

Mengoptimalkan Potensi Pariwisata di Pantai Pasir Putih Manokwari: Sebuah Analisis SWOT untuk Perencanaan Pengembangan

Vanessa Clarence¹, Ridwan Abdillah², Syarifah Najmah Khairiyah³, Agoes Dariyo⁴

¹²³⁴Universitas Tarumanagara

Corresponding Author: Agoes Dariyo, agoesd@fpsi.untar.ac.id

Published: July, 2025

ABSTRAK

Sebagai salah satu daya tarik wisata terbaik di Manokwari, Pantai Pasir Putih memiliki beberapa keunggulan seperti aksesibilitas yang baik, pantai dengan pasir putih dan lembut, status kepemilikan lahan yang sudah jelas yakni dimiliki oleh Pemerintah daerah dan paling banyak dikunjungi. Akan tetapi pengelolaan seperti luput dari perhatian pemerintah, tidak jelas apakah dikelola oleh pemerintah atau oleh masyarakat, tidak ada pos keamanan, pagar sudah rusak, petugas parkir tidak jelas, loket kasir juga tidak jelas, sering orang mabuk disekitar lokasi wisata, banyak sampah bertebaran, dan sedikit sekali wahana yang ditawarkan kepada pengunjung wisata. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan objek wisata Pantai Pasir Putih, kabupaten Manokwari. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap Masyarakat, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga, Kepala Distrik, Kepala Kampung, dan Pengunjung wisata. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (Strengths/ kekuatan, Weakness/ kelemahan, Opportunities/ peluang, dan Threats/Ancaman). Hasil penelitian menemukan kombinasi strategi SO yang bersifat Stable growth strategy, adalah strategi mempertahankan pertumbuhan yang ada. Rumusan strategi pengembangan adalah: 1). Membangun infrastruktur wisata yang representatif, 2). Menjaga kebersihan dan kualitas pasir tetap menarik. 3). Melakukan Promosi untuk meningkatkan minat berwisata. 4). Menambah wahana wisata. 5). Mengupayakan penambahan armada angkutan umum.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan Wisata, Pantai Pasir Putih.

ABSTRACT

As one of the best tourist attractions in Manokwari, Pasir Putih beach has some advantages such as very good access to locations, white and soft sand, clear land ownership status which belongs to the local government and gets the most visits. However, in its development, the white sand beach has not been managed and developed properly, this can be seen from the absence of cashier counters, security posts, there are still many drunk people, garbage are still scattered and various other conditions. This study aims to formulate a strategy for developing a tourist attraction at Pasir Putih Beach, Manokwari Regency. The data collection techniques used were observation, interview, and documentation. The analysis technique used is SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). The results of the study found that a combination of SO strategies, which is Stable growth strategy, is a strategy to maintain existing growth. The formulation of the development strategies are: 1). Build a representative tourism infrastructure, 2). Maintain the cleanliness and quality of the beach to keep it attractive. 3). Conduct promotions to increase interest in traveling. 4). Add rides for tours. 5). Strive to increase the fleet of public transport.

Key words: strategy, Tourism development, Pasir Putih beach

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Indonesia, dengan ribuan pulau, diberkahi keindahan alam menakjubkan dari pesisir hingga pegunungan, diperkaya oleh keragaman budaya dan suku bangsa. Kombinasi ini membentuk potensi besar bagi pertumbuhan industri pariwisata serta perekonomian nasional di masa depan. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata telah menunjukkan kontribusi signifikan terhadap Produk

Domestik Bruto (PDB) dan berperan vital dalam penciptaan lapangan kerja. Dari tahun 2013 hingga 2019, kontribusi pariwisata terhadap ekonomi nasional konsisten meningkat, mencapai 4,8% PDB pada tahun 2019—naik 0,30 poin dari tahun sebelumnya. Sektor ini juga menjadi andalan devisa negara, dengan sumbangan lebih dari USD19,2 miliar pada akhir tahun 2018 (Ananda, 2020). Mengingat prospek cerah dan kontribusi besarnya, pengembangan pariwisata harus didasarkan pada perencanaan yang akurat. Murphy (dalam Yoeti 2005:52) menyatakan bahwa perencanaan pariwisata bertujuan menghasilkan dampak ekonomi positif bagi pemerintah dan mendorong pertumbuhan perdagangan bagi pelaku usaha di destinasi.

Pengembangan pariwisata selalu diwarnai oleh adanya faktor pendukung dan penghambat. Setianingsih (dalam Mallu et al., 2018) mengemukakan bahwa suatu lokasi hanya dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya memungkinkannya diubah menjadi atraksi wisata. Pradikta (dalam Tapatfeto et al., 2018) menambahkan tiga modal utama penarik wisatawan: potensi alam, kebudayaan, dan sumber daya manusia.

Pemerintah menghadapi berbagai tantangan dalam memajukan sektor ini, termasuk pengaturan dan pengendalian tata ruang. Oleh karena itu, pembenahan konektivitas antar wilayah melalui perbaikan infrastruktur seperti terminal, bandara, landasan pacu, dan dermaga pelabuhan menjadi sangat penting (Kementerian PUPR 2020). Presiden Jokowi menekankan perlunya pengembangan pariwisata yang didukung oleh SDM berkualitas. Pelatihan berkelanjutan bagi karyawan hotel, pedagang, dan masyarakat lokal esensial untuk meningkatkan kualitas pelayanan wisatawan. Selain itu, pengembangan infrastruktur pasar, pasar seni, dan sektor budaya juga krusial. Peran Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) diharapkan dapat memberikan sentuhan pada desain busana dan kostum untuk mendukung program seni dan budaya. Promosi besar-besaran destinasi wisata baru juga perlu dilakukan agar masyarakat dapat merasakan manfaat dari pengembangannya (Sulistiyono, 2019; Fakhri, 2019).

Berbagai penelitian terdahulu mengidentifikasi sejumlah kendala dalam pengembangan pariwisata di Indonesia. Nandi (2008) dan Parma (2018) secara spesifik menunjuk pada keterbatasan sarana prasarana, anggaran terbatas, kurangnya SDM pariwisata yang memadai, minimnya koordinasi antara pemerintah dan pemangku kepentingan, serta promosi yang belum efektif.

Senada dengan itu, Tapatfeto et al. (2018) menyoroti faktor penghambat seperti partisipasi masyarakat yang rendah, kurangnya prioritas pembangunan pariwisata oleh pemerintah kabupaten, keterbatasan kuantitas dan spesialisasi SDM di dinas terkait, minimnya kerja sama dengan investor, tidak adanya sistem promosi yang menarik, serta keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang di dinas maupun objek wisata. Studi Lahengko (2016) tentang prospek dan kendala pariwisata di Papua Barat juga menemukan masalah serupa, yakni pembangunan infrastruktur dan aksesibilitas yang lamban, kualitas SDM pariwisata yang kurang, serta ketidaksinergian perencanaan antara pemerintah provinsi dan kabupaten/kota. Meski demikian, kontribusi sektor pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja tetap diakui signifikan.

Wibowo (2009) menekankan bahwa pariwisata yang menimbulkan dampak negatif seringkali berasal dari pengembangan yang tidak didasari perencanaan atau kajian matang, melainkan hanya apresiasi spontan. Produk wisata yang kurang menarik tidak akan berhasil di pasar. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata secara spontan harus dihindari, dan perencanaan yang cermat serta tepat sasaran mutlak diperlukan. Sinergi dan keterpaduan antara masyarakat, berbagai sektor pemerintah, media massa, dan usaha pariwisata juga krusial dalam penyelenggaraan pembangunan kepariwisataan.

Kabupaten Manokwari, seperti daerah lain di Tanah Papua, memiliki potensi alam dan budaya unik. Namun, pengembangannya menghadapi tantangan serupa dengan isu-isu yang telah diidentifikasi oleh peneliti dan pimpinan negara sebelumnya.

Meskipun fasilitas kepariwisataan, seperti area parkir, gedung pertunjukan, mini kafe, dan kios, telah dibangun bertahap oleh Pemerintah Kabupaten Manokwari (Dinas Pariwisata Pemuda dan

Olahraga Kabupaten Manokwari, 2021), pengelolaan objek wisata ini tampaknya luput dari perhatian pemerintah. Sebagai contoh, pengelolaan Pantai Pasir Putih selama ini tidak terorganisir dengan baik. Hal ini terlihat dari ketiadaan pos keamanan, ketidakjelasan petugas parkir dan loket kasir, seringnya ditemukan individu mabuk di lokasi, banyaknya sampah berserakan, serta minimnya wahana yang ditawarkan.

Agar potensi wisata ini dapat berkembang menjadi destinasi yang memberikan nilai amenities bagi pengunjung, berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, dan menjadi sumber pendapatan daerah, penelitian dan kajian mendalam sangat dibutuhkan. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) krusial untuk merumuskan strategi pengembangan yang efektif, mencakup empat aspek penting: objek wisata, sarana-prasarana, pengelolaan, dan aspek masyarakat (Unga, 2011).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk melaksanakan analisis SWOT komprehensif terhadap pengembangan objek wisata Pantai Pasir Putih Manokwari. Tujuannya adalah merumuskan strategi pengembangan yang optimal dan berkelanjutan. Harapannya, temuan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi konkret bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan pengelolaan, sarana-prasarana, serta peran serta masyarakat, demi mewujudkan potensi Pantai Pasir Putih sebagai destinasi wisata unggulan yang berdampak positif bagi kesejahteraan lokal.

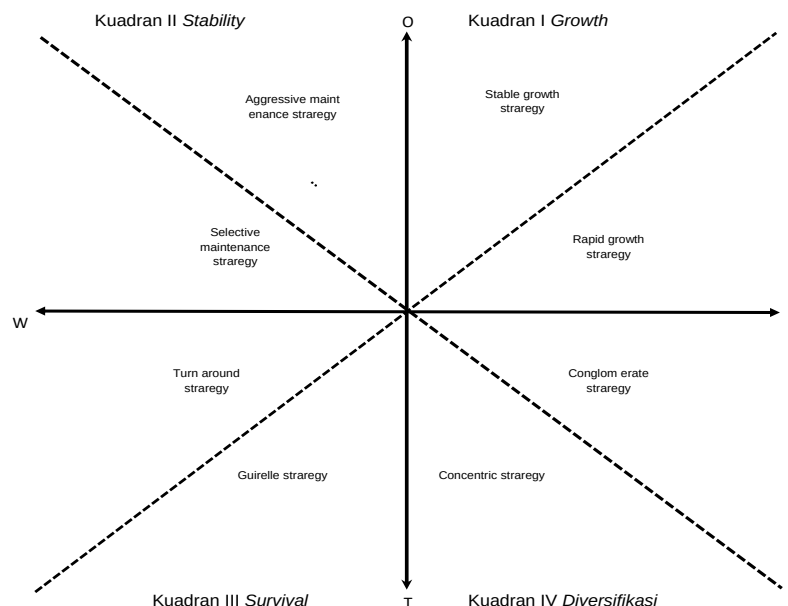
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan memahami fenomena secara menyeluruh dengan menjelaskan segala sesuatu yang ditemukan di lapangan secara empiris (Kuncoro, 2003). Lokasi penelitian adalah Objek Wisata Pantai Pasir Putih di Manokwari.

Data dikumpulkan dari data primer (observasi, wawancara, dokumentasi dengan dinas pariwisata, kepala distrik, lurah, tokoh masyarakat, masyarakat, dan pengunjung) serta data sekunder (Badan Pusat Statistik, dinas terkait, kantor distrik, dan kepala kampung). Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi (Sugiyono, 2013).

Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis kualitatif ini diterapkan pada aspek atraksi wisata, sarana dan prasarana pendukung, pengelolaan, serta kondisi masyarakat, yang merupakan bagian esensial dari pengembangan wilayah pariwisata. Analisis SWOT mengkaji faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) serta faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) untuk merumuskan strategi pencapaian tujuan (Zaenuri, 2012), (Rangkuti, 2006). Proses ini melibatkan pembobotan dan rating faktor-faktor strategis dominan melalui analisis lingkungan internal (IFAS) dan eksternal (EFAS). Pemetaan posisi pariwisata dilakukan untuk memahami kondisi perkembangan objek wisata saat ini, yang didasarkan pada sifat positif (kekuatan dan peluang) dan negatif (kelemahan dan ancaman) dari faktor-faktor strategis. Diagram posisi perkembangan pariwisata, berdasarkan kuadran garis vektor SW dan OT, akan memandu perumusan strategi utama yang relevan untuk pengembangan objek wisata dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 1. Analisis SWOT (Model Posisi Perkembangan)



Sumber : Yoeti dalam (Unga, 2011)

Rumusan strategi untuk setiap kuadran dalam analisis SWOT, khususnya yang diadaptasi dan diadopsi untuk konteks pariwisata dari penggunaannya di perusahaan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kuadran I: Pertumbuhan (Growth)

Strategi pertumbuhan bertujuan mencapai peningkatan dalam penjualan, aset, atau profit. Dalam pariwisata, ini berarti meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (frekuensi dan asal), aset (objek, daya tarik, prasarana, sarana pendukung), dan pendapatan (retribusi masuk, pengeluaran wisatawan). Strategi pertumbuhan terbagi menjadi dua jenis:

1. Strategi Pertumbuhan Cepat (*Rapid Growth Strategy*): Berfokus pada peningkatan laju pertumbuhan dan kualitas yang menjadi faktor kekuatan untuk memaksimalkan pemanfaatan semua peluang yang ada.
2. Strategi Pertumbuhan Stabil (*Stable Growth Strategy*): Bertujuan untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan yang sudah ada.

Kuadran II: Stabilitas (Stability)

Strategi stabilitas merupakan konsolidasi untuk mengurangi kelemahan dan mempertahankan pangsa pasar yang telah dicapai. Stabilitas ini diarahkan untuk mempertahankan kondisi yang ada dengan berupaya memanfaatkan peluang dan memperbaiki kelemahan. Ada dua jenis strategi stabilitas:

1. Strategi Perbaikan Agresif (*Aggressive Maintenance Strategy*): Konsolidasi internal dengan melakukan perbaikan menyeluruh di berbagai bidang. Ini berarti memperbaiki faktor-faktor kelemahan untuk memaksimalkan pemanfaatan peluang.
2. Strategi Perbaikan Pilihan (*Selective Maintenance Strategy*): Konsolidasi internal yang lebih terfokus pada perbaikan kelemahan spesifik untuk memaksimalkan pemanfaatan peluang.

Kuadran III: Bertahan (*Survival*)

Strategi ini berfokus pada upaya untuk bertahan di tengah kondisi yang kurang menguntungkan:

1. Strategi Memutar Balik (*Turn Around Strategy*): Bertujuan membalikkan kecenderungan negatif yang sedang terjadi, seringkali terkait langsung dengan aspek pengelolaan.
2. Strategi Mengubah Fungsi (*Guerrilla Strategy*): Melibatkan perubahan fungsi yang dimiliki dengan fungsi lain yang sama sekali berbeda, sebagai upaya adaptasi.

Kuadran IV: Diversifikasi

Strategi penganeekaragaman bertujuan untuk membuat keanekaragaman pada objek dan daya tarik wisata serta mendapatkan dana investasi dari pihak luar. Strategi ini dibagi menjadi dua:

1. Diversifikasi Konsentris (*Diversification Concentric Strategy*): Diversifikasi objek dan daya tarik wisata untuk meminimalkan ancaman yang ada.
2. Diversifikasi Konglomerat (*Diversification Conglomerate Strategy*): Melibatkan masuknya investor untuk mendanai diversifikasi dengan pertimbangan laba.

Implementasi Strategi dan Matriks SWOT

Empat strategi utama yang dihasilkan dari analisis SWOT dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*): Memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk merebut dan memaksimalkan peluang eksternal.
2. Strategi ST (*Strengths-Threats*): Menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk mengatasi ancaman eksternal.
3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*): Diterapkan dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada sambil meminimalkan kelemahan internal.
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*): Didasarkan pada kegiatan defensif untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Matriks SWOT adalah alat yang menginteraksikan faktor strategis internal dan eksternal. Matriks ini secara jelas menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Oleh karena itu, matriks SWOT menyajikan berbagai alternatif strategi yang dapat diimplementasikan berdasarkan hasil analisis SWOT. Hasil interaksi faktor-faktor strategis internal dan eksternal ini menghasilkan setidaknya empat alternatif strategi utama (SO, WO, ST, WT). Model matriks analisis SWOT dapat divisualisasikan lebih lanjut pada Tabel 2.

Tabel 1. Model Matriks Analisis SWOT

INTERNAL	EXTERNAL		
	<i>Identification of factors</i>	Opportunities (O)	Threats (T)
		Tentukan Faktor Peluang	Tentukan Faktor Ancaman
	Strength (S)	S vs O	S vs T
	Tentukan Faktor Kekuatan	Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang	Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman
	Weakness (W)	W vs O	W vs T
	Tentukan Faktor Kelemahan	Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang	Strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

HASIL

Karakteristik dan Keunggulan Pantai Pasir Putih

Pantai Pasir Putih, yang juga dikenal dengan nama lokal Yen Bebay dalam bahasa Doreri, merupakan objek wisata alam paling sering dikunjungi oleh warga Manokwari maupun wisatawan dari luar kota,

khususnya saat hari libur. Lokasinya yang strategis menjadikannya destinasi wisata unggulan di Manokwari, ibu kota Provinsi Papua Barat.

Keunggulan komparatif Pantai Pasir Putih dibandingkan tempat wisata lain meliputi status tanahnya yang jelas sebagai aset Pemerintah Kabupaten Manokwari. Lokasinya tidak jauh dari pusat kota, sekitar 5.5 km, dan terletak di pinggir jalan lingkaran utama menuju Amban, sehingga mudah diakses dengan kendaraan roda dua maupun empat dalam waktu tempuh sekitar 10 menit.

Sesuai namanya, Pantai Pasir Putih memiliki pasir kuarsa putih yang bersih, air jernih, dan panorama Pulau Mansinam di latar belakang, menjadikannya sangat ideal dan aman untuk berbagai kegiatan rekreasi, berenang, menyelam, serta olahraga air lainnya. Berbagai fasilitas kepariwisataan seperti area parkir roda dua dan empat, gedung pertunjukan, mini kafe, dan kios-kios berjualan juga telah dibangun secara bertahap oleh Pemerintah Kabupaten Manokwari di objek wisata ini. Meskipun terdaftar sebagai objek wisata pemerintah daerah, pengelolaannya melibatkan warga sekitar yang sangat antusias. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan parkir, warung makanan, dan perawatan kebersihan pantai menghasilkan keuntungan bagi mereka, dan ini berkontribusi pada kondisi pantai yang terawat, rapi, dan relatif bersih.

Selain keindahan pantainya, objek wisata ini menawarkan keunikan berupa mata air tawar yang terhubung langsung dengan laut di ujung timur pantai. Area ini dihiasi batu karang besar yang menarik untuk berfoto, dan menciptakan fenomena unik di mana pengunjung dapat berenang di laut dengan sensasi air tawar.

Akses transportasi menuju lokasi juga sangat mudah, dengan tersedianya transportasi umum (taksi/angkutan kota) dari terminal Manokwari yang melintasi kawasan Pantai Pasir Putih hingga Kampung Abasi. Jasa ojek juga tersedia di sekitar area wisata. Dalam rencana kerja Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Manokwari, Program Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Pantai Pasir Putih menjadi prioritas utama. Hal ini sejalan dengan kejelasan status tanahnya, sehingga upaya pembenahan secara bertahap dan berkesinambungan akan terus dilakukan untuk menjadikan Pantai Pasir Putih sebagai ODTW yang representatif bagi Kota Manokwari sebagai ibu kota Provinsi Papua Barat.

Analisis Strategi Pengembangan Tempat Wisata Pantai Pasir Putih

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan sebagai alat untuk menentukan strategi pengembangan kawasan wisata Pantai Pasir Putih. Metode ini menghasilkan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta kendala yang harus dihadapi dalam proses perencanaan.

Penting bagi perencana untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan melalui analisis SWOT guna **mengurangi kelemahan sekaligus memaksimalkan keuntungan**. Demikian pula, jika tantangan atau ancaman dapat diminimalisir, maka peluang dan kesempatan yang ada dapat dimaksimalkan.

Identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam upaya pengembangan pariwisata di Pantai Pasir Putih akan dijelaskan lebih lanjut.

Analisis Strategi Pengembangan Tempat Wisata Pantai Pasir Putih

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat krusial untuk menentukan strategi pengembangan kawasan wisata Pantai Pasir Putih. Metode ini menyediakan gambaran komprehensif tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta kendala yang harus dihadapi dalam proses perencanaan.

Penting bagi perencana untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan melalui analisis SWOT agar dapat mengurangi kelemahan sekaligus memaksimalkan keuntungan. Demikian pula, apabila tantangan

atau ancaman yang dihadapi mampu diminimalisir, maka peluang dan kesempatan yang ada dapat dimaksimalkan secara optimal.

Identifikasi faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) serta faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) yang dihadapi dalam upaya pengembangan pariwisata di Pantai Pasir Putih adalah sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a. Kekuatan (Strengths):

- 1) Status kepemilikan tanah oleh Pemerintah Kabupaten Manokwari.
- 2) Memiliki pasir berwarna putih dan halus.
- 3) Memiliki air yang jernih.
- 4) Telah tersedia beberapa fasilitas fisik kepariwisataan.
- 5) Pengelolaan yang melibatkan masyarakat lokal.
Pemandangan yang unik

b. Kelemahan (Weaknesses):

- 1) Kualitas SDM pengelola yang masih rendah.
- 2) Ketidakjelasan pos atau loket masuk.
- 3) Adanya masyarakat yang mabuk di lokasi wisata.
- 4) Kurangnya kepedulian pemerintah dalam pengelolaan.
- 5) Sistem drainase yang buruk.
- 6) Tidak adanya Pos Keamanan terdekat.

2. Faktor Eksternal

a. Peluang (Opportunities):

- 1) Pantai Pasir Putih menjadi prioritas utama pengembangan wisata di Manokwari.
- 2) Adanya regulasi pemerintah pusat yang sangat fokus pada pariwisata.
- 3) Tingginya minat berwisata dari masyarakat.
- 4) Lokasi tidak jauh dari pusat kota.
- 5) Berada pada jalan poros lingkar Amban.
- 6) Mudah dijangkau dengan kendaraan roda 2 dan roda 4.

b. Ancaman (Threats):

- 1) Adanya pengunjung yang merasa kurang aman di lokasi wisata.
- 2) Rendahnya kepedulian masyarakat akan lingkungan sekitar.
- 3) Terdapat destinasi wisata lain tidak jauh dari Pantai Pasir Putih.
- 4) Sampah yang terkadang terbawa arus dari Teluk Doreri.
- 5) Infrastruktur jalan yang sempit.

Setelah melakukan identifikasi kondisi internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan perhitungan bobot faktor internal dan eksternal guna mengetahui letak kuadran strategis pengembangan yang dianggap mendesak untuk dilakukan. Perhitungan bobot faktor tersebut dilakukan dengan membuat tabulasi score IFAS – EFAS (*Internal – Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*). Berikut adalah perhitungan bobot faktor internal dan eksternal yang tertuang dalam tabel analisis IFAS dan EFAS yang diperlihatkan pada Tabel berikut.

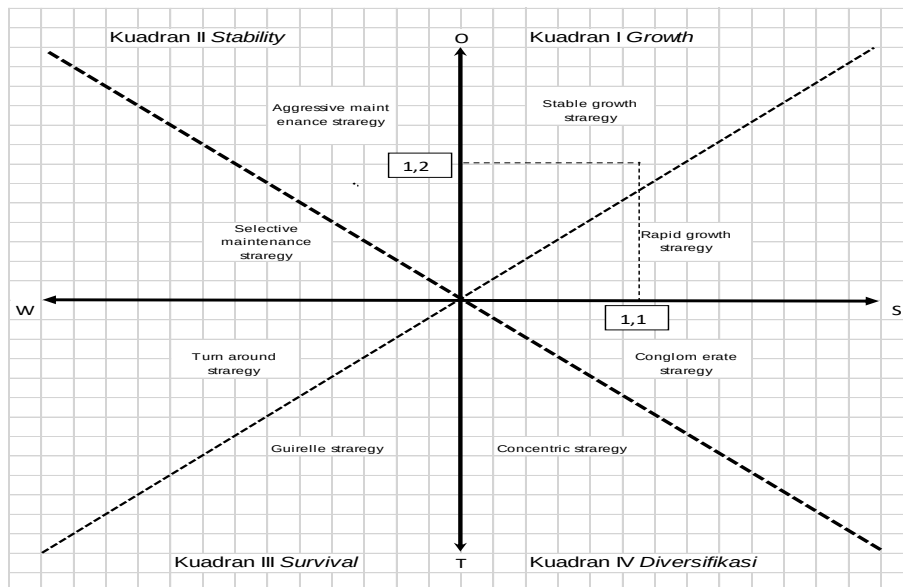
Tabel 2 Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS) dan Strategis External (EFAS)

No	Kekuatan (S)	BOBOT	RATING	SCORE
1	Status tanah jelas yakni milik Pemda Manokwari	0,2	2	0,4
2	Memiliki pasir Putih yang idah	0,2	4	0,8
3	Air Laut jernih	0,2	4	0,8
4	Pemandangan unik	0,1	3	0,3
5	terdapat beberapa fasilitas pendukung kepariwisataan	0,1	3	0,3
6	masyarakat lokal teribat dalam pengelolaan	0,2	4	0,8
Jumlah Bobot		1		3,4
No	Kelemahan (W)			
1	SDM pengelola yang masih rendah	0,2	3	0,6
2	Tidak ada pos jaga dan loket masuk	0,2	2	0,4
3	Kurang terjaminnya keamanan karena masih ada masyarakat yang mabuk di lokasi wisata	0,2	2	0,4
4	Kurangnya kepedulian pemerintah dalam pengelolaan	0,1	2	0,2
5	Buruknya Drainase disepanjang lokasi wisata	0,2	2	0,4
6	Jauh dari pos keamanan	0,1	2	0,2
Jumlah Bobot		1		2,2
Nilai Score Kekuatan - Kelemahan "IFAS = 3,4 - 2,2 = 1,2 "				

No	Peluang (O)	Bobot	Rating	Score
1	Menjadi prioritas utama pengembangan pariwisata di Manokwari	0,1	3	0,3
2	Pemerintah Pusat fokus terhadap pembangunan pariwisata	0,1	3	0,3
3	Animo wisata masyarakat tinggi	0,3	4	1,2
4	Berlokasi dekat dengan pusat kota	0,2	3	0,6
5	Berada pada jalan poros lingkaran Amban	0,1	3	0,3
6	Mudah dijangkau dengan Kendaraan roda 2 & 4	0,2	3	0,6
Jumlah Bobot		1		3,3
No	Ancaman (T)			
1	Masih ada Pengunjung yang merasa kurang aman dilokasi wisata	0,2	2	0,4
2	Rendahnya kepedulian Masyarakat Akan lingkungan sekitar	0,2	2	0,4
3	Terdapat objek wisata Pantai Bakaro dan beberapa destinasi wisata lain tidak jauh dari Pasir Putih	0,3	3	0,9
4	Sampah yang terkadang terbawa arus dari teluk Doreri	0,2	2	0,4
5	Infrastruktur jalan yang sempit	0,1	1	0,1
Jumlah Bobot		1		2,2
Nilai Score Kekuatan - Kelemahan "EFAS = 3,3 - 2,2 = 1,1				

Sumber: data olahan 202

Hasil perhitungan nilai bersih dari faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) kemudian akan digunakan dalam diagram kartesius, untuk menentukan letak kuadran strategi yang dianggap memiliki prioritas yang tinggi dan mendesak untuk segera dilaksanakan. Selanjutnya digunakanlah formula sumbu X dan Y, dimana sumbu X adalah EFAS dan hasil skoring (Tabel 3 dan Tabel 4), sebagaimana hasilnya diperlihatkan pada gambar berikut.



Gambar 2. Grafik Letak Kuadran Analisis SWOT
Sumber: data olahan 2022

Penentuan Strategi Pengembangan Kawasan Wisata

Diagram kartesius digunakan untuk mengidentifikasi kombinasi strategi paling mendesak berdasarkan interaksi antara faktor internal (IFAS = Kekuatan - Kelemahan) dan faktor eksternal (EFAS = Peluang - Ancaman). Area perpotongan antara nilai bersih faktor internal dan eksternal inilah yang menunjukkan wilayah strategis yang harus segera dikembangkan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Gambar 3, strategi paling mendesak untuk pengembangan kawasan pariwisata Pantai Pasir Putih berada di Kuadran I. Posisi ini, yang merepresentasikan hubungan antara peluang eksternal dan kekuatan internal (strategi pertumbuhan), menyiratkan fokus pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pembangunan sarana pariwisata. Lebih lanjut, strategi mendesak pada Kuadran I ini dikategorikan sebagai Strategi Pertumbuhan Stabil (Stable Growth Strategy), yang berarti upaya untuk mempertahankan pertumbuhan yang sudah ada agar tetap stabil dan tidak menurun.

Tabel 3 akan lebih lanjut menjelaskan strategi-strategi yang dapat diimplementasikan untuk pengembangan kawasan wisata Pantai Pasir Putih. Strategi-strategi ini tersusun dalam Matriks Analisis SWOT, sebuah matriks yang menginteraksikan faktor strategis internal dan eksternal, untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki.

Gambar diagram kartesius diatas berfungsi untuk menemukan kombinasi strategi yang paling mendesak antara faktor internal (IFAS = Kekuatan - Kelemahan) dan faktor eksternal (EFAS = Peluang-Ancaman)) yang paling berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata Pasir Putih. Wilayah yang menjadi perpotongan antara nilai bersih faktor internal dengan nilai bersih faktor internal adalah wilayah strategis yang harus segera dikembangkan. Berdasarkan hasil perhitungan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3 diatas, strategi yang mendesak untuk dilaksanakan dalam rangka pengembangan kawasan pariwisata Pasir Putih adalah terletak di kuadran I atau terletak antara peluang eksternal dan kekuatan internal (strategi pertumbuhan) yaitu strategi yang didesain untuk meningkatkan kunjungan wisata, pembangunan sarana pariwisata. Berdasarkan kuadran diatas, strategi mendesak pada kuadran I termasuk pada strategi Stable growth strategy (strategi pertumbuhan stabil), adalah strategi mempertahankan pertumbuhan yang ada (kenaikan yang stabil, jangan sampai turun).

Tabel 3 memperlihatkan strategi-strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan kawasan wisata Pasir Putih. Strategi-strategi tersebut tertuang dalam Matriks Analisis SWOT. Matriks SWOT adalah matriks yang menginteraksikan faktor strategis internal dan eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan. Berikut matriks SWOT:

Tabel 3 Matriks Analisis SWOT

FAKTOR INTERNAL					
Identifikasi Faktor-Faktor			Kekuatan (S)		Kelemahan (W)
		1	Status tanah jelas yakni milik Pemda Manokwari	1	SDM pengelola yang masih rendah
		2	Memiliki pasir Putih yang idah	2	Tidak ada pos jaga dam loket masuk
		3	Air Laut jernih	3	Kurang terjaminnya keamanan karena masih ada masyarakat yang mabuk di lokasi wisata
		4	Pemandangan unik	4	Kurangnya kepedulian pemerintah dalam pengelolaan
		5	terdapat beberapa fasilitas pendukung kepariwisataan	5	Buruknya Drainase disepanjang lokasi wisata
		6	masyarakat lokal teribat dalam pengelolaan	6	Jauh dari pos keamanan
		Peluang (O)	SO		WO
1	Menjadi prioritas utama pengembangan pariwisata di Manokwari	1	Membangun infrastruktur wisata yang lebih representatif	1	keterlibatan pemerintah dalam peningkatan kualitas SDM Pengelola
2	Pemerinah Pusat fokus terhadap pembangunan pariwisata	2	Menjaga kebersihan air laut dan kualitas pasir agar tetap menarik	2	Meningkatkan fungsi Pos Masuk
3	Animo wisata masyarakat tinggi	3	Meningkatkan Promosi	3	Membuka pos keamanan
4	Berlokasi dekat dengan pusat kota	4	Memperbanyak wahana wisata	4	Membangun infrastruktur pendukung
5	Berada pada jalan poros lingkaran	5	Mengupayakan peningkatan armada angkutan umum		
6	Mudah dijangkau dengan Kendaraan roda 2 & 4				
		Ancaman (T)	ST		WT
1	Masih ada Pengunjung yang merasa kurang aman dilokasi wisata	1	Meningkatkan image pasir putih sebagai tempat wisata yang aman	1	Menigatakan kesadaran masyarakat menjamin keamanan pengunjung
2	Rendahnya kepedulian Masyarakat Akan lingkungan sekitar	2	Meningkatkan peran masyarakat dalam menjaga lingkungan	2	Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam menjaga lingkungan wisata
3	Terdapat objek wisata Pantai Bakaro dan beberapa destinasi wisata lain tidak jauh dari Pasir Putih	3	Mepertahankan daya tarik dan menambah atraksi wisata	3	Meningkatkan peran pemerintah dalam pengembangan wisata pasir putih
4	Sampah yang terkadang terbawa arus dari teluk Dorei	4	Keterlibatan instansi lain untuk untuk menangi persolan sampah di laut		
5	Infrastruktur jalan yang sempit	5	Kerja sama dengan pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan lebar jalan		

Sumber: Hasil Penelitian

Rumusan Strategi Pengembangan Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan matriks analisis SWOT, dihasilkan empat jenis strategi utama: SO (Kekuatan-Peluang), WO (Kelemahan-Peluang), ST (Kekuatan-Ancaman), dan WT (Kelemahan-Ancaman). Berikut adalah detail dari masing-masing strategi:

1. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk memaksimalkan peluang eksternal yang ada. Langkah-langkah yang diusulkan meliputi:

- 1) Membangun infrastruktur wisata yang lebih representatif.
- 2) Menjaga kebersihan dan kualitas pasir agar tetap menarik.
- 3) Melakukan promosi untuk meningkatkan minat berwisata.
- 4) Menambah wahana wisata.
- 5) Mengupayakan penambahan armada angkutan umum.

2. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan internal sambil memanfaatkan peluang eksternal. Implementasinya mencakup:

- 1) Meningkatkan keterlibatan pemerintah dalam peningkatan kualitas SDM pengelola.
- 2) Meningkatkan fungsi pos masuk.
- 3) Membuka pos keamanan.
- 4) Membangun infrastruktur pendukung.

3. Strategi ST (Strength-Threats)

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal yang mungkin timbul. Tindakan yang direkomendasikan adalah:

- 1) Meningkatkan *image* Pantai Pasir Putih sebagai tempat wisata yang aman.
- 2) Meningkatkan peran masyarakat dalam menjaga lingkungan.
- 3) Mempertahankan daya tarik dan menambah atraksi wisata.
- 4) Melibatkan instansi lain untuk menangani persoalan sampah di laut.
- 5) Bekerja sama dengan pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan lebar jalan.

4. Strategi WT (Weakness-Threats)

Strategi ini berupaya meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Langkah-langkahnya meliputi:

- 1) Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjamin keamanan pengunjung.
- 2) Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam menjaga lingkungan wisata.
- 3) Meningkatkan peran pemerintah dalam pengembangan wisata Pantai Pasir Putih.

Implementasi Strategi dan Kesimpulan

Kombinasi faktor internal dan eksternal, yang menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT, dianalisis lebih lanjut melalui diagram kartesius. Hasil analisis menunjukkan bahwa titik perpotongan berada pada Kuadran I (SO), di mana nilai kekuatan (S) dan peluang (O) keduanya positif. Posisi ini, yang juga berada di sisi atas garis diagonal diagram I, mengindikasikan bahwa implementasi strategi SO harus bersifat Strategi Pertumbuhan Stabil (*Stable Growth Strategy*). Artinya, tujuan utamanya adalah mempertahankan pertumbuhan yang ada dan mencegah penurunan.

Berdasarkan analisis ini, strategi prioritas tinggi yang harus segera dilakukan untuk pengembangan objek wisata Pantai Pasir Putih adalah:

1. Membangun infrastruktur wisata yang lebih representatif: Infrastruktur pariwisata sangat penting. Mengingat tingginya minat masyarakat terhadap Pantai Pasir Putih, menjaga dan meningkatkan infrastruktur menjadi krusial. Ini mencakup penyediaan air bersih di toilet, instalasi listrik, pembangunan area parkir baru yang memadai di luar area wisata, pos keamanan, dan poliklinik di lokasi.
2. Menjaga kebersihan dan kualitas pasir agar tetap menarik: Pasir putih adalah ciri khas pantai ini, sehingga kualitas dan kebersihannya harus dipertahankan untuk menjaga citranya sebagai pantai yang indah. Perlu ada perekrutan petugas kebersihan tetap dan edukasi berkelanjutan kepada

masyarakat sekitar serta pengunjung melalui pengumuman tertulis tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.

3. Melakukan promosi untuk meningkatkan minat berwisata: Promosi merupakan cara efektif untuk memengaruhi keputusan wisatawan, terutama di tengah maraknya promosi objek wisata baru lainnya. Promosi yang dibarengi dengan perbaikan fasilitas akan membantu mempertahankan minat masyarakat untuk berwisata ke Pantai Pasir Putih.
4. Menambah wahana wisata: Penambahan wahana sangat penting karena pilihan aktivitas pengunjung saat ini terbatas pada berenang. Dengan objek wisata lain seperti Pantai Bakaro menawarkan wahana yang lebih beragam, penambahan wahana di Pantai Pasir Putih akan membantu mempertahankan pengunjung dan meningkatkan daya saing.
5. Mengupayakan penambahan armada angkutan umum: Keterbatasan angkutan umum di Manokwari membatasi akses masyarakat yang tidak memiliki kendaraan pribadi untuk berwisata. Kebijakan pemerintah dalam mengatasi isu ini diyakini akan secara signifikan mendongkrak jumlah kunjungan ke Pantai Pasir Putih.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini mengidentifikasi beberapa kelemahan utama, yaitu: SDM pengelola yang masih rendah, ketidakjelasan pos/loket masuk, masih adanya masyarakat yang mabuk di lokasi wisata, kurangnya kepedulian pemerintah dalam pengelolaan, drainase yang buruk, dan tidak adanya pos keamanan terdekat. Berdasarkan kombinasi strategi yang dirumuskan, strategi SO (Kekuatan-Peluang) merupakan prioritas utama, yang bersifat Strategi Pertumbuhan Stabil (mempertahankan pertumbuhan yang stabil dan mencegah penurunan). Strategi pengembangan objek wisata Pantai Pasir Putih yang direkomendasikan adalah: membangun infrastruktur wisata yang lebih representatif, menjaga kebersihan dan kualitas pasir, melakukan promosi untuk meningkatkan minat berwisata, menambah wahana wisata, serta mengupayakan penambahan armada angkutan umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, C. F. (2020). *Bertahan dan bangkit*. <https://feb.ub.ac.id/id/bertahan-dan-bangkit.html>
- Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Manokwari. (2021). *Pantai Pasir Putih*. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r4eRtENyumIJ:pariwisata-manokwari.info/index.php/bid-odtw/destinasi-wisata/wisata-alam/wisata-kota-dan-sekitarnya/pantai-pasir-putih+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Fakhri, F. (2019, November 21). Ini arahan Presiden Jokowi untuk pengembangan pariwisata. *Okezone*. <https://nasional.okezone.com/read/2019/11/21/337/2132722/ini-arahan-presiden-jokowi-untuk-pengembangan-pariwisata>
- Kementerian PUPR. (2020). Sinergi. Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah (BPIW), Kementerian PUPR.
- Kuncoro, M. (2003). Metode riset untuk bisnis & ekonomi: Bagaimana meneliti & menulis tesis? Penerbit Erlangga.

- Lahengko, I. A. (2016). Prospek, kendala, dan konsep pengembangan kepariwisataan di Provinsi Papua Barat. Institut Teknologi Bandung.
- Mallu, M. R., Bessie, J. L. D., & Bunga, T. T. (2018). Juita L. D. Bessie. *Journal of Management (SME's)*, 7(2), 269–286.
- Nandi. (2008). Pariwisata dan pengembangan sumber daya manusia. *Jurnal Geografi Gea*, 8(1), 33–42. <https://doi.org/10.17509/gea.v8i1.1689>
- Parma, I. P. G. (2018). Pariwisata dan pembangunan sumber daya manusia. *Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 1(1), 1–19. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v1i1.22088.g13695>
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis – Reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). Memahami penelitian kualitatif. Penerbit CV Alfabeta.
- Sulistiyono, S. T. (2019, July 15). Jokowi sebut ada enam masalah seusai tinjau 5 tempat wisata. *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/07/15/jokowi-sebut-ada-enam-masalah-seusai-tinjau-5-tempat-wisata>
- Tapatfeto, M. A. K., Bessie, J. L. D., & Abas, K. (2018). Strategi pengembangan objek wisata dalam upaya peningkatan kunjungan (Studi pada objek wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS). *Journal of Management (SME's)*, 6(1), 1–20.
- Unga, L. O. K. (2011). Strategi pengembangan kawasan wisata Kepulauan Banda (Thesis, Program Pascasarjana Perencanaan dan Pengembangan Wilayah, Universitas Hasanuddin).
- Wibowo, W. (2009). Analisis internal & eksternal (IE) matrik dalam strategi pengembangan objek wana wisata Grajagan. *Ekonomi Bisnis*, 14(2), 161–170.
- Yoeti, O. A. (2005). Perencanaan strategis pemasaran daerah tujuan wisata. Pradnya Paramita.
- Zaenuri, M. (2012). Perencanaan strategis kepariwisataan daerah: Konsep dan aplikasi (Vol. 1). e-Gov Publishing.