

ANALISIS LINGKUNGAN PEMASARAN POTENSI WISATA BAHARI DI SELAT LEMBEH KOTA BITUNG

ANALYSIS OF MARKETING ENVIRONMENT OF MARINE TOURISM POTENCY AT LEMBEH STRAITS IN BITUNG CITY

Oktaviani Ramenusa

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia

Email: oktavianiramenusa@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa kondisi lingkungan internal dan eksternal pada objek wisata bahari Selat Lembeh Kota Bitung dan untuk mengetahui bagaimana potensi objek wisata bahari Selat Lembeh Kota Bitung. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa SWOT. Didalam analisis SWOT ini digunakan pendekatan secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor menarik wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata bahari di Selat Lembeh adalah faktor keindahan bawah laut yang menawan dengan hasil persentase 66%, berpendapat sangat setuju dan 34% setuju dengan keindahan bawah laut yang menawan. Pemahaman responden terhadap wisata bahari Selat Lembeh cukup baik. Aspirasi dari responden mengarah pada kebersihan, sarana prasarana, serta penambahan fasilitas.

Kata Kunci: Lingkungan Pemasaran, Potensi Wisata, Wisata Bahari

ABSTRACT

This study aims to analyse the internal and eksternal environment condition of the maritime tourism object at Lembeh Strait of Bitung city, as well as to know its potency. SWOT analysis was used to analyze the empirical data. The result shows that the beauty of underwater environment was occupied 66% respondents said very agree and 34% said moderate of agreeing for the beauty Lembe Strait. Understanding of responder to maritime tourism of the Lembe Strait is good enough. The responders aspiration of clean and tourism infrastructure are necessary.

Keyword: Marketing, Tourism Potency, Maritime Tourism

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang sangat strategis bagi perekonomian suatu daerah, terutama dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, pendapatan asli daerah dan devisa negara. Pariwisata dapat memberikan banyak manfaat sosial, ekonomi bahkan penunjang pembangunan di lingkungan hidup, selain itu pariwisata juga kerap dijadikan langkah awal yang dilakukan untuk memajukan perekonomian suatu negara. Dunia kepariwisataan sekarang ini dapat dirasakan semakin bertambah pesat dari tahun ke tahun dan menjadi sektor yang sangat strategis bagi setiap Negara untuk menambah devisa negara dari sektor non migas. maka program pengembangan dan pemanfaatan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Dari sekian banyak objek wisata di Indonesia, yang sudah mulai berkembang salah satunya wisata bahari. Wisata bahari adalah jenis minat khusus yang memiliki aktivitas yang berkaitan dengan kelautan. Wisata pantai termasuk pada kegiatan wisata bahari atau wisata kelautan. Adapun yang dimaksud dengan wisata pantai atau wisata bahari adalah wisata yang objek dan daya tariknya bersumber dari potensi bentang laut (*seascape*) maupun bentang darat pantai (*coastal landscape*). Indonesia sendiri merupakan Negara Kepulauan yang memiliki wilayah yang sangat luas membentang dari Sabang sampai Merauke dan memiliki keanekaragaman suku bangsa dan kebudayaan. Indonesia juga memiliki banyak potensi pariwisata yang sangat potensial untuk di kembangkan, salah satunya di Kota Bitung Sulawesi utara. Bitung dikenal sebagai sebuah kota kecil yang berada di pantai timur Minahasa yang secara geografis pada belahan timur, selatan dan utara berbatasan dengan laut atau pantai. Pulau Lembeh dengan keindahan panorama di bawah lautnya, membuat wilayah ini menjadi salah satu tujuan wisatawan manca negara maupun *domestic* terutama yang menggemari wisata bawah laut atau menyelam (*diving*). Selat lembeh merupakan salah satu objek daya tarik wisata kota Bitung. Di pulau lembeh ini berkembang wisata bawah air. Di pulau ini berdiri *resort-resort* yang menawarkan paket wisata. Selat lembeh telah dikenal dan diakui oleh banyak para wisatawan manca negara akan keindahan biota laut. Bila bunaken di kenal akan keidahan karang lautnya, maka selat lembeh dikenal akan keaneka ragam *flora* dan *fauna* bawah lautnya.

Widiastini, Andiani, dan Trianasari (2012), mengatakan perlu diadakan diversifikasi produk pariwisata guna meningkatkan kunjungan wisatawan. Meskipun ekonomi global dan atraksi wisata ditentukan sebagai peluang dan kekuatan, namun ternyata *guide* baik yang memiliki ijin maupun tidak ternyata merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Namun, disisi lain peranan *guide* juga ternyata mampu memberikan dampak negatif. Hal ini tentu harus menjadi perhatian serius, tidak hanya pengelola objek dan fasilitas wisata namun juga pemerintah. Mahura, Wiyono, Monintja (2010), mengatakan bahwa kondisi internal memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan suatu negara Negara khususnya dalam dunia pariwisata bahari. Oleh sebab itu, pengembangan potensi wisata bahari Kota Bitung dan diharapkan dapat lebih baik dari sebelumnya. Analisis yang harus dilakukan antara lain adalah analisa faktor – faktor internal, eksternal, dan analisa SWOT. Diharapkan dengan analisa SWOT bisa memberikan masukan dan rencana strategis bagi pengembangan wisata bahari di Selat Lembeh Kota Bitung.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai lewat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa kondisi lingkungan internal dan eksternal pada objek wisata bahari Selat Lembeh Kota Bitung.
2. Untuk mengetahui bagaimana potensi objek wisata bahari Selat Lembeh Kota Bitung.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Pemasaran

Menurut Rangkuti (2003), pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing – masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

Pariwisata

Westlake dalam Andayani (2014) menyatakan bahwa: Pariwisata adalah sejumlah gejala/fenomena dan hubungan yang timbul dari suatu perjalanan yang jauh dan tidak untuk tinggal menetap serta tidak ada hubungannya dengan aktivitas mencari pekerjaan. Sukardi (1984) dalam Andayani, (2014) juga mengungkapkan pengertian pariwisata “Pariwisata dalam artian yang semurni-murninya adalah untuk bersenang-senang dan dinikmati dalam waktu senggang. akibat dari gejala atau fenomena dan hubungan tersebut, oleh penduduk setempat muncul industry pariwisata”.

Produk Pariwisata

Burkat dan Medlik (dalam Andayani, 2014) mendefinisikan produk pariwisata sebagai suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan, dimana tiap unsur produk pariwisata dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan tawaran secara terpisah kepada konsumen (*wisatawan/tourist*).

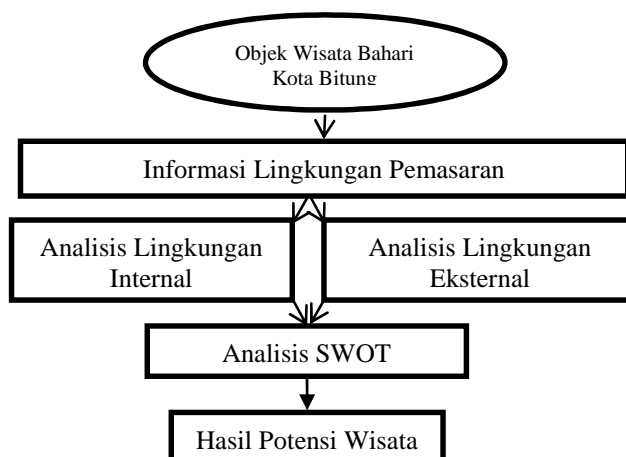
Pariwisata Bahari

Wisata bahari (*marine tourism*) adalah wisata yang objek dan daya tariknya bersumber dari potensi bentang laut (*seascape*) maupun bentang darat pantai (*coastal seascape*). Di wilayah pantai dapat dilakukan berbagai kegiatan wisata bahari, baik pada bentang laut maupun pada bentang darat pantai (Hadi 2003).

Pemasaran Pariwisata

Wahab (2003) membatasi pemasaran wisata sebagai upaya – upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional dan atau badan – badan usaha pariwisata pada taraf internasional, nasional dan lokal guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing – masing dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian
Sumber: Data yang diolah, 2016

2. METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Bersifat deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan/melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat (Natsir, 1998).

Lokasi atau Objek Penelitian

Lokasi penelitian oleh peneliti ditetapkan di objek wisata Selat Lembeh Kota Bitung, Provinsi Sulawesi Utara. Objek wisata dalam penelitian ini adalah para pengguna objek wisata bahari Selat Lembeh Kota Bitung. Para pengguna ditentukan oleh peneliti berdasarkan kesesuaian sampel. Penetapan para pengguna sebagai objek dan sampel penelitian menggunakan teknik accidental sampling dan purposive sampling.

Populasi dan Sampel

Wijaya (2013) Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi bisa disebut sebagai totalitas subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna obyek wisata bahari (wisatawan) yang berkunjung di Kota Bitung berdasarkan perhitungan proporsional jumlah pengunjung selama 3 (tiga) tahun terakhir sebanyak 2.325 pengunjung. Sampel adalah bagian populasi. Diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Jumlah sampel ditentukan berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%. Maka jumlah sampel diperoleh sebanyak 100 sampel.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan studi deskriptif dengan mengumpulkan data yang terdiri dari data *primer* dan data sekunder. Data *primer* diperoleh dari *survey* lapangan menyangkut obyek yang akan diteliti dan disesuaikan dengan kebutuhan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan: Teknik Pengamatan, Teknik kuesioner, Teknik wawancara dan Teknik dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menelaah semua data-data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari hasil kuesioner, wawancara langsung, pengamatan di lapangan, dokumen pribadi dan dokumen resmi. Setelah itu melakukan penyusunan strategi dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Objek dan Daya Tarik Wisata Selat Lembeh

Selat lembeh merupakan salah satu objek daya tarik wisata Kota Bitung. Di pulau ini berkembang wisata bawah air (*diving*). Di pulau ini berdiri *resort-resort* yang menawarkan paket wisata *diving*. Selat lembeh telah dikenal dan diakui oleh banyak para wisatawan manca negara akan keindahan biota laut. Bila bunaken dikenal akan keindahan karang lautnya, maka selat lembeh dikenal akan keaneka ragam *flora* dan *fauna* bawah lautnya. Disamping keindahan akan *flora* dan *fauna* bawah laut, pulau lembeh juga punya keindahan panorama alamnya.

Flora dan Fauna

Flora dan fauna di Selat Lembeh memang sangat mempesona. Berbagai ikan-ikan yang mempesona, terumbu karang beraneka warna dan juga hewan-hewan laut lainnya seperti gurita, banggai cardinalfish, cumi-cumi, kerang berwarna-warni, mandarin fish, lion fish dengan warna yang cerah, dan juga berbagai flora dan fauna lainnya yang pasti akan membuat betah berlama-lama berada di bawah laut.

Lokasi Penyelaman

Terdapat 92 titik lokasi penyelaman yang bisa di gunakan untuk berwisata bahari, namun dari 92 titik tersebut ada beberapa lokasi yang menjadi favorit atau primadona dari para wisatawan.

Hasil Analisa Daya Tarik Wisata

Wisata Indonesia sangat terkenal karena memiliki keindahan alam yang membuat para wisatawan domestik dan mancanegara takjub. Keindahan bisa diartikan bagaimana mata kita menangkap pemandangan yang dapat menyejukkan hati atau membuat rasa senang dan puas dihati. Tanggapan responden tentang keindahan lingkungan di Selat Lembeh, dari hasil kuesioner yang disebarkan dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Tentang Keindahan Lingkungan

No	Pendapat Responden	Jumlah	%
1	Jauh lebih buruk dari yang diharapkan	-	-
2	Lebih buruk dari yang diharapkan	9	9
3	Sebagus yang diharapkan	49	49
4	Lebih baik dari yang diharapkan	30	30
5	Jauh lebih baik dari yang diharapkan	12	12
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa hampir 50%, yaitu 49% responden memilih keindahan lingkungan di Selat Lembeh sebagai yang diharapkan wisatawan, walaupun ada 9% responden yang berpendapat lebih buruk dari yang diharapkan. Selanjutnya mengenai keadaan kondisi pantai menurut responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Tentang Kondisi Pantai

No	Pendapat Responden	Jumlah	%
1	Jauh lebih buruk dari yang diharapkan	3	3
2	Lebih buruk dari yang diharapkan	14	14
3	Sebagus yang diharapkan	51	51
4	Lebih baik dari yang diharapkan	21	21
5	Jauh lebih baik dari yang diharapkan	11	11
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa ada 3% yang berpendapat bahwa kondisi pantai di Selat Lembeh jauh lebih buruk dari yang diharapkan, dan ada 14% responden berpendapat lebih buruk dari yang diharapkan. Dari pengamatan yang dilakukan dilokasi, ditemukan bahwa sampah didaerah pantai merupakan salah satu faktor yang menyebabkan beberapa wisatawan tidak menyukai kondisi pantai di Selat Lembeh, namun sebagian besar sangat menyukai kondisi pantai di Selat Lembeh dilihat dari tanggapan positif dari wisatawan.

Analisis Sarana Dan Prasarana

Fasilitas

Tempat wisata ini memiliki banyak fasilitas penginapan yang mendukung, seperti *Black Sand Dive Retreat, Kungkungan Bay Resort, Bastianos Lembeh, Dabirahe Lembe Hills, NAD Resort, Honey Bay Resort*, dan lain sebagainya yang menyediakan sarana prasarana untuk kegiatan wisata bahari.

Akses Menuju Selat Lembeh

Untuk menuju selat Lembeh, terlebih dahulu harus menempuh jalan darat sepanjang \pm 45 kilometer dari kota Manado ke kota Bitung. Dalam menempuh perjalanan dari Manado ke Bitung, sarana angkutan umum yang digunakan antara lain adalah bus ataupun taxi dari Manado ke Bitung. Fasilitas pendukung yang ada di objek wisata bahari Selat Lembeh, menurut responden dapat dilihat pada Tabel berikut ini;

Tabel 3. Tentang Fasilitas Pendukung

No	Pendapat Responden	Jumlah	%
1	Jauh lebih buruk dari yang diharapkan	6	6
2	Lebih buruk dari yang diharapkan	21	21
3	Sebagus yang diharapkan	39	39
4	Lebih baik dari yang diharapkan	24	24
5	Jauh lebih baik dari yang diharapkan	10	10
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Peningkatan fasilitas, sarana dan prasarana yang memadai pada suatu objek wisata memberikan pengaruh yang tinggi terhadap daya tarik suatu objek wisata. Dari presentase diatas masih banyak responden yang tidak puas dengan fasilitas pendukung wisata bahari Selat Lembeh Kota Bitung.

Analisis Layanan Pengelolah Objek Wisata

Kemudian tentang layanan yang diterima wisatawan selama melakukan aktivitas laut atau wisata bahari, dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 4. Tentang Layanan yang diterima Wisatawan

No	Pendapat Responden	Jumlah	%
1	Jauh lebih buruk dari yang diharapkan	-	-
2	Lebih buruk dari yang diharapkan	-	-
3	Sebagus yang diharapkan	53	53
4	Lebih baik dari yang diharapkan	36	36
5	Jauh lebih baik dari yang diharapkan	11	11
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak ada respon negative dari responden tentang layanan yang diterima wisatawan, membuktikan bahwa wisatawan merasa puas atas layanan yang diterima selama mereka melakukan aktivitas wisata bahari.

Analisis Kondisi Masyarakat Lokal

Selain itu, masyarakat juga senantiasa menyambut wisatawan dengan keramahtamahan dan memberikan kehangatan supaya tercipta suasana kekeluargaan dan keharmonisan bagi wisatawan sehingga dapat memberikan kesan dan pelayanan yang memuaskan. Tanggapan responden mengenai keramahan masyarakat lokal di daerah objek wisata Selat Lembeh, dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 5. Tentang Keramahtamahan Masyarakat Sekitar

No	Pendapat Responden	Jumlah	%
1	Jauh lebih buruk dari yang diharapkan	-	-
2	Lebih buruk dari yang diharapkan	6	6
3	Sebagus yang diharapkan	36	36
4	Lebih baik dari yang diharapkan	40	40
5	Jauh lebih baik dari yang diharapkan	18	18
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Dari tabel diatas menunjukkan banyak presentase positif tentang keramahtamahan masyarakat sekitar di daerah wisata, dan hanya 6% yang berpendapat negative, itu berarti masyarakat disekitar lokasi wisata sangat ramah terhadap wisatawan yang datang berwisata baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Faktor Internal Wisata Bahari Selat Lembeh Identifikasi Kekuatan/ *Strenght*

1. Potensi Keindahan bawah laut dengan biota yang beragam.
2. Kesesuaian lahan yang memadai.
3. Dukungan dari masyarakat sekitar.
4. Instruktur yang berkompeten dibidangnya.
5. Peran aktif pemerintah daerah.

Identifikasi Kelemahan/ *Weakness*

1. Transportasi dan Infrastruktur jalan yang tidak memadai.
2. Keamanan dilokasi wisata yang kurang terjamin.
3. Harga paket wisata yang relatif mahal.
4. Sarana komunikasi (signal) yang buruk

**Faktor Eksternal Wisata Bahari Selat Lembeh
Identifikasi Peluang/ *Opportunity***

1. Minat pengunjung yang tinggi terhadap wisata bahari.
2. Dukungan pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata.
3. Minat wisata bahari menjadi trend bagi para wisatawan.
4. Masih banyak potensi wisata bahari yang belum dieksplorasi
5. Menciptakan Lapangan Kerja

Identifikasi Ancaman/ *Threat*

1. Persaingan pasar wisata bahari cukup tinggi.
2. Pencemaran lingkungan
3. Kondisi sosial, politik, dan agama yang rentan konflik.
4. Kerjasama antara pemerintah dan pengelola yang masih lemah.
5. Kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang rendah.

Analisis Pengembangan Potensi Wisata Bahari Selat Lembeh

Data SWOT kualitatif kemudian dikembangkan secara kuantitatif, melalui perhitungan Analisis SWOT agar diketahui secara pasti posisi yang sesungguhnya. Analisis ini didasarkan pada usaha untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, yang dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman secara bersamaan. Berdasarkan dari data faktor internal dan eksternal, dilakukan pembobotan untuk mendapatkan skor pembobotan. Untuk mengukur sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, digunakan model matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factors Analysis Summary* (EFAS), seperti pada tabel berikut:

Tabel 6. Matriks IFAS wisata bahari Selat Lembeh

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	B X R
Kekuatan			
1. Keindahan bawah laut yang menawan	0,20	4	0,8
2. Area spot penyelaman yang luas	0,20	4	0,8
3. Keramahan masyarakat sekitar	0,15	4	0,6
4. Instruktur yang berkompeten dibidangnya	0,15	4	0,6
5. Peran aktif dari pemerintah daerah	0,10	3	0,3
Sub total	0,8		3,1
Kelemahan			
1. Transportasi & Infrastruktur jalan yang tidak memadai	0,03	3	0,1
2. Lokasi kawasan wisata yang sepi dan rawan kejahatan	0,02	3	0,06
3. Harga paket wisata bahari yang mahal	0,04	3	0,08
4. Kurangnya promosi dan informasi	0,05	2	0,06
5. Sarana komunikasi (signal) yang buruk	0,06	2	0,02
Sub total	0,02		0,32
Total	1,00		3,42

Sumber: data primer yang diolah, 2016

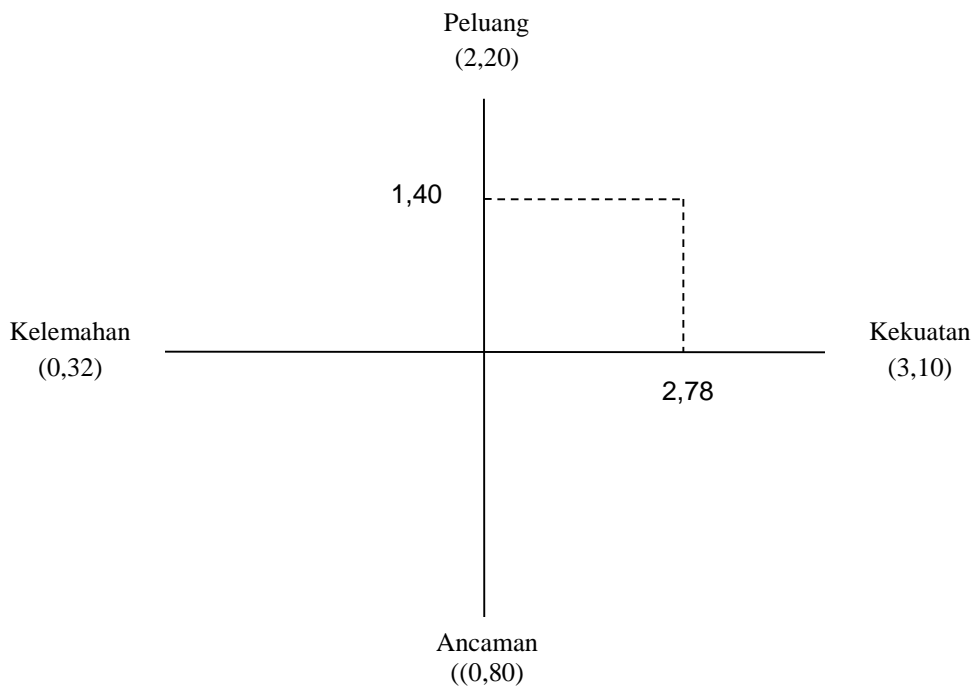
Dari analisis faktor-faktor Internal (IFAS), faktor Kekuatan (S) mempunyai nilai kekuatan 3,10 sedangkan faktor kelemahan (W) 0,32, hal ini berarti bahwa dalam rangka upaya meningkatkan potensi wisata bahari Selat Lembeh mempunyai kekuatan lebih baik daripada kelemahan.

Tabel 7. Matriks EFAS Wisata Bahari Selat Lembeh

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	B X R
Peluang	0,15	4	0,6
1. Minat pengunjung yang tinggi terhadap wisata bahari	0,05	2	0,1
2. Dukungan pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata	0,15	4	0,6
3. Trend kunjungan wisatawan saat ini cenderung memilih destinasi objek wisata bahari	0,15	4	0,6
4. Masih banyak potensi wisata bahari yang belum dieksplorasi	0,10	3	0,3
5. Menciptakan lapangan kerja			
Sub total	0,6		2,2
Ancaman			
1. Potensi wisata bahari di tempat lain yang lebih menawan	0,05	3	0,15
2. Kurangnya kebersihan di kawasan wisata	0,15	1	0,15
3. Banyaknya konflik dalam masyarakat yang mengganggu kenyamanan berwisata	0,05	3	0,15
4. Kerjasama antara pemerintah dan pengelola yang masih lemah	0,10	2	0,2
5. Kualitas SDM yang rendah	0,05	3	0,15
Sub total	0,4		0,8
Total	1,00		3

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Analisis tabel faktor-faktor Eksternal (EFAS) diatas menunjukkan bahwa untuk faktor Peluang (O) nilai skornya 2,2. Sedangkan faktor Ancaman (T) nilai skornya 0,8. Ini berarti bahwa dalam upaya meningkatkan potensi wisata bahari Selat Lembeh masih berpeluang. Maka diketahui nilai strenght diatas nilai weakness selisi (+) 2,78 dan nilai opportunity diatas nilai threat selisih (+) 1,40. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Dari gambar diagram diatas, maka menunjukan bahwa wisata bahari Selat Lembeh telah berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pengembangan (growth) sebagai potensi wisata bahari.

Matrik Swot

Tabel 8. Hasil Analisis Matrik SWOT

IFAS	<p>Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keindahan bawah laut yang menawan 2. Area spot penyelaman yang luas 3. Keramahan masyarakat sekitar 4. Instruktur yang berkompeten dibidangnya 5. Peran aktif dari pemerintah daerah 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Transportasi dan Infrastruktur jalan yang tidak memadai 2. Lokasi kawasan wisata yang sepi dan rawan kejahatan 3. Harga paket wisata mahal 4. Kurangnya promosi dan informasi 5. Sarana komunikasi (signal) yang buruk
EFAS	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan potensi bawah laut untuk menarik pengunjung dengan mengembangkan wisata minat, khususnya <i>diving</i> dan <i>snorkeling</i>. 2. Pemanfaatan area penyelaman untuk mengembangkan sektor wisata bahari 3. Menjaga keramahan agar wisatawan merasa nyaman dan puas dengan layanan yang diterima 4. Memanfaatkan kemampuan dan keahlian SDM untuk 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki infrastruktur jalan sepanjang akses menuju tempat wisata dan menambah fasilitas transportasi darat maupun laut 2. Membuat kerjasama pemerintah dan masyarakat untuk menjaga keamanan di daerah sekitar lokasi wisata 3. Membuat paket-paket wisata yang lebih beragam, agar harga lebih bisa menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan 4. Harus meningkatkan promosi dan informasi terlebih untuk

	<p>menggali potensi-potensi yang ada.</p> <p>5. Pemerintah dan pelaku industri berupaya untuk menciptakan lapangan kerja baru untuk masyarakat lokal dikawasan wisata, seperti menyediakan sarana untuk berjualan souvenir dan membuat even budaya yang dipertunjukan oleh masyarakat sekitar daerah wisata.</p>	<p>daerah-daerah yang belum terexplor</p> <p>5. Bekerjasama dengan pihak swasta menambah infrastruktur layanan operator, sehingga menghasilkan lapangan pekerjaan baru</p>
<p>Threats (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potensi wisata bahari di tempat lain yang lebih menawan - Kurangnya kebersihan di kawasan wisata - Banyaknya konflik dalam masyarakat yang mengganggu kenyamanan berwisata - Kerjasama antara pemerintah dan pengelolah yang masih lemah - Kualitas SDM yang rendah 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan kawasan wisata bahari di tempat lain sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas wisata dan membangun jaringan dengan objek-objek wisata yang lain. - Membuat program-program dan kegiatan rutin untuk membersihkan lingkungan pantai dan daerah sekitar lokasi wisata - Meningkatkan keramahtamahan dan kerukunan antar masyarakat pesisir sekitar agar tidak terjadi konflik yang bisa mengganggu kenyamanan aktivitas berwisata dari wisatawan - Kerjasama dari berbagai sektor harus ditingkatkan untuk kepentingan bersama - Membuat pelatihan-pelatihan khusus agar dapat meningkatkan kualitas SDM yang ada dan menumbuhkan sikap entrepreneurship bagi masyarakat. 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kesadaran dari semua sektor, baik pemerintah, pelaku industry pariwisata, masyarakat, maupun wisatawan untuk menjaga kelestarian alam agar ekosistem tetap terjaga untuk kehidupan yang berkelanjutan - Memperbanyak tempat-tempat pembuangan sampah di kawasan wisata - Membuat struktur organisasi keamanan khusus daerah wisata agar keamanan lebih terkontrol - Berbagai pihak berkerjasama untuk mempromosikan objek wisata, baik melalui media cetak, elektronik, maupun media social yang ada - Memperbaiki sarana prasarana, baik yang digunakan di laut maupun di darat. Juga menambah fasilitas seperti toilet umum dan tempat parker di lokasi penyebrangan perahu.

Tahap terakhir yaitu “tahap pengambilan keputusan” yang bertujuan untuk menyusun beberapa strategi yang telah digambarkan oleh Matrik SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam memperbaiki pemasaran pada Wisata Bahari Selat Lembeh Kota Bitung. Adapun strategi yang dimaksud adalah Meningkatkan potensi keindahan bawah laut yang ada untuk wisata bahari yang berkelanjutan dengan menjaga keindahan flora dan fauna, kebersihan air, dan kehidupan terumbu karang, Meningkatkan promosi dan informasi diberbagai media dan alat informasi lainnya, dan Membangun kerjasama dengan pihak swasta dan para pengusaha untuk memperbaiki dan memperbarui sarana prasarana dan fasilitas.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi potensi wisata bahari Selat Lembeh adalah: Kekuatan: Keindahan bawah laut yang menawan; Kelemahan: Sarana komunikasi (signal) yang buruk; Peluang: Minat pengunjung yang tinggi terhadap wisata bahari; Ancaman: Kurangnya kebersihan dikawasan wisata.

2. Faktor menarik wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata bahari di Selat Lembeh adalah faktor keindahan bawah laut yang menawan dengan hasil persentase 66% berpendapat sangat setuju dan 34% setuju dengan keindahan bawah laut yang menawan.
3. Pemahaman responden terhadap wisata bahari Selat Lembeh cukup baik. Aspirasi dari responden mengarah pada kebersihan, sarana prasarana, serta penambahan fasilitas.

Saran

Saran dalam penelitian ini meliputi; Peran pemerintah daerah untuk mempromosikan melalui media yang ada baik cetak maupun elektronik dengan lebih inspiratif agar menarik perhatian, Peran generasi muda yang untuk mempromosikan melalui sosial media, Semua sektor yang ada saling berkerjasama untuk membuat even budaya tahunan local maupun internasional, Memperbaiki infrastruktur jalan dan memudahkan akses masuk ke resort yang ada dikawasan wisata selat lembeh, Peran semua pihak dalam menjaga kebersihan pantai dan laut dengan tidak membuang sampah sembarangan, Meningkatkan fasilitas umum seperti toilet dan lahan parkir kendaraan dilokasi penyebrangan, Keramahan masyarakat sekitar harus di tingkatkan, Menambah sarana dan prasarana dalam kegiatan kelautan, Kurangi harga agar lebih murah dan bisa di jangkau, Media promosi harus lebih menarik dan menyediakan lebih banyak tempat sampah. Selanjutnya saran-saran untuk menciptakan wisata bahari yang berkelanjutan yaitu: Harus ada kerjasama yang baik antara pemerintah daerah dan pengusaha pariwisata, dengan meningkatkan sumber daya manusia yang ada di pesisir selat lembeh agar berkualitas dan berdaya guna, Menekankan kegiatan wisata bahari yang ramah lingkungan, serta melakukan penyelamatan lingkungan pantai, Peran serta pemerintah kota Bitung dan Propinsi Sulawesi Utara secara nyata. Pemerintah harus mengerti dengan jelas konsep wisata bahari yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, Harus ada dukungan masyarakat sekitar untuk menunjang sektor pariwisata, Peran dari semua pihak mengenai pentingnya kebersihan pantai, Menjaga kelestarian karang, Memperbaiki akses jalan, Menambah infrastruktur yang lebih baik, Lebih melestarikan keindahan yang ada, dengan menjaga, memelihara, merawat, Tambahkan infentaris/ alat operasional untuk kebersihan laut, Kesadaran masyarakat untuk kenjaga fasilitas umum, dengan tidak merusak dan mencoret-coret, Tumbuhkan jiwa entrepreneur kepada masyarakat lokal, Promosikan selat lembeh di media social, cetak, televise, dan lain-lain, Perbaiki jalan di pulau lembeh agak mudah membawa kendaraan, Adanya jembatan penghubung ke lembeh, Pengecekan rutin dari pemerintah di kawasan wisata, Meningkatkan kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Paper dalam Jurnal

- [1] Dewi M. 2008. Analisis Strategi Pemasaran Pengelola Pariwisata Pantai Pangandaran Pasca Tsunami, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Bogor: Fakultas Perikanan-Kelautan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Perikanan Bogor.
- [2] Joehastanti J. 2012. Strategi Pemasaran Wisata Alam Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kawasan Wisata Kabupaten Kediri.
- [3] Mahura J.B., Eko S. R, dan Daniel R. M. Analisis Kebijakan Pengembangan Wisata Bahari (Kasus Pulau Tagalaya Dan Pulau Kumo Di Kabupaten Halmahera Utara). Maluku.
- [4] Unga K. 2011. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda. Makassar: Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Universitas Hasanuddin Makassar.
- [5] Widiastini M. A, Nyoman D.A., Trianasari. 2012. Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali.

Buku

- [6] Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [7] Cooper C Fletcher J, Gilbert D, Wanhill S. 1993. *Tourism Principles & Practise*. Edinburgh: Group Limited.
- [8] Rangkuti F. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21)*. Jakarta : PT Gramedia.
- [9] Soekadijo R G. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Wahab S. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta : Pramadya Paramita.
- [11] Widiyanto, Ibnu. 2008. *Poitiers Metodologi Penelitian Penerbit*. Semarang: CV Dikalia.

Artikel

- [12] Hadi S. 2003. Analisis Pengeluaran Pengunjung Rekreasi Pantai Di Pulau Untung Jawa, Kabupaten Administratif Kepulauan Seribu, Jakarta Utara. [Penelitian tidak dipublikasikan]. Bogor: Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor.