

POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PULAU MANDANGIN KABUPATEN SAMPANG

Lilik Maulidiya, *Mardiyah Hayati
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

ABSTRAK

Pulau Mandangin merupakan Pulau yang memiliki sumber daya alam dan potensi wisata yang memukau. Pengembangan Pulau Mandangin sebagai obyek wisata alam diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Pulau Mandangin yang dihuni oleh 15.975 Jiwa dengan kepadatan penduduknya sebesar 9.628 jiwa/ Km². Potensi sumber daya alam yang dimiliki Pulau Mandangin sangat layak untuk dikembangkan, semakin baik potensi sumberdaya alam yang ada akan semakin memperkuat daya tarik wisata tersebut. Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengidentifikasi potensi sumberdaya untuk pengembangan wisata Pulau Mandangin, (2) menganalisis strategis pengembangan potensi pariwisata di Pulau Mandangin Kabupaten Sampang. Penentuan sampel pada penelitian menggunakan metode Probability Sampling Responden terdiri dari 30 masyarakat Pulau Mandangin untuk mengidentifikasi potensi obyek wisata Pulau Mandangin dan 6 orang informan kunci untuk pengisian Rating pada matriks IFAS dan EFAS. Metode analisis menggunakan Analisis deskriptif dan analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan potensi sumberdaya di Pulau mandangin terdiri dari budaya, wisata, dan kuliner. Sedangkan strategi dalam pengembangan wisata Pulau Mandangin yaitu Menyediakan fasilitas yang lengkap dalam menanggulangi persaingan dengan wisata lain.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Wisata, Potensi Wisata, SWOT dan QSPM

POTENTIAL AND STRATEGY FOR TOURISM DEVELOPMENT IN MANDANGIN ISLAND, SAMPANG DISTRICT

ABSTRACT

Mandangin Island is an island that has stunning natural resources and tourism potential. The development of Mandangin Island as a natural tourist attraction is expected to improve the welfare of the Mandangin Island inhabited by 15,975 people with a population density of 9,628 people / Km². The potential of natural resources possessed by Mandangin Island is very feasible to be developed, the better the potential of existing natural resources will further strengthen the tourist attraction. The purpose of this study was to identify potential resources for the development of Mandangin Island tourism and analyze the strategic development of tourism potential in Mandangin Island, Sampang Regency. Determination of the sample in this study using the Probability Sampling method of Respondents consisted of 30 people of Mandangin Island to identify the potential of Mandangin Island tourism objects and 6 key informants for filling in the Ratings on the IFAS and EFAS matrices. Descriptive analysis is used to answer the first goal and the second goal is answered by using SWOT and QSPM. The results showed the potential of resources on the island of Mandangin consisted of culture, tourism and culinary. While the strategy in the development of Mandangin Island tourism is suggested to collaborate with agencies on management and anticipation from investors.

Keywords: Tourism Development Strategy, Tourism Potential, SWOT and QSPM

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan (*archipelago state*) dengan luas wilayah 1.916.862,20 Km² (Badan Pusat Statistik, 2018). Terdapat kekayaan kebudayaan, kemasyarakatan, dan keindahan alam yang memiliki daya tarik, sehingga potensi sumberdaya alam yang dimiliki Indonesia mampu dimanfaatkan sebagai sektor pariwisata. Perkembangan jumlah perjalanan wisatawan nusantara selama sembilan tahun terakhir 2010-2018 (Gambar 1). Perjalanan wisatawan tahun 2018 sebesar 303,40 juta, mengalami peningkatan 12,37%, sedangkan jumlah perjalanan tahun 2017 sebesar 270,00. Akibat kondisi perekonomian yang relatif membaik dan mudahnya aksesibilitas di daerah tujuan wisatawan, hal tersebut mengakibatkan peningkatan wisatawan.

Sektor pariwisata di Jawa Timur merupakan salah satu sektor dalam pertumbuhan ekonomi yang menjadi dasar dalam pembangunan sektor pariwisata di Jawa Timur. Kemajuan sektor pariwisata dimanfaatkan dalam menilai stabilitas ekonomi dan keamanan suatu daerah. Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Provinsi Jawa Timur pada tahun 2017 mencapai 58,56 orang, lebih tinggi dari pada tahun 2016 yaitu 58,07 juta orang (Kominfo Jatim Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, 2017).

Pulau Madura memiliki banyak sumber daya alam yang berpotensi sebagai pertumbuhan kepariwisataan daerah dan menunjang kelangsungan hidup. Khususnya Kabupaten Sampang memiliki objek wisata yang dapat menarik wisatawan nusantara maupun mancanegara berpariwisata. Selain keragaman objek wisata, masih terdapat keragaman budaya yang sampai saat ini tetap dijaga dan dilestarikan secara turun temurun. Keanekaragaman objek wisata di Kabupaten Sampang diantaranya: (1) Pantai Camplong, (2) Gua Lebar, (3) Air Terjun Toroan, (4) Hutan Kera Nepa, dan (5) Makam Rato Ebu, dan lain-lain.

Pulau Mandangin merupakan pulau kecil yang masuk wilayah sampang yang dapat dijadikan sebagai sektor pariwisata. Sumberdaya alam dan potensi yang dimiliki Pulau Mandangin layak untuk dikembangkan. Pengembangan Pulau Mandangin sebagai obyek wisata alam diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Pulau Mandangin yang dihuni oleh 15.975 jiwa dengan kepadatan penduduknya sebesar 9.682 jiwa/km². Jarak perjalanan dari pelabuhan Tanglok 1,650 Km² adalah ± 1,5 jam menggunakan perahu (Bappeda Provinsi Jawa Timur, 2013). Pulau Mandangin dikelilingi pasir putih yang indah, terumbu karang, dan batu besar candin. Namun, sampai saat ini Pulau Mandangin belum dikelola untuk dijadikan sektor pariwisata. Potensi sumber daya alam yang dimiliki Pulau Mandangin sangat layak untuk dikembangkan, semakin baik potensi sumberdaya alam yang dimiliki akan memperkuat daya tarik. Pengelolaan dan perkembangan objek wisata di Pulau Mandangin diharapkan dapat menumbuhkan perekonomian dan kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan Pulau Mandangin. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan tujuan: 1). Mengidentifikasi potensi sumberdaya untuk pengembangan wisata Pulau Mandangin 2). Menganalisis strategis pengembangan potensi pariwisata di Pulau Mandangin Kabupaten Sampang.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Fahmi (2017) Manajemen Strategis adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Menurut Umar dalam Taufiqurokman (2016) Manajemen strategi sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan startegis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya pada masa mendatang. Manajemen strategis pada implementasinya dipengaruhi oleh 5 faktor, berbagai faktor yang dimaksudkan di antara lain: 1). Tipe dan struktur organisasi, 2). Gaya kepemimpinan, 3). Kompleksitas lingkungan internal, 4). Kompleksitas proses produksi, 5). Hakikat permasalahan yang dihadapi (Nugraha 2014). Manajemen strategis merupakan sebuah proses yang terdiri dari tiga kegiatan antara lain perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi (Taufiqurokman 2016).

Pariwisata bahari adalah suatu perjalanan pariwisata yang dilakukan atas dasar tujuan olahraga di air, pantai, danau, dan teluk seperti menyelam, memancing, sambil melakukan pemotretan, selancar, dan mendayung keliling melihat taman laut yang indah dengan pemandangan berbagai rekreasi perairan (Sastrawan A *et al* 2014). Menurut Fatlolona S *et al* (2019) Wisata bahari merupakan suatu kegiatan yang bersifat rekreasi yang aktifitasnya dilakukan pada media kelautan atau bahari yang meliputi kawasan pantai, pulau-pulau sekitarnya. Berbagai macam literatur yang memuat tentang komponen wisata, namun ada komponen pariwisata yang selalu ada dan merupakan komponen dari dasar wisata, dapat dikelompokkan sebagai berikut: 1). Atraksi dan kegiatan-kegiatan pariwisata, 2). Akomodasi, 3). Fasilitas dan pelayanan wisata, 4). Fasilitas dan pelayanan transportasi, 5). Infrastruktur lainnya (Fatlolona S *et al* 2019).

Ekowisata merupakan pengembangan pariwisata yang tujuannya untuk mendukung upaya-upaya melestarikan lingkungan (budaya dan alam) dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan, sehingga memberikan manfaat ekonomi kepada pemerintah dan masyarakat setempat dan peluang bagi generasi muda sekarang dan yang akan datang dalam mengembangkannya (Wahyuni S *et al* 2015). Menurut Satria dan Dias (2009) Ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu lingkungan baik buatan maupun alami serta budaya yang bersifat informatif dan partisipatif bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial, budaya. Menurut Wilopo, K.H dan Luchman (2017) Objek daya tarik wisata (ODTW) adalah suatu bentuk dan fasilitas yang akan menjadi alasan wisatawan untuk berkunjung untuk berpariwisata. Objek daya tarik wisata (ODTW) dapat dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu : 1). Objek wisata sosial budaya 2). Objek wisata alam, 3). Objek wisata minat khusus. Objek daya tarik wisata (ODTW) merupakan atraksi yang bisa dilihat atau ditonton dan dinikmati oleh wisatawan. Seringkali atraksi bedakan dalam dua komponen yaitu, objek wisata atau atraksi wisata. obek wisata dapat disaksikan tanpa adanya persiapan, sedangkan atraksi wisata sesuatu yang dapat dilihat dan dipertunjukkan dengan adanya persiapan (Rostiyati 2013). Menurut Yoeti (2008) Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Adapun unsur pokok yang

harus diperlihatkan dalam menunjang pengembangan obyek dan daya tarik wisata yaitu: a) Adanya sumberdaya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih, b) Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka, yang tidak ada pada daerah lain, c) Adanya aksesibilitas yang banyak untuk dapat menjangkau obyek wisata tersebut.

Menurut UU No. 10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan Pemerintah Daerah. Sektor pariwisata dapat dikembangkan dengan upaya identifikasi potensi obyek-obyek wisata yang ada. Dalam kepariwisataan, potensi wisata merupakan unsur pengadaan (*supply*) yang perlu ditawarkan kepada konsumen. Penilaian potensi daya tarik internal daya tarik merupakan pemberian skor pada penilaian yang dilakukan terhadap kualitas dan kondisi obyek berdasarkan pengamatan langsung yaitu: kualitas daya tarik, kondisi daya tarik wisata. penilaian potensi daya tarik eksternal merupakan segala fasilitas serta daya dukung yang dimiliki daya tarik wisata tersebut yaitu : dukungan pengembangan, aksesibilitas, fasilitas penunjang, fasilitas pelengkap (Arifiana Det al2016). Menurut Darsiharjo *et al* (2016) faktor-faktor dalam lingkungan internal pariwisata yaitu : daya tarik, SDM, pemasaran, fasilitas, pengembangan, sedangkan faktor lingkungan eksternal pariwisata yaitu: ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan, pemerintah, teknologi, dan competitor. Menurut Wijayanti A (2012) lingkungan bisnis (*business environment*), merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis. Lingkungan internal perusahaan merupakan sumberdaya perusahaan (*the firm's resources*) meliputi: 1. Sumberdaya manusia, 2. Sumberdaya perusahaan, 3. Sumberdaya fisik.

Strategi adalah bagaimana suatu organisasi mengidentifikasi suatu kondisi yang dapat berpeluang memberikan keuntungan terbaik dan membantu mencapai tujuan yang diharapkan untuk meningkatkan kompetensi dan mencapai keunggulan bersaing (Barreto, M dan Ketut G 2015). Menurut Wilopo, K.H dan Luchman (2017) menjelaskan bahwa unsur pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut: 1. Obyek daya tarik (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/*artificial*, 2) Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi, 3). Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata, 4). Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata, 5) Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan berbagai strategi. Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dengan faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) (Rikah, 2017). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2006). QSPM (*Quantitative Strategic Planning*

Matrix) menurut Fretes (2013) adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya. QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibangun pada tahap pencocokan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pulau Mandangin, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang pada bulan Juli sampai Oktober 2019. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan (i) bahwa Pulau Mandangin memiliki potensi alam yang belum dikembangkan sampai saat ini, (ii) dibangunnya pariwisata di Pulau Mandangin pada Tahun 2021 (Dinas Pariwisata Kabupaten Sampang).

Sampel penelitian menggunakan dua jenis sampel, yaitu: 1) *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai narasumber. Jumlah sampel sebanyak 30 orang Masyarakat asli Pulau Mandangin Kabupaten Sampang, memiliki informasi dan keadaan Pulau Mandangin, 2) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel untuk Informan kunci yaitu 6 instansi untuk pengisian Rating pada matriks IFAS dan EFAS diantaranya: (1), Kepala Desa Pulau Mandangin : hal ini dikarenakan tokoh tersebut memegang peranan penting dalam pengambilan kebijakan di Pulau Mandangin, (2) Pengasuh Pondok Pesantren Darul-Ulum Pulau Mandangin adalah kyai yang dipilih sebagai informan dalam penelitian dikarenakan mempunyai peran penting di Pulau Mandangin dengan menduduki jabatan sebagai pengasuh pondok pesantren, sehingga seseorang dapat memainkan fungsinya karena posisi yang didudukinya, (3) Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sampang yaitu Dinas memegang peranan penting dalam pembangunan dan pengembangan wisata dengan memegang sepenuhnya dalam proses jalannya wisata, (4) Kepala Sekolah SD, SMP, SMA/SMK Pulau Mandangin, karena pihak akademisi bisa berperan mendukung pembangunan desa wisata.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif, Analisis SWOT, dan Matriks QSPM, tujuan pertama dijawab dengan metode analisis deskriptif yaitu metode yang mengarah pada pengungkapan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya dan mengungkapkan fakta-fakta yang ada, analisis deskriptif melakukan pendekatan kepada masyarakat asli Pulau Mandangin dengan observasi lapang dan wawancara, sedangkan tujuan kedua dijawab dengan metode analisis SWOT menganalisis faktor-faktor lingkungan Internal dan Eksternal Pulau Mandangin (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi Pulau Mandangin saat ini, dan Matriks QSPM digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi terbaik yang paling cocok dengan lingkungan internal dan eksternal yang dimiliki oleh Pulau Mandangin. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSPM merupakan strategi yang paling baik untuk dapat diterapkan pada di Pulau Mandangin. Analisis QSPM

merupakan analisis tahap akhir yang digunakan dalam menentukan pilihan prioritas strategi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Sumberdaya Untuk Pengembangan Wisata Pulau Mandangin

Sumberdaya Manusia

Pulau Mandangin terdiri dari tiga dusun, yaitu Dusun Barat, Dusun Tengah (kramat), dan Dusun Timur (Candin). Dusun Barat terdiri dari 6 RT, Dusun Tengah (kramat) terdiri dari 5 RT, sedangkan Dusun Timur (candin) terdiri dari 5 RT. Jumlah penduduk Pulau Mandangin adalah 21.534, jumlah laki-laki 10.127 dan perempuan 11.407. Usia masyarakat dari 15-64 tahun, usia tersebut bisa dikatakan sangat produktif dalam melakukan suatu pekerjaan. Nelayan merupakan pekerjaan pokok penduduk Pulau Mandangin dengan presentase tertinggi 90,20% jumlah 7529 jiwa. Pendapatan yang diperoleh penduduk Pulau Mandangin adalah Rp 1.000.000,00 - Rp 3.000.000,00, sedangkan Tingkatan pendidikan paling tinggi yaitu tamat SLTA/SMA. Sebagian besar penduduk Pulau Mandangin merantau ke luar kota, khususnya banyak pemuda yang menganggur karena minimnya lapangan pekerjaan di Desa sendiri. Harapan penduduk Mandangin adanya pariwisata Pulau Mandangin bisa meningkatkan mengurangi pengangguran dengan begitu pemuda pulau Mandangin siap menjadi tenaga kerja muda dalam pengembangan pariwisata di Pulau Mandangin, kemudian mengurangi kenakalan, dan peningkatan ekonomi melalui menjual produk-produk unggulan Pulau Mandangin. Penduduk Pulau Mandangin dikenal dengan sikap keislamannya dan perilaku amaliyah, bersama dalam gotong royong untuk kebaikan. Hubungan antara keluarga serta tetangga sangatlah akrab, meskipun hubungan darah yang berbeda. Penduduk Pulau Mandangin merupakan jiwa-jiwa yang ulet dan terampil, pekerja keras. Mata pencaharian penduduk Desa Pulau Mandangin adalah nelayan, PNS, tukang kayu, dan lain-lain.

Sumberdaya Perusahaan

Dukungan masyarakat Pulau Mandangin terhadap keberadaan pariwisata 71% bahwa masyarakat setuju keberadaan pariwisata di Pulau Mandangin sebagai meningkatkan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan, namun 29% sebagian masyarakat tidak setuju dikarenakan dengan adanya pariwisata di Pulau Mandangin dapat norma-norma dan budaya penduduk Pulau Mandangin. Keterlibatan masyarakat Pulau Mandangin terhadap pembangunan pariwisata yaitu 61%, sedangkan masyarakat yang tidak ingin terlibat yaitu 39%. Masyarakat yang tidak ingin terlibat bahwa pariwisata akan memberikan dampak negatif yaitu adanya pendatang baru dari luar, sedangkan masyarakat ingin terlibat mau menyewakan rumah sebagai home stay (penginapan), menjadi bagian dari tenaga kerjasehingga dapat membantu perekonomian masyarakat Mandangin.

Ekowisata Pulau Mandangin akan memberikan dampak besar terhadap bagi masyarakat seperti peluang tenaga kerja, meningkatkannya peluang usaha, dan tingkat keuntungan ekonomi masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap adanya pariwisata sebesar 68% mengatakan dengan adanya ekowisata di Pulau Mandangin memberikan keuntungan perekonomian, sedangkan masyarakat yang mengatakan kerugian sebesar 32%. Responden yang mengatakan

menguntungkan dengan adanya ekowisata karena masyarakat tidak hanya mengandalkan hasil tangkapan ikan yang dijual ke Kota Sampang, sedangkan musim paceklik ikan masyarakat banyak beralih profesi sebagai kuli bangunan, pedagang dengan penghasilan yang tidak menentu. Pendapatan tidak hanya diperoleh dari nelayan tetapi dengan adanya wisata peluang pekerjaan sangat luas seperti jasa pemandu wisata, penginapan, penjualan cinderamata atau jasa lainnya. Kondisi yang demikian dapat mewujudkan pengembangan kegiatan wisata yang memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk Mandangin.

Berkembangnya zaman yang semakin modern teknologi semakin berkembang pesat, dapat diketahui teknologi tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dalam meningkatkan wawasan dan pengetahuan antara sesama manusia tetapi dapat digunakan sebagai media promosi sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan. Fasilitas penunjang pariwisata yang ada di Pulau Mandangin belum lengkap diantaranya air bersih, kamar mandi umum, ATM. Belum tersedianya tempat tinggal untuk menginap atau akomodasi bagi wisatawan, namun masyarakat bersedia dalam menyewakan rumahnya disewakan atau dijadikan *Home stay* untuk wisatawan yaitu 61%, sedangkan masyarakat yang tidak bersedia yaitu 39%. Pembangunan pariwisata Pulau Mandangin seharusnya mendapatkan dukungan pemerintah setempat terhadap pembangunan pariwisata berupa pembangunan sarana dan prasarana dan melakukan kerjasama antara pariwisata Pulau Mandangin dengan Dinas Pariwisata, belum ada lembaga khusus yang dibentuk pemerintah menangani pariwisata baik dari sisi promosi dan membantu pengelolannya. Adanya struktur pengelola dan organisasi yang jelas pariwisata Pulau Mandangin mampu melakukan persaingan pasar wisata.

Sumberdaya Fisik

Sumberdaya fisik merupakan semua kekayaan yang dimiliki oleh Pulau Mandangin dan kekayaan alam yang dapat digunakan sebagai proses pengembangan pariwisata Pulau Mandangin. Faktor-faktor sumberdaya fisik yaitu: tanah, air, dan bahan mentah yang mampu diolah dan dijadikan sebagai obyek pariwisata. Tanah Mandangin merupakan pasir putih, air pantai yang jernih, dan bahan mentah merupakan potensi alam yang dapat dikelola dan dikembangkan menjadi obyek pariwisata.

Potensi alam yang dimiliki Pulau Mandangin sangat unik, yaitu candin (batu besar) dan pasir putih kemungkinan wisata lainnya belum pernah ada, meskipun tidak banyak masyarakat luar ketahui tentang Pulau Mandangin, adapun wisatawan yang berkunjung walaupun sedikit. Kendala yang dihadapi Pulau Mandangin saat wisatawan ingin berpariwisata yaitu tidak ada jalan alternatif menuju lokasi, jalan satu-satunya menyeberangi Pulau dengan resiko cuaca buruk (angin kencang). Potensi alam yang tersembunyi yang sampai saat ini belum banyak masyarakat luar ketahui, demikian potensi tersebut dapat dikembangkan sebagai Pariwisata (*Buku Desa Pulau Mandangin, 2017*) diantaranya:

Potensi Wisata dan Alam

Candin merupakan sebuah pulau karang kecil yang mirip tanah lot Bali, letaknya diujung Timur Pulau Mandangin. Hamparan pasir putih yang semakin eksotisnya pantai Candin. Waktu yang paling tepat saat mengunjungi Candin pada saat pagi karena kita bisa menikmati sunrise

sedangkan pada siang hari air laut pasang Candin terlihat semakin menakjubkan. Candin dapat menjadi salah satu objek/destinasi wisata yang wajib dikunjungi. Hal ini sejalan dengan hasil kajian Sunyigono dan Andrie (2017) yang menyatakan bahwa pengembangan kawasan ekowisata karena di kawasan ini terdapat Pulau Candin dengan panorama yang indah. Disini juga telah dibuat site pengembangan zonasi permakultur. Salah satu faktor yang mendukung wisata pantai di Pulau Mandangin adalah keberadaan dan kondisi terumbu karang yang memberikan layanan ekosistem untuk perlindungan garis pantai terutama pada pulau kecil, perikanan, dan pariwisata. Kondisi pantai Mandangin cocok karena kategori persen penutupan terumbu karang adalah persen (Insfaitri *et al* 2017).

Pasir putih terletak di sisi Barat Pulau Mandangin, pengunjung wisatawan dapat memanjakan matanya dengan hamparan pasir putih yang memanjang. Pantai pasir putih tempat favorit Desa Pulau Mandangin untuk menikmati keindahannya. Letaknya sangat strategis berdekatan dengan dermaga, serta memberikan suguhan pemandangan luar biasa menakjubkan yaitu melihat matahari terbenam.

Perikanan Pulau mandangin sangat dilimpahkan dengan sumberdaya ikan didalamnya. Sektor perikanan menjadi sumber perekonomian Desa Pulau Mandangin. Beberapa hasil laut yang diperoleh pada musim yang berbeda, musim Barat (Desember-Januari dan Februari) yaitu Cumi-cumi, bulan (April-Juni dan Agustus-November) yaitu ikan Tongkol, bulan (Oktober-November) yaitu ikan Kembung dan Udang, bulan Mei-Juni- Juli-Agustus dan September yaitu ikan Rajungan. Kebutuhan pokok untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari didatangkan langsung dari kota Sampang seperti sembako, dikarenakan Pulau Mandangin tidak dapat memenuhi memiliki kebutuhan pokok secara langsung.

Potensi budaya

Petik laut merupakan suatu ritual atau upacara adat sebagai rasa syukur kepada Tuhan, untuk memohon keselamatan dan berkah rezeki. Kepala desa Pulau Mandangin mengatakan bahwa setiap 4 tahun sekali sudah menjadi tradisi dalam menggelar acara petik laut yang dimeriahkan dengan ludruk. Kalangan kyai kurang setuju petik laut dimeriahkan oleh ludruk karena perbuatan tradisi agama Budha dan mubadzir. Adanya acara petik laut bertujuan agar hasil ikan melimpah sehingga masyarakat nelayan mempunyai rezeki yang melimpah.

Gerdang merupakan nyanyian atau musik yang diiringi oleh lantunan solawat dan dzikir. Tradisi budaya yang hanya ada pada bulan Ramadhan, pada saat menjelang santap sahur masyarakat berkeliling Pulau Mandangin. Menyanyikan berbagai musik, Gerdang juga terdapat pada Hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Ketupat, dan Idul Adha. Musik yang digunakan yaitu sound system dan alat pentungan tradisional, jumlah orang yang terlibat dalam musik Gerdang tidak ada batasnya.

Potensi Religi

Menurut Anwar F *et al* (2017) wisata religi merupakan jenis wisata yang tujuan untuk memenuhi kebutuhan sejarah dari bangunan yang ada, dengan begini pengunjung memiliki kepuasan tersendiri. Wisata religious memiliki

daya tarik tersendiri bagi wisatawan dengan nilai-nilai korohaniannya, hal ini dikarenakan sejak dulu Indonesia dikenal sebagai Negara religious banyak bangunan atau tempat bersejarah yang memiliki arti khusus bagi wisatawan. Asta bangsacarah merupakan Wisata religi makam panglima yang bernama Aryo Pratikel yang meninggal di Pulau Mandangin beserta istri Raga Patmi dan hewan peliharaanya. Masyarakat Pulau Mandangin mempercayainya sebagai makam keramat, masyarakat sering berkunjung untuk ziarah dan berdoa untuk mengenang sangpanglima. Asta bangsacarah dapat dikembangkan sebagai wisata religi karena sebagai bentuk kehormatan kepada leluhur Pulau Mandangin.

Potensi Kuliner

Potensi kuliner menjadi suatu alternatif dalam mendukung potensi wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah dan wisata bahari. Wisata kuliner ini menjadi bagian dari jenis wisata yang ada, karena tidaklah lengkap kalau wisatawan yang datang tidak mencobanya. Meskipun wisata kuliner, sering dianggap sebagai produk wisata pelengkap, tetapi wisata kuliner potensial untuk dikembangkan karena wisatawan yang datang biasanya tertarik untuk mencoba makanan khas atau oleh-oleh daerah tersebut (Besra E 2012). Seperti potensi kuliner/ jajan khas Mandangin yaitu : Gil-agil, Cak-kocak.

Gil-agil merupakan jajanan tradisional khas Pulau Mandangin yang mempunyai kelezatan di setiap gigitannya. Jajanan ini terbuat dari singkong yang diparut kemudian dicampur dengan tepung terigu dan pewarna makanan agar terlihat cantik dalam tampilannya. Gil-agil didalamnya diisi cairan gula putih, harga sangat terjangkau dan cocok sebagai teman saat bersantai. Gil-agil sangat cocok dijadikan khas oleh-oleh Pulau Mandangin karena tidak banyak orang bisa membuatnya.

Cak-kocak merupakan makanan yang memanglah mirip dengan “ote-ote” dan “bakwan”, namun kenyataannya sangatlah berbeda. Bahan yang digunakan tepung terigu dicampur dengan bawang putih dan lada putih. Cak-kocak cara menikmatinya dengan bumbu, yang terbuat dari cabe yang dihaluskan dan dicampur potongan daun bawang kemudian ditumis dengan sedikit air. Cak-kocak sangat cocok dijadikan oleh-oleh khas karena hanya ada di Pulau Mandangin.

Strategi Pengembangan Wisata Pulau Mandangin

Hasil identifikasi faktor Internal (IFAS) dan faktor Eksternal (EFAS) hasil IFAS dan EFAS dari tahap pembobotan dilihat dari Lampiran 1, Lampiran 2 dan Lampiran 3.

Matriks IFAS

Berdasarkan hasil identifikasi yang termasuk dalam faktor internal Pulau Mandangin adalah banyaknya tenaga kerja muda yang siap dibina menjadi pendamping wisatawan, indahnya panorama wisata pasir putih dan batu candin (Batu Besar), lingkungan pantai dan ekosistem yang masih alami, dukungan masyarakat dalam pembangunan pariwisata Pulau Mandangin, produk unggulan Mandangin yang siap menjadi oleh-oleh wisatawan (Gil-agil dan Cak-kocak). Unsur lain pada faktor Internal adalah kelemahan meliputi, kurangnya pemahaman masyarakat tentang apa itu ekowisata, belum ada fasilitas

pendukung (air bersih, kamar mandi, dan ATM), belum ada akomodasi bagi wisatawan yang menginap, struktur pengelola pariwisata Pulau Mandangin belum tertata, pariwisata Pulau Mandangin belum memiliki struktur organisasi yang jelas. Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS terhadap semua faktor internal, yang menjadi kekuatan utama dalam potensi dan strategi pengembangan pariwisata di pulau mandangin Kabupaten Sampang adalah produk unggulan Mandangin yang siap menjadi oleh-oleh wisatawan (Gil-agil dan Cak-kocak) dengan bobot 0,14993 dan rating 3 sehingga diperoleh skor 0,44979. Kelemahan utama pada pengembangan potensi pariwisata di Pulau Mandangin adalah faktor pariwisata Pulau Mandangin belum memiliki struktur organisasi yang jelas dengan bobot 0,18782 dan rating 3 sehingga diperoleh skor 0,06261. Berdasarkan Tabel 5.2 dapat dilihat total skor kekuatan lebih besar dari pada total skor kelemahan dengan selisih 0,24951. Penelitian ini sama dengan Larasati dan Dian (2017) yang menunjukkan skor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan skor kelemahan. Hal ini dapat diartikan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Pulau Mandangin dapat memaksimalkan kekuatan untuk meminimalkan faktor-faktor kelemahannya. Hal menarik pada matriks IFAS adalah rating kelemahan pada aspek "belum ada fasilitas pendukung" adalah 4 (sangat kurang). Dari semua aspek kekuatan dan kelemahan hanya aspek ini yang memperoleh rating 4. Artinya pemerintah dan stakeholder pariwisata harus dapat menyelesaikan permasalahan tersebut untuk mendorong pertumbuhan pariwisata Mandangin. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pamungkas, et al (2014) yang menyatakan bahwa kendala utama yang dihadapi dalam pengembangan Pulau Poteran adalah keterbatasan infrastruktur yang mana hal ini sering dihadapi oleh pulau-pulau kecil.

Matriks EFAS

Berdasarkan hasil identifikasi faktor Eksternal Pulau Mandangin yang termasuk dalam peluang yaitu, berkembangnya teknologi informasi sebagai media promosi, meningkatnya minat wisatawan terhadap pariwisata, pangsa pasar wisata terbuka, meningkatkan wawasan dan pengetahuan masyarakat, adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan wisata Pulau Mandangin. Unsur lain pada faktor Eksternal adalah ancaman meliputi tidak ada jalan alternative menuju lokasi wisata, cuaca buruk (angina kencang), terpengaruh adat-istiadat pendatang baru dari luar, pencemaran lingkungan oleh wisatawan, persaingan pasar wisata cukup tinggi. Berdasarkan hasil analisis matriks EFAS terhadap semua faktor eksternal yang menjadi peluang utama dalam potensi dan strategi pengembangan pariwisata di pulau mandangin Kabupaten Sampang adalah faktor adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan wisata Pulau Mandangin dengan bobot 0,08146 dan rating 3 sehingga diperoleh skor 0,24438. Ancaman utama pada potensi dan strategi pengembangan pariwisata di pulau mandangin kabupaten sampang adalah faktor Belum ada lembaga khusus yang dibentuk pemerintah menangani pariwisata baik dari sisi promosi dan membantu pengelolaannya bobot 0,21906 dan rating 3 sehingga diperoleh skor 0,07302. Berdasarkan Tabel 5.4 dapat dilihat total skor Peluang lebih besar dari pada total skor Ancaman dengan selisih 0,86664. Penelitian ini sama dengan Larasati dan Dian (2017) yang menunjukkan skor Peluang lebih besar dibandingkan dengan skor Ancaman. Hal ini dapat diartikan bahwa peluang

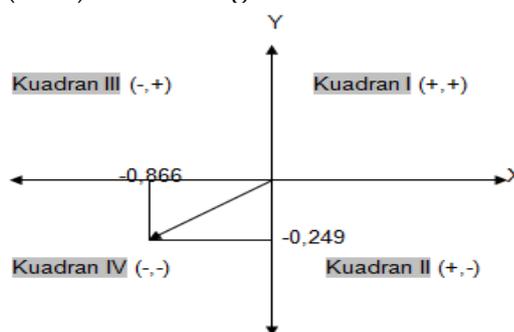
yang dimiliki oleh Pulau Mandangin dapat memanfaatkan faktor peluang yang ada untuk mengatasi faktor ancaman.

Matriks SWOT

Setelah melakukan tahap input yang terdiri dari analisis matriks IFAS dan EFAS, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dengan menggunakan matriks SWOT untuk mengetahui posisi pengembangan potensi pariwisata Pulau Mandangin terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan hasil yang didapat, maka membuat berbagai kemungkinan alternative strategi yaitu (SO, ST, WO, WT).

Diagram SWOT mendapatkan hasil di posisi (x,y) kuadran IV yaitu strategi yang diterapkan menggunakan strategi Diversifikasi. Hal tersebut disebabkan karena kekuatan memiliki nilai lebih kecil dibandingkan kelemahan, sedangkan peluang lebih kecil dari ancaman. Sehingga situasi ini tidak menguntungkan Pulau Mandangin menghadapi kelemahan dan ancaman. Hasil ini sesuai dengan perhitungan pada analisis SWOT, dimana IFAS memiliki nilai kekuatan < kelemahan ($1,17348 < 1,42299$) dan EFAS memiliki nilai peluang < ancaman ($0,7746 < 1,64124$). Sehingga perusahaan berada pada posisi kuadran IV dengan penerapan strategi (W-T) yang berarti kegiatan pada pengembangan potensi wisata yang bersifat bertahan dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Gambar 1, menjelaskan bahwa perusahaan berada pada kuadran IV. Pada kuadran IV, strategi pengembangan potensi pariwisata Pulau Mandangin yang bersifat bertahan dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi yang cocok digunakan Diversifikasi (penganekaragaman), Strategi ini sesuai dengan penelitian (Ayuningtyas dan Sri, 2016) strategi yang digunakan adalah membuat keanekaragaman terhadap objek dan daya tarik wisata . strategi penganekaragaman dibagi menjadi dua, yaitu: a) Diversifikasi Concentric Strategy (strategi diversifikasi konsentrik) adalah diversifikasi objek dan daya tarik wisata sehingga dapat meminimalisir ancaman, b) Diversifikasi Conglomerate Strategy (strategi diversifikasi konglomerat) adalah memasukan investor untuk mendanai deversifikasi yang mempertimbangkan laba. Penyusunan formulasi strategi dengan meng-kombinasikan berbagai faktor yang telah diidentifikasi dan dikelompokkan. Hasil formulasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yang terdiri dari strategi Kekuatan-Peluang (S-O), strategi Kekuatan-Ancaman (S-T), strategi Kelemahan-Peluang (W-O), dan strategi Kelemahan-Ancaman (W-T).



Gambar 1
Diagram Matriks SWOT

Strategi S-O (Strength Opportunities) :

Menggunakan teknologi informasi sebagai media promosi. Berkembangnya teknologi informasi digunakan dalam promosi produk maupun perusahaan dan kegiatan bisnis. Promosi dengan menggunakan media online seperti Facebook, Instagram, dan Web. Teknologi informasi diterapkan sebagai bantuan agar perusahaan atau organisasi tersebut dapat lebih maju dan berkembang.

Membangun berbagai objek wisata dengan meningkatkan minat wisatawan dan membuka pangsa pasar wisata. objek daya tarik wisata adalah pendorong kedatangan wisatawan untuk berkunjung. Banyaknya objek wisata maka wisatawan tertarik untuk berpariwisata. Objek wisata bukan hanya kekayaan alam, namun atraksi juga merupakan komponen yang dapat menarik minat wisatawan. Macam-macam obyek wisata yaitu : wisata alam, wisata budaya, wisata cagar alam, wisata ziarah.

Mendirikan outlet produk unggulan Mandangin. Adanya pariwisata merupakan peluang besar bagi masyarakat sekitar, dimana masyarakat dapat membuka usaha untuk memanfaatkan peluang dalam memperoleh penghasilan dan menarik wisatawan untuk berkunjung. Potensi tidak hanya dari objek wisata yang ditawarkan, tetapi potensi usaha yang harus dikembangkan agar memiliki pengaruh yang besar terhadap wisata. Peluang ini bisa menjual produk unggulan wisata dengan membuka outlet di kawasan wisata. Menurut Rezkia F *et al* (2017) produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan kembali ke umah dimana mereka berangkat semula. Keberadaan produk wisata sangatlah penting untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan dalam upaya pengembangan pariwisata.

Strategi W-O (Weakness Opportunity) :

Meningkatkan minat wisatawan menggunakan teknologi sebagai media informasi. Teknologi informasi saat ini semakin berkembang setiap tahun. Berkembangnya teknologi berperan besar terhadap pengembangan dan menjadi sarana utama dalam suatu akademik. Tidak perlu diragukan lagi, teknologi tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, melainkan teknologi dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran dalam menambah wawasan serta sebagai media promosi.

Mendirikan fasilitas pendukung wisata meningkatkan minat wisatawan terhadap wisata. Kegiatan berbagai macam wisata menyediakan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pelaku usaha seperti air bersih, jalan, kamar mandi umum, ATM, dan Sarana dan prasarana yang harus bangun yaitu angkutan wisata, rumah makan, listrik dan akomodasi (penginapan/hotel) ditujukan untuk menciptakan kenyamanan dan kemudahan wisatawan dalam melakukan kunjungan destinasi pariwisata. Berbagai macam fasilitas yang disediakan akan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung, karena setiap wisatawan melihat fasilitas yang disediakan untuk memberikan kenyamanan mereka saat berpariwisata.

Mengadakan penyuluhan terkait struktur organisasi dan struktur pengelola wisata. Bantuan yang diberikan pemerintah seharusnya bukan hanya sekedar finansial ataupun dukungan, tetapi juga memberikan penyuluhan sebagai

ilmu yang akan terus diingatnya dan dipelajari. Pariwisata dalam pengelolaannya harus benar-benar tertata, dari struktur ketua sampai tenaga kerja. Adanya penyuluhan terkait struktur pengelola wisata dapat membantu para pelaku usaha struktur pengelola wisatanya belum tertata dengan baik bisa dikatakan belum mengerti tentang struktur yang baik dan benar.

Strategi S-T (*Strenght Threat*) :

Keindahan lingkungan pantai sebagai objek wisata dapat bersaing dengan wisata lain. Pariwisata pastinya memiliki pesona wisata yang mampu bersaing dengan wisata lain. Macam-macam obyek wisata, diantaranya objek wisata alami dan objek wisata buatan. Wisatawan seringkali memilih objek wisata yang unik serta nyaman untuk dikunjungi, dengan begitu sektor pariwisata harus menyajikan lingkungan wisata yang akan menjadikan faktor dalam persiapan dengan wisata lainnya.

Masyarakat ikut membantu dalam menanggulangi pencemaran lingkungan. Kebersihan lingkungan menjadi kebutuhan dasar semua orang secara fisik, sehingga semua orang sangat memperhatikan kebersihan diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar pariwisata yang harus dijaga dan dilestarikan dari pencemaran lingkungan oleh pelaku usaha. Peran masyarakat sangat membantu dalam menanggulangi pencemaran lingkungan wisata.

Strategi W-T (*Weakness Threat*) :

Menyediakan fasilitas lengkap dalam menanggulangi persaingan dengan wisata lain. Kepariwisataan Indonesia harus secepatnya melakukan tindakan atau strategi untuk menghidupkan kembali tujuan-tujuan wisata, dengan mengikuti program jangka panjang membangun membangun tujuan-tujuan wisata yang memerlukan investasi fasilitas agar tempat-tempat yang saat ini kurang dikenal dapat menjadi pusat wisata yang potensial. Persaingan mengakibatkan pengunjung memperoleh banyak pilihan, supaya destinasi pariwisata dapat dipilih para pengunjung, maka destinasi wisata dapat memenangkan persaingan tersebut. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan melakukan strategi bersaing destinasi pariwisata.

Memberikan peringatan kepada wisatawan yang mencemari lingkungan pantai. Kebiasaan wisatawan saat berkunjung yang sering membuang sampah sembarangan, tanpa mereka sadari bahwa aktifitas mereka mengotori lingkungan wisata. Akibat ulah segelintir orang yang tidak bertanggung jawab, banyak obyek wisata yang rusak dan tercemar oleh sampah. Pengelola wisata harus lebih bertindak dalam menangani kasus seperti ini, agar obyek wisata tidak lagi di rusak dan tercemar oleh pelaku wisata.

Membentuk pengelola wisata dan struktur organisasi yang tertata mampu bersaing dengan wisata lain. Pembentukan struktur organisasi dan pengelola wisata berkaitan dengan pembangunan pariwisata, dikarenakan keduanya sangat dibutuhkan. Terutama dalam proses pembangunan wisata yang belum dikenal, maka diperlukannya pemandu dalam pembangunan pariwisata. Sektor pariwisata yang baik mampu bersaing dengan wisata lain, dikarenakan struktur yang sudah jelas dan terarah.

Meningkatkan pemahaman dan wawasan masyarakat agar tidak terpengaruh pendatang baru. Pentingnya untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman generasi muda untuk masa depan yang mendatang dalam mencapai tujuan yang baik. Pendatang baru memberikan dampak dari segi positif dan negatif terhadap lingkungan sekitar yang mereka kunjungi, baik dari budaya, sosial, dan perilaku. Tingkatkan pemahaman terutama kepada masyarakat sekitar wisata agar tidak mudah terpengaruh oleh adat-istiadat pendatang baru.

Matriks QSPM

Berdasarkan analisis matriks IFAS, EFAS, dan matriks SWOT sehingga ditemukan alternatif strategi yaitu Strategi Diversifikasi (penganekaragaman) Strategi ini sesuai dengan penelitian (Ayuningtyas dan Sri, 2016) strategi yang digunakan adalah membuat keanekaragaman terhadap objek dan daya tarik wisata Tahap selanjutnya pemilihan prioritas strategi pada Lampiran tabulasi data QSPM. Berdasarkan *Total Attractive Score* untuk keempat strategi tersebut, perolehan nilai tertinggi pada strategi I dengan nilai 6,26466. Hasil peringkat QSPM dapat dilihat pada Tabel 1.

Pengembangan pariwisata Pulau Mandangin disarankan menyediakan fasilitas yang lengkap menanggulangi persaingan dengan wisata lain, fasilitas yang mampu menyaingi wisata lain yaitu fasilitas yang lengkap tanpa tidak ada yang tidak dimiliki oleh pariwisata Pulau. Daerah tujuan wisata dalam proses pembangunan pariwisata memerlukan fasilitas supaya tempat-tempat yang saat ini belum dikenal dapat menjadi pusat wisata yang potensial. Fasilitas pariwisata menyebabkan pengunjung memperoleh banyak pilihan, dikarenakan agar destinasi pariwisata dapat dipilih oleh pengunjung. Hasil penelitian selaras dengan Marceilia Hidayat (2011), Fasilitas dan aktivitas wisata yaitu untuk jumlah akomodasi yang ada diperlukan mengoptimalkan kualitas secara bangunan dan pelayanan, sehingga tercapai standar pelayanan yang baik.

Tabel 1
Hasil QSPM

No.	Strategi	Total TAS	Peringkat
1.	Memberikan peringatan kepada wisatawan yang mencemari lingkungan.	6,05231	II
2.	Membentuk pengelola wisata yang tertata dan struktur organisasi yang tertata mampu bersaing dengan wisata lain.	5,83368	III
3.	Meningkatkan pemahaman dan wawasan masyarakat agar tidak terpengaruh pendatang baru.	5,81782	IV
4.	Menyediakan fasilitas yang lengkap dalam menanggulangi persaingan dengan wisata lain.	6,26466	I

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

PENUTUP

Berdasarkan penjelasan dan hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan potensi sumberdaya yang dimiliki Pulau mandangin terdiri dari potensi wisata dan alam, potensi budaya, potensi kuliner, dan potensi religi. Pulau Mandangin lingkungan internal meliputi faktor : 1). Daya tarik, 2). Sumber daya manusia, 3). Pemasaran, 4). Fasilitas, 5). Pengembangan. Lingkungan eksternal meliputi faktor : 1). Ekonomi, 2) Sosial budaya dan Lingkungan, 3). Pemerintah, 4). Teknologi, 5). Kompetitor. Posisi pengembangan pariwisata Pulau Mandangin Kabupaten Sampang menempati posisi kuadran IV yang cenderung mendukung strategi Diversifikasi (W-T). Menghasilkan empat alternatif strategi yaitu, 1). Menyediakan fasilitas yang lengkap dalam menanggulangi persaingan dengan wisata lain, 2) Pengelolaan wisata memberikan peringatan wisatawan yang mencemari lingkungan, 3) Meningkatkan pemahaman dan wawasan masyarakat agar tidak terpengaruh pendatang baru, 4) Menyediakan fasilitas yang lengkap dalam menanggulangi persaingan dengan wisata lain. Hasil matriks QSPM maka strategi terpilih dengan *Total Attractive Score* (TAS) 6,26466. Artinya strategi yang sebaiknya digunakan Pulau Mandangin Kabupaten Sampang dalam strategi pengembangan Pariwisata adalah Menyediakan fasilitas yang lengkap dalam menanggulangi persaingan dengan wisata lain. Beberapa saran yang dapat dilakukan yaitu (1) menyediakan fasilitas yang lengkap dapat bersaing dengan wisata lain, (2) Memberikan peringatan kepada wisatawan yang mencemari lingkungan, (3) Membentuk pengelola wisata yang tertata dan struktur organisasi yang tertata mampu bersaing dengan wisata lain, (4) Meningkatkan pemahaman dan wawasan masyarakat agar tidak terpengaruh pendatang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityaji, R. 2018. "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689-99. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Aliyah, R, et. al. 2015. "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung)." *Perikanan Kelautan* VI (2): 78-84.
- Anwar F, M, et al. 2017. "Analisis Dampak Pengembangan Wisata Religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim, Madalam Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Sekitar (Studi Pada Kelurahan Gapurosukolilo Kabupaten Gresik)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 44 No.1.
- Ayuningtyas D, dan Sri. 2016. "Strategi Pengembangan Pariwisata di Sepanjang Sungai Kapuas Di Pontianak". *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol.10 No.1.
- Arifiana D, R, et al. 2016. "Analisis Potensi Dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Di Kota Semarang". *Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta*

- Bahiyah, C, et. al. 2018. "Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 2: 95-103.
- Bappeda.Jatim.go.id/Bappeda/wp-content/uploads/potensi-kab-kota-2013-pdf. Diakses pada tanggal 09 Desember 2019.
- Barreto, M dan Ketut G. 2015. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 11 (4): 773-96.
- Besra E. 2012. "Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang". Vol 12, No 1. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*.
- Brahmanto, E, et. al. 2017. "Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus," no. November.
- Cahyono, P. 2016. "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada Pt. Prudential Cabang Lamongan" I (June): 129-38.
- Darsiharjo, et. al. 2016. "Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Arung Jeram Di Sungai Palayangan" 13 (1): 24-35. <https://doi.org/10.17509/jurel.v13i1.2029>.
- Fatlolona S et al. 2019. "Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Di Pulau Siladen". *Jurnal Spasial* Vol.6 No. 3, 2019 : 725-35.
- Fahmi, I. (2017). *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*. Bandung:Penerbit Alfabeta.
- Frete, et. al. 2013. "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon)." *Rekayasa Mesin* 4 (2): pp.109-118.
- Hamsinah, B. 2005. "Terhadap Industri Pariwisata Di Kabupaten Raja Ampat , Papua Barat," 97-116.
- Hardiyanto, A, et. al. 2018. "Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata Di Sentra Pengrajin Keris." *Opsi* 11 (1): 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v11i1.2193>.
- Hidayat, M. 2011. "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)." *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal* I (1): 33-44. <http://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/download/1879/1267>.
- Insafitri, Andrie Kisroh Sunyigono, Mardiyah Hayati, dan Eko Setiawan, 2017. "Persen Penutupan Terumbu Karang di Pulau mandangin" *Prosiding Seminar Nasional Kelautan dan Perikanan III 2017*, 75-70.

- Ismawati, Iis., et. al. 2017. "Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian* 7 (2): 176-87. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>.
- Kartika, T, et. al. 2018. "Strategi Pengembangan Daya Tarik Dago Tea House Sebagai Alternatif Wisata Budaya Di Jawa Barat." *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8 (2): 121. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i2.13746>.
- Kominfo Jatim Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur 2017. <http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/sepanjang-2017-kunjungan-wisatawan-nusantara-ke-jatim-capai-58-65-juta-orang>. Diakses pada tanggal 09 Desember 2019.
- Pamungkas, Adjie, Aries Sulisetyono, Zainul Hidayah, and Andrie Kisroh Sunyigono. 2014. "INDIKATOR KEMANDIRIAN PULAU KECIL: STUDI KASUS POTERAN SUMENEP." *Jurnal Penataan Ruang* 9 (1).
- Pengembangan Wisata Pulau Mandangin Digelontor Rp 40 M, <https://madura.tribunnews.com/2019/12/18/pembangunan-wisata-pulau-mandangin-digelontor-rp-40-m-pemkab-sampang-fokus-bangun-fasilitasnya>. Diakses pada Tanggal 19 Juni 2020.
- Kurniastuti, C. 2018. "Pemilihan Strategi Pemasaran Desa Wisata Edukasi Dengan Metode Qspm," 221-30.
- Kurniawan F, et al. 2016."Kemitraan Pengelolaan Sektor Pariwisata (Studi Pada Tirta Wisata Kabupaten Jombang)".*Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol 1, No.1.
- Pebriani D, et al. 2016."Kemitraan Pengembangan Sektor Pariwisata (Studi Kasus: Bali Elephant Camp, Desa Wisata Carangsari, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung)". *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayan*.
- Larasati, R dan Dian, R. 2017. "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Yang Berkelanjutan Pada Kampung Lawas Maspati, Surabaya." *Jurnal Teknik ITS* 6 (2): 529-33. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v6i2.25024>.
- Nugraha, Qudrat. 2014. "Manajemen Strategis Pemerintahan," 1-51. <http://repository.ut.ac.id/4213/1/IPEM4218-M1.pdf>.
- Rahmani Seryasat, M., B. Hajari, T. Karimian, and M. Hajilo. 2013. "Rural Tourism Development Strategies Using SWOT Analysis: Case Study." *Life Science Journal* 10 (SUPPL.4): 395-403.
- Rikah, et. al. 2017. "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Analisis SWOT," 1-18.
- Rezkie F, et al. 2017. "Strategi Pengembangan Produk Wisata Di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi". Program

Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata FPP Universitas Negeri Padang.

- Rostiyati, A. 2013. "Potensi Wisata Di Lampung Dan Pengembangannya." *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya* 5 (1): 144. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v5i1.185>.
- Tika S, tienneke. 2013. "Karakteristik Daya Tarik Wisata Dan Wisatawan Di Kabupaten Belitung," 25-34.
- Sastrawan A et al. 2014. "Strategi Pengembangan Potensi Wisata Bahari Di Pantai Crystal Bay Desa Sakti, Kec. Nusa Penida, Kab. Klungklung I". *Jurnal Destinasi Pariwisata* Vol. 2 No. 2, 2014 : 98-114.
- Satria, Dias. 2009. "Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang," *Journal of Indonesian Applied Economics* : 37-47.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyigono, Andrie Kisroh, and Mardiyah Hayati. 2017. "Penerapan Teknologi Permakultur Pada Lahan Kering Marginal Di Pulau Mandangin-Sampang." *Jurnal Pangabdhi* 3 (1): 12-19.
- Soedarso, et. al. 2014. "Potensi Dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam Dengan Pendekatan Marketing Places (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bojonegoro)." *Cell* 3 (4): 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2009.01.043>.
- Statistik, Badan Pusat. 2018. "Badan Pusat Statistik." 66: 37-39.
- Sudarsono, Heri, and Indah Susantun. 2019. "Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta." *Agriekonomika* 8 (1): 81. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i1.5011>.
- Taufiqurokman. 2016. *Manajemen Strategik. Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama*.
- Vladi, Eriketa. 2014. "Tourism Development Strategies, SWOT Analysis and Improvement of Albania's Image." *European Journal of Sustainable Development* 3 (1): 167-78. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2014.v3n1p167>.
- Wilopo, K.H dan Luchman, H. 2017. "Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus Pada Kawasan Situs Trowulan Sebagai Pariwisata Budaya Unggulan Di Kabupaten Mojokerto)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 42 (1): 56-65
- Wijayanti A. 2012. "Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Daya Tarik Wisata Taman Tirta

Arta Di Kabupaten Sleman Yogyakarta". *Khasanah Ilmu*, Vol. III, No 1. AKPAR BSI Yogyakarta.

Wahyuni S et al. 2015. "Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo, Kecamatan Rungkut Surabaya". *Diponegoro Journal Of Maquares* 4: 66-70.

Oka Y. 2008. "Pengantar Ilmu Pariwisata". Angkasa, Bandung.

Lampiran 1. Analisis Matriks IFAS

Matriks IFAS				
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1.	Banyaknya tenaga kerja muda yang siap dibina menjadi pendamping wisatawan	0,02075	3	0,06225
2.	Indahnya panorama wisata pasir putih dan batu candin (Batu besar)	0,0672	3	0,2016
3.	Lingkungan pantai dan ekosistem yang masih alami	0,03614	3	0,10842
4.	Dukungan masyarakat dalam pembangunan pariwisata Pulau Mandangin	0,11714	3	0,35142
5.	Produk unggulan Mandangin yang siap menjadi oleh-oleh wisatawan (Gil-agil dan Cak-kocak)	0,14993	3	0,44979
Jumlah S		0,39116		1,17348
No.	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Kelemahan (W)				
1.	Kurangnya pemahaman masyarakat tentang ekowisata	0,07309	3	0,21927
2.	Belum ada fasilitas pendukung (air bersih, kamar mandi umum, ATM)	0,09732	4	0,38928
3.	Belum ada akomodasi bagi wisatawan yang menginap	0,11058	3	0,33174
4.	Struktur pengelola pariwisata Pulau Mandangin belum tertata	0,14003	3	0,42009
5.	Pariwisata Pulau Mandangin belum memiliki struktur organisasi yang jelas	0,18782	3	0,06261
Jumlah W		0,60884		1,42299
Jumlah		1		-
Selisih S-W				0,24951

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Lampiran 1. Analisis Matriks EFAS

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Berkembangnya teknologi informasi sebagai media promosi	0,02832	3	0,08496
2.	Meningkatnya minat wisatawan terhadap pariwisata	0,03881	3	0,11643
3.	Bentuk dukungan pemerintah Kabupaten Sampang terhadap pembangunan pariwisata berupa pembangunan sarana dan prasarana	0,05014	3	0,15042
4.	Meningkatkan wawasan dan pengetahuan masyarakat	0,05947	3	0,17841
5.	Adanya kerjasama antara pariwisata Pulau Mandangin dengan Dinas Pariwisata	0,08146	3	0,24438
Jumlah P		0,2582		0,7746
No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Ancaman (T)				
1.	Tidak ada jalan alternatif menuju lokasi wisata	0,09562	3	0,28686
2.	Cuaca buruk (angin kencang)	0,11261	3	0,33783
3.	Terpengaruh adat-istiadat pendatang baru dari luar	0,14543	3	0,43629
4.	Persaingan pasar wisata cukup tinggi	0,16908	3	0,50724
5.	Belum ada lembaga khusus yang dibentuk pemerintah menangani pariwisata baik dari sisi promosi dan membantu pengelolaannya.	0,21906	3	0,07302
Jumlah T		0,7418		1,64124
Jumlah		1		-
Selisih O-T				0,86664

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Lampiran 3. Matriks SWOT

EFAS	IFAS	<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya tenaga kerja muda yang siap dibina menjadi pendamping wisatawan 2. Indah nya panorama wisata pasir putih dan batu candin (Batu besar) 3. Lingkungan pantai dan ekosistem yang masih alami 4. Dukungan masyarakat dalam pembangunan pariwisata Pulau Mandangin 5. Produk unggulan Mandangin yang siap menjadi oleh-oleh wisatawan (Gil-agil dan Cak-kocak) 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya wawasan dan pemahaman masyarakat tentang apa itu ekowisata 2. Belum ada fasilitas pendukung (air bersih, kamar mandi umum, dan ATM) 3. Belum ada akomodasi bagi wisatawan yang menginap 4. Struktur pengelola pariwisata Pulau Mandangin belum tertata 5. Pariwisata Pulau Mandangin belum memiliki struktur organisasi yang jelas
	<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya teknologi informasi sebagai media promosi 2. Meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata 3. Pangsa pasar wisata terbuka 4. Meningkatkan wawasan dan pengetahuan masyarakat 5. Adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan wisata Pulau Mandangin 	<p>Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teknologi informasi sebagai media promosi (S1),(O1) 2. Membangun berbagai objek wisata mampu meningkatkan minat wisatawan dan membuka pangsa pasar wisata (S2),(O2),(O3) 3. Menirikan outlet produk unggulan Mandangin (O5),(O2) 	<p>Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan minat wisatawan menggunakan teknologi sebagai media informasi (W1),(O4) 2. Menirikan fasilitas pendukung wisata meningkatkan minat wisatawan terhadap wisata (W2),(W3),(O2) 3. Mengadakan penyuluhan terkait struktur organisasi dan struktur pengelola wisata (W4),(W5),(O5)
	<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada jalan alternatif menuju lokasi wisata 2. Cuaca buruk (angin kencang) 3. Terpengaruh adat-istiadat pendatang baru dari luar 4. Pencemaran lingkungan oleh wisatawan 5. Persaingan pasar wisata cukup tinggi 	<p>Strategi (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keindahan lingkungan pantai sebagai objek wisata dapat bersaing dengan wisata lain (S2),(S3),(T5) 2. Masyarakat ikut membantu dalam menanggulangi pencemaran lingkungan (S4),(T4) 	<p>Strategi (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemahaman dan wawasan masyarakat agar tidak terpengaruh pendatang baru (W1),(T3) 2. Membentuk pengelola wisata dan struktur organisasi yang tertata mampu bersaing dengan wisata lain (W4),(W5),(T5) 3. Menyediakan fasilitas

- pendukung yang lengkap dalam menanggulangi persaingan dengan wisata lain (W2),(W3),(T5)
4. Memberikan peringatan kepada wisatawan yang mencemari lingkungan pantai (W4),(T4)
-

Sumber: Data Primer Diolah, 2020