

APLIKASI ANALISIS SWOT TERHADAP PERTUMBUHAN TUJUAN WISATA PANTAI CIPTALAND DI KOTA BATAM

Lia Kristin¹, Arina Luthfini Lubis²
Politeknik Pariwisata Batam
lia@btp.ac.id¹
a.luthfinilubis@gmail.com²

Abstrak

Kota Batam merupakan salah satu kota di Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki segudang potensi pariwisata dan peluang masa depan yang cerah. Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam, total pengunjung internasional yang berwisata ke Kota Batam pada bulan Maret 2023 naik sebesar 32,45% jika dibandingkan dengan bulan Februari 2023. Pantai Ciptaland yang populer di kalangan wisatawan merupakan salah satu destinasi wisata pantai di kecamatan Sekupang Kota Batam. Berbagai kesulitan dan permasalahan dalam menciptakan destinasi liburan Pantai Ciptaland menjadi landasan penelitian ini, yang akan menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan tempat liburan Pantai Ciptaland. Mengingat temuan penelitian yang memanfaatkan struktur matriks SWOT IFAS, EFAS, dan 4 kuadran, jelas bahwa rencana diversifikasi produk diperlukan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung sekaligus memaksimalkan kekuatan dan kemungkinan. Strategi pelaksanaannya adalah sebagai berikut: (1) memperkuat hubungan dengan perusahaan *tour and travel* lokal di Kota Batam untuk meningkatkan jumlah pengunjung; (2) mempekerjakan tenaga kerja lokal untuk mengelola destinasi wisata, sehingga mengurangi jumlah pengangguran dan memperluas keberlangsungan perekonomian masyarakat sekitar lokasi objek wisata; (3) menyediakan prasarana dan fasilitas di destinasi wisata Pantai Ciptaland; (4) melestarikan dan meningkatkan lokasi wisata dan fasilitas yang dimiliki destinasi wisata; dan (5) menjaga kondisi kesehatan di sekitar destinasi wisata.

Kata Kunci: Wisata Pantai, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan

PENDAHULUAN

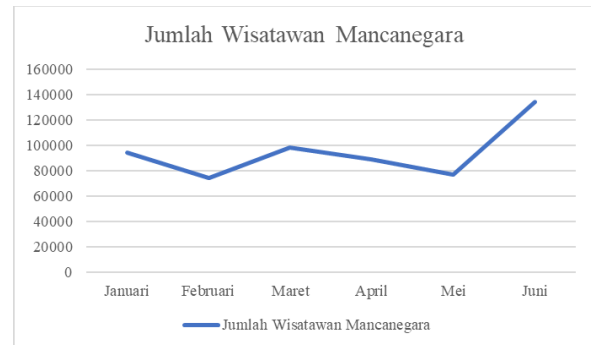
Melalui pertumbuhan pariwisata komunitas, industri pariwisata yang merupakan sumber perekonomian lokal diharapkan dapat berfungsi secara berkelanjutan (Pantiyasa, 2019). Untuk

mencapai pertumbuhan pariwisata berkelanjutan yang berpusat pada masyarakat, perlu dilakukan upaya untuk menciptakan daya tarik wisata baru yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat, menjaga budaya dan seni, serta menumbuhkan pariwisata ramah lingkungan.

Provinsi Kepulauan Riau menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang menawarkan banyak tempat wisata yang menarik dan tidak kalah memukau dengan provinsi lainnya. Batam sendiri merupakan salah satu hotspot pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dengan kemungkinan masa depan yang cerah (Ilham et al., 2022). Daya tarik wisata di Kota Batam antara lain objek wisata bahari yang tersebar di seluruh kota, khususnya yang ada di Sekupang, salah satunya adalah Pantai Ciptaland.

Merujuk kepada data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Batam pada bulan Maret 2023 tumbuh sebesar 32,45 persen dibandingkan bulan Februari 2023. Khusus kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan Maret sebanyak 98.268 orang, sementara bulan Februari sebanyak 74.193 orang. Sedangkan, total wisman yang berkunjung ke Kota Batam pada Maret 2023 sebanyak 995, wisman asal Singapura memimpin jumlah wisman yang masuk ke Kota Batam pada Maret 2023 menyumbang 61,29 persen dari keseluruhan jumlah wisatawan asing.



Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2023)

Pantai Ciptaland merupakan destinasi wisata pantai yang berada di kecamatan Sekupang, Kota Batam, sekitar 13,8 kilometer dari Kota Batam. Pantai Ciptaland memiliki peluang pemandangan yang menakjubkan karena memberikan pemandangan Singapura yang jelas. Meski demikian, kontribusi pemerintah daerah dalam mendorong pariwisata dan menciptakan sarana dan prasarana di destinasi Pantai Ciptaland belum begitu baik sehingga membatasi kemungkinan masa depan objek wisata ini.

Masih banyak tantangan yang harus diatasi dalam pembuatan objek wisata Pantai Ciptaland, seperti kurangnya sarana dan prasarana yang tersedia, kurangnya perhatian terhadap keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata Pantai Ciptaland, dan kurang optimalnya pendampingan dari pihak pemerintah lokal. Mengingat banyaknya hambatan dan tantangan dalam

mengembangkan objek wisata Pantai Ciptaland, penelitian ini berupaya mempelajari pendekatan perluasan objek wisata Pantai Ciptaland Batam, Kecamatan Sekupang, dan Kota Batam dengan menggunakan evaluasi SWOT.

Penyusunan rencana jangka panjang untuk penanganan risiko dan peluang lingkungan hidup secara efektif dengan mempertimbangkan kelebihan dan keterbatasan perusahaan disebut dengan perumusan strategi (Hunger & Wheelen, 1996). Penyusunan strategi meliputi penetapan misi perusahaan serta target yang ingin dicapai. Sementara itu, strategi dapat dianggap secara konseptual sebagai rencana tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi juga dapat didefinisikan sebagai semua metode dan sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam keadaan tertentu untuk mendapatkan hasil terbaik.

Penciptaan dan perluasan Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) yang menjadi penggerak utama industri pariwisata memerlukan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan pemerintah, serta keterlibatan personal dari kelompok usaha dan swasta secara keseluruhan (Devy & Soemanto, 2017). Tujuan pengembangan pariwisata adalah

untuk memberikan keuntungan bagi wisatawan dan penduduk lokal. Pertumbuhan pariwisata di suatu daerah membantu baik wisatawan maupun masyarakat lokal. Keuntungan bagi masyarakat lokal meliputi ekonomi, sosial, dan budaya. Apabila pembangunan tersebut tidak direncanakan dan dikendalikan dengan baik, maka dapat menimbulkan berbagai kesulitan yang merugikan pengunjung atau masyarakat umum. Untuk menjamin bahwa pariwisata dapat berkembang dengan sukses dan berkelanjutan sekaligus memberikan manfaat bagi wisatawan dan penduduk lokal, diperlukan kajian mendalam terhadap setiap sumber daya dan dukungan yang mereka berikan.

Pertumbuhan industri pariwisata pada hakikatnya adalah pengembangan masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip berikut: (1) meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan tetap menjaga identitas dan norma budaya setempat; (2) meningkatkan tingkat pendapatan yang dihasilkan secara komersial sekaligus memberikannya secara merata kepada penduduk lokal; (3) fokus pada penciptaan kewirausahaan skala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja yang signifikan; dan (4) memanfaatkan wisata sebagai sarana untuk melestarikan tradisi

budaya (Fandeli, 1995). Lima faktor utama yang harus diperhatikan untuk memungkinkan pertumbuhan pariwisata di lokasi tujuan wisata, yang memerlukan persiapan, pelaksanaan, pembangunan, dan pertumbuhan, adalah sebagai berikut: (1) Daya tarik dan destinasi wisata; (2) Fasilitas wisata; (3) Fasilitas pengunjung; (4) Pengelolaan/infrastruktur; dan (5) Masyarakat/lingkungan (Suwantoro, 1997).

Analisis SWOT mengacu pada upaya untuk menentukan kekuatan, kerentanan, kemungkinan, dan bahaya bisnis (Lubis, 2016). Konsumen, surat kabar pemerintah, penyedia layanan, kalangan perbankan, dan karyawan di organisasi lain semuanya dapat memberikan pengetahuan eksternal mengenai peluang dan bahaya. Banyak bisnis menggunakan perusahaan pemindai untuk mendapatkan surat kabar, melakukan riset online, dan menilai tren lokal dan global yang relevan (Daft, 2010). Pertumbuhan tujuan, target, taktik, dan peraturan perusahaan selalu dikaitkan dengan prosedur pengambilan keputusan strategis. Analisis SWOT juga dapat digunakan untuk merancang rencana pengembangan suatu lokasi tertentu.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka tantangan yang ada dapat dikemukakan sebagai berikut: “Bagaimana pendekatan

yang dilakukan dalam pengembangan objek wisata pantai Ciptaland bagi wisatawan di Kecamatan Sekupang Kota Batam?”

METODE PENELITIAN

Mengingat data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa suara, tulisan, dan perilaku orang yang diawasi, maka digunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Permasalahan dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan spekulatif, dan akan muncul atau berkembang setelah peneliti meninggalkan bidang penelitiannya (Sugiyono, 2016). Penelitian kualitatif adalah suatu proses penyelidikan yang berupaya memahami peristiwa-peristiwa manusia atau sosial dengan mengembangkan gambaran yang lengkap dan kompleks yang dapat diungkapkan dengan kata-kata, memberikan pendapat khusus yang diperoleh dari sumber responden, dan melakukan penelitian dalam konteks yang wajar (Walidin et al., 2015).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pantai Ciptaland Tiban, Kecamatan Sekupang, Kota Batam yang beralamat di Jl. Tiban Utara, Patam Lestari, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Ciptaland merupakan daya tarik wisatawan di Kota Batam yang terletak di dalam proyek perumahan yang dibuat oleh

A screenshot of the Google Maps interface. At the top, the title "Cipta Land Beach" is displayed with a rating of 4.2 stars from 822 reviews, labeled as a "Tourist attraction". Below this are tabs for "Overview", "Reviews", and "About". A navigation bar shows icons for Directions, Save, Nearby, Send to phone, and Share. The map itself shows the beach area with several points of interest marked, including Kelong Baba by Kelong Shangri-La, Pinaang, Jelski Adventure War-War, THE RESIDENCE TIBAN, Villa sampurna 1, Tiban Berlian, Perumahan Central Raya Tiban, and Lokas Gudang. Other nearby locations like Pulau Combun Laut, Pulau Perip Payung, and Pulau Mentarang are also visible. The bottom left corner shows the address "Jl. Tiban Utara, Patam Lestari, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau" and the operating hours "Open · Closes 11 PM". There is also a button to "Send to your phone".

Sumber Data Penelitian

Data kedua adalah informasi untuk penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti dari jurnal lain, buku, dan sumber lain yang berhubungan dengan subjek. Informasi ini berkaitan dengan penelitian dan tersedia dalam bentuk buku teks dan melalui web sebagai media pelengkap.

Penelitian ini menggunakan empat metode pengumpulan data: wawancara, observasi, tinjauan pustaka, dan dokumentasi. Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan mengajukan banyak pertanyaan secara langsung kepada narasumber. Pendekatan observasi dilakukan dengan melihat langsung bagaimana PT Ciptaland Batam mengelola objek wisata Pantai Ciptaland. Studi literatur merupakan suatu strategi pengumpulan pengetahuan dan data berupa buku, dokumen, foto, dan media lain yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini. Dokumenter adalah pendekatan pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan semua informasi dari berbagai sumber tekstual atau makalah yang terletak di lokasi atau sumber penelitian.

Teknik Analisis Data

Penilaian SWOT adalah proses mengembangkan dan mengevaluasi keadaan suatu isu, proyek, atau ide bisnis dengan mempertimbangkan unsur internal (dalam) dan eksternal (luar). Strategi ini biasanya digunakan dalam metodologi evaluasi perusahaan untuk mengidentifikasi strategi yang akan dijalankan (Alamsyah et al., 2018). Analisis SWOT hanya

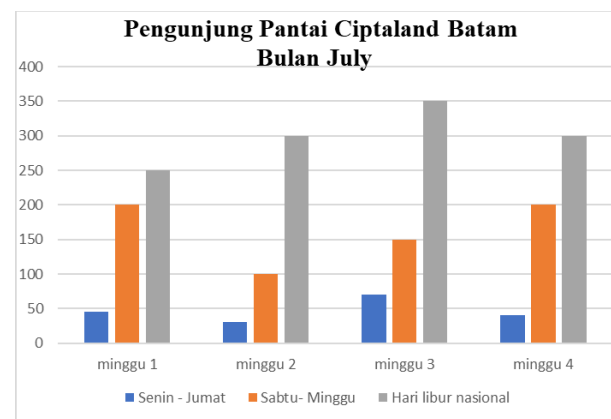
menggambarkan keadaan yang ada; itu tidak menyelesaikan masalah. Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk menentukan tahap kemampuan setiap fungsi untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Analisis SWOT mencakup empat faktor: kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya (Rangkuti, 2006).

Kekuatan yang dinilai merupakan variabel yang melekat dalam kerangka konsep perusahaan yang menyelenggarakan proyek itu sendiri, khususnya keunggulan yang dimiliki pariwisata. Pariwisata dapat ditingkatkan agar lebih tahan lama dengan memahami kekuatannya, sehingga memungkinkannya bertahan di pasar dan bersaing dalam inisiatif pariwisata di masa depan. Kelemahan adalah variabel yang dimasukkan dalam organisasi, ide, atau konsep bisnis, artinya variabel apa pun yang tidak menarik atau merusak pertumbuhan atraksi wisata. Prospek adalah keadaan untuk prospek pengembangan masa depan, inisiatif, atau konsep perusahaan, seperti pesaing dan kebijakan. Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat mengganggu stabilitas organisasi, inisiatif, atau model bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Tempat Wisata Saat Ini

Wisatawan pantai Ciptaland di hari biasa berbeda dengan pengunjung hari libur. Pada hari biasa, biasanya bisa 30-70 pengunjung yang datang dan hari libur bisa mencapai 200-300 pengunjung. Berbeda jika cuaca hujan bisa tidak ada pengunjung yang datang ke Pantai Ciptaland ini, hal ini telah diverifikasi oleh pengelola tempat liburan, retailer, dan warga sekitar.



Gambar 2. Grafik wisatawan Pantai Ciptaland Batam Pada bulan Juli

Pantai Ciptaland Batam berisi sampah-sampah di pinggir pantai yang ditinggalkan oleh para tamu yang ceroboh dalam membuang sampahnya, akibatnya pantai menjadi kotor akan sampah berbahan plastik sehingga menghalangi pandangan wisatawan terhadap pantai indah saat berlibur. Selain itu, Pantai Ciptaland juga masih kurang akan fasilitas seperti tidak ada lahan parkir, tidak ada toilet umum bagi

pengunjung, dan fasilitas seperti rumah ibadah (Masjid) juga belum ada di pantai ini.

Situasi Pantai Ciptaland Batam di Kota Batam sedang kepanasan karena minimnya dedaunan di kawasan pantai, sehingga wisatawan harus mengandalkan *stand-stand* yang disediakan pedagang sebagai tempat berteduh. Melihat kondisi pantai Ciptaland Batam saat ini, jelas perlu adanya perawatan dan kreativitas, salah satunya adalah penanaman pohon.



Gambar 3 Kondisi Pantai Ciptaland Batam

Rencana pemasaran yang ada belum diterapkan dengan baik dalam mempromosikan dan menarik masyarakat

agar berkunjung ke objek wisata Pantai Ciptaland. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan strategi pemasaran yang ada saat ini untuk mengikuti kemajuan zaman. Adapun beberapa diantaranya yaitu: (1) Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan website lain serta instansi terkait tidak memberikan informasi terkini atau mengiklankan destinasi wisata Pantai Ciptaland. (2) Selain itu, tidak dilakukan modifikasi lokasi wisata; jika dibandingkan dari tahun ke tahun, tata letak tempat wisata pantai Ciptaland tidak berubah atau bertambah, khususnya dalam rangka fasilitas umum; dan (3) Tidak terdapat *homestay*/hotel di kawasan pantai, apalagi di kawasan pantai Ciptaland Batam, sehingga membuat wisatawan dari luar kota yang datang kebingungan untuk mencari penginapan terdekat dengan lokasi wisata.

Analisis SWOT

Sesuai dengan analisis SWOT matriks data geografi wisata liburan, strategi yang digunakan dalam memperoleh daya tarik Pantai Ciptaland bagi wisatawan adalah dengan mengembangkan empat pendekatan lain, khususnya taktik alternatif SO (membangun pendekatan yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan kemungkinan), pendekatan alternatif WO

(mengembangkan rencana yang secara drastis mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang), strategi alternatif ST (membangun strategi yang memanfaatkan kemampuan untuk mengalahkan ancaman), dan strategi pengganti WT (menciptakan strategi yang menghilangkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang).

Perhitungan Matrik Ringkasan Analisis

Faktor Strategis Internal (IFAS)

Matriks algoritma IFAS menentukan bobot, penilaian, dan skor ketika nilai total tidak melebihi 1,00 dan memperkirakan nilai skor untuk setiap variabel pada skala penilaian 1 (di bawah rata-rata/tidak penting) hingga 4 sangat baik. Tabel hasil perhitungan matriks IFAS disajikan di bawah ini

Tabel 1. Perhitungan Matriks Ringkasan Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Pemandangan objek wisata pantai ciptaland sangat indah dan langsung menghadap singapura	0,13	3	0,39
2	Sebagai tempat sarana peristirahatan yang menjadikan pengunjung menikmati keindahan pantai ciptaland setelah melakukan berbagai macam aktivitas	0,11	3	0,33
3	Masyarakat objek wisata pantai ciptaland ramah kepada pengunjung	0,11	3	0,33
4	Tersedia loket tiket masuk	0,13	3	0,39
5	Tersedianya jaringan atau sinyal telepon yang mendukung di objek wisata pantai ciptaland	0,13	3	0,39
Total Kekuatan		0,61		1,83
No	Kelemahan			
1	Kebersihan di objek wisata pantai ciptaland kurang terjaga	0,09	2	0,18
2	Kondisi jalan menuju objek wisata pantai ciptaland kurang bagus	0,09	2	0,18
3	Tidak tersedianya fasilitas seperti toilet umum, musholla, dan fasilitas lainnya	0,08	2	0,16
4	Sarana maupun prasarana yang masih kurang untuk kebutuhan pengunjung	0,09	2	0,18
Total Kelemahan		0,35		0,7
Total Faktor Internal (IFAS)		0,96		2,53

Perhitungan Matriks *External Strategic*

Factors Analysis Summary (EFAS)

Matriks EFAS dihitung dengan cara yang sama seperti matriks IFAS: identifikasi setiap bobot, peringkat, dan skor yang total

bobotnya tidak melebihi 1,00, dan hitung nilai peringkat untuk setiap faktor menggunakan skala 1 (di bawah rata-rata/tidak signifikan) sampai 4 Sangat kuat. Tabel di bawah ini berisi hasil perhitungan

matriks EFAS. Nilai penilaian untuk kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan bahaya, selalu bertentangan secara diametral.

Temuan analisis EFAS ditunjukkan pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Perhitungan Matriks External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Keberadaan objek wisata pantai ciptaland berdampak kepada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar	0,14	3	0,43
2	Adanya objek wisata pantai ciptaland membantu masyarakat sekitar dalam membuka lapangan pekerjaan	0,15	3	0,48
3	Masih ada beberapa lahan untuk pengembangan	0,13	3	0,36
4	Alternatif rekreasi bagi masyarakat setempat	0,14	3	0,41
Total Peluang		0,56		1,68
No	Ancaman			
1	Destinasi wisata lainnya memberikan pelayanan yang sama dengan lokasi wisata pantai Ciptaland	0,13	3	0,36
2	Meningkatkan kuantitas dan kualitas fasilitas yang disediakan oleh destinasi wisata lawan	0,13	3	0,36
3	Daya dukung lingkungan semakin menurun karena semakin banyaknya pengunjung yang kurang peduli terhadap sanitasi dan pelestarian lingkungan	0,14	3	0,42
Total Ancaman		0,4		1,14
Total Faktor Eksternal (EFAS)		0,96		2,82

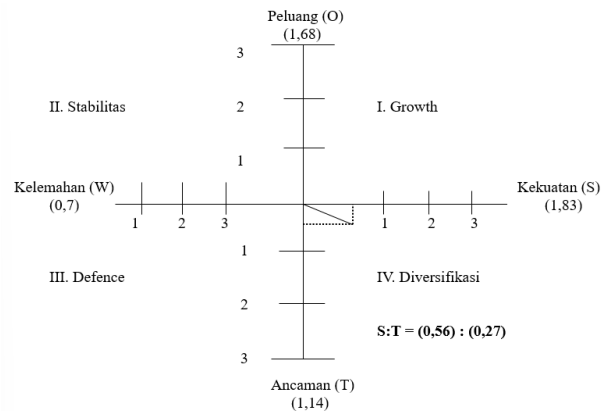
Hasil akhir penghitungan skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

- Total skor Kekuatan (*Strengths*) = 1,83
- Total skor Kelemahan (*Weaknesses*) = 0,7
- Total skor Peluang (*Opportunities*) = 1,68
- Total skor Ancaman (*Threats*) = 1,14

mempunyai pengaruh terhadap pencapaian suatu perusahaan. Diagram Kartesius Evaluasi SWOT secara grafis menggambarkan hubungan antara kemampuan dan kekurangan, serta ancaman dan peluang untuk meningkatkan pemahaman dan pengambilan keputusan.

Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram SWOT Cartesian adalah instrumen manajemen yang digunakan untuk menilai keuntungan, kerugian, peluang, dan bahaya organisasi atau bisnis. Metode ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mungkin



Gambar 4. Diagram Cartesius SWOT

Dari hasil Diagram Cartesius di atas maka didapatkan bahwa nilai kekuatan (*Strength*) adalah (0,56) sebagai titik koordinat tertinggi di mana pengelola memiliki peluang untuk mengembangkan

objek wisata Pantai Ciptaland agar lebih dikenal oleh wisatawan. Jadi, rekomendasi tindakan penulis untuk pengelola objek wisata Pantai Ciptaland adalah meningkatkan kembali sarana dan prasarana yang ada di objek Pantai Ciptaland, contoh nya dengan membangun lapangan parkir, toilet umum, musholla, dan berbagai sarana maupun prasarana lainnya.

Matriks SWOT

Berikut ini adalah hasil dari kombinasi matriks yang didapat dari indikator dan dilakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal.

Tabel 3. Kombinasi strategi Matriks SWOT Objek Wisata Pantai Ciptaland Batam

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>Kekuatan (Strengths-S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Pemandangan yang indah dan langsung menghadap negara singapur b) Sebagai area relaksasi dimana para tamu dapat menikmati keindahan Pantai Ciptaland setelah melakukan berbagai aktivitas c) Masyarakat objek wisata pantai ciptaland ramah kepada pengunjung d) Tersedianya loket tiket untuk masuk e) Adanya sistem telepon yang terhubung atau koneksi di destinasi wisata Pantai Ciptaland 	<p>Kelemahan (Weaknesses-W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Kebersihan di objek wisata pantai ciptaland kurang terjaga b) Kondisi jalan menuju objek wisata pantai ciptaland kurang baik c) Tidak tersedianya fasilitas seperti Toilet umum, Musholla dan fasilitas lainnya d) Sarana maupun prasarana yang masih kurang untuk kebutuhan pengunjung
	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Mengembangkan dan memulihkan fasilitas, serta 	<p>Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Memaksimalkan potensi yang melekat dan kekhasan barang wisata dengan terus
<p>Peluang (Opportunities-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Keberadaan Objek wisata pantai ciptaland berdampak 		

<p>kepada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar</p> <p>b) Kehadiran objek wisata Pantai Ciptaland kepada wisatawan membantu masyarakat setempat dalam menciptakan lapangan kerja</p> <p>c) Masih ada beberapa lahan untuk pengembangan</p> <p>d) Alternatif rekreasi bagi masyarakat setempat</p>	<p>melestarikan infrastruktur objek wisata</p> <p>b) Mengembangkan lahan yang masih kosong untuk objek wisata baru lagi</p> <p>c) Membuat atraksi wisata yang baru</p> <p>d) Membangun dan menawarkan konektivitas pengunjung</p>	<p>melestarikan dan melestarikan artefak wisata agar dapat bersaing dalam destinasi wisata populer</p> <p>b) Menumbuhkan dan membangun daya tarik wisata yang berwawasan ekologis melalui pengawasan yang ketat terhadap pelaksanaan aspek-aspek pelaku industri pariwisata yang tidak sejalan dengan pola pikir dan tindakan pelaku pariwisata yang dapat membahayakan destinasi wisata</p> <p>c) Menawarkan situs terkait yang menarik untuk mendiversifikasi suasana di tujuan wisata</p>
<p>Ancaman Threats (T)</p> <p>a) Usaha lain yang berhubungan dengan pariwisata yang menawarkan produk serupa dengan tempat liburan Pantai Ciptaland.</p> <p>b) Menambah jumlah fasilitas dan meningkatkan standar barang dan jasa yang ditawarkan oleh tempat wisata pesaing.</p> <p>c) Berkurangnya daya dukung ekologi akibat banyaknya wisatawan yang cenderung kurang peduli terhadap kebersihan dan kelestarian lingkungan</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>a) Meningkatkan upaya promosi dan memperkuat rencana pengembangan untuk menarik wisatawan agar mampu bersaing dengan lokasi wisata lainnya.</p> <p>b) Bekerja sama dengan sektor bisnis untuk mengumpulkan uang tunai guna mendukung pembangunan infrastruktur perumahan dan atraksi terkait yang sedang berlangsung.</p> <p>c) Melakukan pendidikan dan sosialisasi untuk membangun dan memperkuat pengetahuan para pengelola daya tarik masyarakat dan pengunjung mengenai relevansi kesadaran pariwisata</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>a) Meningkatkan kompetensi tenaga kerja terampil dalam menangani pengelolaan dan pemeliharaan destinasi wisata secara berkesinambungan agar terhindar dari kerusakan lingkungan akibat keputusan yang sewenang-wenang</p> <p>b) Memantau dan menjaga fasilitas objek wisata yang ada.</p>

KESIMPULAN

Penulis dapat mengambil kesimpulan berdasarkan penelitian ini, yaitu:

1. Berikut kelebihan objek wisata Pantai Ciptaland: Objek wisata Pantai Ciptaland

memberikan pemandangan Singapura yang menakjubkan. Sebagai tempat peristirahatan wisatawan untuk merasakan kemegahan pemandangan Pantai Ciptaland setelah melakukan berbagai macam aktivitas,

Masyarakat objek wisata pantai ciptaland ramah kepada pengunjung yang membuat pengunjung merasa senang untuk berkunjung, dan adanya sistem atau koneksi telepon yang kompatibel di destinasi wisata Pantai Ciptaland. Faktor kelemahan (*Weakness*) yakni: Kebersihan di objek wisata Pantai Ciptaland kurang terjaga sehingga sampah menumpuk di mana-mana, Kondisi jalan menuju objek wisata Pantai Ciptaland kurang baik, tidak tersedianya fasilitas seperti toilet umum, Musholla dan fasilitas lainnya, sarana maupun prasarana yang masih kurang untuk kebutuhan pengunjung. Sedangkan, untuk faktor peluang (*Opportunities*) yakni: Adanya objek wisata Pantai Ciptaland membantu masyarakat sekitar dalam membuka lapangan pekerjaan, Masih ada beberapa lahan untuk pengembangan sehingga bisa berpotensi untuk mengembangkan objek wisata ini, dan alternatif rekreasi bagi masyarakat setempat. Faktor Ancaman (*Threats*) yakni: adanya tambahan destinasi wisata yang menyediakan produk wisata serupa seperti Pantai Ciptaland, semakin banyaknya fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh adu atraksi bagi wisatawan, dan menurunnya beban daya dukung lingkungan alam akibat banyaknya wisatawan yang berkontribusi kurang fokus pada kerapian dan pelestarian lingkungan.

2. Berdasarkan temuan penelitian yang menggunakan matriks IFAS & EFAS, dan matriks SWOT 4 kuadran, jelas bahwa rencana diversifikasi usaha diperlukan untuk meningkatkan daya tarik wisata ini sekaligus memaksimalkan kekuatan dan kemungkinan. Pendekatan pengembangannya adalah sebagai berikut:

- a. Memperluas kemitraan dengan *tour operator dan travel agent* lokal di Kota Batam untuk mendongkrak kuantitas pengunjung lokasi pariwisata.
- b. Mempekerjakan tenaga kerja lokal untuk mengelola objek wisata, menurunkan angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar lokasi objek wisata.
- c. Peningkatan pelayanan dan prasarana objek wisata Pantai Ciptaland.
- d. Melestarikan dan meningkatkan keistimewaan dan fasilitas daya tarik wisata.
- e. Melindungi dan menjaga ekosistem di sekitar tempat wisata populer

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, N., Lubis, A. L., & Andika. (2018). Analisa Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks IEF dan EFE (Studi Kasus PT. Kian Ho Indonesia). *Jurnal Industri Kreatif (Jik)*, 2(2), 51–58. <https://doi.org/10.36352/jik.v2i2.120>
- Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2023). *Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang (Kunjungan)*, 2023. <https://kepri.bps.go.id/indicator/16/29/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-yang-datang.html>
- Daft, R. L. (2010). *Era Baru Manajemen* (9th ed.). Salemba Empat.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. . (2017). Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 34–44. <https://jurnal.uns.ac.id/dilema>
- Fandeli, C. (1995). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (1996). *Strategic Management* (5th ed.). Addison-Wesley.

- Ilham, W., Dailami, D., Mulyadi, T., & Pratama, T. (2022). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Bale-Bale Kampung Tua Bakau Serip, Kec. Nongsa, Kota Batam. *Tourism Scientific Journal*, 8(1), 29–46. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i1.219>
- Lubis, A. L. (2016). Analisa SWOT Sebagai Acuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus : Khazanah Plaza Batam). *Journal Industrial Service*, 2(1). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/issue/view/227>
- Pantiyasa, I. W. (2019). Konstruksi Model Pengembangan Desa Wisata menuju Smart Eco-Tourism di Desa Pakseballi, Klungkung, Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 09(01), 165–188. <http://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali%0A>
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (14th ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suwantoro, G. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata* (1st ed.). Andi.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian: Kualitatif & Grounded Theory* (Masbur (ed.); 1st ed., Issue 1). FTK Ar-Raniry Press.