

## Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pulau Karampuang Kabupaten Mamuju, Provinsi Sulawesi Barat

*Development Strategy on Marine Tourism of Karampuang Island, Mamuju Regency, West Sulawesi Province*

Satriadi Lomban<sup>1</sup>, Kamran Aksa<sup>1</sup>, Ilham Yahya<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Bosowa

<sup>2</sup> Program Studi Pascasarjana Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Bosowa

Email: satriadilomban56@gmail.com

### Artikel info

#### Artikel history:

Diterima; 17-03-2021

Direvisi; 25-03-2021

Disetujui; 30-03-2021

**Abstract.** *This study aims to identify the significant factors in the development of marine tourism in Karampuang Island and its development strategy. This research uses quantitative and qualitative approaches. To determine the factors that have a significant effect on the development of the Karampuang Island Marine Tourism Object, the chi square analysis tool is used, while the analysis SWOT is used to formulate a strategy for the development of the Karampuang Island Marine Tourism Object. Based on the results of the Chi-Square test, it is found that the variables of tourism support facilities, safety and comfort, and accessibility do not have a significant effect on the development of the Karampuang Island Marine Tourism Object, while the variables of tourist attraction and information and promotion are the most significant factors. The strategy for developing the Karampuang Island Marine Tourism Object is improving tourism facilities and infrastructure, increasing the role of the government and private sector, increasing tourism information and promotion, improving the quality of human resources (HR), utilizing the potential of tourist attractions, and environmental preservation.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang signifikan dalam pengembangan wisata bahari pulau Karampuang serta strategi pengembangannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif (deskriptif). Untuk mengetahui faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang digunakan alat analisis chi kuadrat (chi square), sedangkan analisis (SWOT) digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang. Berdasarkan hasil uji Chi-Square diperoleh bahwa variabel sarana penunjang wisata, keamanan dan kenyamanan, serta aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang, sedangkan variabel daya tarik wisata dan informasi dan promosi merupakan faktor yang paling berpengaruh signifikan. Adapun strategi pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang adalah meningkatkan sarana dan prasarana pariwisata, peningkatan peran pemerintah dan swasta, peningkatan informasi dan promosi wisata, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), memanfaatkan potensi dayatarik objek wisata, serta pelestarian lingkungan.

#### Keywords:

*Developing;  
Marine tourism;  
Strategy.*

#### Corresponden author:

Email: [satriadilomban56@gmail.com](mailto:satriadilomban56@gmail.com)



artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY -4.0

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang potensial untuk dikembangkan oleh setiap daerah, hal ini dikarenakan setiap daerah memiliki obyek pariwisata yang dapat dikelola oleh pemerintah sebagai upaya menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang tertera dalam pasal 3 dan 4 menjelaskan bahwasanya kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat, sedangkan tujuan pariwisata sendiri yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air (Khoiriyah, 2018).

Sektor pariwisata sebagai suatu kegiatan ekonomi memiliki mata rantai yang sangat panjang sehingga banyak menampung kesempatan kerja bagi masyarakat sekitarnya yang selanjutnya akan menyebabkan pendapatan masyarakat meningkat dari hasil penjualan barang dan jasa melalui usaha restoran, hotel, biro perjalanan, penjualan barang cinderamata dan sebagainya. Semakin banyak wisatawan yang datang maka akan semakin banyak devisa yang diterima dan pada akhirnya akan mendorong pembangunan sarana dan prasarana wisata lainnya (Spillane, 1989). Pemanfaatan potensi alam dan budaya Indonesia sebagai daya tarik wisata tidak dapat dipungkiri telah memberikan manfaat dan keuntungan di berbagai bidang. Peningkatan ekonomi dengan ketersediaan lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia adalah manfaat yang paling jelas terlihat dari pengembangan pariwisata (Pratama dan Kinseng, 2013; Sharpley, 2009; Tosun, 2000). Dengan manfaat ini, target kesejahteraan masyarakat dapat tercapai yang pada akhirnya menuju masyarakat yang sejahtera dari sisi ekonomis. Menurut Yoeti (2008:106), perencanaan yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan pengembangan pariwisata di suatu daerah. Oleh karena itu, agar kontribusi potensi kepariwisataan yang dimiliki dapat dioptimalkan maka yang harus dilakukan adalah menentukan tujuan kepariwisataan dalam rangka mencapai tujuan tersebut.

Salah satu sumber potensial Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sektor pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata daerah Kabupaten Mamuju di dukung Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menyebutkan keberadaan obyek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan alam dan lingkungan, memperkuat jati diri bangsa dan memupuk rasa cinta tanah air. Dalam konteks pengembangan Kepariwisataan Nasional, Provinsi Sulawesi Barat secara umum dan Kabupaten Mamuju secara khusus dari sisi produk wisata, menyimpan sejumlah besar potensi sumberdaya wisata yang cukup memikat. Provinsi Sulawesi Barat memiliki potensi kepariwisataan yang sangat potensial untuk dikembangkan dan mendapat perhatian dalam proses perencanaan serta pembangunannya.

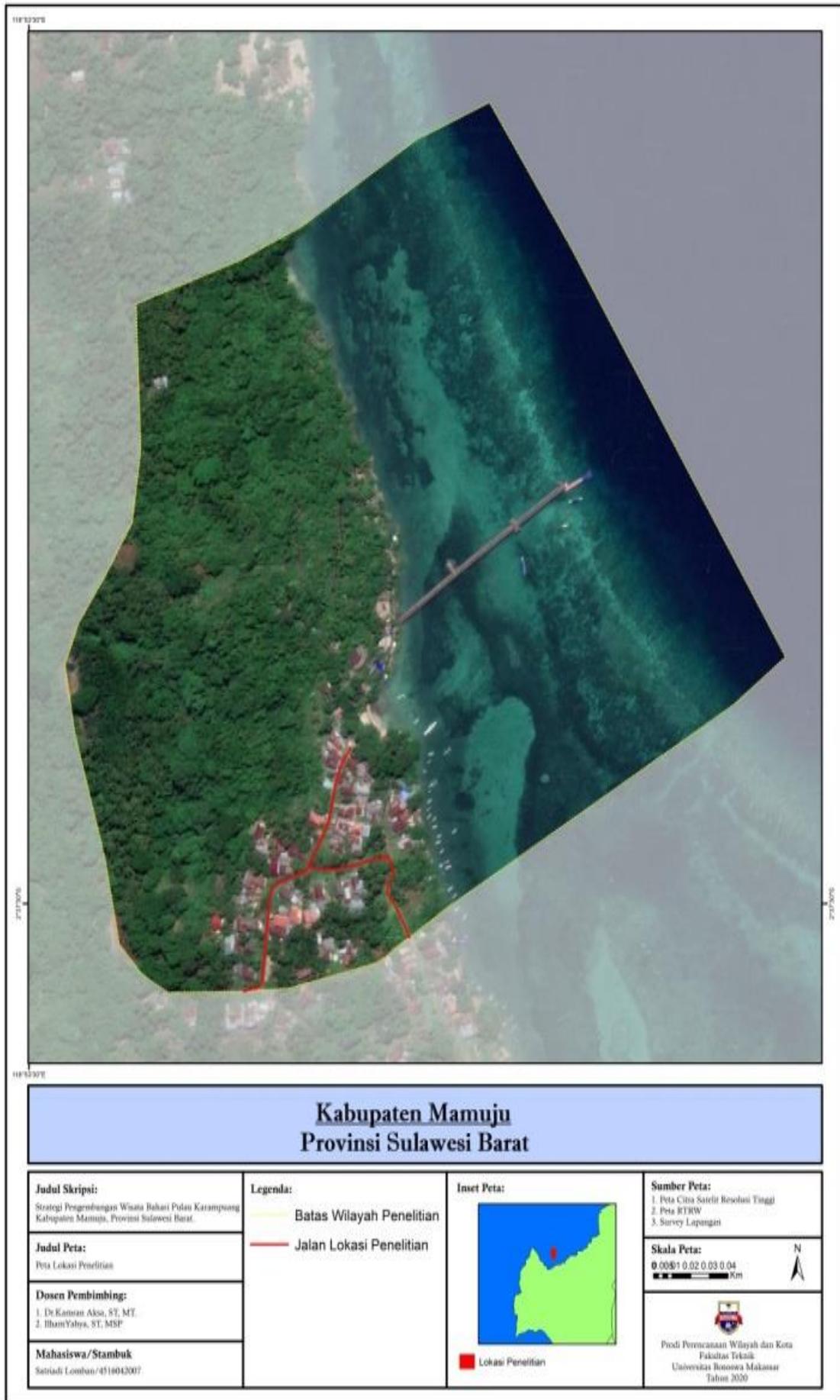
Pulau Karampuang yang terletak di Desa Karampuang, Kecamatan Mamuju, Kabupaten Mamuju, Provinsi Sulawesi Barat dengan luas wilayah sebesar 6,37 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk yang mencapai 3.990 jiwa, memiliki potensi sumberdaya pesisir laut yang cukup besar dengan satu-satunya destinasi wisata bahari yang paling diminati oleh masyarakat yang memiliki daya tarik keindahan terumbu karang mulai dari *soft coral* hingga *hard coral* serta keanekaragaman biota laut di dalamnya, Pulau Karampuang juga merupakan salah satu tempat yang tepat dalam pemilihan lokasi untuk rekreasi karena Pulau Karampuang tersebut jauh dari kebisingan kota juga juga nyaman untuk menikmati keindahan dari Pulau Karampuang, daya tarik dan potensi Obyek Wisata Pulau Karampuang menjadi salah satu aset wisata bahari dalam peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Mamuju.

Berdasarkan kondisi eksisting yang ada, kenyataan yang terjadi saat ini objek wisata yang ada di Pulau Karampuang, Kabupaten Mamuju belum di tata dengan rapi, sarana penunjang wisata yang belum memadai serta kurangnya informasi dan promosi tentang keberadaan Obyek Wisata Pulau Karampuang dan juga masih belum optimalnya potensi pengembangan pariwisata di Pulau Karampuang, akses menuju pulau masih di tangani oleh masyarakat setempat yang memiliki perahu mesin yang tidak setiap saat menyediakan jasanya untuk mengantar para wisatawan yang ingin pergi ke objek wisata Pulau Karampuang. Waktu yang di tempuh 15-20 menit dengan perjalanan kurang lebih sejauh 3km dari dermaga pelabuhan Mamuju menuju objek wisata Pulau Karampuang. Oleh karena itu, dilakukan penelitian “Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pulau Karampuang Kabupaten Mamuju”. Dengan harapan menjadikan obyek wisata Pulau Karampuang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Mamuju dan meningkatkan nilai kontribusi terhadap pendapatan asli daerah (PAD), meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah dan menunjang pembangunan yang ada di daerah.

## 2. METODE

### 2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di obyek wisata Pulau Karampuang yang berada pada wilayah administrasi Kabupaten Mamuju, tepatnya di Kecamatan Mamuju, Desa Karampuang. Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Peta Pulau Karampuang

## 2.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ialah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dari hasil wawancara dengan penyebaran kuesioner. Jenis data ini meliputi kondisi sarana dan prasarana kepariwisataan, adat istiadat, pola penggunaan lahan, kondisi fisik wilayah, dan data pendukung lainnya. Adapun jenis data kuantitatif meliputi data jumlah pengunjung, jumlah penduduk, kepadatan penduduk, luas wilayah dan data pendukung lainnya.

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dengan cara survey dan observasi lapangan. Adapun data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait seperti BPS, Dinas Pariwisata, Dinas Bappeda, Kantor Kecamatan, Kantor Desa, dan sebagainya.

## 2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- Observasi lapangan dengan melakukan pengamatan langsung secara sistematis mengenai fenomena yang diteliti.
- Wawancara/Kuesioner
- Pendataan Instansional dengan mengumpulkan data melalui instansi terkait
- Penelusuran pustaka, seperti laporan, jurnal, monografi daerah, buku, dan lainnya.
- Dokumentasi untuk melengkapi data.

## 2.4. Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini meliputi daya tarik wisata, sarana penunjang wisata, prasarana wisata, informasi dan promosi, dan aksesibilitas (Tabel 1)

**Tabel 1.** Variabel dan Sub Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel
Daya Tarik Wisata ( $X_1$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Data wisatawan</li> <li>Daya tarik wisata</li> </ul>
Sarana Wisata ( $X_2$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hotel</li> <li>Wisma</li> <li>Pedagang asongan (kios)</li> <li>Rumah makan (warung)</li> <li>Gazebo</li> <li>Toilet (WC)</li> <li>Tempat sampah</li> <li>Peribadatan</li> </ul>
Keamanan dan Kenyamanan ( $X_3$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pos jaga</li> <li>Petugas kebersihan</li> <li>Kenyamanan</li> </ul>
Informasi dan Promosi ( $X_4$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Media promosi</li> </ul>
Aksesibilitas ( $X_5$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dermaga</li> <li>Alur pelayaran</li> </ul>

## 2.5. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- Analisis Chi-Square

Chi-square juga disebut sebagai Kai Kuadrat merupakan salah satu jenis uji komparatif non parametris yang dilakukan pada dua variabel dengan skala data kedua variabel ada nominal. Adapun rumus dari analisis chi-square ialah :

$$X^2 = \frac{(F_o - F_h)^2}{(F_h)} \quad (1)$$

Keterangan :

$X^2$  = Nilai Chi-Square

$F_h$  = Frekuensi yang diharapkan

$F_o$  = Frekuensi yang diperoleh/diamati

Untuk mengetahui frekuensi yang diharapkan ( $F_h$ ) pada masing-masing frekuensi menurut baris dan kolom, jumlah masing-masing sub bagian dan jumlah keseluruhan. Selanjutnya dapat dimasukkan ke dalam rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{(n_{fb} - n_{fk})^2}{N} \tag{2}$$

Keterangan:

- $F_h$  = Frekuensi yang diharapkan
- $n_{fb}$  = Jumlah frekuensi masing-masing baris
- $n_{fk}$  = Jumlah frekuensi masing-masing kolom

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treath*). Selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap faktor internal, yaitu semua kekuatan dan kelemahan yang dimiliki obyek wisata Pantai Jikumerasa. penentuan indikator peluang dan ancaman disusun berdasarkan tujuan dalam membuat strategi pengembangan obyek wisata bahari Pulau Karampuang.

Model ananlisis SWOT

- Pembobotan tetap menggunakan skala 1 (sangat penting) hingga 0 (tidak penting), akan tetapi penentuan nilai skala untuk masing-masing situasi total berjumlah 1 dengan cara
- Urutkan fkator situasi berdasarkan skala prioritas (SP) (tetinggi nilainya 16 dari 4 X 4, urutkan 2 nilainya 3 X 4 = 12 dan terendah nilai dqri 1 X 4) lalu kalikan dengan konstanta (K) nilai tertinggi 4
- Peringkat tetap menggunakan skala 1 (rendah – 4 (tinggi) untuk kekuatan dan peluang. Sedangkan skala 4 (rendah) – 1 (tinggi) untuk kelemahan dan ancaman. Namun jika tidak ada perbandingan, maka nilai skala ditentukan berdasarkan prioritas dari masing-masing situasi (misalnya berdasarkan prioritas dari masing-masing situasi (misalnya skala 4 untuk peluang yang paling tinggi).
- Nilai tertinggi untuk bobot x peringkat adalah 1 – 2 (kuat) dan terendah adalah 0 – 1 (lemah)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang

Hasil analisis statistik dengan uji chi-square antara variabel independen dan variabel dependen (bivariate) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

##### 3.1.1 Pengaruh Daya Tarik Wisata (X<sub>1</sub>) terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang

Tabel 2. Pengaruh Daya Tarik Wisata (X<sub>1</sub>) terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang

Y	X	X		Σ	Fh		X <sup>2</sup>		Σ
		1	2		1	2	1	2	
Y	1	18	34	52	33.8	18.2	7.39	13.72	21.10
	2	47	1	48	31.2	16.8	8.00	14.86	22.86
Σ		65	35	100					
X <sup>2</sup>									43.96
db									1.00
X <sup>2</sup> Tabel									3.84
Kesimpulan					Berpengaruh				

Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2020

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang menurut uji Chi Kuadrat berpengaruh terhadap aspek Daya Tarik wisata. Untuk mengukur tingkat persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang terhadap aspek daya tarik wisata maka selanjutnya dilakukan uji kontigensi dimana:

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{N+X^2}}$$

$$C = \sqrt{\frac{43,96^2}{100+43,96^2}}$$

$$= 0,55 \text{ ( Pengaruh Sedang )}$$

**3.1.2 Pengaruh Sarana Penunjang Wisata (X<sub>2</sub>) terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang**

**Tabel 3.** Pengaruh Sarana Penunjang Wisata (X<sub>2</sub>) terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang

Y	X	X		Σ	Fh		X <sup>2</sup>		Σ
		1	2		1	2	1	2	
Y	1	19	33	52	16.12	35.88	0.51	0.23	0.00
	2	12	36	48	14.88	33.12	0.56	0.25	0.81
Σ		31	69	100					
X <sup>2</sup>									0.81
db									1.00
X <sup>2</sup> Tabel									3.84
Kesimpulan					Tidak berpengaruh				

Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang menurut uji Chi Kuadrat tidak berpengaruh terhadap aspek sarana wisata. Untuk mengukur tingkat persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang terhadap aspek sarana wisata maka selanjutnya dilakukan uji kontigensi dimana:

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{N+X^2}}$$

$$C = \sqrt{\frac{0,81^2}{100+0,81^2}}$$

$$= 0,03 \text{ ( Pengaruh Sangat Rendah)}$$

**3.1.3 Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Obyek Wisata (X<sub>3</sub>) Terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang**

**Tabel 4.** Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Obyek Wisata (X<sub>3</sub>) terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang

Y	X	X		Σ	Fh		X <sup>2</sup>		Σ
		1	2		1	2	1	2	
Y	1	33	19	52	32.24	19.76	0.02	0.03	0.00
	2	29	19	48	29.76	18.24	0.02	0.03	0.05
Σ		62	38	100					
X <sup>2</sup>									0.05
db									1.00
X <sup>2</sup> Tabel									3.84
Kesimpulan					Tidak Berpengaruh				

Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2020

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang menurut uji Chi Kuadrat tidak berpengaruh terhadap aspek sarana wisata. Untuk mengukur tingkat persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang terhadap aspek keamanan dan kenyamanan objek wisata maka selanjutnya dilakukan uji kontigensi dimana:

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{N+X^2}}$$

$$C = \sqrt{\frac{0,05^2}{100+0,05^2}}$$

$$= 0,14 \text{ ( Pengaruh Sangat Lemah)}$$

**3.1.4 Pengaruh Informasi dan Promosi Wisata (X<sub>4</sub>) Terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang**

**Tabel 5.** Pengaruh Informasi dan Promosi Wisata (X<sub>4</sub>) terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang

Y \ X	X		Σ	Fh		X <sup>2</sup>		Σ
	1	2		1	2	1	2	
Y	1	26	52	34.84	17.16	2.24	4.55	0.00
	2	41	7	32.16	15.84	2.43	4.93	7.36
Σ		67	33	100				
X <sup>2</sup>								7.36
db								1.00
X <sup>2</sup> Tabel								3.84
Kesimpulan				Berpengaruh				

Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2020

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat dilihat bahwa persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang menurut uji Chi Kuadrat berpengaruh terhadap aspek informasi dan promosi objek wisata. Untuk mengukur tingkat persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang terhadap aspek informasi dan promosi objek wisata maka selanjutnya dilakukan uji kontigensi dimana:

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{N+X^2}}$$

$$C = \sqrt{\frac{7.36^2}{100+7.36^2}}$$

$$= 0,26 \text{ ( Pengaruh Lemah )}$$

**3.1.5 Pengaruh Aksesibilitas Wisata (X<sub>5</sub>) Terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang**

**Tabel 6.** Pengaruh Aksesibilitas Wisata (X<sub>5</sub>) terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang

Y \ X	X		Σ	Fh		X <sup>2</sup>		Σ	
	1	2		1	2	1	2		
Y	1	12	40	52	11.44	40.56	0.03	0.01	0.00
	2	10	38	48	10.56	37.44	0.03	0.01	0.04
Σ		22	78	100					
X <sup>2</sup>								0.04	
db								1.00	
X <sup>2</sup> Tabel								3.84	
Kesimpulan				Tidak berpengaruh					

Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2020

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang menurut uji Chi Kuadrat berpengaruh terhadap aspek aksesibilitas objek wisata. Untuk mengukur tingkat persepsi dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Pulau Karampuang terhadap aspek aksesibilitas objek wisata maka selanjutnya dilakukan uji kontigensi dimana:

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{N+X^2}}$$

$$C = \sqrt{\frac{0,04^2}{100+0,04^2}}$$

$$= 0,02 \text{ ( Pengaruh Sangat Lemah )}$$

### 3.2 Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang

#### 3.2.1 Internal Strategy Factor Analysis (IFAS)

**Tabel 7.** Matriks *Internal Strategy Factor Analysis* (IFAS) Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang

No.	Faktor Internal	SP	K	SP x K	Bobot
Kekuatan :					
1	Memiliki sumberdaya pesisir yang cukup besar.	12	3	36	0,27
2	Lokasi yang strategis yang terletak jauh dari kebisingan kota.	8	3	24	0,18
3	Kondisi alam pada obyek wisata yang masih asri.	8	3	24	0,18
4	Antusiasme wisatawan yang datang ke objek wisata meningkat di tiap tahunnya.	8	3	24	0,18
5	Upaya pemerintah daerah yang cukup baik dalam mempromosikan obyek wisata bahari pulau karampuang.	8	3	24	0,18
Jumlah		44	15	132	
Kelemahan :					
6	Sarana penunjang wisata yang masih kurang memadai.	8	3	24	0,16
7	Akses menuju Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang masih dalam kondisi kurang baik (buruk) serta kurangnya dukungan dari Pemerintahan Daerah.	16	3	48	0,33
8	Kurangnya SDM mengenai pentingnya pariwisata.	12	3	36	0,25
9	Keterbatasan jaringan, dan moda transportasi dan konektivitas antar moda untuk mendukung kemudahan pergerakan wisata.	12	3	36	0,25
Jumlah		48	12	144	

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2020.

**Tabel 8.** Matriks Nilai Skor IFAS Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan :				
1	Memiliki sumber daya pesisir yang cukup besar.	0,27	3	0,81
2	Lokasi yang strategis yang terletak jauh dari kebisingan kota.	0,18	2	0,36
3	Kondisi alam pada obyek wisata yang masih asri.	0,18	2	0,36
4	Antusiasme wisatawan yang datang ke objek wisata meningkat di tiap tahunnya.	0,18	2	0,36
5	Upaya pemerintah daerah yang cukup baik dalam mempromosikan obyek wisata bahari pulau karampuang.	0,18	2	0,36
Jumlah				2,25
Kelemahan :				
6	Sarana penunjang wisata yang masih kurang memadai.	0,16	3	0,48
7	Akses menuju Obyek Wisata Pantai Papaliseran masih dalam kondisi kurang baik (buruk) serta kuaranya dukungan Pemerintahan Daerah.	0,33	4	1,33
8	Kurangnya SDM mengenai pentingnya pariwisata.	0,25	3	0,75
9	Keterbatasan jaringan, dan moda transportasi dan konektivitas antar moda untuk mendukung kemudahan pergerakan wisata.	0,25	3	0,75
Jumlah				3,31

Sumber: Hasil Anaisis Tahun 2020.

## 3.2.2 Eksternal Strategy Factor Analysis (EFAS)

**Tabel 9.** Matriks Eksternal Strategy Factor Analysis (EFAS) Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang

No.	Faktor Eksternal	SP	K	SP x K	Bobot
1	Peluang: Visi (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2018-2025) menjadikan sebagai destinasi wisata berkelas dunia, berkelanjutan, berbasis pada potensi kearifan lokal, yang mendorong pembangunan daerah, kesejahteraan masyarakat, menuju Sulawesi Barat maju dan malaqbi.	8	3	24	0,24
	Pembangunan industri pariwisata yang digariskan dalam Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010-2025.	8	2	16	0,16
	Diberlakukannya UU No 32 Tahun 2004 tentang otonomi daerah.	8	3	24	0,24
	Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli daerah (PAD).	12	3	36	0,36
Jumlah		36	9	100	
5	Ancaman: Terjadinya Abrasi Pantai.	16	3	48	0,30
	Terjadinya degradasi lingkungan.	12	3	36	0,23
	Meningkatnya tingkat kriminalitas/konflik sosial.	12	3	36	0,23
	Persaingan yang erat antara daerah tujuan wisata yang dimana semakin banyaknya daerah daerah yang mengembangkan pariwisata baik di dalam maupun luar negeri yang menambah ketatnya persaingan.	12	3	36	0,23
Jumlah		40	9	156	

**Tabel 10.** Matriks Nilai Skor EFAS (Eksternal Factor Evaluation) Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang.

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Peluang: Visi dari (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2018-2025) menjadikan sebagai destinasi wisata berkelas dunia, berkelanjutan, berbasis pada potensi kearifan lokal, yang mendorong pembangunan daerah, kesejahteraan masyarakat, menuju Sulawesi Barat maju dan malaqbi.	0,24	2	0,48
	Pembangunan industri pariwisata yang digariskan dalam Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010-2025.	0,16	4	0,64
	Diberlakukannya UU No 32 Tahun 2004 tentang otonomi daerah.	0,24	3	0,72
	Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli daerah (PAD).	0,36	3	1,08
Jumlah				2,92
5	Ancaman: Terjadinya Abrasi Pantai	0,30	4	0,12
	Terjadinya degradasi lingkungan.	0,23	3	0,69
	Meningkatnya tingkat kriminalitas/konflik sosial.	0,23	3	0,69
	Persaingan yang erat antara daerah tujuan wisata yang dimana semakin banyaknya daerah daerah yang mengembangkan pariwisata baik di dalam maupun luar negeri yang menambah ketatnya persaingan.	0,23	3	0,69
Jumlah				2,82

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2020.

Alternatif strategi dalam pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang dapat dirumuskan dengan pendekatan analisis SWOT. Analisis matriks SWOT merupakan langkah selanjutnya setelah dilakukan analisis IFAS dan EFAS, yakni dengan mencocokkan faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang berpengaruh dalam pengembangan Obyek Wisata Pulau Karampuang. Untuk Lebih jelasnya matriks SWOT dalam perumusan strategi pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang dapat sebagai berikut :

**Tabel 11.** Matriks SWOT Obyel Wisata Bahari Pulau Karampuang

<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki sumberdaya pesisir dan dayatarik yang cukup besar.</li> <li>2. Lokasi yang strategis yang terletak jauh dari kebisingan kota</li> <li>3. Kondisi alam pada obyek wisata yang masih asri</li> <li>4. Antusiasme wisatawan yang datang ke objek wisata</li> <li>5. Meningkatkan di tiap tahunnya</li> <li>6. Upaya pemerintah daerah yang cukup baik dalam mempromosikan obyek wisata bahari pulau karampuang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sarana penunjang wisata yang masih kurang memadai.</li> <li>2. Akses menuju Obyek Wisata Pantai Papaliseran masih dalam kondisi kurang baik (buruk) serta kuaranya dukungan Pemerintahan Daerah</li> <li>3. Kurangnya SDM mengenai kesadaran pentingnya pariwisata.</li> <li>4. Keterbatasan jaringan, dan moda transportasi dan konektivitas antar moda untuk mendukung kemudahan pergerakan wisata.</li> <li>5. Kurangnya perawatam terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada.</li> <li>6. Keamanan dan kenyamanan yang belum maksimal di obyek wisata.</li> <li>7. Tidak adanya atraksi budaya yang disuguhkan obyek wisata pulau karampuang</li> </ol>
<b>Peluang (O)</b>	<b>Ancaman (T)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visi dari (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2018-2025) menjadikan sebagai destinasi wisata berkelas dunia, berkelanjutan, berbasis pada potensi kearifan lokal, yang mendorong pembangunan daerah, kesejahteraan masyarakat, menuju Sulawesi Barat maju dan malaqbi.</li> <li>2. Pengembangan industri parwisata yang digariskan dalam Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010-2025</li> <li>3. Diberlakukannya UU No 32 Tahun 2004 tentang otonomi daerah.</li> <li>4. Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli daerah (PAD).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terjadinya Abrasi Pantai.</li> <li>2. Terjadinya degradasi lingkungan.</li> <li>3. Meningkatnya tingkat kriminalitas/konflik sosial</li> <li>4. Persaingan yang erat antara daerah tujuan wisata yang dimana semakin banyaknya daerah daerah yang mengembangkan parwisata baik di dalam maupun luar negeri yang menambah ketatnya persaingan</li> </ol>
<b>Strategi S-O (Aggressive Strategies)</b>	<b>Strategi W-O (Turn Around Strategies)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menerapkan /menjalankan kebijakan pemerintah daerah dalam hal pengembangan obyek parwisata.</li> <li>2. Mempertahankan dan memelihara sumber daya pesisir agar minat wasatawan yang berkunjung akan terus bertambah.</li> <li>3. Kerjasama dengan instansi terkait termaksud biro perjalanan perjalanan dalam mempromosikan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampaung.</li> <li>4. Peningkatan kontribusi parwisata terhadap kualitas dan kuantitas sumber daya manusia sehingga dalam pembangunan indusri parwisata dapat bejalan dengan optimal sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010-2025.</li> <li>5. Peningkatan peran pemrintah daerah sebagaia eksekutor pembuatan kebijakan dalam upaya peningkatan pengambangan obyek wisata.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan sarana dan prasarana penunjang wisata untuk menarik minat wisatawan/pengunjung untuk berkunjung di Obyek Wisata Pulau Karampuang.</li> <li>2. Pengadaan akses khusus kapal bagi wisatawan yang akan berkunjung ke obyek wisata untuk pengembangan industri pawisata yang berkelanjutan.</li> <li>3. Mengadaka pelatihan bagi pengelola keparwisataan serta pembinaan dalam mengembangkan dan pengelolaan industri wisata di Pulau Karampuang.</li> <li>4. Meningkatkan promosi dengan berbagai media promosi dengan pemanfaatan teknologi informasi yang dan bekerja sama dengan instansi terkait termaksud biro perjalanan dalam mempermosikan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang.</li> <li>5. Menjaga dan meningkatkan kesadara akan keindahan dan kebersihan obyek wisata dengan peraturan yang telah di tetapkan oleh pemerintahan</li> </ol>

daerah atau dari pihak pengelola sehingga terwujudnya lingkungan yang bersih dan asri.

6. Peningkatan peran pemerintah daerah sebagai eksekutor pembuat kebijakan dalam mengawal pengembangan objek parwisata.
7. Memanfaatkan potensi dayatarik objekwisata sebagai kawasan parwisata unggulan dengan tetap memperhatikan sektor lingkungan.
8. Mengembangkan industri parwisata dengan memanfaatkan lapangan kerja masyarakat lokal untuk diversifikasi produk wisata dalam Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang

---

#### **Strategi S-T (Diversification Strategies)**

1. Sosialisasi dan konsistensi terhadap peraturan lingkungan hidup.
2. Pembuatan pemecah ombak atau penanaman mangrove di pantai sekitar obyek wisata.
3. Pemeliharaan akan dayatarik yang masih alami yang di tawarkan oleh Pulau Karampuang.
4. Mengedukasi kepada masyarakat untuk menjaga kestabilan lingkungan yang terdapat pada obyek wisata Pulau Karampuang.

---

#### **Strategi W-T (Defensive Strategies)**

1. Pembenahan dan pembangunan sarana penunjang di Obyek wisata Pulau Karampuang.
  2. Meningkatkan SDM dalam hal keparwisataaan dan melibatkan pihak swasta, pemerintah dan masyarakat dalam manajemen dan pengelolaan serta pembangunan sarana penunjang wisata do Obyek Wisata Pulau Karampuang.
  3. Mengesplotasi potensi dayatarik wisata Pulau Karampuang dengan tetap memperhatikan sektor lingkungan.
  4. Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan obyek wisata Pulau Karampuang serta pemerataan hasil pembangunan bagi seluruh masyarakat guna menekan tingkat kriminalitas yang terjadi.
- 

Sumber : Hasil Analisis Tahun 2020

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis terkait Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang Kabupaten Mauju, dapat disimpulkan bahwa sarana penunjang wisata, keamanan dan kenyamanan, serta aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang, sedangkan variabel daya tarik wisata dan informasi dan promosi merupakan faktor yang paling berpengaruh signifikan. Adapun startegi pengembangan Obyek Wisata Bahari Pulau Karampuang adalah meningkatkan sarana dan prasarana parwisata, peningkatan peran pemerintah dan swasta, peningkatan informasi dan promosi wisata, peningkatan kualitas sumber daya manusia (*SDM*), memanfaatkan potensi dayatarik objek wisata, serta pelestarian lingkungan.

## **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Khoiriyah, B. A. (2018). *Strategi Pengembangan Fasilitas Wisata Cemara Sewu Tulungagung Untuk Menarik Wisatawan*.
- Pratama dan Kinseng. (2013). Dampak Pengembangan Pariwisata dan Sikap Nelayan di Desa Pangandaran. *Jurnal Penyuluhan*, 9(1): 10-17
- Sharpley, R. (2009). *Tourism, Development and the Environment: Beyond Sustainability*. London: Earthscan: 181
- Spillane, J. (1989). *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius: Yogyakarta.
- Tosun, C. (2000). Limits to Community Participation in The Tourism Development Process in Developing Countries. *Tourism Management*. 21(6): 613-633.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. diakses pada <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>
- Yoeti, O.A (2008) *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita: Jakarta..