yang diolah (2016)

Total *Internal Factor Strategic* (IFAS) sebesar 2.90 (Tabel 3) dan Total *Eksternal Factor Strategic* (EFAS) sebesar 2.65 (Tabel 4), artinya adalah IFAS lebih besar dari EFAS. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan faktor internal memiliki nilai strategi yang lebih besar. Untuk itu, dalam menyusun strategi pengembangan objek wisata Dampo Awang Beach harus lebih memperhatikan faktor eksternal.

4. Strategi Pengembangan Objek Wisata Dampo Awang Beach

Berbagai alternatif strategi pengembangan dapat dirumuskan berdasarkan model analisis Matrik SWOT. Strategi pengembangan tersebut didasarkan pada kombinasi antara

strength (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Adapun Matrik SWOT untuk pengembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* adalah seperti yang disajikan dalam Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Matrik SWOT objek wisata Dampo Awang *Beach*

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dampo Awang <i>Beach</i> merupakan objek wisata yang menarik. 2) Tiket masuk kawasan wisata Dampo Awang <i>Beach</i> relatif terjangkau. 3) Fasilitas yang disajikan objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> cukup beragam. 4) Fasilitas yang ada dalam kawasan Dampo Awang <i>Beach</i> dirawat dengan baik. 5) Letak objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> mudah dijangkau. 6) Letak objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> dengan pusat kota sangat dekat. 7) Toko-toko penjual souvenir di objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> tersedia cukup lengkap. 8) Sikap karyawan Dampo Awang <i>Beach</i> ramah. 9) Pengetahuan karyawan tentang objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> sangat menguasai. 10) Asal tenaga kerja/karyawan Dampo Awang <i>Beach</i> Sebagian berasal dari Kabupaten Rembang. 11) Seringnya keikutsertaan karyawan pengelola objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> dalam pelatihan. 12) Adanya pembagian <i>job description</i> yang jelas antar masing- masing karyawan (sesuai tupoksi). 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ketersediaan anggaran untuk pengadaan peralatan/fasilitas sangat kecil. 2) Pemandangan alam/pantai di objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> biasa saja. 3) Kurang adanya atraksi-atraksi sebagai tambahan fasilitas. 4) Dampo Awang <i>Beach</i> tidak dapat dikembangkan untuk kegiatan wisata. 5) Dampo Awang <i>Beach</i> perkembangannya biasa saja. 6) Kondisi sarana dan prasarana kurang terawat 7) Ketersediaan anggaran untuk pengembangan sarana dan prasarana sangat terbatas. 8) Dampo Awang <i>Beach</i> belum memiliki struktur organisasi yang jelas. 9) Pelatihan yang diikuti pegawai Dampo Awang <i>Beach</i> kurang variatif karena hanya dalam lingkup Kabupaten Rembang.
Faktor Eksternal	Strategi SO	Strategi WO
Peluang	<ol style="list-style-type: none"> 1) Memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan pelayanan. 2) Mempertahankan budaya masyarakat sekitar untuk menjadikan ketertarikan pengunjung. 3) Mengimplementasikan pelatihan-pelatihan yang telah diikuti untuk meningkatkan kualitas SDM. 4) Mengembangkan jaringan pemasaran melalui berbagai media. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menambah modal untuk meningkatkan pengembangan usaha. 2) Mengadakan pelatihan-pelatihan terhadap karyawan. 3) Membangun jejaring dengan sekolah-sekolah. 4) Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada. 5) Menambah wahana dan atraksi-atraksi di objek wisata.

-
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 5) Sikap masyarakat sekitar Dampo Awang <i>Beach</i> ramah. 6) Keberadaan Dampo Awang <i>Beach</i> dapat diakses lewat internet dengan mudah. 7) Dampak pengembangan Dampo Awang <i>Beach</i> terhadap lingkungan Positif terhadap lingkungan alam sekitar. 8) Promosi yang dilakukan oleh pengelola objek Dampo Awang <i>Beach</i> melalui media sosial. 9) Adanya kebijakan dari pemerintah Kabupaten Rembang untuk pengembangan Dampo Awang <i>Beach</i>. 10) Bentuk dukungan pemerintah Kabupaten Rembang terhadap pengembangan Dampo Awang <i>Beach</i> berupa pembangunan sarana dan prasarana. 11) Adanya kerjasama antara Dampo Awang <i>Beach</i> dengan biro travel/wisata di Kabupaten Rembang. 12) Adanya jaringan kerjasama antara Dampo Awang <i>Beach</i> dengan SD di Kabupaten Rembang. 13) Bentuk peran pemerintah dalam mempromosikan objek wisata Dampo Awang <i>Beach</i> melalui media cetak dan elektronik. 14) Pemanfaatan teknologi dalam pengembangan Dampo Awang <i>Beach</i> digunakan untuk <i>ticketing</i> pengunjung. | <ul style="list-style-type: none"> 5) Mempertahankan keramahan sebagai sebuah modal untuk meningkatkan minat wisatawan berkunjung. 6) Pemerintah dengan kebijakannya membantu pengembangan objek wisata. 7) Menambah tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. |
|--|---|

Ancaman

- 1) Minat investor terhadap pengembangan Dampo Awang *Beach* relatif kecil/biasa.
- 2) Potensi keuntungan pengelolaan Dampo Awang *Beach* relatif kecil/tidak besar.
- 3) Dukungan masyarakat sekitar terhadap keberadaan Dampo Awang *Beach* relatif kecil.
- 4) Kondisi lingkungan pantai di Dampo Awang *Beach* kotor.
- 5) Ketika berada di Dampo Awang *Beach* kurang nyaman.
- 6) Kurangnya kesadaran wisatawan menjaga Dampo Awang *Beach*.

Strategi ST

- 1) Meningkatkan kepercayaan dan rasa nyaman kepada para pengunjung
- 2) Menambah sarana dan prasarana sebagai wujud pengembangan objek wisata
- 3) Meningkatkan promosi ke luar daerah.
- 4) Meningkatkan perawatan terhadap sarana dan prasarana serta kebersihan objek wisata.

Strategi WT

- 1) Meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan para karyawan.
- 2) Meyakinkan pihak investor untuk bisa berinvestasi pada pengembangan usaha.
- 3) Menambah tingkat pelayanan yang baik terhadap para pengunjung.
- 4) Pemerintah melalui kebijakannya mengawal perkembangan objek wisata dengan baik.

-
- 7) Pemerintah Kabupaten belum secara rutin melakukan evaluasi terhadap Dampo Awang *Beach*.
 - 8) Belum adanya lembaga khusus yang dibentuk oleh pemerintah untuk menangani pariwisata baik dari sisi promosi dan membantu pengelolaannya.
-

Sumber: data yang diolah 2016

5. Penetapan Prioritas Strategi Pengembangan Objek Wisata Dampo Awang *Beach*

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor kekuatan adalah 2.37 dan nilai skor untuk faktor kelemahan adalah 0.53. Sementara dari Tabel 4 diperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor peluang adalah 2.26 dan nilai skor untuk faktor ancaman adalah 0.39. Nilai skor faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan nilai skor kelemahan dengan selisih 1.84, sedangkan nilai skor faktor peluang lebih besar dibandingkan nilai skor faktor ancaman dengan selisih 1.87 .

Berdasarkan identifikasi dan nilai skor faktor dari IFAS dan EFAS maka dapat digambarkan nilai skor dari masing-masing kombinasi strategi seperti yang disajikan pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Kombinasi Alternatif Strategi

EFAS	IFAS	Kekuatan-S	Kelemahan-W
Peluang-O		Strategi SO: = 2.37 + 2.26 = 4.63	Strategi WO: = 0.53 + 2. 26 = 2.79
Ancaman-T		Strategi ST: = 2.37 + 0.39 = 2.76	Strategi WT: = 0.53 + 0.39 = 0.92

Sumber: data yang diolah 2016

Berdasarkan kombinasi alternatif strategi pada Tabel 6, maka strategi pengembangan objek wisata Dampo Awang *Beach* adalah strategi SO, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dikenal sebagai strategi agresif. Dengan mengacu pada strategi agresif tersebut, maka sebaiknya objek wisata Dampo Awang *Beach* menambahkan sarana dan prasarana serta perluasan promosi, dengan implementasi strategi sebagai berikut:

- a. Meningkatkan sarana dan prasarana dengan menambah wahana permainan yang ada pada objek wisata.

- b. Meningkatkan tingkat kenyamanan para pengunjung dengan service layanan kunjungan yang baik.
- c. Menjaga dan meningkatkan kesadaran akan keindahan dan kebersihan objek wisata dengan peraturan- peraturan sehingga akan terwujud kenyamanan lingkungan yang bersih dan asri.
- d. Meningkatkan promosi dengan berbagai media promosi dengan pemanfaatan teknologi informasi.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian sampai sejauh ini dapat disimpulkan bahwa: Faktor-faktor internal dan eksternal objek wisata dalam mempengaruhi tingkat kunjungan objek wisata *Dampo Awang Beach* sangatlah besar. Strategi perencanaan dan pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada pengembangan objek wisata *Dampo Awang Beach* dengan menggunakan Matrik SWOT.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan dalam rangka upaya mengembangkan objek wisata *Dampo Awang Beach* adalah sebagai berikut:

1. Objek wisata *Dampo Awang Beach* harus melakukan promosi lebih *intens* untuk mendongkrak tingkat jumlah pengunjung yang datang.
2. Peningkatan peran pemerintah sebagai eksekutor pembuat kebijakan dalam upaya peningkatan pengembangan objek wisata *Dampo Awang Beach* baik dalam pendanaan dan pengembangan sumberdaya manusia.
3. Objek wisata *Dampo Awang Beach* perlu menambah sarana dan prasarana seperti penambahan wahana permainan dan atraksi- atraksi.
4. Peningkatan kesadaran akan lingkungan pantai di kawasan objek wisata *Dampo Awang Beach*.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kab. Rembang. *Rembang Dalam Angka 2011-2014*, Kabupaten Rembang.
- Fretes, Richard, A. Purnomo B. Santoso. Murty Astuti. Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). *Jurnal Rakayasa Mesin* Vol, 4. No.2 Tahun 2013. www.Rekayasamesin.ub.ac.id
- Maryam, Selvia. 2011. Pendekatan SWOT Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal. www.Eprints.undip.ac.id/2942.
- Muttaqin Tatag, RisHadi Purwanto, SitiNurul Rufiqo. 2011. Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Ekowisata Di Cagar Alam Sempu Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. *Gamma*. Vol. 6.No. 2. Maret 2011. Ejournal.Umm.ac.id.
- Pradikta, Angga. 2013. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) Kabupaten Pati. *Economic Development Analysis Journal*. Journal.unnes.ac.id
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simanullang, Lamhot. 2004. Strategi Pengembangan Pariwisata Di Obyek Wisata Danau Toba, Kecamatan Girsang Sipangbolon, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. www.Repository.ipb.ac.id/handle.
- Sobari, Moch Prihatna. Gatot Yulianto. Desi Nurita.2006. Analisis Permintaan Rekreasi Dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Kalianda Resort, Kabupaten Lampung Selatan. *Buletin Ekonomi Perikanan*. Vol. VI. No. 3 Tahun 2006. www.202.124.205.111/indek.php/bulekoka.
- Syahadat, Epi. 2007. Analisa Strategi Pengelolaan Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP) Untuk Pengembangan Pariwisata Alam Di Kawasan Hutan. www.Ejournal.fordamof.org.
- Tahwin, Muhammad. 2003. Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Sebuah Industri (Studi Kasus Kabupaten Rembang). *Jurnal Gemawisata*.Vol. 1.No. 3. Juli 2003.STIE Pariwisata. Semarang
- Yoeti. O. A. 2006. *Pemasaran Pariwisata*. Angkasa Bandung.
- Yakin, Addinul, 2007. *Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan, Teori dan Bijaksana Pembangunan Berkelanjutan*, Akademika Persindo, Jakarta.
- Yuwana, Deva Millian Satria. 2010. Analisis Permintaan Kujungan Obyek Wisata Kawasan Dataran Dieng Kabupaten Banjarnegara.eprints.undip.ac.id.