**Potensi Kawasan Ekowisata Dan Strategi Pengembangan Pantai Pandan Wangi Di Kabupaten Muko-Muko Propinsi Bengkulu**

**Sri Handayani1, Yesi Indian Ariska2**

1Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu, Jalan Meranti Raya No. 32 Sawah Lebar Bengkulu, email; [iiehandayani27@gmail.com](mailto:iiehandayani27@gmail.com%20)

2Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu, Jalan Meranti Raya No. 32 Sawah Lebar Bengkulu, email; [yesiindianariska@gmail.com](mailto:yesiindianariska@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini tujuan adalah untuk menentukan dan menganalisa faktor-faktor internal dan ekstenal apakah yang mendukung dan menghambat pengembangan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko dan menentukan bagaimana strategi Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko pengembangan Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode studi pustaka dan kuesioner dengan menyebarkan daftar kepada responden. Sampel dalam penelitian ini adalah sampel lebih kurang 40 (Empat Puluh) orang . Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats). Adapun hasilnya diketahui bahwa skor total faktor internal sebesar 2,05 dan berada pada kategori sedang dimana skor kekuatan 2,18 dan skor kelemahan 1,92. Sementara skor total faktor eksternal sebesar 1,89 berada pada skala rendah dimanas kor peluang 1,97 dan skor ancaman 1,81 . Dengan strategi yang dapat digunakan adalah Membangun infrastruktur wisata dan Mengelola kawasan wisata dengan baik sehingga memberi kontribusi pada peningkatan PAD.

**Kata Kunci**: Pantai Pandan Wangi ;,Strategi pengembangannya; analisis SWOT

***Abstract***

*The purpose of this research is to determine and analyze the internal and external factors that support and hinder the development of Pandan Wangi Beach, Muko-Muko Regency and determine how the Pandan Wangi Beach strategy of Muko-Muko Regency is developing. The data collection method used is literature study and questionnaire methods. by spreading the list to respondents. The sample in this study was a sample of approximately 40 (Forty) people. The analysis method used in this study is the SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats) analysis method. The results are known that the total score of internal factors is 2.05 and is in the medium category where the strength score is 2.18 and the weakness score is 1.92. While the total score of external factors is 1.89 at a low scale where the odds are 1.97 and the threat score is 1.81. The strategy that can be used is to build*

*tourism infrastructure and manage tourist areas well so that it contributes to increasing PAD.*

*Keywords: Pandan Wangi Beach;, its development strategy; SWOT analysis*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata ini di satu sisi memberikan keuntungan ekonomis yang cukup tinggi. Keuntungan ekonomis ini membawa pengaruh pada pendapatan negara secara umum dan kesejahteraan masyarakat sekitar secara khusus. Kehadiran wisatawan dapat diartikan sebagai kehadiran rezeki bagi sejumlah orang mulai para pemandu wisata, tukang becak, sampai dengan para pedagang. Dengan demikian, sektor pariwisata bukan sekedar memberikan keuntungan bagi pelaku-pelaku bidang pariwisata melainkan juga memberikan keuntungan sektor-sektor lain di luar pariwisata.

Pariwisata sebuah kata yang sering kita kenal atau bahkan kita lakukan bahwa pariwisata adalah sebuah produk (Suyitno, 2001:7), Oleh karenanya pengembangan pariwisata mutlak harus disusun, direncanakan dengan cermat dan tepat, baik ditingkat nasional maupun regional, dengan tetap menjaga kepribadian bangsa dan kelestarian lingkungan hidup.

Pembangunan pariwisata pada intinya adalah menjual daya tarik daerah, baik berupa keindahan alam dan budaya yang khas. Indonesia memiliki sumber daya alam yang cukup berlimpah, dengan demikian memiliki potensi pariwisata yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai obyek wisata lebih lanjut, banyak daerah di Indonesia tengah giat mengembangkan potensi pariwisatanya salah satunya Kabupaten Mukomuko.

Muko-muko adalah salah satu kabupaten di Provinsi Bengkulu, Indonesia, sebagai pemekaran dari Kabupaten Bengkulu Utara.Secara geografis Kabupaten Mukomuko terletak pada 101o01’15,1” – 101o51’29,6” Bujur Timur dan pada 02o16’32,0” - 03o07’46,0” Lintang Selatan. Suhu udara kota Mukomuko berkisar antara 21,10 C sampai dengan 34,60 C dengan curah hujan rata-rata 151,2 mm.

Objek wisata yang terdapat di Kabupaten Mukomuko, antara lain: Pantai Abrasi (Tapi Lauik), Danau Teratai Indah, Danau Lebar, Danau Nimbung, Dam Air Manjunto, Benteng Anna (Forth Anna, Pantai [Air Rami](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Air_Rami&action=edit&redlink=1), Pantai Pandan Wangi, bendungan yangdiresmikan Presiden Soeharto terletak di Kec. V Koto dan yang tidak kalah menarik adalah [Konservasi Penyu](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Konservasi_Penyu&action=edit&redlink=1), berlokasi di Desa [Retak Ilir](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Retak_Ilir&action=edit&redlink=1) Kecamatan [Mukomuko Selatan](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Mukomuko_Selatan&action=edit&redlink=1)

**Pantai Pandan Wangi merupakan tempat wisata yang populer di Mukomuko, keindahannya banyak menarik pengunjung terutama di akhir pekan atau di hari libur nasional. Disini pengunjung dapat menikmati debur ombak yang dibingkai pasir putih dan bebatuan.** Tempat wisata ini terletak di Kelurahan Koto Jaya, Kabupaten Muko-muko, Provinsi Bengkulu., Tempat wisata ini bisa menjadi destinasi pilihan bersama keluarga ataupun teman-teman. Pemandangan indah, hamparan bebatuan dan pohon-pohon yang berdiri kokoh sangatlah serasi hingga yang tampak disini adalah indah sejauh mata memandang.Sesuai dengan namanya Pantai Pandan Wangi, keindahan pantai ini sesejuk namanya. Lautnya yang memukau begitu memanjakan mata.

Namun mengapa objek wisata pantai pandan wangi ini belum dapat berkembang dengan baik adapun kendalanya adalah salah satunya Pemerintah Kabupaten Mukomuko, Provinsi Bengkulu, melalui Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga setempat hingga kini belum membangun sejumlah fasilitas di objek wisata pantai yang masuk cagar alam daerah ini karena belum ada izin dari Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA).

Sehingga diperlukan strategi yang tepat agar kendala yang dialami pihak pemerintah kabupaten Mukomuko dapat teratasi agar objek wisata pantai Pandan wangi dapat berkembang dengan baik. Dan dapat menambah PAD bagi kabupaten Muko-muko

**Landasan Teori**

1. Definisi Pariwisata

Definisi pariwisata dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan juga tidak memiliki batasan-batasan yang pasti. Para ahli pariwisata banyak yang berpendapat definisi pariwisata dari berbagai sudut pandang, tetapi dari berbagai definisi tersebut mempunyai makna yang sama.

Menurut Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2018) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing atau keseluruhan hubungan perjalanan itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Didalam kamus besar indonesia, Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan pasal 1 Ayat 3 menyatakan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Menurut etimologi kata ***“*pariwisata*”***diidentikkan dengan kata *“travel”*dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali–kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12).

Dari penjelasan diatas tentang pariwisata dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang didukung dengan segala fasilitas sekaligus kegiatan wisata yang menguntungkan berbagai pihak baik wisatawan atau pengunjung, masyarakat dan pemerintah setempat. Namun dari beberapa definisi tersebut terlihat bahwa pariwisata akan memberikan keuntungan apabila dikelolah secara maksimal baik oleh masyarakat setempat, pemerintah, pihak swasta dan juga wisatawan.

1. Pengertian Ekowisata

Ekowisata merupakan suatu produk daya tarik penting bagi pariwisata Indonesia. Potensi dan ekowisata memiliki keragaman dan keunikan yang 12 beragam dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Potensi ekowisata tersebut banyak yang belum dimanfaatkan dan objek yang sudang dikembangkan juga belum di optimalkan. Hal ini menjadi tantangan dan sekaligus menjadi peluang untuk meningkatkan manfaat sumber daya pariwisata, terutama bagi daerah yang akan mengembangkan pariwisata.

Ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu tempat lingkungan baik alam yang alami maupun yang buatan serta budaya yang ada bersifat inormaif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial budaya. Ekowisata menitik beratkan pada tiga hal utama yaitu keberlangsungan alam atau ekologi, memberikan manfaat ekonomi,  dan secara psikologi dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat. Jadi kegiatan ekowisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui dan menikmati pengalaman alam, intelektual dan budaya masyarakat lokal (Hakim, 2004)

Berdasarkan pengertian para ahli diatas penulis batasan Ekowisata adalah produk daya tarik penting bagi pariwisata Indonesia dengan tujuan untuk menjamin kelestarian alam, sosial dan budaya. Ekowisata juga menjadi tantangan sekaligus peluang untuk meningkatkan manfaat sumberdaya pariwisata terutama bagi daerah yang akan mengembangkan pariwisatanya.

1. **Strategi Pemasaran**

Menurut Assauri, Sofjan (2010:168), strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan djalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Menurut Prawirosentono (2009:26), strategi pemasaran adalah serangkaian kebijakan pemasaran yang terpadu dan terarah yang jadi pedoman kegiatan berbagai jenjang unit pemasaran untuk mencapai target penjualan dalam wilayah pemasaran tertentu, sesuai dengan perubahan kondisi dan lingkungan usaha bisnis bersangkutan .

Jadi strategi pemasaran bisa disimpulkan bahwa pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu, didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk dipasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang dilakukan (Daryanto,2013:157).

Dalam strategi pemasaran ada tiga faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan dalam strategi pemasaran yaitu :

1. Daur hidup produk, setiap perusahaan harus melakukan strategi agar produk yang dimiliki tidak membuat konsumen jenuh. Sehingga perusahaan agar selalu berfikir untuk menciptakan produk lainya yang sama fungsinya.
2. Posisi persaingan antar perusahaan di pasar. Setiap perusahaan harsu memperhatikan posisi perusahaan dalam persaingan apakah pemimpin, penantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dalam persaingan dipasar.
3. Situasi Ekonomi. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang selalu situasi ekonomi dalam pasar serta cara pandang ke masa depan, apakah perekonomian negara berada dalam kondisi makmur atau inflasi yang ada.

**c. Konsep SWOT**

**1. Pengertian SWOT**

Menurut Anonym, (2009:24) Analisis SWOT adalah Identifikasi berbagai faktor secara sistematik untuk merumuskan strategi sebuah perusahaan dan organisasi internal maupun eksternal. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*) dan namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan ( *Weaknesses*) dan ancaman (*Threats).*

Menurut Rangkuti, (2010:18) Analisis SWOT adalah suatu identifikasi sistematis dari faktor-faktor dan strategi yang memperlihatkan perpaduan terbaik diantara mereka. Analisis ini bertolak dari asumsi bahwa strategi yang efektif memaksimalkan kekuatan dan kesempatan perusahaan dan meminimalisir kelemahan dan ancaman,pada penerapan yang akurat , asumsi sederhana ini mempunyai implikasi kuat terhadap desain dari sebuah strategi yang berhasil

Jadi dapat disimpulkan analisis SWOT adalah singkatan dari *Strengths* Kekuatan ) *,weaknesses* (kelemahan) ***,*** *opportunities* (peluang), dan *threats*(ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih konperhensif.

2. Manfaat SWOT

Secara umum manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam penggunaan tehnik SWOT adalah untuk menemukan unsur-unsur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Dengan mengetahui unsur-unsur tersebut maka perusahaan lebih berhati-hati dalam menyusun strategi.

3.Keterbatasan SWOT

Pada uraian sebelumnya, dijelaskan bahwa suatu perusahaan beroperasi dalam banyak lingkungan , dimana semua lingkungan akan mempengaruhi perusahaan. Lingkungan tersebut perlu diperhatikan pihak manajemen, karena banyak faktor yang ditimbulkan dari lingkunga, jadi dalam hal ini biasanya perusahaan memiliki keterbatasan dalam meluangkan waktunya untuk mengamati dengan cermat setiap perubahan yang terjadi.

**Metode Analisis**

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT (*Strength,Weaknesses,Opportunity,Threats***).** Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisa kekuatan,kelemahannya, peluangnya dan ancamannya terhadap penerapan strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan minat wisata. Untuk menentukan formulasi strategi pemasaran yang akan datang, maka digunakan penggabungan formulasi strategi pemasaran yang dihubungkan melalui matriks SWOT.

Menurut Rangkuti(2010:18) Analisa SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan(*Stength*) dan peluang *(Opportunity*), namun secara besamaan dapat meminimkan Kelemahan (*Wekness*) dan ancaman(*threats)*.

1. *Stength* adalah kekuatan internal yang dimiliki perusahaan, keterampilan relatif terhadap pesaing (*Competitor)* dan kebutuhan pasar yang dilayani perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam : Kekuatan Finansial, Memiliki SDM yang baik, Penerapan Tehnologi, Citra positif perusahaan, Kepemimpinan pasar dan hubungan perusahaan dengan konsumen.
2. *Weakness* adalah kelemahan, keterbatasan dan kekurangan internal perusahaan dalam finansial, sumber daya manusia, penerapan tehnologi sehingga menghambat kinerja perusahaan.
3. *Opportunity* adalah peluang atau situasi penting yang menguntungkan dari luar perusahaan. Sumber dari situasi penting dari luar perusahaan yaitu : Kebijakan Pemerintah, Gaya hidup maupun budaya masyarakat, Bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya jumlah pendapatan masyarakat.
4. *Threats* adalah ancaman atau situasi penting yang tidak menguntungkan dari luar Perusahaan (*external)* yang menjadi hambatan perusahaan. Berbagi contoh ancaman yang dihadapi oleh perusahaan antara lain: masuknya pesaing baru( *new Competitor*), lambannya pertumbuhan pasar, Perkembangan dan perubahan tehnologi yang belum dikuasai dan perubahan peraturan perundangan yang bersifat restriktif.

Untuk menyusun satu formula SWOT yang*representative* adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Menyusun dan menentukan Faktor –faktor Strategis Eksternal dan Internal suatu perusahaan.

Menyusun dan menghitung nilai bobot, rating, dan skor untuk tabel eksternal dan internal dibuat dengan tehnik skala sebagai berikut :

1). Bobot nilai

\* 1,00 = sangat penting

\* 0,75 = penting

\* 0,50 = standar

\* 0,25 = tidak penting

\* 0,10 = sangat tidak penting

2). Rating nilai

\* 5 = sangat bail

\* 4 = baik

\* 3 = netral

\* 2 = tidak netral

\* 1 = sangat tidak netral

3). Skor Nilai

Untuk skor nilai dihitung dengan mempergunakan formula

Sebagai berikut :

|  |
| --- |
| Skor Nilai = Bobot Nilai x Rating Nilai |

Tabel 1. Format Analisis SWOT untuk Faktor *Eksterna*l dan *Internal*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Uraian | Bobot | Rating | Skor |
| I | *Strenghts* (Kekuatan) |  |  |  |
|  | 1. Item dari *Strenghts* | Nilai | Nilai | Nilai |
|  | 1. Item dari *Strenghts* | Nilai | Nilai | Nilai |
| II | *Weaknesses* (Kelemahan) |  |  |  |
|  | 1. tem dari *Weaknesses* | Nilai | Nilai | Nilai |
|  | 1. Item dari *Weaknesses* | Nilai | Nilai | Nilai |
| III | *Opportunity* (Peluang) |  |  |  |
|  | 1. Item dari *Opportunity* | Nilai | Nilai | Nilai |
|  | 1. Item dari *Opportunity* | Nilai | Nilai | Nilai |
| IV | *Threat*s(Ancaman) |  |  |  |
|  | 1. Item dari *threats* | Nilai | Nilai | Nilai |
|  | 1. Item dari *threats* | Nilai | Nilai | Nilai |

Sumber : Rangkuti(2010:18)

1. Menganalisa dan menemtukan Keputusan strategi dengan pendekatan Matrik SWOT.

Menurut Rangkuti (2010:31), matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2 . Matriks SWOT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| IFAS  EFAS | Kekuatan Strengths ( S )  Menentukan Faktor-faktor kekuatan internal | Kelemahan Weaknesses ( W )  Menentukan Faktor-faktor kekuatan internal |
| Peluang Opportunity ( O )  Menentukan faktor-faktor kekuatan eksternal | Strategi SO Ciptakan startegi yang mengunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebaik-baiknya | Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalisirkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada |
| Ancaman Threats ( T )  Menentukan faktor-faktor kekuatan eksternal | Strategi ST Menciptakan Startegi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalisir kelemahan untuk menghindari kelemahan. |

Sumber : Rangkuti (2010:31)

Keterangan :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

1. Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada diluar dari perusahaan.

1. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada di dalam perusahaan.

1. Strategi WT

Strategi ini didasarkan yang bersifat *defensif*  berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Kerangka Analisis

|  |
| --- |
| Analisis SWOT **Faktor Interna**  **l***Strengt*h/kekuatan *Weaknesses*/Kelemahan **Faktor Eksternal**  *Opportunity/*peluang *Threats*/Ancaman |

|  |
| --- |
| **Strategi Pemasaran** |

HASIL DAN PEMBAHASAN

* 1. Analisis SWOT

**Faktor Internal Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

Dalam usaha Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko perlu dilakukan penilaian terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki yang terakumulasi dalam faktor internal (*internal factors*).

1. Kekuatan (***Strength***)
2. Kondisi objek wisata pantai pandan Wangi yang menarik
3. Lokasi Strategis karena berada di pusat Kabupaten Muko-Muko
4. Dekat dengan lokasi objek wisata lainnya
5. Adanya Fasilitas Pendukung Pariwisata
6. Sikap keramahtamahan Penduduk sekitar kawasan wisata
7. Stabilitas Keamanan yang memadai
8. Kelemahan (Weaknesses)
9. Kurangnya kegiatan promosi pariwisata wisata pantai Pandan Wangi
10. Belum adanya manajemen pengelolaan wisata
11. Terbatasnya sarana dan prasarana penunjang pariwisata yang ada
12. Terbatasnya Sumber Daya Manusia sebagai pengelola kegiatan pariwisata
13. Masih kurangnya investor yang ingin berinvestasi dibidang pariwisata di wisata pantai Pandan Wangi
14. Belum menjadi tujuan utama wisata

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui dan dirangkum faktor kekuatan dan kelemahan pada lima aspek dalam usaha pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko sebagaimana tabel berikut ini :

Tabel 3. **Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

|  |  |
| --- | --- |
| **Faktor Internal** | |
| **Kekuatan (*Strengths*)** | **Kelemahan (*Weaknesses*)** |
| 1. Kondisi objek wisata pantai pandan Wangi yang menarik 2. Lokasi Strategis karena berada di pusat Kabupaten Muko-Muko 3. Dekat dengan lokasi objek wisata lainnya 4. Adanya Fasilitas Pendukung Pariwisata 5. Sikap keramahtamahan Penduduk sekitar kawasan wisata 6. Stabilitas Keamanan yang memadai | 1. Kurangnya kegiatan promosi pariwisata wisata pantai Pandan Wangi 2. Belum adanya manajemen pengelolaan wisata 3. Terbatasnya sarana dan prasarana penunjang pariwisata yang ada 4. Terbatasnya Sumber Daya Manusia sebagai pengelola kegiatan pariwisata 5. Masih kurangnya investor yang ingin berinvestasi dibidang pariwisata di wisata pantai Pandan Wangi 6. Belum menjadi tujuan utama wisata |

*Sumber : Hasil Penelitian dan Observasi, 2020*

**4.2.2 Faktor Eksternal Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

Selain faktor kekuatan dan kelemahan, dalam usaha pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko juga ada faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman yang sangat berpengaruh terhadap strategi pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko sebagai kawasan wisata Kota Bengkulu.

1. **Peluang (*Opportunities)***
2. Pendapatan Asli Daerah yang bisa dikelola untuk kemajuan pariwisata Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata
3. Fasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik
4. Adanya industri kreatif yang muncul dan dapat dikembangkan di wisata pantai Pandan Wangi
5. Adanya usaha kuliner laut
6. Dukungan dari warga setempat terhadap kegiatan wisataFasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik
7. Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata
8. **Ancaman (*Threatment)***
9. Minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah lain masih tinggi
10. Belum adanya dukungan Peraturan Daerah yang jelas tentang pariwisata khususnya wisata pantai Pandan Wangi
11. Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah
12. Adanya tujuan wisata lainnya yang lebih baik
13. Tempat parkir yang belum memadai
14. Daerah lain memiliki promosi yang lebih baik

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui dan dirangkum faktor peluang dan ancaman pada enam aspek dalam usaha pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko sebagaimana terlihat pada Tabel 4. berikut ini.

Tabel 4 **Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

|  |  |
| --- | --- |
| **Faktor Eksternal** | |
| **Peluang (*Opportunities*)** | **Ancaman (*Threatment*)** |
| 1. Pendapatan Asli Daerah yang bisa dikelola untuk kemajuan pariwisata Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata 2. Fasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik 3. Adanya industri kreatif yang muncul dan dapat dikembangkan di wisata pantai Pandan Wangi 4. Adanya usaha kuliner laut 5. Dukungan dari warga setempat terhadap kegiatan wisataFasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik 6. Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata | 1. Minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah lain masih tinggi 2. Belum adanya dukungan Peraturan Daerah yang jelas tentang pariwisata khususnya wisata pantai Pandan Wangi 3. Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah 4. Adanya tujuan wisata lainnya yang lebih baik 5. Tempat parkir yang belum memadai 6. Daerah lain memiliki promosi yang lebih baik |

*Sumber : Hasil Penelitian dan Observasi, 2020*

Selain faktor peluang, pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko juga memiliki faktor ancaman. Faktor ancaman tersebut berjumlah 6 faktor, seperti komitmen pemerintah yang masih rendah, belum adanya dukungan peraturan daerah, minat kunjungan wisata ke daerah lain masih tinggi, dan adanya tujuan wisata yang dianggap lebih baik oleh wisatawan.

4.3 Analisis Hasil Penelitian

Setelah terindentifikasi faktor-faktor selanjutnya dilakukan analisis faktor internal (IFAS) dan analisis faktor eksternal (EFAS) dengan cara memberikan bobot dan rating pada masing-masing faktor tersebut. Berkenaan dengan hal ini, Rangkuti (2011: 18) menyatakan bahwa dalam pemberian bobot dan rating bersifat subjektif, artinya peneliti diberikan kebebasan dan kewenangan melakukannya. Namun pertimbangan yang digunakan, jika faktor tersebut sangat penting maka diberi bobot tertingi dan rating yang tinggi. Dari hasil perkalian antara bobot dan rating diperoleh total skor masing-masing faktor. Dari hasil indentifikasi faktor internal dan eksternal diperoleh perhitungan IFAS dan EFAS sebagaimana terlihat pada Tabel 5 dan Tabel 6

Tabel 5 ***Internal Factor Analysis Strategi (IFAS)* pada Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Faktor-Faktor** | **Bobot** | **Rating** | **Skor Bobot** | **Kesimpulan** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| **Kekuatan (S)** | |  | | |  |
| 1. | Kondisi Objek wisata pantai Pandan Wangi yang menarik | 0.10 | 5 | 0.50 |  |
| 2. | Lokasi Strategis karena berada di pusat Kabupaten Muko-Muko | 0.08 | 4 | 0.32 |  |
| 3. | Dekat dengan lokasi objek wisata lainnya | 0.08 | 4 | 0.32 |  |
| 4. | Adanya Fasilitas Pendukung Pariwisata | 0.10 | 4 | 0.40 |  |
| 5. | Sikap keramahtamahan Penduduk sekitar kawasan wisata | 0.07 | 4 | 0.28 |  |
| 6. | Stabilitas keamanan yang memadai | 0.09 | 4 | 0.28 |  |
|  | **Sub Total** |  |  | **2.18** |  |
| **Kelemahan (W)** | |  | | |  |
| 1. | Kurangnya kegiatan promosi pariwisata wisata pantai Pandan Wangi | 0.09 | 4 | 0.80 |  |
| 2. | Belum adanya manajemen pengelolaan wisata | 0.08 | 4 | 0.60 |  |
| 3. | Terbatasnya sarana dan prasarana penunjang pariwisata yang ada | 0.08 | 4 | 0.20 |  |
| 4. | Terbatasnya Sumber Daya Manusia sebagai pengelola kegiatan pariwisata. | 0.08 | 4 | 0.40 |  |
| 5. | Masih kurangnya investor yang ingin berinvestasi dibidang pariwisata di wisata pantai Pandan Wangi | 0.07 | 4 | 0.20 |  |
| 6. | Belum menjadi tujuan utama wisata | 0.08 | 4 | 0.20 |  |
|  | **Sub Total** | **1.00** |  | **1.92** |  |
| **Rata-rata Skor Total** | |  |  | **2.05** |  |

*Sumber : Hasil Penelitian 2020, diolah*

Tabel 6 ***External Factor Analysis Strategi (EFAS)* pada Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Faktor-Faktor** | **Bobot** | **Rating** | **Skor Bobot** | **Kesimpulan** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| **Peluang (O)** | |  | | |  |
| 1. | Pendapatan Asli Daerah yang bisa dikelola untuk kemajuan pariwisata Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata | 0.09 | 4 | 0.36 |  |
| 2. | Fasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik | 0.08 | 4 | 0.32 |  |
| 3. | Adanya industri kreatif yang muncul dan dapat dikembangkan di wisata pantai Pandan Wangi . | 0.08 | 4 | 0.32 |  |
| 4. | Adanya usaha kuliner laut | 0.10 | 4 | 0.40 |  |
| 5. | Dukungan dari warga setempat terhadap kegiatan wisataFasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik | 0.07 | 3 | 0.21 |  |
| 6. | Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata | 0.09 | 4 | 0.36 |  |
|  | **Sub Total** |  |  | **1.97** |  |
| **Ancaman (T)** | |  | | |  |
| 1. | Minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah lain masih tinggi | 0.10 | 4 | 0.40 |  |
| 2. | Belum adanya dukungan Peraturan Daerah yang jelas tentang pariwisata khususnya wisata pantai Pandan Wangi | 0.08 | 4 | 0.32 |  |
| 3. | Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah | 008 | 3 | 0.60 |  |
| 4. | Adanya tujuan wisata lainnya yang lebih baik | 0.07 | 3 | 0.60 |  |
| 5 | Tempat parkir yang belum memadai | 0.08 | 4 | 0.32 |  |
|  | Daerah lain memiliki promosi yang lebih baik | 008 | 4 | 0.32 |  |
|  | **Sub Total** | **1.00** |  | **1.81** |  |
| **Rata-rata Skor Total** | |  |  | **1.89** |  |

*Sumber : Hasil Penelitian 2020, diolah*

Sebelum menentukan klasifikasi nilai skor total, maka dibuat kriteria penskoran, yakni:

1. Jika nilai rata-rata skor total antara 0,00 – 1,99 berarti rendah
2. Jika nilai rata-rata skor total antara 2,00 – 2,99 berarti sedang
3. Jika nilai rata-rata skor total antara 3,00 – 4,00 berarti tinggi

Berdasarkan Tabel 3 dan 4 diketahui bahwa diketahui bahwa skor total faktor internal sebesar 2,05 dan berada pada kategori sedang. Sementara skor total faktor eksternal sebesar 1,89 berada pada skala rendah. Dengan mempergunakan Tabel 5 dan Tabel 6 maka kedudukan/posisi Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko apabila dianalisis dengan diagram Cartesius sebagai berikut:

Tabel 7 **Perbandingan Skor Faktor Internal dan Eksternal**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **IFASrata-rata** | **2,05** | **EFASrata-rata** | **1,89** |
| Total Skor Kekuatan (S) | 2,18 | Total Skor peluang (O) | 1,97 |
| Total Skor Kelemahan (W) | 1,92 | Total Skor Ancaman (T) | 1,81 |
| **S – W** | **0,26** | **O – T** | **0,16** |

*Sumber : Hasil Penelitian 2020*

Berdasarkan tabel di atas maka nampak bahwa titik koordinat posisi Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko pada titik-titik sumbu kekuatan 2,05 dan sumbu peluang 1,89. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam diagram cartesius sebagaimana berikut

Gambar 5. Diagram Cartesius Analisis SWOT Strategi Pemasaran Pantai Pandan Wangi kabupaten Muko-Muko

|  |
| --- |
| Peluang (Opportunity)  1,97 |

Kuadran 3 kuadran 1

Mendukung Strategi Mendukung strategi

Turn around agresif (Growth)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kelemahan (Weakness) 1,92 | 2.05  1,89 | Kekuatan (Strength) 2,18 |

Kuadran 4 kuadran 2

Mendukung Strategi Mendukung strategi

Defensiv diversifikasi

|  |
| --- |
| Ancaman (Threath)  1,81 |

Gambar 4.1

**Diagram SWOT Pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

Jika dilihat dari Gambar di atas, posisi strategi pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko berada pada Kuadran I. Pada kuadran ini Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko menghadapi kondisi yang menguntungkan karena dapat memanfaatkan kekuatan yang bersumber dari internal untuk menghadapi lingkungan eksternal. Menghadapi kenyataan seperti ini, strategi yang semestinya dilakukan untuk pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 8 berikut ini.

# Tabel 8 Matriks Strategi Pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko berdasarkan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Internal FaktorEksternal Faktor | Kekuatan (*Strengths*) | Kelemahan (*Weaknesses*) |
| 1. Kondisi objek wisata pantai pandan Wangi yang menarik 2. Lokasi Strategis karena berada di pusat Kabupaten Muko-Muko 3. Dekat dengan lokasi objek wisata lainnya 4. Adanya Fasilitas Pendukung Pariwisata 5. Sikap keramahtamahan Penduduk sekitar kawasan wisata 6. Stabilitas Keamanan yang memadai | 1. Kurangnya kegiatan promosi pariwisata wisata pantai Pandan Wangi 2. Belum adanya manajemen pengelolaan wisata 3. Terbatasnya sarana dan prasarana penunjang pariwisata yang ada 4. Terbatasnya Sumber Daya Manusia sebagai pengelola kegiatan pariwisata 5. Masih kurangnya investor yang ingin berinvestasi dibidang pariwisata di wisata pantai Pandan Wangi 6. Belum menjadi tujuan utama wisata |
| Peluang (*Opportunity*) | S-O Strategy | W-O Strategy |
| 1. Pendapatan Asli Daerah yang bisa dikelola untuk kemajuan pariwisata Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata 2. Fasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik 3. Adanya industri kreatif yang muncul dan dapat dikembangkan di wisata pantai Pandan Wangi 4. Adanya usaha kuliner laut 5. Dukungan dari warga setempat terhadap kegiatan wisataFasilitas promosi tersedia baik cetak maupun elektronik 6. Adanya even-even tahunan yang diadakan dilokasi wisata | Membangun infrastruktur wisataMengelola kawasan wisata dengan baik sehingga memberi kontribusi pada peningkatan PAD | Promosi wisata pada saat even-even tertentu baik di dalam maupun di luar daerah terhadap Pantai Pandan WangiMemberi peluang kepada investor untuk masuk dengan perizinan yang mudah |
| Ancaman (*Threats*) | S-T Strategy | W-T Strategy |
| 1. Minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah lain masih tinggi 2. Belum adanya dukungan Peraturan Daerah yang jelas tentang pariwisata khususnya wisata pantai Pandan Wangi 3. Komitmen Pemerintah Daerah yang relatif rendah 4. Adanya tujuan wisata lainnya yang lebih baik 5. Tempat parkir yang belum memadai 6. Daerah lain memiliki promosi yang lebih baik | Mengusulkan anggaran dana untuk membangun fasilitas penunjang wisataMengukuhkan Pantai Pandan Wangi sebagai Wisata Terpadu | Bekerjasama dengan pihak ketiga dan dunia industri yang memiliki komitmen dalam pengembangan wisataMengadakan even-even tertentu di lokasi wisata Pantai Pandan Wangitidak terbatas hanya pada even tahunan saja |

**4.4 Pembahasan**

**Analisis Faktor SWOT Pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko**

**a. Kekuatan (*Strenghts*)**

Dari hasil analisis kekuatan yang dimiliki untuk pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko diketahui bahwa Kawasan Pantai Pandan Wangi memiliki potensi dan peluang yang besar untuk dikembangkan. Hal ini karena Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko memiliki atraksi panorama pantai alam yang indah dan membentang sepanjang Pantai Pandan Wangi .Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko juga berada pada lokasi yang strategis yakni berada di pusat kota kabupaten sehingga dekat dengan pusat keramaian (kota dan pertokoan). Terdapat penginapan-penginapan atau hotel yang tidak jauh dengan lokasi Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko.Sikap ramah tamah yang dimiliki oleh warga masyarakat sekitar objek wisata Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko juga menjadi daya tarik dan menjadi ciri khas yang akan ikut menjamin tingkat keamanan dan kenyamanan pengunjung wisata.

**b.Kelemahan (*Weakness*)**

Walaupun Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko memiliki kekuatan (potensi) yang besar untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata di Kabupaten Muko-Muko, tidak terlepas dari kelemahan-kelemahan. Berdasarkan identifikasi faktor kelemahan yang dimiliki oleh Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko di antaranya adalah kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap Pantai Pandan Wangi , sehingga Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko belum menjadi tujuan wisata yang ada di Kabupaten Muko-Muko.Selain itu, faktor keterbatasan sarana dan prasarana wisata seperti tidak adanya arena permainan, lahan parkir yang terbatas, adanya retribusi dan parkir liar, belum adanya pengelolaan yang baik, dan sebagainya.

1. **Peluang (*Opportunities*)**

Berdasarkan analisis faktor eksternal, pengembangan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko Faktor peluang tersebut seperti adanya even-even tahunan yang diadakan di lokasi wisata seperti Festival Tabot, Bengkulu Fair dan sebagainya. Pengembangan kawasan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko juga akan memberikan peluang pada tumbuhnya industri kreatif, industri kuliner (*seafood*) dan yang lebih penting adalah adanya dukungan warga sekitar yang terbuka terhadap keberadaan kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko. Saat ini juga, peluang pengembangan kawasan wisata juga didukung dengan media promosi yang cukup tersedia dengan berbagai macam pilihan, baik cetak maupun elektronik yang memudahkan dalam aktivitas promosi tersebut. Jika peluang pengembangan kawasan wisata ini dapat diwujudkan tentu saja akan berdampak pada pemasukan daerah dari sektor retribusi dan pajak daerah.

1. **Ancaman (*Threats*)**

Beberapa faktor eksternal yang teridentifikasi sebagai faktor ancaman dalam pengembangan kawasan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko seperti komitmen pemerintah daerah yang belum ada untuk pengembangan, belum adanya dukungan peraturan daerah yang diimbangi dengan dukungan dana pengembangan.

Selain itu, minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah lain saat juga semakin tinggi baik di luar Provinsi maupun di luar Provinsi Bengkulu sendiri. Hal ini tentu saja karena daerah lain dianggap memiliki pesona dan fasilitas wisata yang lebih baik.

**Strategi Pengembangan Pantai Pandan Wangi Sebagai kawasan Wisata Kabupaten Muko-Muko**

Berdasarkan matriks strategi Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko sebagai kawasan wisata di Kabupaten Muko-Muko yang didasarkan pada pertimbangan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), dapat diformulasikan strategi pengembangan antara lain sebagai berikut:

**STRATEGI S-O**

1. **Membangun infrastruktur wisata yang memadai**

Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko merupakan kawasan yang berada di sepanjang pesisir Pantai Samudera Indonesia. Sebagai daerah pesisir pantai, Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko memiliki atraksi panorama alam (pantai) yang indah dengan pantai yang landai. Saat ini Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko hanya dijadikan tempat rekreasi biasa.

Untuk mengembangkan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan Wisata Kabupaten Muko-Muko, maka pembangunan dan perbaikan infrastruktur pariwisata perlu dilakukan. Upaya ini meliputi pembanguan ruas jalan yang representatif, pembangunan kawasan parkir, pembangunan arena permainan, arena rekreasi dan olahraga, pembangunan fasilitas penunjang seperti kamar kecil dan toilet, pembangunan *selter*, dan sebagainya. Sehingga akan membuka peluang tumbuhnya industri pariwisata dan usaha kuliner laut yang bahan bakunya memang tersedia (S4,O3,O4)

Hal ini juga akan semakin baik jika ditunjang dengan keramahtamahan penduduk di kawasan wisata. Sikap terbuka masyarakat akan menjadi jalan dan mempermudah wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang daerah wisata yang dikunjunginya.(S5,O2)

1. **Mengelola kawasan wisata dengan baik yang memberi kontribusi pada peningkatan PAD**

Pengelolaan kawasan wisata Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko harus dilakukan dengan baik. Letak lokasi yang strategis masih berada dalam pusat kabupaten Muko-Muko. Adanya fasilitas-fasilitas penunjang wisata tentu saja akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko. Pengadaan dan penataan lahar parkir, lahan usaha kuliner (selter-selter) dan fasilitas lainnya harus bersifat terpadu dan tidak dapat terpisah-pisah.

Selayaknya juga Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko dapat berkembang, Jika fasilitas promosi wisata yang tersedia dimanfaatkan secara maksimal. Baik melalui media massa, penerbitan brosur-brosur wisata oleh dinas terkait. Maupun dengan melakukan kegiatan atau even-even tahunan, kegiatan pameran yang bisa saja dilaksanakan di lokasi Pantai Pandan Wangi . Gencarnya usaha promosi yang dilakukan akan semakin memperkenalkan kawasan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko sebagai salah satu lokasi wisata yang ada di Kabupaten Muko-Muko.(S7,O5,O1)

Aksesibilitas yang mudah dijangkau ke lokasi Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko juga merupakan nilai tambah tersendiri untuk mempermudah wisatawan berkunjung kesana. Tidak perlu waktu yang lama untuk bisa sampai ke lokasi wisata yang dituju dikarenakan masih dalam wilayah Kabupaten Muko-Muko. Dan bisa dicapai dengan kendaraan roda empat maupun roda dua. Sehingga peluang untuk menarik wisatawan berkunjung masih terbuka lebar. Yang diharapkan nantinya semakin banyak yang berkunjung ke Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko maka Pendapatan Asli Daerah salah satunya dari sektor wisata khususnya Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko pun semakin meningkat.(S8,O6)

**4.5 Implikasi Hasil Penelitian**

Pengembangan kawasan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko tidak dapat terlepas dari upaya pembangunan di Kota Muko-Muko. Oleh karena itu, pengembangan kawasan ini harus bersinergi dengan program-program pembangunan daerah lainnya, seperti edukasi, transportasi, infrastruktur, ekonomi, sosial budaya dan program-program lainnya.

Hal ini tentu saja sesuai dengan rumusan otonomi daerah di mana setiap daerah dapat melakukan pengelolaan potensi dan pengembangan daerah melalui partisipasi masyarakat atau *local stakeholders* agar dapat berperan dalam meningkatkan mutu, efisiensi dan pemerataan pembangunan (Fatah, 2004:12). Hal senada dikemukakan oleh Mardiasmo (2002:25) bahwa tujuan pembangunan adalah untuk pemerataan kesejahteraan, meningkatkan efisiensi, mutu, dan produktivitas sehingga ekonomi masyarakat dapat meningkat dan lebih sejahtera.

Dengan demikian, strategi pengembangan kawasan wisata Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko angat dibutuhkan dan akan memberikan dampak:

* 1. Peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar lokasi dan di Kabupaten Muko-Muko secara umum karena akan tumbuh lapangan kerja baru.
  2. Peningkatan kepedulian warga menjaga kearifan lokal yang bersumber daru budaya lokal yang telah berkembang turun-temurun.
  3. Meningkatnya tanggung jawab masyarakat dan pemerintah tentang pentingnya menjaga kelestarian alam dan lingkungan
  4. Meningkatkan kompetisi daerah sebagai daerah *destinasi* wisata yang handal
  5. Meningkatkan pendapatan daerah melalui sektor retribusi dan pajak daerah

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: Kawasan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko dapat dan layak dikembangkan menjadi kawasan wisata di Kabupaten Muko-Muko, dari hasil analisis SWOT diketahui bahwa peluang keberhasilan pengembangan Pantai Pandan Wangi Kabupaten Muko-Muko sebagai kawasan wisata di Kabupaten Muko-Muko sangat besar, jika setiap pihak ikut andil dan berperan aktif dalam pelaksanaannya , adapun strategi pengembangan sebagai kawasan Pantai Pandan Wangi wisata di Kabupaten Muko-Muko adalah: Membangun infrastruktur inti dan penunjang di kawasan wisata, Mengelola kawasan wisata dengan baik sehingga memberi kontribusi pada peningkatan PAD, Mengukuhkan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata terpadu, Promosi wisata pada even-even tertentu baik di dalam maupun luar daerah secara berkelanjutan, Memberi peluang kepada investor masuk ke kawasan wisata dengan berbagai macam kemudahan, Bekerjasama dengan pihak ketiga dan dunia industri yang berkomitmen mengembangkan kawasan wisata, dan mengadakan even-even lokal dan nasional di lokasi kawasan wisata Pantai Pandan Wangi

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, beberapa saran konstruktif dalam pengembangan kawasan Pantai Pandan Wangi adalah sebagai berikut:

Pengembangan Pantai Pandan Wangi sebagai kawasan wisata Kabupaten Muko-Muko tidak dapat dilakukan oleh pemerintah daerah saja dan Upaya ini harus didukung oleh semua elemen masyarakat Kabupaten Muko-Muko, Upaya promosi perlu dilakukan melalui even daerah dan even nasional untuk memperkenalkan objek wisata Pantai Pandan Wangi, sehingga Dukungan sumber daya dan sumber dana untuk pengembangan kawasan Pantai Pandan Wangi harus dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Anonym.(2009). Analisis SWOT: Tehnik membedah kasus Bisnis, Jakarta, Erlangga

Assuri, Sofjan. (2010). Manajemen Pemasaran.Edisi Sepuluh, Jakarta, Persada

Departemen Kehutanan Republik Indonesia. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 18. Tahun 1994 Tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Zona Pemanfaatan Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam.* (Jakarta: Departemen Kehutanan Republik Indonesia, 1994)

Departemen Kehutanan Republik Indonesia. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 68. Tahun 1998 Tentang Kawasan Suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam.* (Jakarta: Departemen Kehutanan Republik Indonesia, 1998)

Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia. *Undang-Undang No. 9. Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan.* (Jakarta: Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia,1990)

Daryanto. (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera

Fattah, Nanang. (2004). Konsep Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) dan Dewan Sekolah. Bandung: Pustaka Bani Quraisy

Hakim L. (2004). Dasar-dasar ekowisata. Bayumedia Publishing. Jawa Timur. 194 hlm.

Hunziker dan Kraft. (2018). 25 Pengertian Pariwisata Menurut Pendapat Para Ahli Terlengkap. Diambil kembali dari Pelajaran: <http://www.pelajaran.co.id/2017/04/pengertian-pariwisata-menurutpendapat-para-ahli-terlengkap.html>

Muljadi. (2009). Kepariwisataan dan Perjalanan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Mardiasmo, (2002). Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Prawirosentono. (2009) “Manajemen Produktivitas”. Jakarta: PT. Bumi Angkasa

Rangkuti, Freddy. (2010). Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Freddy. (2011). SWOT Balanced Scorecard. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sinaga, Supriono. (2010.) *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara

Suyitno, (2001), Perencanaan Wisata, Yogyakarta: Kanisius