

ANALISIS PENGEMBANGAN PARIWISATA PANTAI LUBANG BUAYA DI DESA MORELA KECAMATAN LEIHITU BARAT KABUPATEN MALUKU TENGAH

Ayu Soraya M. Nur

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura, Ambon

J. M. Tupan

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura, Ambon

ABSTRAK

Pantai Lubang Buaya merupakan salah satu objek wisata yang telah dikenal masyarakat pada tahun 2012 karena keunikan alam pantainya dengan air laut yang berwarna hijau toska, tempat wisata ini dikelola oleh masyarakat setempat namun pengembangan Objek wisata ini belum dikembangkan secara optimal pengembangan yang dilakukan memerlukan penanganan yang seksama dan memperhatikan berbagai faktor yang relevan. Pengamatan yang dilakukan membuktikan bahwa objek pariwisata ini perlu memperhatikan keterlibatan masyarakat untuk membangun ekonomi. Selain itu, observasi awal juga menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan dari masyarakat di Negeri ini masih rendah, sehingga memerlukan alternatif sumber pendapatan baru untuk meningkatkan pendapatan dan kehidupan yang lebih baik. Strategi pengembangan Pantai Lubang Buaya ini dengan menggunakan metode SWOT dan AHP. Hasil analisis menunjukkan prioritas strategi yaitu pada Strategi SO bobot 0,259381712, Strategi WO bobot 0,200759437, Strategi ST bobot 0,29297714, dan Strategi WT dengan bobot 0,246881712. Maka dari itu strategi ST dengan bobot tertinggi dipakai sebagai alternatif pengembangan objek wisata Pantai Lubang Buaya.

Kata Kunci : pengembangan pariwisata, SWOT, AHP

ABSTRACT

Since 2012, Lubang Buaya beach, one of tourism objects, is known by society because of its unique nature like a toska-green sea water. It has managed by local society that not being develop optimally. It need an accurate management considering to various relevant factors. Research results prove this tourism object need a participation of society for economics building. Based on an initial observation result that show low level of prosperity, society need to hold a new income source to enhance their income and have a better life. Development strategies are created using SWOT and AHP method. Results of analysis show priority weights of strategies due to 0.259381712 for SO Strategy, 0.200759437 for WO strategy, 0.29297714 for ST strategy, and 0.246881712 for WT strategy. Furthermore, tourism object development of Lubang Buaya beach is using ST strategy.

Key words: Tourism Development, SWOT, AHP.

PENDAHULUAN

Pengembangan tempat wisata baru, seperti Pantai Lubang Buaya di Negeri Morella, memerlukan penanganan yang seksama dan memperhatikan berbagai faktor yang relevan. Tempat wisata ini mulai dikenal secara luas pada tahun 2012. Pantai seluas 2,5 hektar ini terletak dipertengahan areal Negeri Morella dikunjungi orang karena keunikan alam pantainya. Struktur pantai berupa karang berlekuk-lekuk dan pasir dasarnya, air laut berwarna hijau toska, dan areal tebing dan vegetasi yang tidak rimbun. Panjang pantai yang hampir mencapai 2 Km, memiliki pemandangan unik dalam air yang dibentuk oleh lereng tebing ber dinding karang yang berlekuk-lekuk sebagai rumah bagi beragam ikan kecil. Keasrian alam sekitar masih terjaga karena daerah ini bukan merupakan kawasan pemukiman penduduk dengan tingkat aktivitas penduduk disekitarnya yang sangat minim. Sampai saat ini, pengelolaan tempat ini dilakukan secara bersamaan oleh pemilik lahan tersebut (marga Thenu dan Sasone) dimana marga Thenu pengelolannya sepanjang pantai lubang buaya, sedangkan marga Sasone pengelolannya pada areal tempat parkir, dengan sumber pendapatan dari karcis masuk, penjualan jajanan, dan sewa

perahu/speedboat. Akan tetapi dari keunikan yang berada pada pantai Lubang Buaya ini masih belum dikembangkan secara baik dengan kata lain kondisi yang ada pada objek wisata ini seperti areal parkir dengan kondisi yang tidak beraturan, jalan atau pintu masuk menuju Pantai dalam keadaan yang belum ditata rapih, serta saran dan prasarana yang belum mendukung seperti WC umum, ruangan ganti pakaian, tempat santai, dan kantin bagi pengunjung yang datang.

Pengembangan tempat wisata Pantai Lubang Buaya di Desa Morella perlu memperhatikan keterlibatan masyarakat untuk membangun ekonomi keluarga dan Negeri Morella. Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Negeri Morella, Negeri ini memiliki penduduk yang tercatat sebanyak 3.103 jiwa yang terdiri atas pria sebanyak 1340 jiwa dan wanita sebanyak 1763 jiwa dengan luasan 6.675 hektar. Pekerjaan utama dari penduduk adalah petani disamping pegawai swasta, pedagang, dengan tingkat pendapatan rata-rata adalah Rp. 1,5 juta per bulan. (Sumber Data Pemerintah Negeri Morella) Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan dari masyarakat di Negeri ini masih rendah, sehingga memerlukan alternatif sumber pendapatan baru untuk meningkatkan pendapatan keluarganya. Terkait dengan Pantai Lubang Buaya, maka pengembangan tempat wisata ini diharapkan menjadi sumber pendapatan baru masyarakat. Untuk itu, dalam perencanaan pengembangannya, perlu diperhatikan aspek kepemilikan lahan, struktur budaya dan kemasyarakatannya disamping komponen wisatanya serta strategi pengembangan pantai Lubang Buaya dengan menggunakan metode SWOT dan AHP dengan hasil akhir mendapat sebuah konsep pengembangan objek wisata tersebut. Adapun rumusan masalahnya yaitu bagaimana mengembangkan Pantai Lubang Buaya sebagai tempat wisata yang dikelola oleh Masyarakat” Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut : 1.Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi objek wisata Pantai Lubang Buaya; 2. Merancang konsep strategi pengembangan Pantai Lubang Buaya;

TINJAUAN PUSTAKA

Pengetian Pariwisata

Pariwisata juga merupakan seluruh kegiatan, fasilitas dan pelayanan yang diakibatkan oleh adanya perpindahan perjalanan sementara dari seseorang ke luar dari tempat tinggalnya ,serta tinggal dalam waktu singkat di tempat tujuan dari perjalanan ,untuk tujuan bersenang-senang dan berlibur. Pariwisata sering didefinisikan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang lebih banyak berkaitan dengan kegiatan-kegiatan santai dan untuk bersenang-senang.

Undang-Undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, menyatakan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.

Faktor-Faktor Pendukung Pariwisata

Menurut Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia menyebutkan berkembangnya pariwisata sangat tergantung pada empat faktor yaitu :

1. Attraction (Daya tarik)
 - Site attraction (tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan yang indah).
 - Event attraction (kejadian atau peristiwa) misalnya kongres, pameran atau peristiwa lainnya.
2. Amenities (fasilitas)
3. Aksesibilitas adalah tempatnya tidak terlampau jauh, tersedianya transportasi ke lokasi tersebut secara teratur,sering,murah,aman dan nyaman.
4. Tourist organization untuk menyusun suatu kerangka pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata serta mempromosikan daerah sehingga dikenal orang lain.

Metode SWOT

Yang dimaksud dengan analisis SWOT adalah suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalkan usaha lebih menguntungkan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal akan ditentukan aspek-aspek yang menjadi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), kesempatan (Opportunities), dan yang menjadi ancaman (Threats) sebuah organisasi yang dapat dijalankan (Rangkuit, 2005:19). Satu hal yang harus diingat baik-baik oleh para pengguna analisis SWOT bahwa analisis SWOT adalah semata-mata sebuah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi.

Kombinasi Strategi Analisis SWOT

Kombinasi strategi dari Matriks SWOT adalah sebagai berikut :

1. Strategi SO, yaitu strategi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, yaitu strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, yaitu strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

Langkah-langkah Analisis Data SWOT

Langkah penelitian ini akan menerangkan bagaimana analisis dilakukan, mulai dari data mentah yang ada sampai pada hasil penelitian yang dicapai. Dalam penelitian ini, langkah-langkah analisis data dilakukan sebagai berikut :

1. Melakukan mengklasifikasi data, faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal organisasi, peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal organisasi. Pengklasifikasian ini akan menghasilkan tabel informasi SWOT.
2. Melakukan analisis SWOT yaitu membandingkan antara faktor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan faktor internal organisasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness).
3. Dari hasil analisis kemudian diinterpretasikan dan dikembangkan menjadi keputusan pemilihan strategi yang memungkinkan untuk dilaksanakan. Strategi yang dipilih biasanya hasil yang paling memungkinkan (paling positif) dengan resiko dan ancaman yang paling kecil.

Kombinasi faktor internal dengan faktor eksternal ini dapat menghasilkan empat set Kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT. seperti tabel dibawah ini.

Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W)) Tentukan faktor-faktor kelemahan Internal
OPPORTUNITIES (O)) Tentukan faktor-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 faktor-faktor Ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Metode Analytic Hierarchy Process (AHP)

AHP merupakan suatu metode pendukung keputusan yang dikembangkan oleh seorang professor matematika University of Pittsburgh kelahiran Irak, Thomas L. Saaty. AHP merupakan metode untuk membuat urutan alternatif keputusan dan pemilihan alternatif terbaik pada saat pengambil keputusan dengan beberapa tujuan atau kriteria untuk mengambil keputusan tertentu. Hal yang paling utama dalam AHP adalah hirarki fungsional dengan input utamanya persepsi manusia. Dengan hirarki, suatu masalah yang kompleks dan tidak terstruktur dapat dipecahkan ke dalam kelompoknya, kemudian kelompok-kelompok tersebut diatur menjadi suatu bentuk hirarki.AHP yang dikembangkan oleh Thomas L Saaty, dapat memecahkan suatu masalah yang terbilang kompleks dimana jumlah aspek atau kriteria yang ada cukup banyak. Kompleksitas ini juga dapat disebabkan oleh struktur masalah yang belum jelas, ketidakpastian persepsi dalam pengambilan keputusan serta belum tersedianya data statistik yang akurat atau bahkan dapat dibilang tidak ada sama sekali. Adakalanya timbul suatu masalah dan harus mengambil

keputusan secepat mungkin untuk menyelesaikan masalah tersebut, tetapi variasinya yang tergolong rumit sehingga data dari permasalahan tersebut tidak mungkin dapat dicatat secara numerik

Tahapan – tahapan pengambilan keputusan dalam metode AHP pada dasarnya adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.
2. Membuat struktur hirarki yang diawali dengan tujuan umum, dilanjutkan dengan kriteria-kriteria dan alternatif - alternatif pilihan yang ingin di rangking.
1. 3. Membentuk matriks perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap masing-masing tujuan atau kriteria yang setingkat diatas. Perbandingan dilakukan berdasarkan pilihan atau judgement dari pembuat keputusan dengan menilai tingkat-tingkat kepentingan suatu elemen dibandingkan elemen lainnya.
3. Menormalkan data yaitu dengan membagi nilai dari setiap elemen di dalam matriks yang berpasangan dengan nilai total dari setiap kolom.
4. Menghitung nilai eigen vector dan menguji konsistensinya, jika tidak konsisten maka pengambilan data (preferensi) perlu diulangi. Nilai eigen vector yang dimaksud adalah nilai eigen vector maksimum yang diperoleh dengan menggunakan matlab maupun dengan manual.
5. Mengulangi langkah, 3, 4, dan 5 untuk seluruh tingkat hirarki.
6. Menghitung eigen vector dari setiap matriks perbandingan berpasangan. Nilai eigen vector merupakan bobot setiap elemen. Langkah ini untuk mensintetis pilihan dalam penentuan prioritas elemen pada tingkat hirarki terendah sampai pencapaian tujuan.
7. Menguji konsistensi hirarki. Jika tidak memenuhi dengan $CR < 0,100$
8. maka penilaian harus diulangi kembali.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat Dan Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober sampai selesai dengan lokasi penelitian dilakukan pada objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella Kecamatan Leihutu Kabupaten Maluku Tengah

Variabel Operasional

Variable operasional adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang substantive dari suatu konsep. Tujuannya agar penelitian dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya. Berdasarkan pengamatan maka variabel dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut :

Faktor Internal

Faktor internal adalah keseluruhan unsur-unsur dari dalam objek, yang membuat para wisatawan tertarik atau termotivasi untuk berkunjung ke Objek wisata Pantai Lubang Buaya. Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal.

Kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang lainnya, Pearce/Robinson (2008)

Sedangkan kelemahan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif, Jay Barney Menyatakan sumber daya internal terbagi tiga katagori yaitu :

1. Sumber daya fisik
2. Sumber daya manusia
3. Sumber daya organisasi

Kekuatan yang dimiliki Objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella sebagai berikut :

Komponen Strategi Kekuatan

No	Sumber Daya Internal	Komponen Strategi (kekuatan)
1.	Sumber Daya Fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki sumber daya alam berupa pantai yang indah serta udara yang sejuk. 2. Memiliki air laut yang berwarna hijau Tosca. 3. Memiliki kehidupan bawah laut yang terkenal dengan kekayaan dan keindahan. 4. Letak Objek wisata yang strategi, mudah dijangkau. 5. Suasana pantai yang terhindar dari keramaian kota, sehingga dapat memberikan ketenangan dan kenyamanan.
2.	Sumber Daya Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolah Objek Wisata yang ramah dalam hal memberikan informasi 2. Kehidupan masyarakat setempat yang ramah terhadap pengunjung
3.	Sumber Daya Organisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedia saran dan prasarana pendukung pariwisata pada pantai tersebut.

Kelemahan yang dimiliki Objek wisata pantai Lubang Buaya Negeri Morella yaitu sebagai berikut :

Komponen Strategi Kelemahan

No	Sumber Daya Internal	Komponen Strategi (kelemahan)
1.	Sumber Daya Fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jarak objek wisata yang jauh dari pusat kota, dan waktu operasional angkutan umum yang tidak optimal 2. Keterbatasan fasilitas pendukung
2.	Sumber Daya Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar, terhadap pelestarian dan kebersihan lingkungan. 2. Keterbatasan tenaga kerja ahli pariwisata
3.	Sumber Daya Organisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya daya tarik (atraksi wisata) 2. Belum adanya promise 3. Belum efektifnya upaya pengembangan pariwisata

Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah keseluruhan faktor-faktor dari luar lingkungan Objek yang turut berpengaruh terhadap tingkat kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella. Analisis Faktor Eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dilakukan untuk mengetahui posisi Objek Wisata dalam berhadapan dengan lingkungan eksternalnya.

Menurut Pearce/Robinson(2008), Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, sedangkan Ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kekuatan Eksternal terbagi dalam beberapa kategori sebagai berikut:

1. Kekuatan ekonomi
2. Kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan
3. Kekuatan politik, pemerintah, dan hukum
4. Kekuatan teknologi
5. Kekuatan kompetitif
6. Kekuatan infrastruktur

Peluang yang dimiliki oleh Objek Wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella, yaitu sebagai berikut:

Komponen Strategi Peluang

No	Sumber Daya Eksternal	Komponen Strategi (Peluang)
1.	Kekuatan Ekonomi	1. Menjadi potensi ekonomi baru bagi masyarakat setempat 2. Dapat membantu ekonomi keluarga masyarakat setempat
2.	Kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan	1. Menyerap tenaga kerja bagi masyarakat setempat 2. Opini positif (kesan baik) dari wisatawan ke orang lain 3. Lingkungan objek wisata yang masi kental akan adat istiadat
3.	Kekuatan politik, pemerintah dan hukum	1. Kebijakan pemerintah Negeri dalam hal pelestarian lingkungan dan budaya masyarakat 2. Dukungan pemerintah Negeri untuk meningkatkan daya saing pariwisata
4.	Kekuatan teknologi	1. Teknologi yang semakin Berkembang
5.	Kekuatan Kompetitif	1. Sector pariwisata yang semakin berkembang
6.	Kekuatan Infrastruktur	1. Kemudahan aksesibilitas

Ancaman yang dihadapi oleh objek wisata pantai Lubang Buaya Negeri Morella sebagai berikut :

Komponen Strategi Ancaman

No	Sumber Daya Eksternal	Komponen Strategi (Ancaman)
1.	Kekuatan ekonomi	1. Tingkat ekonomi yang tidak stabil
2.	Kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan	1. Jumlah wisatawan yang datang hamper setiap saat 2. Pengaruh musim timur yang membuat lingkungan menajdi kotor dan berserakan
3.	Kekuatan kompetitif	1. Persaingan antar objek wisata sejenis
4.	Kekuatan Infrastruktur	1. Kondisi jalan menuju objek wisata sebagian rusak

Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (finite) maupun tidak terbatas (infinite) (Sumarni, 2006, p69). Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella. Sampel adalah bagian yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Sumarni, 2006, p70). Survey sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki (Moh.Nazir, 1988) dalam penelitian ini, populasinya adalah pengunjung objek wisata pantai Lubang Buaya dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti dikarenakan pengunjung yang datang setiap harinya jumlahnya berbeda. Maka dari itu teknik pengambilan sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan bahwa dengan jumlah populasi yang tidak diketahui maka menggunakan accidental sampling yaitu pengambilan sampel dilakukan kepada siapa saja yang kebetulan ada. Menurut Guilford, 1987 dalam Supranto 1997:239 sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen/responden dan semakin besar sampel (semakin besar nilai n =banyaknya elemen sampel) akan memberikan nilai yang lebih akurat. Berdasarkan uraian pendapat diatas maka jumlah responden dibatasi 100 orang, yang didalamnya terdapat para pengunjung dan para pengelola yang ada pada Objek wisata, warga setempat serta aktifis dibidang pariwisata yang diperkirakan benar-benar mengetahui informasi tentang objek wisata pantai Lubang Buaya Negeri Morella. Jadi sampel yang digunakan yaitu :

- Untuk SWOT sampelnya 100 Responden didalamnya pengunjung, pengelola objek wisata dan masyarakat setempat.
- Untuk AHP sampelnya juga 100 Responden didalamnya terdapat pengelola dan pengunjung dan masyarakat setempat

Metode Pengumpulan Data

Dalam upaya memperoleh data yang memberikan gambaran permasalahan secara keseluruhan digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Pengumpulan data primer dengan metode wawancara dilakukan secara langsung kepada beberapa warga pengelola dan pengunjung, termasuk pemimpin negari Morella. Wawancara yang dilakukan tergolong wawancara terbuka (tanpa kuisisioner khusus/list pertanyaan khusus) karena proses wawancara juga dilaksanakan tanpa merencanakan siapa saja yang akan dijadikan responden.

Proses ini untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh informasi tentang bagaimana ketertarikan pengunjung dan pandangan masyarakat sekitar terhadap objek wisata pantai Lubang Buaya. Dalam proses wawancara, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan yang akan diajukan secara spesifik dan tertulis, tetapi peneliti hanya memuat poin-poin penting masalah yang ingin digali dari responden dan pertanyaan diajukan secara lisan dengan bantuan tape recorder sebagai alat perekam untuk hasil wawancara dan camera digital sebagai dokumentasi wawancara.

2. Kuesioner

Penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut penelitian yang akan dilakukan. Dilakukan pengambilan data dengan cara memberikan berbagai pernyataan atau pertanyaan kepada pengelola, para pengunjung, warga setempat dan lembaga pemerintahan yang dijadikan responden untuk dijawab. Pada lembaran kuesioner dilengkapi dengan petunjuk pengisian, sehingga para responden tidak bingung pada saat memberikan penilaian terhadap pertanyaan/pernyataan yang diajukan. Pertanyaan/pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan faktor internal yang dimiliki dan faktor eksternal yang mempengaruhi objek wisata pantai Lubang Buaya, kuesioner disebarkan untuk setiap pengunjung yang kebetulan hadir pada saat penyebaran berlangsung, dan setelah para responden memberikan penilaiannya maka peneliti langsung memperoleh kembali kuesioner secara lengkap.

3. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur yang relevan guna memperoleh gambaran teoritis mengenai konsep pengembangan pariwisata dengan menggunakan metode SWOT dan AHP

4. Observasi

Penelitian pengumpulan informasi dengan melakukan pengamatan langsung terhadap setiap kegiatan aktivitas pariwisata yang berlangsung pada objek wisata pantai Lubang Buaya Negeri Morella. Observasi dilakukan dapat mengetahui kondisi eksternal lingkungan internal dari objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella serta pengembangan objek wisata yang belum optimal, maka dari itu peneliti akan melakukan suatu konsep pengembangan pada objek wisata tersebut.

Proses ini dilakukan untuk mengamati tentang keadaan berupa seluruh komponen yang ada dan aktifitas yang berlangsung di objek wisata pantai Lubang Buaya yang meliputi sarana-prasarana Pariwisata dan aktifitas masyarakat sekitar objek wisata. Pada tahapan observasi ini dilengkapi dengan camera digital untuk membuat dokumentasi dan juga peneliti membuat pencatatan terhadap berbagai data yang ditemukan di objek wisata pantai Lubang Buaya.

5. Dokumentasi

Merupakan metode mencari data tentang hal atau variabel yang berupa, literatur-literatur dari perusahaan. Informasi-informasi tertulis baik dari instansi dari internet yang berhubungan dengan penelitian untuk memperoleh data. Tujuan metode dokumentasi ini untuk melengkapi dan memperkuat data-data dari hasil wawancara, dokumen sehingga diharapkan dapat diperoleh data yang lengkap, menyeluruh dan memuaskan. Untuk mendukung penelitian ini maka digunakan beberapa data kualitatif dan kuantitatif.

- Data kualitatif

Data kualitatif adalah data yang bukan merupakan bilangan, tetapi berupa ciri-ciri, sifat-sifat, keadaan, atau gambaran dari kualitas objek wisata yang diteliti.

1. Data potensi objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella
2. Sejarah Objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella
3. Data peran pemerintah dalam kebijakan pengembangan objek wisata

- Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berupa bilangan, nilainya bisa berubah-ubah atau bersifat variatif.

1. Data Pengunjung
2. Data jumlah karyawan pada objek wisata
3. Data jumlah fasilitas pariwisata

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Analisis Faktor Internal Eksternal

Pada matriks internal pembobotan dilakukan dengan menentukan nilai pembobotan terhadap faktor kekuatan dan kelemahan. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), jumlah semua seluruh bobot harus 1,0. Rating kekuatan dan kelemahan diperoleh dengan memberikan skala mulai dari 4 (outsanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pariwisata yang bersangkutan. Skor faktor internal diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating kekuatan dan kelemahan. Hasilnya pda tabel berikut :

Matriks internal Faktor Analisis strategi (IFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Pantai Lubang Buaya memiliki sumber daya alam berupa pantai yang indah serta udara yang sejuk.	0,057	3,910	0,223
2.	Potensi yang dimiliki Objek wisata Pantai Lubang buaya yaitu kehidupan bawah laut yang terkenal dengan kekayaan dan keindahan.	0,064	4,380	0,279
3.	Letak objek wisata pantai Lubang Buaya, mudah dijangkau dengan menggunakan kendaraan pribadi	0,057	3,890	0,220
4.	Keadaan pantai Lubang Buaya yang terhindar dari keramaian kota, sehingga dapat memberikan ketenangan dan kenyamanan.	0,061	4,190	0,256
5.	Lahan parkir yang tersedia sangat memadai	0,043	2,960	0,128
6.	Telah tersedia loket pengunjung yang baik.	0,042	2,860	0,119
7.	Pengunjungan disambut baik oleh masyarakat setempat.	0,052	3,560	0,185
8.	Jauh dari pusat kota sehingga Udaranya Bersih	0,056	3,860	0,217
9.	Karyawan objek wisata memberikan pelayanan dengan sangat baik dan ramah	0,051	3,490	0,177
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1.	Pantai lubang buaya kurang memiliki daya tarik event culture budaya seperti aktrasi seni, peninggalan sejarah, adat istiadat, keterampilan masyarakat.	0,055	3,750	0,205
2.	Jarak pantai Lubang Buaya jauh dari pusat kota	0,062	4,240	0,262
3.	Promosi wisata Pantai Lubang Buaya belum dilakukan secara Optimal	0,058	3,950	0,227
4.	Minimnya ketersediaan angkutan umum menuju pantai Lubang Buaya.	0,062	4,290	0,268
5.	Keterbatasan fasilitas pendukung seperti Hotel atau penginapan, restoran/warun makan, kios.	0,060	4,150	0,251
6.	Pemandu wisata yang masih terbatas.	0,059	4,050	0,239
7.	Upaya pengembangan yang dilakukan belum efektif	0,055	3,750	0,205
8.	Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pelestarian dan kebersihan lingkungan.	0,052	3,590	0,188
9.	Belum adanya penerangan lampu jalan	0,056	3,820	0,212
Posisi Faktor Internal		1,00		3,859

Dari matriks internal faktor analisis strategi (IFAS) diatas, dapat dilihat bahwa total skor untuk faktor internal mencapai angka 3,859 atau bisa dibulatkan menjadi 4. Kondisi ini berada pada rata-rata (2,50) yang artinya posisi objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella dapat dimanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengatahi kelemahan secara optimal.

Matriks Eksternal

Pada matriks internal pembobotan dilakukan dengan menentukan nilai pembobotan terhadap faktor kekuatan dan kelemahan. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), jumlah semua seluruh bobot harus 1,0. Rating kekuatan dan kelemahan diperoleh dengan memberikan skala mulai dari 4 (outsanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pariwisata yang bersangkutan. Skor faktor eksternal diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating kekuatan dan kelemahan. Hasilnya pda tabel berikut.

Matriks Eksternal Faktor Analysis strategy (EFAS)

No	<i>Peluang</i>	Bobot	Rating	Skor
1.	Sektor Pariwisata semakin berkembang.	0,068	3,950	0,270
2	Karyawan atau tenaga kerja pantai Lubang Buaya berasal dari warga setempat.	0,066	3,820	0,253
3.	Pemerintah mendukung peningkatan daya saing pariwisata.	0,067	3,860	0,258
4.	Terdapat kebijakan pemerintah Desa dalam pelestarian lingkungan dan Budaya.	0,067	3,860	0,258
5.	Perkembangan teknologi berpengaruh terhadap pengembangan Pariwisata.	0,067	3,860	0,258
6.	Opini positif dari wisatawan dapat menjadi motivasi untuk peningkatan kegiatan wisata.	0,075	4,320	0,323
7.	Meningkatnya wawasan masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan.	0,063	3,650	0,231
8.	Dukungan masyarakat setempat cukup tinggi.	0,069	4,000	0,277
No	<i>Ancaman</i>	Bobot	Rating	Skor
1.	Persaingan antar objek wisata sejenis berpengaruh terhadap objek wisata pantai Lubang Buaya.	0,065	3,730	0,241
2.	Fluktuasi jumlah wisatawan yang bersifat musiman dapat berpengaruh terhadap pengembangan pantai Lubang Buaya.	0,066	3,800	0,250
3.	Pengaruh pertumbuhan ekonomi yang tidak stabil terhadap perkembangan pariwisata saat ini.	0,067	3,860	0,258
4	Budaya Asing memiliki pengaruh besar terhadap keadaan pariwisata saat ini.	0,061	3,510	0,213
5.	Kondisi budaya lokal yang semakin pudar.	0,063	3,610	0,226
6.	Kondisi cuaca yang buruk dapat membuat lingkungan pantai menjadi kotor.	0,068	3,920	0,266
7.	Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan pantai Lubang Buaya	0,069	3,980	0,274
	Posisi Faktor Eksternal	1,00		3,857

Dari Matriks Eksternal Faktor analysis strategi (EFAS), diatas dapat dilihat bahwa total skor untuk faktor Eksternal mencapai angka 3,857 atau bisa dibulatkan menjadi 4. Kondisi ini berada diatas rata-rata 2,50 yang artinya posisi objek wisata pantai Lubang Buayang Negeri Morella dapat memanfaatkan peluang Eksternal yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi.

Diagram Internal-Eksternal (IE)

Untuk menetapkan objek wisata beserta perolehan strateginya dibutuhkan adanya matriks internal-eksternal (IE) yang terdiri dari dua dimensi, yaitu total skor dari matriks IFE pada sumbu X dan total skor dari Matriks EFE pada sumbu Y. Berikut ini berdasarkan matriks Internal-Eksternal (IE) dengan sembilang sel yang tersedia akan menentukan posisi strategi yang tepat dalam pengembangan objek wisata Pantai Lubang Buaya.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal maka diperoleh total skor untuk matriks IFA adalah 3,859 dan total untuk matrik EFE adalah 3,857. Berdasarkan matrik IFE dan EFE sehingga

posisi strategi pengembangan objek wisata pantai Lubang Buaya pada kordinat sumbu X (3,859) dan sumbu Y (3,857) jelas dapat dilihat pada diagram internal-eksternal (IE) pada gambar berikut :

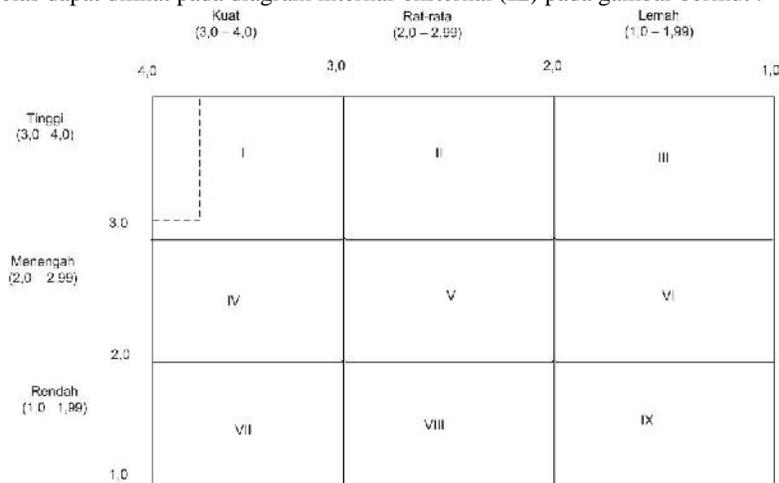


Diagram Internal – Eksternal Objek wisata pantai Lubag Buaya

Diagram Internal- Eksternal pada gambar menunjukkan bahwa penempatan Objek wisata Pantai Lubang Buaya berada pada kurva I maka, strategi yang dilaksanakan yaitu strategi yang seharusnya diterapkan adalah strategi Tumbuh dan Berkembangan (*Growth and Build*) yang terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Penetrasi pasar yaitu usaha peningkatan pasar atau *market share* suatu produk dan jasa yang sudah ada dipasar melalui usaha pemasaran yang lebih gencar (David, 2002:50).

Untuk meningkatkan pangsa pasar dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain memberikan informasi yang lengkap kepada wisatawan yang berkunjung, juga dapat dengan cara lain seperti promosi secara aktif dan efektif tepat pada sasaran, sehingga akhirnya meningkatkan minat dan kepuasan dalam mengetahui objek wisata Pantai Lubang Buaya.

Strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan meningkatkan sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan pembiasaan karyawan, meningkatkan kualitas pelayanan jasa seperti menjaga hubungan baik antara karyawan dengan karyawan maupun karyawan dengan wisatawan sehingga menghasilkan produk yang maksimal

Analisis SWOT objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella

Matriks Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella Berdasarkan Analisis SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>Strengths</i>) (Kode : S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,S8,S9)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) (Kode : W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,W8,W9)
	Strategi S-O	Strategi W-O
Peluang (<i>Opportunities</i>) (Kode : O1,O2,O3,O4,O5 ,O6,O7,O8)	Mengembangkan potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh objek wisata. (S1,S2,S4,S7,S8,S9,O1,O6,O7,O8) Membangun kerja sama dengan pemerintah, dalam upaya mempromosikan produk wisata ke berbagai media masa. (S1,S2,S3,S4,S5,S7,S8,S9,O2,O3,O4, O5,O8)	Meningkatkan kesadaran pengunjung baik dari segi kenyamanan dan keamanan serta pelestarian lingkungan dan budaya dengan bantuan dukungan pemerintah dan masyarakat sekitar. (W4,W5,W7,W8,W9,O3,O4,O7,O8) Meningkatkan Saran dan Prasarana serta infrastruktur menuju objek wisata dengan bantuan pemerintah daerah serta masyarakat. (W2,W4,W5,W6,W7,W9,O3,O4,O8)

		Meningkatkan event Culture Budaya untuk menarik minat pengunjung. (W1,W3,W7,O3,O5,O8)
Ancaman (<i>threats</i>) (Kode : T1,T2,T3,T4,T5, T5,T7)	Strategi S-T	Strategi W-T
	Meningkatkan mutu pelayanan demi tercapainya kepuasan konsumen (S7,S9,T1)	Meningkatn SDM tentang pariwisata (W3,W6,W7,T1,T2,T3)
	Mempertahankan keunikan SDA yang dimiliki objek wisata karena persaingan antar objek wisata. (S1,S2,S4,S8,T1,T3,T6,T7)	Menciptakan berbagai ciri atraksi wisata yang menarik pengunjung (W1,W3,T1,T4,T5)
	Meningkatan pelestarian lingkungan bagi pengunjung dan pengelola. (S1,S8,T6,T7)	

Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella

Berdasarkan proses indentifikasi ternyata alternatif strategi yang dihasilkan pada analisis SWOT dikelompokkan menjadi 4 strategi yaitu : Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT. Pada Strategi ST dimana pengembangan potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh objek wisata guna meningkatkan daya saing pada objek wisata antar sejenis, mengembangkan SDA Pantai Lubang Buaya membutuhkan kerja sama dengan pemerintahan Negeri, serta melakukan kerja sama untuk mempromosikan produk wisata yang dimiliki objek Wisata Pantai Lubang Buaya. Untuk Strategi WO meningkatkan kesadaran pengunjung baik dari segi kenyamanan dan keamanan serta dapat melestarikan lingkungan dan budaya dengan bantuan pemerintah sekitar. Meningkatkan sarana dan prasarana serta infrastruktur menuju objek wisata. Karena sampai saat ini transportasi umum menuju objek wisata belum ada. Kemudian dapat Meningkatkan event culture budaya untuk menarik minat pengunjung yang datang. Seperti adat pukul menyapu pada lebaran 7 hari.

Untuk Strategi ST yaitu meningkatkan mutu pelayanan untuk kepuasan konsumen atau pengunjung yang datang pada Pantai Lubang Buaya. Serta mempertahankan keunikan yang dimiliki objek wisata dimana keunikan Pantai Lubang Buaya pada satu contoh yaitu Pantai ini memiliki Objek wisata bawah laut dengan terumbu karang yang masih alami, serta air laut yang berwarna hijau toska dan pantai berupa teluk yang dikelilingi oleh gunung serta pepohonan, hal ini mengakibatkan udara pada pantai ini sangat sejuk untuk dinikmati. Kemudian dapat meningkatkan pelestarian lingkungan bagi pengunjung serta tim pengelola. Kemudian yang terakhir yaitu Strategi WO dimana meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) tentang pariwisata terlebih khususnya pada Tim pengelola, dan menciptakan berbagai cara atraksi wisata yang dapat menarik pengunjung.

Analisis Hierarchy Process

Identifikasi Hirarki Kriteria

Berdasarkan identifikasi data yang telah dilakukan dari hasil analisis SWOT kemudian disusun menjadi sebuah struktur hirarki AHP. Dimana identifikasi AHP pada analisis data untuk penelitian ini hanya sampai pada kriteria untuk mencari bobot tertinggi dari pada strategi-strategi yang telah dihasilkan oleh analisis SWOT (tidak sampai pada Alternatif). Dimana level pertama merupakan tujuan dari pemecahan masalah pengambilan keputusan dalam penelitian ini yaitu pemilihan Spot Wisata pada pengembangan Objek Wisata Pantai Lubang Buaya. Level kedua Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT. Dan sub kriteria pada masing-masing strategi yaitu :

1. Sub Kriteria Strategi SO yaitu :
 - S1,S2,S4,S7,S8,S9,O1,O6,O7,O8
 - S1,S2,S3,S4,S5,S7,S8,S9,O2,O3,O4,O5,O8
2. Sub Kriteria Strategi WO yaitu :
 - W4,W5,W7,W8,W9,O3,O4,O7,O8
 - W2,W4,W5,W6,W7,W9,O3,O4,O8
 - W1,W3,W7,O3,O5,O8
3. Sub Kriteria strategi ST yaitu :
 - S7,S9,T1
 - S1,S2,S4,S8,T1,T3,T6,T7
 - S1,S8,T6,T7

4. Sub Kriteria Strategi WT yaitu :
- W3,W6,W7,T1,T2,T3
 - W1,W3,T1,T4,T5



Hierarchy Kriteria

Perhitungan Jumlah Perbandingan Keputusan Pengembangan Objek Wisata Pantai Lubang Buaya

➤ **Perhitungan secara Manual**

Perhitungan secara manual dilakukan di mulai dari membuat struktur hirarki dan selanjutnya membuat matriks perbandingan berpasangan berdasarkan Kriteria yang di tentukan yaitu : strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT.

➤ **Perhitungan Jumlah perbandingan Kriteria pengembangan objek wisata**

Matriks Jumlah perbandingan kriteria pengembangan objek wisata

Kriteria	Strategi SO	Strategi WO	Startegi ST	Strategi WT
Strategi SO	1	3/2	4/5	1
Strategi WO	2/3	1	4/5	4/5
Startegi ST	5/4	5/4	1	5/4
Strategi WT	1	5/4	4/5	1
JUMLAH KOLOM	47/12	20/4	17/5	81/20

Dari hasil matriks jumlah perbandingan kriteria pengembangan objek wisata dapat dilihat rata-rata dari setiap Kriteria dan hasil jumlah kolom akan digunakan untuk menghitung bobot dari setiap Kriteria.

Matriks Bobot Prioritas Kriteria Pengembangan Objek Wisata

Kriteria	Strategi SO	Strategi WO	Startegi ST	Strategi WT	Jumlah Baris	Prioritas (Bobot)
Strategi SO	12/47	6/20	4/17	20/81	1,037526847	0,259381712
Strategi WO	8/47	4/20	4/17	16/81	0,803037748	0,200759437
Startegi ST	15/47	5/20	5/17	25/81	1,171908559	0,29297714
Strategi WT	12/47	5/20	4/17	20/81	0,987526847	0,246881712
Jumlah Kolom	1	1	1	1	4	1

Dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa prioritas (bobot) yang terbesar dimulai dari yang terbesar. Strategi ST 0,29297714, kedua Strategi SO 0,259381712, ketiga yaitu strategi WT 0,246881712 dan yang terakhir yaitu strategu WO 0,200759437. Kemudian bobot yang didapat harus diuji konsistensinya jika hasil tersebut atau CR lebih kecil dari 10 % (<10%). Perhitungan selanjutnya yaitu mencari maksimum yang di peroleh sebagai berikut.

Hasil Perhitungan untuk mencari Maksimum

Kriteria	Strategi SO	Strategi WO	Strategi ST	Strategi WT	Eugenvalue
		0,259381712	0,200759437	0,29297714	
Strategi SO	0,259381712	0,301139155	0,23438171	0,24688171	1,041784291
Strategi WO	0,172921141	0,200759437	0,23438171	0,19750537	0,805567659
Strategi ST	0,32422714	0,250949296	0,29297714	0,30860214	1,176755715
Strategi WT	0,259381712	0,250949296	0,23438171	0,24688171	0,991594431

Dari tabel diatas nilai maksimum didapat dari nilai *eugenvalue* di bagi dengan prioritas kriteria Pengembangan Objek Wisata sebagai berikut .

Max Kriteria

Eugenvalue	bobot	Hasil
1,041784291	0,259381712	4,016413816
0,805567659	0,200759437	4,012601706
1,176755715	0,29297714	4,016544487
0,991594431	0,246881712	4,016475844
Rata-rata		4,015508963

Rat -rata max = 4,015508963

Perhitungan dilanjutkan dengan menghitung indeks konsistensi (CI). Karena memiliki 4 ordo maka nilai CI adalah :

$$CI = \frac{\lambda_{maksimum} - n}{n - 1}$$

$$CI = (4,015508963 - 4) / (4-1)$$

$$CI = 0,01550896 / 3 = 0,0051697$$

untuk n= 3 dan RI= 0.90 (table Indeks Random Konsistensi), maka :

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,0051697}{0,90} = 0,00574406$$

Hasil perhitungan tersebut tidak dapat diterima karena $CR < 10\% = 0,00574406 < 0.1$ adalah **konstisten**.

Hasil Pengambilan Keputusan

Dari hasil perhitungan manual dilakukan pada responden yang menggunakan alternative pengembangan objek wisata pantai Lubang Buaya. Pada strategi SO, WO, ST dan WT. Maka hasil pengambilan keputusan Pengembangan Objek Wisata Pantai Lubang Buaya dengan Prioritas tertinggi yaitu dapat dilihat pada gambar dibawah ini

Kriteria pengembangan objek wisata pantai Lubang Buaya yang paling penting

Kriteria	Nilai Bobot
Strategi SO	0,259381712
Strategi WO	0,200759437
Strategi ST	0,29297714
Strategi WT	0,246881712

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa strategi dengan Bobot prioritas tertinggi adalah Strategi ST dengan nilai bobot yaitu 0,29297714.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari permasalahan penelitian mengenai strategi pengembangan objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis Matriks Internal-Eksternal dan Matriks SWOT (*strength, weaknesses, opportunity, threats*) maka mendapat 4 strategi yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT.
2. Hasil dari analisis SWOT kemudian dianalisis lagi pada metode AHP dan hasil yang didapatkan dari analisis Metode AHP yaitu mendapatkan empat kriteria dari hasil analisis SWOT yaitu strategi SO, strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT. Kemudian hasil akhir yang didapat dari analisis AHP yaitu dengan strategi unggulan yaitu strategi ST dengan bobot yaitu 0,29297714.
3. Untuk pengembangan objek wisata Pantai Lubang Buaya Negeri Morella dengan menggunakan strategi ST dengan alternatif pengembangan sebagai berikut :
 - a. Identifikasi Potensi Pariwisata yang dimiliki
 - b. Mengembangkan dan meningkatkan Potensi Pariwisata.
 - c. Mengembangkan Saran dan Prasarana Pariwisata
 - d. Meningkatkan kualitas SDM
 - e. Meningkatkan Kesejahteraan masyarakat
 - f. Peningkatan frekuensi promosi
 - g. Peningkatan kerja sama dengan pemerintah

Saran

Hasil penelitian ini, maka penulis mengajukan saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan objek wisata pantai lubang buaya antara lain :

1. Bagi pengelola objek wisata Pantai Lubang Buaya agar kedepannya objek wisata ini semakin maju dan berkembang maka strategi yang harus dipakai untuk mengembangkan wisata tersebut yaitu strategi ST dengan alternatif yaitu strategi Pengembangan Produk wisata.
2. Penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan skripsi ini untuk dapat mencari faktor-faktor strategi lainnya yang belum bisa dijelaskan.
3. Pengambilan kuesioner disesuaikan dengan tingkat responden yang diambil sehingga hasil survey sesuai dengan keinginan peneliti.
4. Penelitian lanjutan lainnya juga dapat melakukan penelitian yang berkaitan dengan skripsi ini dengan meninjau responden pada kota-kota lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angkotta L. O, 2009. Strategi Pengembangan Objek wisata Pantai Namallatu Negeri Latuhalat dengan menggunakan metode SWOT dan BCG. Skripsi Universitas Pattimura Ambon, tidak dipublikasikan.
- Akao, 1990, Urban Hauser, 1993. metodologi untuk menterjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- Agnes Yuliasari W, 2005. Dalam Penulisannya yang berjudul Prioritas Pengembangan Objek-objek wisata Air di Kawasan Paning Kabupaten Semarang
- David, 2002:50. Penetrasi pasar yaitu usaha peningkatan pasar atau *market share* suatu produk dan jasa.
- Ghozali, 2005. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu akan diukur oleh kuesioner.
- Guilford, 1987 dalam Supranto 1997:239. Sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden)
- Joko Santoso, 2009. Penulisannya yang berjudul potensi dan pengembangan Objek Wisata pantai Klayar di Kabupaten Pacitan.
- Leiper Cooper et.al 1998:5. Terdapat tiga elemen utama yang menjadikan kegiatan tersebut bisa terjadi. Kegiatan wisata terdiri atas beberapa komponen utama.
- Millar Iwan Nugroho, 2011 :121. isu konservasi yang berkaitan dengan ekowisata
- Moh.Nazir, 1988. Survey sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki
- Pendit 1994. Pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat
- Pearce/Robinson 2008. Kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relative lebih unggul

- Pearce/Robinson 2008. Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan
- Revelle. Et al, 1995. Penyebaran fungsi-fungsi yang terkait dengan pengembangan produk dan pelayanan dengan mutu yang memenuhi kepuasan konsumen
- Richard A. deFretes, 2013. Penulisannya berjudul Strategi Perencanaan dan pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus Pada Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon).
- Saaty, 1994. Pengambilan keputusan dalam metodologi AHP didasarkan atas tiga prinsip dasar
- Selvia Maryam, 2011. Penulisannya dengan judul pendekatan SWOT dalam pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal.
- Sumarni, 2006, p69 Populasi merupakan keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (*finite*) maupun tidak terbatas (*infinite*)
- Sumarni, 2006, p70 Sampel adalah bagian yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi
- Tifa Tomasiwa.blogspot.co.id, 2011. Pemerintah adat Negeri Morella.html
- Yoeti, 1996. Et al, 1996. Industri pariwisata adalah jasa-jasa yang dibutuhkan wisatawan semenjak ia berangkat meninggalkan kediamannya.

