

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN ANALISIS SWOT PENGEMBANGAN PARIWISATA ALAM TAMAN NASIONAL SEMBILANG

Budy Kriswandi¹, Endang Sosilawati^{1*}

¹Program Studi Kehutanan STIPER Sriwigama
*corresponding author, Email: endangsos19@gmail.com

Diterima November 2020, Disetujui Desember 2020

Abstrak

Pengembangan obyek wisata direncanakan dan dilakukan sesuai dengan potensi dan kemampuan untuk menyusun rencana dan pengelolaan secara optimal sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan pemasaran dan strategi pengembangan objek wisata Taman Nasional Sembilang dalam menarik wisatawan. Penelitian dilaksanakan dari bulan Oktober 2014 sampai Januari 2015 di Instansi Balai Taman Nasional Sembilang. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek yang sudah dalam keadaan baik menurut bauran pemasaran adalah Customer Service (3,11), sedangkan aspek Produk (2,75), Harga (2,19), Promosi (2,63), Tempat (2,34), People (2,96), Proses (2,49) merupakan aspek-aspek yang masih butuh perbaikan ke depannya. Berdasarkan analisis SWOT didapatkan hasil bahwa saat ini Taman Nasional Sembilang termasuk pada posisi mendukung strategi agresif (kuadran 1). Hal ini dapat diartikan bahwa Taman Nasional Sembilang dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara optimal. Oleh karena itu, strategi yang ditawarkan dari hasil penelitian ini adalah perpaduan antara kekuatan dan peluang atau strategi Strength-Opportunitis (SO) yang dapat diartikan bahwa Taman Nasional Sembilang dapat memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Pengembangan Pariwisata, Taman Nasional Sembilang*

Abstract

Development of tourism objects is planned and carried out in accordance with the potential and ability to plan and manage optimally according to the available resources. This study aims to identify and analyze marketing development strategies and tourism development strategies for Sembilang National Park attractions in attracting tourists. The research was conducted from October 2014 to January 2015 at the Sembilang National Park Agency. This study uses primary and secondary data. The results showed that the aspects that were in a good state according to the marketing mix were Customer Service (3.11), while the aspects of Product (2.75), Price (2.19), Promotion (2.63), Place (2.34), People (2.96), Process (2.49) are aspects that still need improvement in the future. Based on the SWOT analysis, the results show that the Sembilang National Park is currently in a position to support aggressive strategies (quadrant 1). This means that Sembilang National Park is in a prime and steady condition so that it is possible to continue to expand, increase growth and achieve optimal progress. Therefore, the strategy offered from the results of this study is a combination of strengths and opportunities or a Strength-Opportunity (SO) strategy, which means that Sembilang National Park can take advantage of all strengths to seize and take advantage of the greatest opportunities.

Keywords: *SWOT Analysis, Tourism Development, Sembilang National Park*

Pendahuluan

Sumatera selatan adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan alam yang sangat beragam dan melimpah. Salah satu potensi kekayaan alam terbesar yang dimiliki Provinsi Sumatera Selatan selain dari hasil bumi, kebudayaan, dan makanan khas-nya adalah keberadaan satu Taman Nasional yang di dalamnya terdapat ekosistem yang masih asli.

Taman Nasional adalah kawasan pelestarian alam yang mempunyai ekosistem asli, dikelola dengan sistem zonasi yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budaya, pariwisata, dan rekreasi (Dirjen PHKA, 2004)

Taman Nasional yang dimiliki Sumatera Selatan merupakan areal lahan basah terbesar di bagian Barat Indonesia, yaitu Taman Nasional Sembilang. Kawasan Taman Nasional Sembilang

terletak di pesisir Timur Provinsi Sumatera Selatan, yang secara geografis berada pada 104°14'-104°54' Bujur Timur dan 1°53'-2°27' Lintang Selatan. Kawasan ini secara administratif pemerintahan sebagian besar termasuk wilayah Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin, dan sebagian kecil termasuk wilayah Kecamatan Lalan- Kabupaten Musi Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan. Pada tahun 2003 melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor: 95/Kpts-II/2003 tanggal 19 Maret 2003 bahwa kawasan Taman Nasional Sembilang ditetapkan sebagai kawasan Taman Nasional dengan luasan pengelolaan seluas 202.896,31 Ha.

Selain itu Taman Nasional Sembilang memiliki beberapa potensi wisata alam yang unik dan potensial seperti keanekaragaman flora dan fauna yang terdapat di dalamnya. Menurut data Taman Nasional

Sembilang terdapat lebih kurang 17 spesies jenis tumbuhan mangrove, burung migran, jenis mamalia dan reptil serta sumberdaya perairan lainnya.

Jika mengulas kembali tentang salah satu tujuan pemanfaatan sumberdaya alam Taman Nasional adalah melalui kegiatan pariwisata. Dapat dikatakan potensi yang dimiliki Taman Nasional Sembilang merupakan modal dasar dalam pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata tidak akan terlepas dari peran serta pemerintah. Secara garis besar peran pemerintah adalah menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai fasilitas, kegiatan koordinasi antar aparatur pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi. Dalam hal ini pemerintah telah menunjuk Balai Taman Nasional Sembilang di bawah naungan Kementerian Kehutanan sebagai unit pelaksana pengembangan pariwisata Taman Nasional Sembilang.

Salah satu upaya dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan pengembangan obyek wisata sebagai daya tarik wisata. Pengembangan obyek wisata ini tentunya direncanakan dan dilakukan sesuai dengan potensi dan kemampuan untuk menyusun rencana dan pengelolaan secara optimal sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Tidak ada objek wisata yang tidak layak dijual. Layak menjual sebuah produk kepariwisataan perlu strategi pemasaran dan strategi pengembangan yang handal dan tepat sasaran sebagai sarana pematik para wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata.

Data wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Sembilang dapat dikatakan masih relatif sedikit. Untuk itu, agar dapat menjadikan Taman Nasional Sembilang menjadi tujuan wisata yang menarik perlu disusun rencana menyeluruh. Dalam hal ini, Balai Taman Nasional Sembilang sebagai pemangku kawasan harus dapat menjadikan obyek wisata Taman Nasional Sembilang semakin baik dan dapat bersaing agar dapat menarik wisatawan lebih banyak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dan strategi pengembangan obyek wisata Taman Nasional Sembilang dalam menarik wisatawan.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana strategi pemasaran dan strategi pengembangan pariwisata dalam kawasan hutan Taman Nasional Sembilang dalam menarik wisatawan?

Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan yaitu dimulai dari bulan Oktober 2014 hingga bulan Januari 2015, di Balai Taman Nasional Sembilang yang beralamatkan di Jalan Abri Masuk Desa (AMD), Kelurahan Talang Jambe Kecamatan Sukarame, Palembang Sumatera Selatan.

Bahan yang dipersiapkan dalam penelitian ini adalah Surat Izin Masuk Kawasan Konservasi (SIMAKSI), Peta Zonasi Taman Nasional Sembilang,

Data sumber mengenai rencana pengelolaan pariwisata Taman Nasional Sembilang, Sedangkan alat pendukung dalam penelitian ini adalah Perlengkapan lapangan (kamera, tallyshet), *Survival Unit* (P3K, jas hujan, pelampung), Logistik, Perlengkapan transportasi, Perlengkapan teknis (GPS, kompas).

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengambilan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pencatatan hasil wawancara dengan pejabat, pegawai pada instansi terkait dan melalui kuisioner. Untuk data kuisioner jumlah populasi diambil dari jumlah pengunjung Taman Nasional Sembilang tahun 2014 sebanyak 153 orang. Dalam penentuan jumlah sampel yang mewakili dari jumlah populasi dipergunakan rumus Slovin *dalam* Hasan (2002), sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ukuran sampel, N = ukuran Populasi, e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolelir/diinginkan, dalam hal ini persen kelonggaran yang diambil adalah 20%.

$$n = \frac{153}{1 + 153 (0.2)^2}$$

$$n = 21,48 \text{ Pembulatan menjadi } 22$$

Pengambilan sampel dilakukan secara *non probability sampling* yaitu *accidental*, sedangkan data sekunder meliputi Rencana Pembangunan Pariwisata Alam Nasional di Kawasan Hutan, Rencana Pengelolaan Taman Nasional Sembilang serta sumber-sumber lain yang mendukung perolehan data menyangkut kegiatan pariwisata di Taman Nasional Sembilang. Kegiatan penelitian ini diawali dengan pengumpulan data pendukung penelitian dan kuisioner. Kuisioner dilakukan dua tahap, antara lain tahap pertama kuisioner untuk menganalisa bauran pemasaran dan kuisioner kedua untuk menganalisa data analisis SWOT.

Kuisioner pertama dengan menganalisis bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, pelayanan, proses dan distribusi dan logistik, sehingga diketahui variabel mana yang paling perlu untuk diperbaiki sehingga dapat memikat wisatawan berkunjung sehingga hasil pengolahan data dapat dijadikan acuan pengembangan pemasarannya.

Setelah menganalisa bauran pemasaran maka tahap kedua dilakukan kuisioner analisis semua kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang dengan analisis SWOT guna sebagai dasar pengembangan strategi pengembangan pariwisata Taman Nasional Sembilang. Kemudian dengan menggunakan matrik IFAS dan EFAS untuk memformulasikan strategi. Terakhir dengan menggunakan matrik grand strategi sebagai alat untuk memilih alternatif yang paling layak digunakan.

Hasil dan Pembahasan

Proses penelitian diawali dengan menganalisis bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *product, price, promotion, place, people, process*, dan *customer service* sehingga diketahui variabel apa saja dalam kondisi baik dan variabel mana yang perlu untuk diperbaiki sehingga dapat memikat wisatawan berkunjung.

Data hasil kuisisioner diolah menjadi data kuantitatif pada yang disajikan pada Tabel 1. Pada Tabel 1 terlihat bahwa nilai rata-rata bauran pemasaran berada pada kisaran nilai 2,19 hingga 3,11. Setelah melakukan analisis bauran pemasaran maka dilakukan analisis mengenai faktor internal (faktor kekuatan, faktor kelemahan), dan faktor eksternal (faktor peluang dan faktor ancaman). Data tersebut akan digunakan sebagai dasar analisa strategi

pengembangan pariwisata Taman Nasional Sembilang. Penelitian ini memperoleh data mengenai faktor-faktor Internal dan Eksternal.

Setelah data terkumpul kemudian dilakukan pengolahan data hasil kuisisioner untuk mendapatkan hasil data kuantitatif dari penelitian ini. Hasil pengolahan data disajikan dengan matrik evaluasi faktor internal dan eksternal.

Dari Tabel-tabel di atas dapat dilihat nilai dari faktor kekuatan adalah 1,64 dan nilai faktor kelemahan sebesar 1,12. Nilai ini diolah menjadi nilai penentu faktor internal dalam matrik grand strategi. Nilai dari faktor peluang adalah 1,86 dan nilai faktor ancaman sebesar 1,14. Nilai ini diolah menjadi nilai penentu faktor Eksternal dalam matrik grand strategi, seperti disajikan pada Gambar 1.

Tabel 1. Perhitungan Nilai Rata-rata Indikator Bauran Pemasaran

Indikator	Atribut	Nilai
Produk	Keindahan objek wisata Taman Nasional Sembilang	3,36
	Ketertarikan atraksi wisata yang ada di obyek wisata Taman Nasional Sembilang	3,13
	Kelengkapan fasilitas di obyek wisata Taman Nasional Sembilang	1,86
	Kualitas dari fasilitas yang ada di obyek wisata Taman Nasional Sembilang	2,68
Rata-rata indikator produk		2,75
Harga	Tingkat biaya yang harus dikeluarkan untuk masuk ke obyek wisata Taman Nasional Sembilang	2,22
	Kemahalan biaya yang harus dikeluarkan untuk menikmati atraksi wisata Taman Nasional Sembilang	1,95
	Tingkat kemahalan pemakaian fasilitas di obyek wisata Taman Nasional Sembilang	2,40
Rata-rata indikator harga		2,19
3 Promosi	Banyaknya promosi pada obyek wisata Taman Nasional Sembilang	2,40
	Tampilan dari promosi obyek wisata Taman Nasional Sembilang	2,86
Rata-rata indikator promosi		2,63
Tempat	Kemudahan dalam menjangkau obyek wisata	2,36
	Ketersediaan sarana transportasi, angkutan umum menuju obyek wisata	2,45
	Kualitas sarana transportasi menuju obyek wisata	2,22
Rata-rata indikator tempat		2,34
People	Pelayanan yang diberikan oleh pengelola	3,04
	Respon pengelola atas kebutuhan pengunjung	3,04
	Keterampilan pengelola dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung	2,81
Rata-rata indikator People		2,96
Proses	Kemudahan prosedur untuk masuk ke obyek wisata	3,18
	Jadwal atraksi wisata di obyek wisata TN. Sembilang	2,04
	Kerutinan atraksi wisata di obyek wisata TN. Sembilang	2,27
Rata-rata indikator proses		2,49
Customer service	Keramahan dari pengelola obyek wisata TN. Sembilang	3,59
	Keamanan di obyek wisata Taman Nasional Sembilang	3,13
	Kenyamanan di obyek wisata Taman Nasional Sembilang	2,63
	Keinginan untuk kembali ke obyek wisata Taman Nasional Sembilang	3,09
Rata-rata indikator customer service		3,11

Tabel 2. Faktor-faktor Internal dan Eksternal

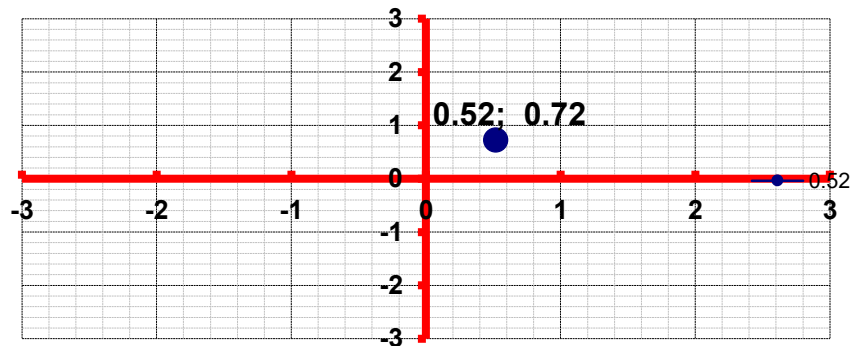
Faktor-faktor Internal	Faktor-faktor Eksternal
<p>Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> Potensi obyek wisata alam yang beranekaragam dan unik sebagai modal dasar wisata Taman Nasional Sembilang Peningkatan jumlah pengunjung Taman Nasional Sembilang membantu dalam pengembangan wisata Dukungan anggaran nasional (pusat) untuk pengembangan wisata Taman Nasional Sembilang Biaya izin masuk kawasan konservasi tidak mahal (Biaya SIMAKSI Rp 5000) Penataan zona kawasan Taman Nasional Sembilang yang sudah jelas SDM/Pemandu terampil sangat membantu wisatawan Pesaing untuk wisata alam TN Sembilang masih kecil <p>Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> Sarana prasarana pendukung pariwisata alam masih minim dapat menghambat wisatawan berkunjung Sektor wisata bukan penggerak utama masyarakat lokal menjadikan pengembangan wisata lambat Aksesibilitas perairan (biaya tinggi dan terbatas) menurunkan minat wisatawan berkunjung ke TN. Sembilang Jumlah pemandu wisata minim Paket wisata belum ada Promosi yang belum maksimal 	<p>Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> Rencana pengembangan daerah menunjang pengembangan wisata TN Sembilang Wisata TN. Sembilang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat lokal Adanya peluang APBD serta swasta Event internasional dapat membantu dalam promosi obyek wisata TN. Sembilang Ketertarikan masyarakat akan wisata alam tinggi Kegiatan wisata TN. Sembilang dapat menumbuhkan pengembangan usaha lokal <p>Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> Kondisi cuaca Kegiatan illegal logging Tambak liar, perambahan dalam kawasan Kerusakan hutan Kebutuhan lahan semakin meningkat Kondisi jalan darat yang buruk menyebabkan wisatawan enggan untuk kembali

Tabel 3. Matriks Evaluasi Faktor Internal

Faktor Internal	Bobot	Skor	Nilai
Kekuatan			
1 Potensi obyek wisata alam yang beranekaragam dan unik sebagai modal dasar wisata Taman Nasional Sembilang	0,143	4	0,57
2 Peningkatan jumlah pengunjung Taman Nasional Sembilang membantu dalam pengembangan wisata	0,044	3	0,13
3 Dukungan anggaran nasional (pusat) untuk pengembangan wisata Taman Nasional Sembilang	0,057	3	0,17
4 Biaya izin masuk kawasan konservasi tidak mahal (Biaya SIMAKSI Rp 5000)	0,039	3	0,12
5 Penataan zona kawasan Taman Nasional Sembilang yang sudah jelas	0,052	3	0,16
6 SDM/Pemandu terampil sangat membantu wisatawan	0,121	3	0,36
7 Pesaing untuk wisata alam TN Sembilang masih kecil	0,044	3	0,13
Total Kekuatan			1,64
Kelemahan			
1 Sarana prasarana pendukung pariwisata alam masih minim dapat menghambat wisatawan berkunjung	0,125	2	0,25
2 Sektor wisata bukan penggerak utama masyarakat lokal menjadikan pengembangan wisata lambat	0,033	3	0,10
3 Aksesibilitas perairan (biaya tinggi dan terbatas) menurunkan minat wisatawan berkunjung ke TN Sembilang	0,080	3	0,24
4 Jumlah pemandu wisata minim	0,062	2	0,12
5 Paket wisata belum ada	0,126	2	0,25
6 Promosi yang belum maksimal	0,075	2	0,15
Total Kelemahan			1,12
Kekuatan-Kelemahan			0,52

Tabel 4. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Faktor Eksternal		Bobot	Skor	Nilai
Peluang				
1	Rencana Pengembangan daerah menunjang pengembangan wisata TN Sembilang	0,114	4	0,46
2	Wisata TN Sembilang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat lokal	0,114	3	0,34
3	Adanya peluang dukungan APBD serta Swasta	0,072	3	0,22
4	Event internasional dapat membantu dalam promosi obyek wisata TN Sembilang	0,124	3	0,37
5	Ketertarikan masyarakat akan wisata alam tinggi	0,124	3	0,37
6	Kegiatan wisata TN Sembilang dapat menumbuhkan pengembangan usaha lokal	0,135	3	0,11
Total Peluang				1,86
Ancaman				
1	Kondisi cuaca	0,095	3	0,29
2	Kegiatan illegal logging	0,095	3	0,29
3	Tambak liar, perambahan dalam kawasan	0,067	2	0,13
4	Kerusakan hutan	0,067	3	0,20
5	Kebutuhan SDA hutan semakin meningkat	0,047	3	0,14
6	Kondisi jalan darat yang menyebabkan wisatawan enggan untuk kembali berkunjung	0,047	2	0,09
Total Ancaman				1,14
Peluang-Ancaman				0,72



Gambar 1. Hasil Matrik Grand Strategi

Pembahasan

Pengelolaan pariwisata Taman Nasional Sembilang merupakan bagian dari rencana strategi pengelolaan yang disusun oleh pihak Balai Taman Nasional Sembilang. Arah pengelolaan akan terlihat dari strategi pencapaian tujuan dari visi dan misi Balai Taman Nasional Sembilang dalam pengembangan pariwisata.

Visi Balai Taman Nasional Sembilang adalah “menjadi unit pengelola unggulan dalam konservasi biodiversitas lahan basah” yang kemudian didukung oleh misi pencapaiannya, yaitu:

1. Memantapkan legitimasi kawasan secara legal dan aktual.
2. Memperkuat kapasitas kelembagaan konservasi biodiversitas lahan basah.
3. Mengoptimalkan segenap potensi kawasan dan keanekaragaman hayati di dalamnya.
4. Memperkuat komitmen para pihak dan mengoptimalkan jejaring kerja penyelamatan biodiversitas lahan basah Taman Nasional Sembilang dalam rangka pengelolaan kolaborasi

Visi yang diutamakan oleh Balai Taman Nasional Sembilang adalah aspek perlindungan dan merupakan salah satu target di dalamnya

pengembangan pariwisata Taman Nasional Sembilang.

Pada penelitian ini diperoleh data tentang target pengelolaan pariwisata Taman Nasional Sembilang yang tertuang dalam Rencana Pengelolaan Jangka Panjang Taman Nasional Sembilang 2010 sampai dengan 2029. Dijelaskan pada rencana ini bahwa sasaran yang ingin dicapai dalam pengembangan wisata alam Taman Nasional Sembilang antara lain:

Teridentifikasi ODTW (Obyek Daya Tarik Wisata).

1. Kajian peluang pasar pariwisata alam dan penyusunan business plan for ecotourism.
2. Pengembangan fasilitas pariwisata.
3. Pengembangan jalur interpretasi di lapangan.
4. Promosi pariwisata alam.

Selama lima tahun berjalan (Tahun 2010 sampai dengan 2015) sudah banyak perkembangan pada Taman Nasional Sembilang. Hasil dari wawancara dengan petugas Balai Taman Nasional Sembilang pada urusan perencanaan yaitu saudara Surakman, S. Hut. M.M, diperoleh informasi bahwa secara garis besar target mengenai pengembangan wisata alam sudah dilaksanakan hanya saja belum maksimal. Untuk identifikasi Obyek Daya Tarik

Wisata (ODTW), kajian peluang pasar pariwisata alam, pengembangan jalur interpretasi dilapangan sudah dilaksanakan oleh pihak Balai Taman Nasional Sembilang. Sedangkan untuk fasilitas wisata lain seperti penginapan, logistik masih memanfaatkan fasilitas kantor Seksi Pengelolaan Taman Nasional (SPTN). Untuk hal ini memang sangat dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah dan swasta agar menunjang percepatan pengembangan fasilitas wisata.

Dalam penelitian ini dilakukan analisa melalui bauran pemasaran untuk melihat sampai dimana perkembangan tersebut berjalan dan berdampak pada kegiatan wisata. Dari hasil penelitian ini ada tujuh aspek yang menjadi indikator kepuasan bagi pengunjung yang diwakili oleh pertanyaan kuisisioner yaitu mengenai Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*), Pelayanan (*People*), Proses dan logistik (*Customer service*).

Dalam penilaian bauran pemasaran ini bahwa nilai 3 menjadi nilai tengah/netral karena bobot yang diambil dari kisaran 1 sampai dengan 5. Oleh karena itu setiap indikator yang memiliki nilai rata-rata lebih dari 3 dinyatakan dalam kondisi baik yaitu indikator *Customer service*. Sedangkan untuk indikator produk, harga, promosi, tempat, *people*, dan proses masih memiliki nilai rata-rata dibawah 3 ini menyatakan bahwa pada indikator-indikator tersebut masih perlu banyak perbaikan.

Indikator produk meliputi keindahan objek wisata Taman Nasional Sembilang, ketertarikan atraksi wisata yang ada di obyek wisata Taman Nasional Sembilang, kelengkapan fasilitas di obyek wisata Taman Nasional Sembilang dan kualitas dari fasilitas yang ada di obyek wisata Taman Nasional Sembilang. Keindahan objek wisata adalah modal dasar yang dimiliki Taman Nasional Sembilang dalam menarik wisatawan yang terdiri dari keanekaragaman hayati di dalamnya. Hasil kuisisioner pun menyatakan bahwa keindahan objek wisata Taman Nasional Sembilang memiliki nilai 3,36 yang berarti keindahan berada di atas nilai netral dan dapat diandalkan sebagai produk jasa yang akan dijual. Obyek wisata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan di Taman Nasional Sembilang antara lain atraksi Burung Migran di sekitar Resort Solok Buntu (SPTN Wilayah 1 Sungsang), pengamatan Satwa liar, wisata mancing, wisata kuliner, *photo hunting*, *Mangrove Trail* di Resort Solok buntu, stasiun penelitian dan pendidikan bagi pelajar. Dari hal-hal tersebut menjadikan para wisatawan memiliki ketertarikan akan atraksi yang dimiliki Taman Nasional Sembilang dan terbukti dari hasil data kuisisioner yang memiliki nilai 3,13 yang berarti sebagian banyak wisatawan memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap objek wisata Taman Nasional Sembilang. Hanya saja keindahan objek wisata dan ketertarikan wisatawan tidak didukung dengan kelengkapan dan kualitas fasilitas yang memadai dan masih perlu dikembangkan sehingga para wisatawan tertarik untuk kembali berkunjung.

Indikator harga menjelaskan tentang tingkat biaya yang harus dikeluarkan untuk masuk ke obyek wisata Taman Nasional Sembilang, kemahalan biaya yang harus dikeluarkan untuk menikmati atraksi

wisata Taman Nasional Sembilang dan tingkat kemahalan pemakaian fasilitas di obyek wisata Taman Nasional Sembilang. Para wisatawan yang ingin berkunjung ke Taman Nasional Sembilang terlebih dahulu harus mengurus Surat Izin Masuk Kawasan Konservasi (SIMAKSI) yang dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 5.000. Biaya masuk ini tergolong sangat murah, hanya saja yang menjadi bahan pertimbangan lain untuk berwisata ke Taman Nasional Sembilang adalah mahalnya biaya untuk menikmati atraksi. Hal tersebut dikarenakan untuk menikmati atraksi wisata dibutuhkan penyewaan fasilitas transportasi khusus menuju wilayah atraksi wisata. Sampai saat ini para wisatawan yang bermalam di Taman Nasional Sembilang masih menggunakan fasilitas kantor Seksi Pengelolaan Taman Nasional (SPTN) dan tidak dikenakan biaya penginapan.

Indikator promosi menjelaskan tentang banyaknya promosi pada obyek wisata Taman Nasional Sembilang yaitu tampilan dari promosi obyek wisata Taman Nasional Sembilang. Pada dasarnya promosi sudah dilakukan oleh pihak pengelola Taman Nasional Sembilang melalui kegiatan-kegiatan di dalam atau di luar kegiatan yang diselenggarakan Balai Taman Nasional Sembilang. Promosi dilakukan melalui media seperti koran, televisi, buletin, leaflet, spanduk, dan lain-lain. Hanya saja dalam penelitian ini data yang diperoleh menyatakan bahwa promosi memiliki nilai 1,68, ini berarti bahwa promosi masih perlu diperbaiki dalam intensitasnya agar semakin tersebar luas informasi tentang Taman Nasional Sembilang. Selain itu kelemahan yang dimiliki dalam promosi wisata Taman Nasional Sembilang adalah belum adanya paket wisata yang menjelaskan berapa banyak biaya yang perlukan untuk berwisata ke Taman Nasional Sembilang.

Indikator tempat menjelaskan tentang kemudahan dalam menjangkau obyek wisata, ketersediaan sarana transportasi angkutan umum menuju obyek wisata dan Kualitas sarana transportasi menuju obyek wisata. Untuk mencapai objek wisata Taman Nasional Sembilang dapat dicapai melalui akses perairan dan akses darat yang kemudian dilanjutkan menggunakan akses perairan. Saat ini transportasi umum yang menuju lokasi Taman Nasional Sembilang hanya satu kali dalam sehari terkecuali jika wisatawan menyewa angkutan umum. Alat transportasi yang dipergunakan adalah *Speedboat* dengan kapasitas 40 PK.

Indikator pelayanan (*People*) menjelaskan tentang pelayanan yang diberikan oleh pengelola, respon pengelola atas kebutuhan pengunjung dan Keterampilan pengelola dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung. Pihak Balai Taman Nasional Sembilang memberikan pelayanan berupa pemandu bagi para wisatawan yaitu kepala Resort atau staf yang menguasai medan di lapangan. Pemandu memiliki keterampilan berupa penunjuk akses wisata, mengetahui tentang ekosistem yang ada di Taman Nasional Sembilang.

Indikator proses menerangkan tentang kemudahan prosedur untuk masuk ke obyek wisata, jadwal atraksi wisata di obyek wisata TN. Sembilang

dan kerutinan atraksi wisata di obyek wisata TN. Sembilang. Untuk masuk ke kawasan Taman Nasional Sembilang relatif mudah. Sedangkan untuk jadwal atraksi dipengaruhi oleh musim tergantung dari jenis atraksi yang akan dinikmati wisatawan, misalnya atraksi Burung Migran yang tidak sepanjang tahun dapat dinikmati para wisatawan.

Indikator Logistik (*Customer Service*) menjelaskan tentang keramahan dari pengelola obyek wisata TN. Sembilang, keamanan di obyek wisata Taman Nasional Sembilang, kenyamanan di obyek wisata Taman Nasional Sembilang dan keinginan untuk kembali ke obyek wisata Taman Nasional Sembilang. Jika kita lihat nilai rata-rata indikator tersebut yaitu 3,11 dapat dikatakan bahwa elemen-elemen pada indikator ini berada di atas nilai netral yang berarti relatif baik, sehingga harus tetap dipertahankan sebagai pemikat para wisatawan.

Seluruh nilai indikator bauran pemasaran tersebut jika disandingkan dengan hasil dari wawancara dengan pihak Balai Taman Nasional Sembilang yang diwakili oleh saudara Teguh Imansyah pada urusan Pelayanan dan Kerjasama, terdapat hasil yang seimbang dengan keadaan sebenarnya di lapangan.

Hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa pada saat ini pengembangan wisata secara bertahap masih membangun fasilitas wisata. Menurut Bapak Teguh bahwa saat ini yang harus dioptimalkan dalam pengembangan wisata Taman Nasional Sembilang adalah promosi, karena pengetahuan masyarakat lokalpun masih sangat minim akan keberadaan Taman Nasional Sembilang.

Pengembangan pariwisata Taman Nasional Sembilang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor dukungan anggaran dari pemerintah pusat (Kementerian Kehutanan) yang masih minim dikarenakan anggaran tersebut harus berbagi dengan sektor lain, hal ini menjadikan terhambatnya pengembangan fasilitas pendukung wisata. Selain itu, koordinasi dan kerjasama dengan pihak pemerintah daerah dan swasta belum optimal, aksesibilitas perairan jauh yang menyebabkan biaya tinggi, dan sektor wisata bukanlah penggerak utama bagi masyarakat lokal.

Berdasarkan hal tersebut, maka sampai saat ini pihak Balai Taman Nasional Sembilang masih mengarahkan kegiatan wisata kepada wisata minat khusus sebagai bentuk pengembangan pariwisata Taman Nasional Sembilang.

Setelah analisa pariwisata Taman Nasional Sembilang melalui bauran pemasaran, maka dilanjutkan dengan analisa faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Taman Nasional Sembilang menggunakan analisis SWOT, yang diharapkan dapat memberikan masukan kepada Taman Nasional Sembilang tentang strategi pengembangan pariwisata kedepannya.

Hasil penelitian mengenai faktor Internal (faktor kekuatan dan faktor kelemahan) dan faktor Eksternal (faktor Peluang dan faktor Ancaman) sebagaimana disajikan pada Tabel 4 dan 5, bahwa dari hasil pengumpulan data kuisisioner dengan sampel 22 orang, didapatkan hasil nilai faktor Internal

kekuatan sebesar 1,64 dan kelemahan sebesar 1,12 (selisih 0,52), sehingga faktor kekuatan lebih dominan. Sedangkan faktor Eksternal peluang sebesar 1,86 dan ancaman sebesar 1,14 (selisih 0,72), sehingga faktor peluang lebih kuat dalam pengembangan pariwisata. Jika diaplikasikan kepada matrik Grands Strategi, maka kondisi Taman Nasional Sembilang berada dalam kuadran 1 yaitu mendukung strategi Agresif, dengan kata lain bahwa Taman Nasional Sembilang dalam kondisi prima dan mantap, sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara optimal.

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa strategi yang ideal untuk pengembangan pariwisata Taman Nasional Sembilang pada saat ini adalah memadukan antara kekuatan dan peluang atau strategi *Strength-Opportunitis* (SO), yang dapat diartikan bahwa Taman Nasional Sembilang dapat memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Sampai saat ini aspek yang sudah dalam keadaan baik menurut bauran pemasaran adalah customer service (3,11), sedangkan aspek Produk (2,75), Harga (2,19), Promosi (2,63), Tempat (2,34), People (2,96), Proses (2,49) merupakan aspek-aspek yang masih butuh perbaikan kedepannya.
2. Hasil analisis melalui analisis SWOT menunjukkan bahwa saat ini Taman Nasional Sembilang termasuk pada posisi mendukung strategi agresif (kuadran 1). Hal ini dapat diartikan bahwa Taman Nasional Sembilang dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara optimal.
3. Strategi yang ditawarkan dari hasil penelitian ini adalah perpaduan antara kekuatan dan peluang atau strategi *Strength-Opportunitis* (SO). yang dapat diartikan bahwa Taman Nasional Sembilang dapat memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Daftar Pustaka

- Anonim.2003. Rencana Pengembangan Pariwisata Alam Nasional Di Kawasan Hutan. Direktorat Wisata Alam dan Pemanfaatan Jasa Lingkungan. Direktorat Jendral Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam. Bogor.
- Departemen Kehutanan. 2004. Konsepsi Nasional Program dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam. Direktorat Jendral Perlindungan Hutan dan Pelestarian Alam. Direktorat Bina Kawasan Pelestarian Alam. Bogor.
- Hasan, M. Iqbal, 2002. Pokok-pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Ketchen Jr. D. Et all. 2009 Strategy 2008-2009” New York: McGraw-Hill (http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_Strategis#cite_note-Strategi-1, diakses 06 Oktober 2014
- Rangkuti, F. 1997. Analisis SWOT *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Keduabelas. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Siregar, J. Arni, 2012. Analisis Strategi Pengembangan dan Pemasaran Objek Wisata Danau Siais dalam Menarik Kunjungan Wisatawan. 2012. Universitas Sumatera Utara. Medan