

## Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (*Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services*)

Jane Millenia, Shirley Sulivinio, Myrza Rahmanita\*, Ismeth Emier Osman  
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

\* myrzarahanita@stptrisakti.ac.id

### Informasi Artikel

Received: 1 November 2021

Accepted: 11 November 2021

Published: 17 November 2021

### Keywords:

Sedari Village, Attractiveness, Accessibility, Amenities, Ancillary Services, SWOT

### Abstract

*The development of mangrove forest tourism in Sedari Village, Karawang Regency has obstacles related to tourism components as limited attractions, narrow roads, damaged facilities and so on. This condition requires an effective strategy so that tourism continues to grow. Therefore, this research on the Strategy for Development of Sedari Village Mangrove Tourism Based on the 4A Analysis (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services) was carried out. This study aims to explore the development strategy of mangrove forest tourism in Sedari village based on condition 4 A. This study used a descriptive qualitative approach, and data were obtained through interviews and literature study using the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). The result of this research is the strength opportunity (SO) value is 4.11, the weakness opportunity (WO) strategy is 3.75, the strength threats (ST) strategy is 2.68 and the weaknesses threats (WT) strategy is 2.52. Sedari Village Mangrove Tourism prioritizes using the SO strategy, namely collaborating with academics and mangrove experts for mangrove development and management, designing and conducting training programs for processing mangroves into products, creating economic income opportunities by increasing mangrove-based Sedari Village production and maintaining mangrove tourism ecotourism by still pay attention to the carrying capacity of the area.*

### Kata Kunci:

Desa Sedari, Daya Tarik, Aksesibilitas, Amenitas, Pelayanan Ancillary, SWOT

### Abstrak

Pengembangan wisata hutan mangrove desa Sedari, Kabupaten Karawang memiliki kendala terkait seperti daya tarik terbatas, jalan yang sempit, sarana yang rusak dan sebagainya. Kondisi ini memerlukan strategi yang efektif agar pariwisata tetap berkembang. Oleh karena itu penelitian Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (*Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services*) ini dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengembangan wisata hutan mangrove desa Sedari berdasarkan pada kondisi 4 A. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dan data diperoleh melalui wawancara serta studi pustaka dengan metoda analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*). Hasil penelitian nilai *strength opportunity* (SO) sebesar 4,11, strategi *weakness opportunity* (WO) sebesar 3,75, strategi *strength threats* (ST) sebesar 2,68 dan strategi *weaknesses threats* (WT) sebesar 2,52. Wisata Mangrove Desa Sedari mendahulukan menggunakan strategi SO yaitu bekerjasama dengan pihak akademisi dan ahli mangrove untuk pengembangan dan pengelolaan mangrove, merancang dan mengadakan program pelatihan pengolahan mangrove menjadi produk, menciptakan peluang pendapatan ekonomi dengan meningkatkan produksi Desa Sedari yang berbasis mangrove dan menjaga ekowisata wisata mangrove dengan tetap memperhatikan daya dukung kawasan.

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata memiliki kontribusi ekonomi bagi negara berupa itu pendapatan suatu negara, pertumbuhan ekonomi, neraca pembayaran dan devisa (FaladeObalade & Dubey, 2014) dan masyarakat lokal berupa usaha kecil menengah, pengentasan kemiskinan, peningkatan status desa (Rahmanita et al, 2020)

Jumlah kunjungan wisatawan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat kontribusi ekonomi dari pariwisata. Pengelolaan suatu destinasi pariwisata secara logis dapat mempengaruhi konsumsi pengunjung dan kesejahteraan masyarakat di sekitar destinasi tersebut. Semakin baik pengelolaan destinasi maka tingkat konsumsi pengunjung akan meningkat dan secara langsung akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan destinasi wisata tercermin dari atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan organisasi pariwisata (Ashartono, 2018).

Kunjungan wisatawan ke sebuah destinasi wisata pada umumnya dipengaruhi oleh komponen pariwisata antara lain daya tarik wisata, aksesibilitas, akomodasi dan layanan lainnya dari destinasi tersebut. Unsur infrastruktur destinasi merupakan penentu penting kepuasan wisatawan terhadap destinasi dan berpengaruh terhadap motif melakukan kunjungan kembali (Chen & Chen, 2010).

Wisatawan mengunjungi sebuah destinasi karena adanya daya tarik yang menurutnya unik. Wisatawan ketika berkunjung ke destinasi membutuhkan akses. Dalam mempersiapkan perjalanan dan selama di destinasi Sedangkan akomodasi dan layanan di destinasi membutuhkan amenities dan layanan tambahan. Kualitas infrastruktur destinasi (baik daya tarik, aksesibilitas, amenities maupun layanan tambahan) merupakan prediktor yang baik terkait minat wisatawan berkunjung kembali (Loi et al, 2017).

Desa Sedari di Kabupaten Karawang, merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki ragam potensi wisata. Salah satu potensi wisatanya adalah hutan Mangrove. Kawasan hutan mangrove desa Sedari ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi destinasi ekowisata. Ekowisata berbasis mangrove ini sekaligus berfungsi menjaga kelestarian lingkungan. Kawasan hutan mangrove

tersebut menyediakan kegiatan yang menarik seperti kegiatan menyusuri sungai ditengah hutan mangrove, fotografi, dan kegiatan lainnya.

Namun pengembangan kawasan tersebut masih terkendala oleh beberapa faktor baik internal maupun eksternal mengenai komponen 4A untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan ke destinasi tersebut antara lain sejumlah infrastruktur yang ada untuk wisata hutan mangrove lapuk dan usang serta memerlukan renovasi (Readi et al, 2021).

Akan tetapi kondisi tersebut tentu tidak harus melumpuhkan wisata hutan Mangrove desa Sedari. Masalahnya adalah bagaimana strategi pengembangan pariwisata hutan Mangrove desa Sedari dilihat dari atraksi, amenities, aksesibilitas, dan *ancillary services*?. Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi strategi pengembangan pariwisata hutan Mangrove agar mampu berkompetitif dengan destinasi lain. Urgensi penelitian ini adalah merupakan solusi kendala atraksi, amenities, aksesibilitas, dan *ancillary services* yang ada di kawasan hutan mangrove Sedari.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komponen 4A**

Komponen penunjang wisata adalah komponen kepariwisataan yang harus ada didalam destinasi wisata tersebut (Sugijama, 2011). Layanan inti ini ditemukan menjadi penentu terkuat motivasi wisatawan berkunjung kembali (Seetanah, 2020).

Daya tarik, aksesibilitas, amenities dan layanan tambahan merupakan komponen yang memiliki pengaruh positif pada loyalitas wisatawan. Daya tarik dan aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat kunjungan wisatawan (Nasir et al, 2020; Ningtiyas, 2021). Seetanah (2020) memberikan bukti pengaruh kepuasan wisatawan terhadap infrastruktur destinasi, akomodasi, daya tarik pada niat kunjungan ulang mereka.

Daya tarik adalah bentuk kegiatan budaya, keindahan alam dan event yang memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung (Nurbaeti et al, 2021) dan

merupakan produk utama dari suatu destinasi yang dapat menarik minat wisatawan yang berkunjung (Kusmalinda et al., 2019). Menurut Smith & Warburton (2012) daya tarik suatu destinasi mencerminkan perasaan dan pendapat pengunjung mengenai kemampuan destinasi dalam memenuhi kebutuhannya. Faktor daya tarik merupakan kekuatan pendorong dan merupakan alasan utama bagi wisatawan untuk memutuskan melakukan perjalanan (Blazeska, 2015) dan memilih destinasi (Mahamadu & Salia, 2020). Daya tarik pariwisata juga diakui sebagai cara untuk meningkatkan potensi pariwisata dan memaksimalkan manfaatnya bagi bangsa dan warganya dan kekuatan pendorong pariwisata. Tanpanya pariwisata mungkin tidak ada (Mahamadu & Salia, 2020).

Aksesibilitas adalah kemampuan untuk memberikan akses wisatawan ke suatu destinasi wisata termasuk melakukan perjalanan ke seluruh destinasi (Suanmali, 2014), sarana transportasi yang memudahkan wisatawan mencapai destinasi (Nurbaeti et al, 2021). Eichhorn & Buhalis (2011) menambahkan bukan hanya transportasi melainkan juga semua informasi yang dibutuhkan wisatawan. Ghose & Johann (2018) mendefinisikan konsep aksesibilitas sebagai barang, jasa, kegiatan, dan tujuan yang diinginkan dengan mudah dijangkau dengan ketersediaan, keterjangkauan, dan kenyamanan fasilitas transportasi, informasi, atau distribusi geografis kegiatan dan tujuan. Transportasi merupakan elemen penting dari kepuasan dan minat berkunjung kembali (Zhang et al, 2017).

Sektor transportasi merupakan bagian penting dari industri pariwisata (Ali, 2012). Industri pariwisata menggunakan jaringan transportasi yang urat nadi suatu negara (Goeldner & Ritchie, 2012). Wisatawan menuju destinasi tertentu menjadi tanggung jawab sektor transportasi industri pariwisata (Rodrique, 2013).

Amenitas merujuk ngacu pada fasilitas dasar yang dapat digunakan

wisatawan di destinasi wisata dengan tujuan memberikan kenyamanan (Nawang Sari et al. 2018). Amenitas adalah tempat tinggal sementara, seperti hotel, losmen, guesthouse, dan tempat lainnya (Nurbaeti et al, 2021). Tempat yang menawarkan masa inap semalam untuk semua kelompok wisatawan secara komersial (Goeldner & Ritchie, 2012). Akomodasi merupakan pariwisata. produk dan kondisi infrastruktur untuk mengembangkan pariwisata (Cong, 2016). Layanan tambahan merupakan atribut destinasi utama yang secara signifikan mempengaruhi citra destinasi dan minat wisatawan berkunjung (Cakici & Harman (2007).

Layanan tambahan mencakup semua layanan yang diberikan kepada wisatawan yang biasanya tidak merupakan bagian dari produk asli. Dengan demikian, layanan tambahan dapat diklasifikasikan sebagai bagian tambahan dari layanan pariwisata (Tait & Mazibuko, 2011), termasuk pemandu wisata, pusat informasi, listrik, dll (Suwena & Widyatmaja, 2017), bank, rumah sakit, telekomunikasi Setyanto & Pangestuti (2019). Layanan tambahan ditujukan untuk meningkatkan kenyamanan dan kenikmatan pengalaman perjalanan (Tait & Mazibuko, 2011).

Basiya & Rozak (2012) menyatakan bahwa minat kunjung ulang dapat timbul bila ada penilaian positif pada suatu destinasi wisata, penilaian positif ini terkait salah satunya mengenai komponen 4A destinasi wisata, yakni atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas pendukung (*amenity*) dan fasilitas tambahan (*ancillary service*). Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa penerapan dan analisis konsep 4A dapat menjadi pedoman untuk membantu perencanaan pengembangan serta pengelolaan suatu destinasi wisata agar mampu meningkatkan minat kunjung wisatawan ke destinasi tersebut.

### **Strategi Pengembangan Destinasi**

Untuk mengembangkan destinasi wisata diperlukan strategi. Strategi adalah

perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya (Rangkuti, 2013). Dalam kajian ini strategi pengembangan destinasi didasarkan pada analisis 4A.

Metoda yang digunakan dalam menyusun strategi ini menggunakan metoda analisis SWOT. Analisis SWOT terdiri dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini dapat membantu untuk menetapkan strategi pengembangan pariwisata. Analisis SWOT adalah alat yang umum digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal secara bersamaan untuk memperoleh pendekatan sistematis dan dukungan untuk situasi keputusan (Görener et al, 2012). Analisis SWOT memungkinkan untuk memprediksi peluang dan ancaman di masa depan, serta mengukur efek dari strategi manajemen alternatif (White et al, 2015).

## METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif (*qualitative research*). Moleong (2017) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang dilakukan secara holistik (keseluruhan) dengan cara

deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian dengan metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan mendefinisikan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya.

Analisa data dalam penelitian ini mempertimbangkan keadaan tempat penelitian dan data kualitatif narasumber. Penelitian dilakukan di Desa Sedari, Kecamatan Cibuaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat dari bulan Mei sampai Juli 2021. Sumber data primer diperoleh dari informasi Kepala Desa Sedari yaitu Bapak Hj. Bisri Mustopa dan Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karawang, Bapak Dadan Hendrayana. Sumber data sekunder adalah studi pustaka. Pengumpulan data melalui wawancara dan studi pustaka. Data dalam penelitian ini sebagian besar bersifat uraian dari hasil wawancara yang dianalisis menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Langkah analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, *display* data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis SWOT

Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan sumber-sumber data lainnya, maka adapun kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) yang dimiliki Wisata Alam Mangrove Desa Sedari antara lain ada di tabel berikut:

Tabel 1. Kekuatan (*Strength*) Wisata Mangrove Desa Sedari

Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Bobot	Rating	Nilai
Wisata Alam Mangrove Desa Sedari memiliki berbagai macam jenis mangrove yang dapat menunjang pengembangan ekowisata mangrove, salah satunya adalah sebagai sarana penunjang pemberdayaan bandeng, udang, dan biota laut lainnya	0,10	4	0,40
Terdapat burung langka yang menarik perhatian wisatawan saat berkunjung	0,08	4	0,32
Kegiatan yang disediakan untuk wisatawan adalah kegiatan mengelilingi mangrove dengan perahu yang pernah dikunjungi oleh wisatawan Jepang dan sangat diapresiasi.	0,08	4	0,32
Ekowisata hutan mangrove sekarang ini sudah dikelola oleh LMDH setelah adanya MoU pada tahun 2018. Masyarakat pun sudah berpartisipasi aktif dengan membentuk kelompok yang dapat mengolah produk dari bahan dasar mangrove	0,20	4	0,80
<b>Total Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>	<b>0,46</b>	<b>16</b>	<b>1,84</b>

**Tabel 2. Kelemahan (*Weakness*) Wisata Mangrove Desa Sedari**

<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai</b>
Wisata Alam Mangrove Desa Sedari memiliki kekurangan dari segi aksesibilitas seperti jalan yang sempit, petunjuk arah yang hanya ada di kota, tempat parkir yang terbatas, serta belum tersedianya transportasi umum menuju lokasi sehingga wisatawan harus menggunakan transportasi pribadi	0,07	2	0,14
Akomodasi masih belum memadai karena hanya memiliki beberapa <i>homestay</i> yang disediakan oleh masyarakat	0,10	3	0,30
<i>Ancillary Services</i> atau layanan tambahan seperti ketersediaan tempat makan dan minum khas olahan mangrove masih belum tersedia karena hanya terdapat warung kecil disekitar destinasi tersebut	0,20	3	0,60
Toko souvenir ataupun pusat perbelanjaan juga masih belum tersedia. Saat ini Kawasan Ekowisata Mangrove Desa Sedari belum memiliki ahli mangrove dan fasilitas masih perlu diperbaiki karena menggunakan bahan yang mudah lapuk	0,10	3	0,30
Tiket masuk ke destinasi wisata saat ini juga belum dapat dibeli secara online	0,07	2	0,14
<b>Total Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	<b>0,54</b>	<b>13</b>	<b>1,48</b>
<b>Total Kekuatan (<i>Strength</i>) dan Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	<b>1,00</b>	<b>29</b>	<b>3,32</b>

**Tabel 3. Peluang (*Opportunity*) Wisata Mangrove Desa Sedari**

<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai</b>
Minat dan antusiasme yang tinggi dari masyarakat Desa Sedari mengenai pengelolaan dan pemanfaatan ekowisata mangrove Desa Sedari menjadi peluang untuk pengembangan yang lebih maksimal	0,10	3	0,30
Adanya kerjasama dengan LMDH dan stakeholder lainnya terkait pengelolaan ekowisata mangrove Desa Sedari	0,09	3	0,27
Pengelolaan kawasan dapat menjadi tempat wisata edukasi ekowisata	0,20	4	0,80
Dapat mengolah produk baru khas Desa Sedari yang berbasis mangrove	0,20	3	0,60
Pendapatan daerah menjadi meningkat dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat Desa Sedari	0,10	3	0,30
<b>Total Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>0,69</b>	<b>13</b>	<b>2,27</b>

**Tabel 4. Ancaman (*Threats*) Wisata Mangrove Desa Sedari**

<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai</b>
Kondisi Global yang tidak stabil, yaitu terjadinya Global Warming	0,09	2	0,14
Wisata Alam Mangrove Desa Sedari kalah bersaing dengan kawasan ekowisata mangrove serupa di sekitar Desa Sedari	0,10	3	0,30
Adanya potensi rusaknya ekosistem di kawasan ekowisata mangrove Sedari akibat pemanfaatan dan pengelolaan yang tidak terarah	0,12	3	0,60
<b>Total Ancaman (<i>Threats</i>)</b>	<b>0,31</b>	<b>13</b>	<b>1,04</b>
<b>Total Peluang (<i>Opportunity</i>) dan Ancaman (<i>Threats</i>)</b>	<b>1,00</b>	<b>29</b>	<b>3,31</b>

Berdasarkan tabel 1 dan tabel 2 di atas diketahui bahwa nilai dari faktor kekuatan (*strength*) Wisata Mangrove Desa Sedari adalah 1,84 lebih rendah dibandingkan nilai dari faktor kelemahan (*weakness*) adalah 1,48.

Berdasarkan tabel 3 dan tabel 4 di atas diketahui bahwa nilai dari faktor peluang (*opportunity*) Wisata Mangrove Desa Sedari adalah 2,27 lebih rendah dibandingkan nilai dari faktor ancaman (*threats*) adalah 1,04.

**Tabel 5. Analisis SWOT Wisata Mangrove Desa Sedari**

<b>Eksternal</b>          <b>Internal</b>	<p><b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat dan antusiasme yang tinggi dari masyarakat Desa Sedari mengenai pengelolaan dan pemanfaatan ekowisata mangrove Desa Sedari menjadi peluang untuk pengembangan yang lebih maksimal.</li> <li>2. Adanya kerjasama dengan LMDH dan stakeholder lainnya terkait pengelolaan ekowisata mangrove Desa Sedari</li> <li>3. Pengelolaan kawasan dapat menjadi tempat wisata edukasi ekowisata</li> <li>4. Dapat mengolah produk baru khas Desa Sedari yang berbasis mangrove</li> </ol>	<p><b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi Global yang tidak stabil, yaitu terjadinya Global Warming</li> <li>2. Wisata Alam Mangrove Desa Sedari kalah bersaing dengan kawasan ekowisata mangrove serupa di sekitar Desa Sedari</li> <li>3. Adanya potensi rusaknya ekosistem di kawasan ekowisata mangrove Sedari akibat pemanfaatan dan pengelolaan yang tidak terarah</li> </ol>
<p><b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wisata Alam Mangrove Desa Sedari memiliki berbagai macam jenis mangrove yang dapat menunjang pengembangan ekowisata mangrove, salah satunya adalah sebagai sarana penunjang pemberdayaan bandeng, udang, dan biota laut lainnya.</li> <li>2. Terdapat burung langka yang menarik perhatian wisatawan saat berkunjung.</li> <li>3. Kegiatan yang disediakan untuk wisatawan adalah kegiatan mengelilingi mangrove dengan perahu yang pernah dikunjungi oleh wisatawan Jepang dan sangat diapresiasi.</li> <li>4. Ekowisata hutan mangrove sekarang ini sudah dikelola oleh LMDH setelah adanya MoU pada tahun 2018. Masyarakat pun sudah berpartisipasi aktif dengan membentuk kelompok yang dapat mengolah produk dari bahan dasar mangrove</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerjasama dengan pihak akademisi dan ahli mangrove untuk pengembangan dan pengelolaan mangrove, baik untuk tanaman mangrove itu sendiri atau pengolahan menjadi produk.</li> <li>2. Merancang dan mengadakan program pelatihan pengolahan mangrove menjadi produk.</li> <li>3. Menciptakan peluang pendapatan ekonomi dengan cara lebih meningkatkan produksi dari kerajinan tangan produk baru khas Desa Sedari yang berbasis mangrove.</li> <li>4. Menjaga ekowisata wisata mangrove dengan tetap memperhatikan daya dukung kawasan.</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kerjasama dengan pihak ketiga untuk mengembangkan ekowisata Hutan Mangrove Sedari dan menyediakan sarana dan prasana serta infrastruktur Ekowisata Desa Sedari.</li> <li>2. Melakukan sejumlah renovasi sarana ekowisata hutan mangrove agar atraksi wisata lebih menarik minat wisatawan.</li> <li>3. Menetapkan sejumlah regulasi untuk mempertahankan ekosistem mangrove Desa Sedari</li> <li>4. Memberikan pendidikan lingkungan/konservasi kepada setiap wisatawan</li> </ol>
<p><b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wisata Alam Mangrove Desa Sedari memiliki kekurangan dari segi aksesibilitas seperti jalan yang sempit, petunjuk arah yang hanya ada di kota, tempat parkir yang terbatas, serta belum tersedianya transportasi umum menuju lokasi sehingga wisatawan harus menggunakan transportasi pribadi.</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelola dan pemerintah daerah melengkapi aksesibilitas seperti memperluas jalan, adanya petunjuk arah, luasnya tempat parkir, menyediakan transportasi umum.</li> <li>2. Penduduk setempat diperkenalkan cara membuka</li> </ol>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan adanya tempat sampah disetiap sudut ekowisata mangrove agar tidak merusak ekosistem.</li> <li>2. Meningkatkan sarana dan prasana, serta memperbaiki fasilitas yang rusak. Agar bisa</li> </ol>

<p>2. Akomodasi masih belum memadai karena hanya memiliki beberapa homestay yang disediakan oleh masyarakat</p> <p>3. Ancillary Services atau layanan tambahan seperti ketersediaan tempat makan dan minum khas olahan mangrove masih belum tersedia karena hanya terdapat warung kecil disekitar destinasi tersebut.</p> <p>4. Toko souvenir ataupun pusat perbelanjaan juga masih belum tersedia. Saat ini Kawasan Ekowisata Mangrove Desa Sedari belum memiliki ahli mangrove dan fasilitas masih perlu diperbaiki karena menggunakan bahan yang mudah lapuk</p> <p>5. Tiket masuk ke destinasi wisata saat ini juga belum dapat dibeli secara online</p>	<p>dan mengolah <i>homestay</i> yang baik dan benar.</p> <p>3. Pengelola objek wisata melengkapi warung makan, toko souvenir dan tiket masuk secara online</p>	<p>bersaing dengan obyek wisata lainnya.</p> <p>3. Mengoptimalkan adanya pusat pelayanan untuk memberikan informasi dan peraturan-peraturan yang berlaku</p>
--	--	--

Tabel 6. Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT

	<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>	<b>Strategi SO</b> = 1,84 + 2,27 = 4,11	<b>Strategi ST</b> = 1,84 + 1,04 = 2,68
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	<b>Strategi WO</b> = 1,48 + 2,27 = 3,75	<b>Strategi WT</b> = 1,48 + 1,04 = 2,52

Tabel 7. Matriks Internal-Eksternal

Internal \ Eksternal	Kuat 4,00 – 3,00	Sedang 2,99 – 2,00	Lemah 1,99 – 1,00
Tinggi 4,00 – 3,00	I Internal = 3,32 Eksternal = 3,31	II	II
Sedang 2,99 – 2,00	IV	V	VI
Rendah 2,99 – 2,00	VII	VII	IX

Dalam tabel 6 menunjukkan skor nilai terbesar pada strategi *strength opportunity* (SO) sebesar 4,11, strategi *weakness opportunity* (WO) sebesar 3,75, strategi *strength threats* (ST) sebesar 2,68 dan strategi *weaknesses threats* (WT) sebesar 2,52. Selanjutnya, strategi yang harus dilakukan Wisata Mangrove Desa Sedari dapat dilihat pada tabel 5. pada strategi *strength opportunity* (SO).

Pada tabel 7 merupakan matrik internal dan eksternal, berdasarkan posisi tersebut dapat ditentukan bahwa posisi Wisata Mangrove Desa Sedari adalah

berada pada sel I. Posisi ini mengindikasikan bahwa pengelola Wisata Mangrove Desa Sedari memiliki niat untuk mewujudkan destinasi wisata di tempat tersebut dan ingin mengalami kemajuan dan perkembangan di masa yang akan datang. Strategi yang bisa diterapkan adalah (1) Pengelola Wisata Mangrove Desa Sedari harus dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki seperti menyuguhkan pemandangan dan pengalaman yang menarik, diantaranya adalah adanya berbagai macam jenis mangrove, keanekaragaman fauna seperti

burung yang langka, pemberdayaan bandeng, udang, serta kegiatan menyusuri hutan mangrove dengan perahu; (2) pengelola Wisata Mangrove Desa Sedari harus dapat memperbaiki kelemahannya dengan mengelola dan melengkapi sarana dan prasarana dengan semaksimal mungkin seperti memperluas lahan parkir, membuat petunjuk arah jalan, menyediakan transportasi umum, toko souvenir, pusat perbelanjaan, tempat makan dan memperluas agar jalan mudah dilalui oleh kendaraan terutama roda empat; (3) Pengelola Wisata Mangrove Desa Sedari memperhatikan semua peluang pasar yang diikuti dengan peningkatan sumber daya manusia dengan mengelola dan memanfaatkan ekowisata mangrove Desa Sedari dengan baik dan benar agar ekosistem mangrove Desa Sedari dapat lestari dan mengalami pariwisata yang berkelanjutan.

Berdasarkan analisis SWOT berbasis 4A dapat disimpulkan sejumlah strategi pengembangan wisata hutan mangrove desa Sedari yang tepat yaitu menggunakan *strengths opportunities* (SO) yaitu: (1) Bekerjasama dengan pihak akademisi dan ahli mangrove untuk pengembangan dan pengelolaan mangrove, baik untuk tanaman mangrove itu sendiri atau pengolahan menjadi produk; (2) Merancang dan mengadakan program pelatihan pengolahan mangrove menjadi produk; (3) Menciptakan peluang pendapatan ekonomi dengan cara lebih meningkatkan produksi dari kerajinan tangan produk baru khas Desa Sedari yang berbasis mangrove; (4) Menjaga ekowisata wisata mangrove dengan tetap memperhatikan daya dukung kawasan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil analisis dengan menggunakan faktor internal menunjukkan hasil nilai kekuatan (*strength*) Wisata Mangrove Desa Sedari yaitu 1,84 lebih besar dibandingkan dengan kelemahan (*weakness*) yaitu 1,48. Hasil analisis dengan menggunakan faktor eksternal menunjukkan hasil nilai peluang (*opportunity*) Wisata Mangrove Desa Sedari yaitu 2,27 lebih besar dibandingkan dengan ancaman (*threats*) yaitu 1,04.

Hasil analisis dengan menggunakan SWOT matrik menunjukkan nilai *strength opportunity* (SO) sebesar 4,11, strategi *weakness*

*opportunity* (WO) sebesar 3,75, strategi *strength threats* (ST) sebesar 2,68 dan strategi *weaknesses threats* (WT) sebesar 2,52. Hal utama yang harus dilakukan Wisata Mangrove Desa Sedari dengan mendahulukan menggunakan strategi SO yaitu bekerjasama dengan pihak akademisi dan ahli mangrove untuk pengembangan dan pengelolaan mangrove, merancang dan mengadakan program pelatihan pengolahan mangrove menjadi produk, menciptakan peluang pendapatan ekonomi dengan meningkatkan produksi Desa Sedari yang berbasis mangrove dan menjaga ekowisata wisata mangrove dengan tetap memperhatikan daya dukung kawasan.

Apabila strategi SO Wisata Mangrove Desa Sedari dilaksanakan dengan baik dan benar maka akan berpengaruh pada aspek ekonomi yaitu angka pengangguran yang semakin berkurang, semakin banyak lapangan kerja yang terbuka dan terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat, sehingga masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya (Ratnaningtyas et al, 2021)

### Saran

Saran yang dijadikan pertimbangan dalam pengembangan dan pengelolaan *Eco-creative Tourism* (Pariwisata Ekowisata Kreatif) di wisata hutan mangrove Desa Sedari adalah sebagai berikut: (1) Pemerintah Desa Sedari diharapkan dapat lebih kritis dalam penetapan strategi pengembangan Ekowisata Mangrove Desa Sedari serta mengoptimalkan kerjasama dengan pihak ketiga mengenai edukasi dan berbagai kegiatan yang dapat menambah daya tarik ekowisata mangrove Desa Sedari; (2) Penyediaan dan perbaikan sarana, prasana, dan infrastruktur pendukung diharapkan dapat dilakukan segera untuk menambah daya tarik serta memudahkan aksesibilitas menuju lokasi wisata; (3) Pengelola diharapkan dapat bekerjasama dengan pihak ketiga untuk edukasi serta pemanfaatan mangrove menjadi produk khas dan berkualitas kepada masyarakat agar dapat menciptakan peluang pendapatan bagi masyarakat sekitar; (4) Pengelola diharapkan lebih terbuka dengan trend sebagai sumber inspirasi dan inovasi pengembangan ekowisata mangrove.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, J.A. (2012). The availability degree of tourism transportation factors according to tourist satisfaction in Jordan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(11): 298-329.
- Ashartono, R., Rahmanita, M. & Lemy, D. M. (2018). The Effect of Destination Management and Community Participation to The Visitors Consumption at Tebing Breksi Sleman Yogyakarta. (*TRJ*) *Tourism Research Journal*, 2(1): 1-13.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, XI(2): 1-12.
- Blazeska, D. Ace Milenkovski, A & Sashko Gramatnikovski. S. (2015). The Quality of The Tourist Destinatination a Key Factor for Increasing Their Attractiveness. *UTMS Journal of Economics* 6 (2): 341-353
- Çakici, A. C. & Harman, S. (2007) Leisure Involvement of Turkish Birdwatchers, Anatolia. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(1): 153-160.
- Chen, C. F. & Chen, F. S. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tour. Manag.* 31, 29-35.
- Eichhorn, V., & Buhalis, D. (2011). *Accessibility: A Key objective for the tourism industry. In Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Bristol: Channel View Publications
- FaladeObalade, T. A., & Dubey, S. (2014). Managing Tourism as a Source of Revenue and Foreign Direct Investment Inflow in a Developing Country: The Jordanian Experience. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(3): 16-42.
- Ghose, S., & Johann, M. (2018). Measuring Tourist Satisfaction with Destination Attributes. *Journal of Management and Financial Sciences*, 11(34): 9-2.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2012). Tourism principles, practices, philosophies. 12th Edition. New Jersey: John Wiley and sons.
- Görener, A., Toker, K., & Uluçay, K. (2012). Application of Combined SWOT and AHP: A Case Study for a Manufacturing Firm. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 8th International Strategic Management Conference, 58: 1525-1534.
- Kusmalinda, K., Shazwani, A. C., & Medtry, M. (2019). Pengoptimalan Jalur Pejalan Kaki dari Stasiun Ampera ke Kawasan Wisata Ampera di Kota Palembang. *Jurnal Iptek*, 3(2): 220-231.
- Loi, L. T. I., So, A. S. I., Lo, I. S. & Fong, L. H. N. (2017). Does The Quality of Tourist Shuttles Influence Revisit Intention Through Destination Image and Satisfaction? The Case Of Macao. *Journal Hospitality and Tourism Management*, 32: 115-123
- Mahamadu, H., & Salia, A. M. (2020) Influence of Tourism Supply and Demand Elements in Destination Attractiveness: The Case of The West Gonja District. *Journal of Tourism & Hospitality*, 9(4): 1-8.
- Moleong, L.J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Nasir, M. N. M., Mohamad, M., Ghani, N. I. A., & Afthanorhan, A. (2020). Testing Mediation Roles of Place Attachment and Tourist Satisfaction on Destination Attractiveness and Destination Loyalty Relationship Using Phantom Approach. *Management Science Letters*, 10(2): 443-454.
- Nawangarsari, D., Muryani, C., & Utomowati, R. (2018). Pengembangan Wisata Pantai Desa Watu Karung Dan Desa Sendang Kabupaten Pacitan Tahun 2017. *Jurnal GeoEco*, 4(1): 31-40.
- Ningtiyas, E. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Dewi, S. H., Waris, A. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Loyalitas Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19 (1): 83-96.
- Nurbaeti., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek

- Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2): 269-278.
- Rahmanita, M., Asmaniati, F., & Dewi, T. R., (2020) Profiling Local Business Enterprises and Direct Effect of Tourism in Villages of Muntei, Madobag and Matotonan, South Siberut, Mentawai, Indonesia. (*TRJ*) *Tourism Research Journal*, 4(2): 199-213
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., & Swantari, A. (2021). Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga dan Pengeluaran Rumah Tangga Terhadap Stabilitas Keuangan Rumah Tangga Pada Pelaku Wirausaha di Obyek Wisata Danau Cipondoh. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(1): 35-45.
- Readi, A. F., Christina, J., Rahmanita, M., Asmaniati, F. (2021). Studi Eksplorasi Potensi Pariwisata Kreatif Kawasan Hutan Mangrove Desa Sedari, Kecamatan Cibuaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(2): 151-158
- Rodrique, J. P. (2013). International Tourism and Transport. Diakses pada 25 Juni 2021, dari <http://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch7en/appl7en/ch7a3en.html>.
- Seetana, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. (2020). Tourists' Destination Satisfaction and Revisit Intention of Tourists: Does The Quality of Airport Services Matter?. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1): 134-148.
- Setyanto, I., & Pangestu, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 71(1): 157-167.
- Smith, J. D. & Warburton, F. (2012). *Cambridge IGCSE travel and tourism*. Cambridge University Press
- Suanmali, S. (2014). Factors Affecting Tourist Satisfaction: An Empirical Study in The Northern Part of Thailand. *SHS Web of Conferences*, 12: 01027-p1: 01027-p9.
- Suwena, I., & Widyatmaja, I. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan
- Sugiana, A. G. 2011. Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam. Bandung: Guardaya
- Setyanto, I., & E. P. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 71(1): 157-167
- Tait, M. & Mazibuko, N.E. (2011). Services marketing. In Bosch, J., Tait, M. & Venter, E. *Business management: an entrepreneurial perspective*. Port Elizabeth: Prudentia SA.
- White, T. H. Jr., Barros, Y. d. M., & Develey, P. F. (2015). Improving Reintroduction Planning and Implementation Through Quantitative SWOT Analysis. *Journal for Nature Conservation*, 28, 149-159.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2017). A Model of Perceived Image, Memorable Tourism Experiences and Revisit Intention. *J. Dest. Mark.Manag*, 8: 1-11.