

Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Ngebum Kabupaten Kendal

O. R. J. Asmoro¹, S. Rahayu²

^{1,2} Universitas Diponegoro, Indonesia

Article Info:

Received: 28 Juni 2019

Accepted: 01 August 2019

Available Online: 26 September 2019

Keywords:

Tourism development; tourism development strategy; SWOT analysis

Corresponding Author:

Oktaviana Rahayu Jati Asmoro
Diponegoro University,
Semarang, Indonesia

Abstract: *Tourism is a highly developing sector in Indonesia. Indonesia has so many tourism spots that its government is focusing on making policies on how to develop its tourism potentials. There are five things that need to be considered on tourism development, namely tourists, accessibility, tourist attractions, tourist accommodation, and promotions. Pantai Ngebum is one of many tourist sites in Kendal Regency. Pantai Ngebum has been opened as a tourism spot since 2010 but is still poorly managed independently by people of Mororejo Village where it is located. Due to its poor management, tourism facilities' condition in Pantai Ngebum is considered low. On weekdays, Pantai Ngebum is usually visited by up to 100 people, but on weekends or holiday seasons the visitors could reach up to 1.600 people. Because of the high interest from the visitors, Pantai Ngebum is expected to improve its development so it can be one of Kendal Regency's top tourism sites. This research is aimed to find tourism development strategies in Pantai Ngebum using SWOT analysis.*

Copyright © 2016 TPWK-UNDIP

This open access article is distributed under a

Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

Asmoro, O. R. J., & Rahayu, S. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Ngebum Kabupaten Kendal. *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Dan Kota)*, 8(3), 112–119.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain (Damanik and Weber, 2006). Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi menjadikan kegiatan pariwisata sebagai bagian penting dari kebutuhan dan gaya hidup manusia. Menurut Middleton (dalam Mason, 2003), industri pariwisata memiliki lima komponen utama. Masing-masing lima komponen tersebut (wisatawan, aksesibilitas, atraksi & obyek wisata, akomodasi wisatawan, promosi) memiliki peran penting dalam industri pariwisata guna memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang ke lokasi wisata dan pengembangan wisata di lokasi tersebut. Sektor pariwisata kini menjadi primadona baru bagi pembangunan nasional. Pengembangan pariwisata merupakan salah satu dari empat sektor yang menjadi fokus pembangunan ekonomi Provinsi Jawa Tengah. Sama halnya dengan kabupaten/ kota lainnya di Jawa Tengah, Kabupaten Kendal juga memiliki potensi wisata yang cukup tinggi, baik itu wisata alam, wisata sejarah, maupun wisata budaya. Salah satu kawasan wisata yang ada di Kabupaten kendal adalah kawasan wisata Pantai Ngebum.

Pantai Ngebum telah dibuka menjadi obyek wisata umum sejak tahun 2010, namun hingga saat ini masih dikelola secara swadaya oleh masyarakat Desa Mororejo, sehingga kondisi fasilitas penunjang pariwisata di Pantai Ngebum masih kurang baik. Pantai Ngebum beroperasi mulai dari jam 5 pagi hingga jam 5 sore setiap harinya. Pantai Ngebum menawarkan keindahan pantai yang masih alami dan berbagai aktivitas pantai. Pengunjung Pantai Ngebum ini tidak hanya datang dari dalam Kabupaten Kendal saja, namun juga dari Kota Semarang dan Kabupaten Batang. Pada hari kerja jumlah pengunjung di Pantai Ngebum berkisar antara 80 hingga 100 orang saja. Sedangkan pada hari libur jumlah pengunjung di Pantai Ngebum bisa mencapai sekitar 1.600 orang. Dengan tingginya minat pengunjung di Pantai Ngebum ini, diharapkan adanya peningkatan pengembangan komponen pariwisata Pantai Ngebum, sehingga Pantai

Ngebum bisa dijadikan potensi obyek wisata unggulan di Kabupaten Kendal. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata di Pantai Ngebum.

2. DATA DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari pengumpulan data primer (observasi dan kuesioner) dan pengumpulan data sekunder (telaah dokumen). Teknik pengambilan sampel sebagai responden penelitian menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 94 yang merupakan pengunjung di Pantai Ngebum. Penelitian ini menggunakan dua analisis, yaitu analisis IFAS-EFAS dan analisis SWOT

2.1. Analisis IFAS-EFAS

Dalam analisis IFAS EFAS ini dilakukan pembobotan dan pemberian rating terhadap variabel-variabel yang sebelumnya sudah ditentukan. Pembobotan dan pemberian rating ini dilakukan dengan melakukan kuesioner kepada pengunjung Pantai Ngebum. Pembobotan yang dilakukan meninterpretasikan kepentingan variabel tersebut dalam pengembangan pariwisata di Pantai Ngebum. Penilaian bobot menggunakan skala 1 (sangat tidak penting), 2 (tidak penting), 3 (penting), 4 (cukup penting) dan 5 (sangat penting). Bobot setiap variabel diperoleh dengan membagi jumlah nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel. Bobot yang diberikan berkisar 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Sedangkan pemberian rating terhadap variabel menginterpretasikan persepsi pengunjung terhadap kondisi dari variabel tersebut. Penentuan rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dan 5 (sangat baik), 4 (cukup baik), 3 (baik), 2 (tidak baik) sampai dengan 1 (sangat tidak baik). Kemudian skor penilaian masing-masing faktor yaitu dengan mengalikan bobot dengan rating. Skor penilaian masing-masing variabel dijumlahkan untuk memperoleh total skor penilaian.

2.2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metodologi terstruktur yang efisien dalam perencanaan strategi, untuk mengidentifikasi potensi dan prioritas dalam pencapaian strategi pengembangan suatu proyek (Buta, 2007). Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) sebagai aspek penting dalam mencapai suatu tujuan (Harfst *et al.*, 2010). Diharapkan melalui analisis SWOT, dapat teridentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam pengembangan wisata Pantai Ngebum sehingga terwujud sinkronisasi dan keterpaduan dalam perencanaannya. Keseluruhan faktor internal dan eksternal yang terpilih yang diidentifikasi dalam matriks IFAS-EFAS dikelompokkan dalam matriks SWOT yang secara kualitatif dikelompokkan dalam matriks SWOT dan dikombinasikan untuk menghasilkan klasifikasi strategi yang meliputi 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan strategi W-T

Tabel 1. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) (Analisis, 2019)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1. Keindahan alam			
2. Jarak Pantai Ngebum dari jalan raya atau pusat kota yang cukup dekat			
3. Harga tiket masuk Pantai Ngebum murah			
4. Ketersediaan lahan parkir			
5. Harga parkir yang murah			
6. Kondisi atraksi wisata lainnya seperti <i>banana boat</i> , ATV, odong-odong, dan delman			
Total			
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
7. Kebersihan lingkungan Pantai Ngebum			
8. Kondisi jaringan jalan menuju Pantai Ngebum yang masih bergelombang			
9. Belum ada angkutan umum menuju Pantai Ngebum			
10. Belum ada petugas keamanan (<i>lifeguard</i>) di Pantai Ngebum			
Total			

Tabel 2. EFAS (*External Factor Analysis Summary*) (Analisis, 2019)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. Kondisi warung makan atau restoran di Pantai Ngebum			
2. Jenis dan harga makanan dan minuman yang ditawarkan di kawasan Pantai Ngebum			
3. Kondisi tempat duduk atau istirahat seperti bangku atau tikar yang disewakan di Pantai Ngebum			
4. Harga penyewaan tempat duduk atau istirahat seperti bangku atau tikar di Pantai Ngebum			
5. Kondisi toilet umum dan kamar mandi bilas di Pantai Ngebum			
6. Ketersediaan, jumlah dan kondisi tempat sampah di Pantai Ngebum			
7. Adanya penjual souvenir/cinderamata/oleh-oleh			
8. Kondisi dan harga souvenir/cinderamata/oleh-oleh yang dijual di Pantai Ngebum			
Total			
Ancaman (<i>Threats</i>)			
9. Tidak ada informasi yang akurat tentang obyek wisata (promosi seperti iklan, baliho atau brosur)			
10. Lokasi Pantai yang berdekatan dengan Pabrik			
11. Kurangnya petunjuk arah menuju Pantai Ngebum			
Total			

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis IFAS

Berdasarkan analisis dalam matriks IFAS diketahui bahwa keindahan alam merupakan variabel kekuatan dengan nilai tertinggi yaitu 0,47, sedangkan jarak Pantai Ngebum dari jalan raya atau pusat kota yang cukup dekat merupakan variabel kekuatan dengan nilai terkecil yaitu 0,35. Variabel kelemahan dengan nilai tertinggi adalah kondisi jaringan jalan menuju Pantai Ngebum yang masih bergelombang dengan nilai 0,30. Sedangkan belum adanya angkutan umum menuju Pantai Ngebum merupakan variabel kelemahan dengan nilai terkecil yaitu 0,22. Jumlah skor faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebesar 3,49, lebih besar dari 2,5, maka faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahannya (Monavari, Karbasi and Mogooee, 2007).

Tabel 3. Matriks IFAS (Analisis, 2019)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1. Keindahan alam.	0,11	4,29	0,47
2. Jarak Pantai Ngebum dari jalan raya atau pusat kota yang cukup dekat.	0,10	3,56	0,35
3. Harga tiket masuk Pantai Ngebum murah	0,09	4,49	0,42
4. Ketersediaan lahan parkir	0,10	3,82	0,39
5. Harga karcis parkir yang murah	0,09	4,21	0,39
6. Kondisi atraksi wisata lainnya seperti <i>banana boat</i> , ATV, odong-odong, dan delman	0,11	3,47	0,39
Total	0,61		2,41
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
7. Kebersihan lingkungan Pantai Ngebum	0,11	2,67	0,29
8. Kondisi jaringan jalan menuju Pantai Ngebum yang masih bergelombang	0,10	3,04	0,30
9. Belum ada angkutan umum menuju Pantai Ngebum	0,09	2,53	0,22
10. Belum ada petugas keamanan (<i>lifeguard</i>) di Pantai Ngebum	0,10	2,77	0,27
Total	0,39		1,08
Selisih			1,33

Analisis EFAS

Berdasarkan analisis dalam matriks EFAS, diketahui bahwa harga penyewaan tempat duduk atau istirahat seperti bangku atau tikar di Pantai Ngebum merupakan variabel peluang dengan nilai tertinggi yaitu 0,41, sedangkan ketersediaan, jumlah dan kondisi tempat sampah di Pantai Ngebum merupakan variabel peluang dengan nilai terkecil yaitu 0,23. Variabel ancaman dengan nilai tertinggi adalah Kurangnya petunjuk arah menuju Pantai Ngebum dengan nilai 0,25. Sedangkan tidak adanya informasi yang akurat tentang obyek wisata (promosi seperti iklan, baliho atau brosur) merupakan variabel ancaman dengan nilai terkecil yaitu 0,22. Jumlah skor faktor peluang dan faktor ancaman sebesar 3,38, lebih besar dari 2,5, maka faktor peluang lebih besar dari faktor ancamannya (Monavari, Karbasi, & Mogooee, 2007).

Tabel 4. Matriks EFAS (Analisis, 2019)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. Kondisi warung makan atau restoran di Pantai Ngebum	0,09	3,81	0,35
2. Jenis dan harga makanan dan minuman yang ditawarkan di kawasan Pantai Ngebum	0,09	3,82	0,36
3. Kondisi tempat duduk atau istirahat seperti bangku atau tikar yang disewakan di Pantai Ngebum	0,10	3,77	0,36
4. Harga penyewaan tempat duduk atau istirahat seperti bangku atau tikar di Pantai Ngebum	0,09	4,39	0,41
5. Kondisi toilet umum dan kamar mandi bilas di Pantai Ngebum	0,10	3,53	0,36
6. Ketersediaan, jumlah dan kondisi tempat sampah di Pantai Ngebum	0,09	2,56	0,23
7. Adanya penjual souvenir/cinderamata/oleh-oleh	0,08	3,52	0,27
8. Kondisi dan harga souvenir/cinderamata/oleh-oleh yang dijual di Pantai Ngebum	0,10	3,50	0,33
Total	0,74		2,67
Ancaman (<i>Threats</i>)			
9. Tidak ada informasi yang akurat tentang obyek wisata (promosi seperti iklan, baliho atau brosur)	0,09	2,40	0,22
10. Lokasi Pantai yang berdekatan dengan Pabrik	0,08	3,14	0,24
11. Kurangnya petunjuk arah menuju Pantai Ngebum	0,09	2,65	0,25
Total	0,26		0,71
Selisih			1,96

Matriks I-E

Hasil skor faktor internal sebesar 3,49 dan hasil skor faktor eksternal sebesar 3,38 digunakan untuk menentukan posisi pengembangan pariwisata Pantai Ngebum dalam matriks internal-eksternal (matriks I-E). Berdasarkan skor ini, pengembangan pariwisata Pantai Ngebum berada dalam sel I, yakni sel tumbuh dan bina (grow and build). Strategi yang biasanya diterapkan dalam sel ini adalah strategi integratif (integrasi ke belakang, ke depan, dan horizontal) atau strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) (David, 2004). Dalam penelitian ini strategi yang dipilih adalah strategi intensif karena kondisi aktual dari komponen-komponen pariwisata di Pantai Ngebum sudah terbilang baik. Strategi penetrasi pasar dilakukan dengan meningkatkan pangsa pasar untuk produk dan jasa yang sudah ada melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Strategi pengembangan pasar yaitu memperkenalkan produk dan jasa wisata yang ada saat ini ke area baru agar wisata Pantai Ngebum dapat dinikmati masyarakat dari berbagai golongan. Strategi pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa wisata dengan memperbaiki atau membuat produk/jasa wisata baru yang memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan wisata lainnya.

Gambar 1. Matriks I-E Pengembangan Pariwisata Pantai Ngebum (Analisis, 2019)

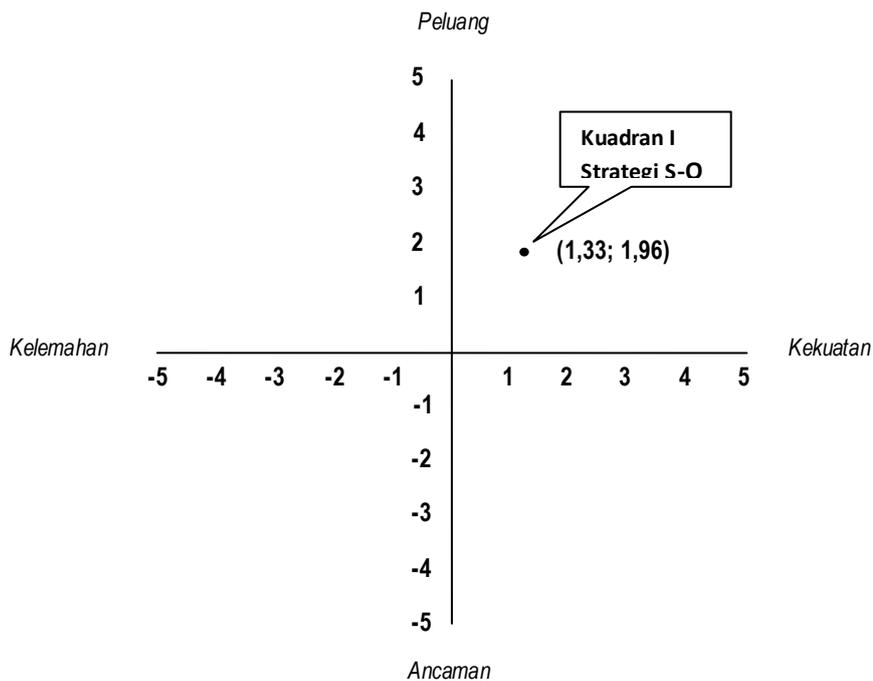
		Total Skor IFAS		
		Kuat	Sedang	Lemah
Total Skor EFAS	Tinggi 3,0 - 4,0	4,0 3,0 - 4,0 Grow and Build (I)	2,0 - 2,99 Grow and Build (II)	1,0 - 1,99 Hold and Maintain (III)
	Sedang 2,0 - 2,99	2,0 Grow and Build (IV)	Hold and Maintain (V)	Harvest and Divest (VI)
	Rendah 1,0 - 1,99	1,0 Hold and Maintain (VII)	Harvest and Divest (VIII)	Harvest and Divest (IX)

Analisis SWOT

Selisih faktor kekuatan dan faktor kelemahan serta selisih dari faktor peluang dan faktor ancaman digunakan untuk menentukan posisi pengembangan pariwisata Pantai Ngebum dalam matriks SWOT. Koordinat sumbu X merupakan hasil selisih skor kekuatan dengan kelemahan. Sedangkan koordinat sumbu Y merupakan hasil selisih skor peluang dengan ancaman. Jadi koordinat pengembangan pariwisata Pantai Ngebum pada diagram analisis SWOT adalah (1,33 ; 1,96), menempatkan pengembangan pariwisata Pantai Ngebum pada kuadran I dalam diagram SWOT. Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Pemilihan alternatif strategi pengembangan pariwisata Pantai Ngebum dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Pemilihan strategi alternatif ini dilakukan dengan cara menyesuaikan faktor-faktor yang terbagi ke dalam kategori kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) sesuai dengan matriks IFAS dan EFAS yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut adalah matriks SWOT hasil penelitian ini.

Gambar 2. Diagram SWOT Pengembangan Pariwisata Pantai Ngebum (Analisis, 2019)



Hasil analisis matriks SWOT menghasilkan 5 strategi yang dikembangkan dalam empat tipe strategi (strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan strategi W-T). Berikut adalah penjabaran dari masing-masing strategi:

Strategi S-O (*Strenght-Opportunity*)

Strategi S-O mengkombinasikan antara kekuatan yang dimiliki dengan peluang yang dimiliki, yaitu meningkatkan kualitas obyek dan daya tarik wisata serta komponen akomodasi wisatawan yang ada. Strategi ini diperoleh dari kombinasi dua faktor kekuatan yaitu keindahan alam (S1) dan kondisi atraksi wisata seperti *banana boat*, ATV dan odong-odong (S6) yang dipadukan dengan beberapa faktor peluang yaitu kondisi warung makan (O1), jenis dan harga makanan dan minuman yang ditawarkan (O2), kondisi tempat istirahat seperti bangku dan tikar (O3), harga penyewaan tempat istirahat seperti bangku dan tikar (O4), kondisi toilet dan kamar mandi bilas (O5), adanya penjual cinderamata (O7), dan kondisi dan harga cinderamata yang dijual (O8). Strategi S-O ini bertujuan untuk mempertahankan keindahan alam Pantai Ngebum sebagai obyek wisata utama di Pantai Ngebum dan meningkatkan kualitas dari atraksi-atraksi wisata serta komponen akomodasi wisatawan yang ada di Pantai Ngebum. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Pantai Ngebum dan memperluas jangkauan wisatawan Pantai Ngebum.

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan perpaduan dari faktor kelemahan dan peluang yang dimiliki, sehingga diharapkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki dapat tertutupi dengan peluang yang dimiliki. Terdapat dua strategi W-O. strategi W-O yang pertama adalah meningkatkan kebersihan Pantai Ngebum. Strategi ini merupakan perpaduan faktor kelemahan kebersihan Pantai Ngebum (W1) dengan faktor peluang ketersediaan, jumlah, dan kondisi tempat sampah di Pantai Ngebum (O6). Strategi ini dipilih mengingat masih buruknya tingkat kebersihan di Pantai Ngebum karena kurangnya kesadaran para pengunjung untuk membuang sampah pada tempat-tempat sampah yang sudah banyak disediakan di kawasan Pantai Ngebum. Dengan strategi ini, diharapkan kebersihan lingkungan di Pantai Ngebum dapat ditingkatkan agar pengunjung menjadi lebih nyaman saat berkunjung ke Pantai Ngebum.

Strategi yang kedua adalah mengembangkan pemberdayaan masyarakat. Strategi ini merupakan kombinasi dari faktor kelemahan, yakni belum ada angkutan umum menuju Pantai Ngebum (W3) dan belum ada petugas keamanan (*lifeguard*) di Pantai Ngebum (W4), yang dipadukan dengan beberapa faktor peluang, yakni kondisi warung makan (O1), jenis dan harga makanan dan minuman yang ditawarkan (O2), kondisi tempat istirahat seperti bangku dan tikar (O3), harga penyewaan tempat istirahat seperti bangku dan tikar (O4), kondisi toilet dan kamar mandi bilas (O5), adanya penjual cinderamata (O7), dan kondisi dan harga cinderamata yang dijual (O8). Faktor-faktor peluang tersebut merupakan hasil aplikasi konsep pemberdayaan masyarakat di Pantai Ngebum, dimana masyarakat sekitar Pantai Ngebum diberdayakan untuk membuka peluang-peluang usaha seperti penyewaan bangku dan tikar. Penerapan konsep pemberdayaan masyarakat ini dapat dikembangkan untuk menutupi faktor-faktor kelemahan di Pantai Ngebum, misalnya menjadikan masyarakat sebagai *lifeguard* dan ojek yang dapat mempermudah pengunjung mencapai Pantai Ngebum.

Strategi S-T (*Strenght-Threat*)

Strategi ini memadukan faktor kekuatan dengan faktor ancaman dengan harapan faktor kekuatan dapat mengurangi pengaruh ancaman-ancaman yang dimiliki. Strategi S-T yang diperoleh adalah melibatkan pemerintah dalam melakukan promosi pariwisata Pantai Ngebum. Strategi ini merupakan kombinasi dari faktor-faktor kekuatan, yaitu keindahan alam (S1), jarak Pantai Ngebum yang cukup dekat dari jalan raya atau pusat kota (S2), harga tiket masuk yang murah (S3), ketersediaan lahan parkir (S4), harga karcis parkir yang murah (S5), dan kondisi atraksi wisata seperti *banana boat*, ATV dan odong-odong (S6) yang dipadukan dengan faktor-faktor ancaman seperti tidak ada informasi yang akurat tentang obyek wisata (T1) dan kurangnya petunjuk arah menuju Pantai Ngebum (T3). Promosi yang telah dilakukan mengenai pariwisata Pantai Ngebum hanya berupa ulasan-ulasan pengunjung mengenai Pantai Ngebum. Promosi pariwisata Pantai Ngebum dapat dilakukan oleh Pemerintah

Kabupaten Kendal mengingat Pantai Ngebum merupakan aset wisata di Kabupaten Kendal. Promosi ini dapat berupa pemasangan baliho-baliho dan memasang iklan mengenai pariwisata Pantai Ngebum di media cetak maupun media massa dengan harapan dapat menjangkau calon pengunjung dari daerah di sekitar Kabupaten Kendal.

Strategi W-T (*Weakness-Threat*)

Strategi ini merupakan perpaduan faktor kelemahan dengan faktor ancaman. Strategi W-T yang diperoleh adalah meningkatkan kerjasama antara pemerintah Kab. Kendal, pemerintah Desa Mororejo, dan pengelola pariwisata Pantai Ngebum dalam perbaikan aksesibilitas di Pantai Ngebum. Strategi ini diperoleh dari perpaduan faktor kelemahan berupa kondisi jaringan jalan menuju Pantai Ngebum yang masih bergelombang (W2) dengan faktor ancaman lokasi pantai yang berdekatan dengan pabrik (T2). Jaringan jalan menuju Pantai Ngebum tidak hanya dilalui oleh masyarakat Desa Mororejo dan pengunjung Pantai Ngebum, tetapi juga dilalui oleh truk-truk pengangkut kayu lapis dari pabrik-pabrik yang berada dekat dengan Pantai Ngebum. Maka dari itu diperlukan keterlibatan pemerintah dalam perbaikan jaringan jalan menuju Pantai Ngebum mengingat bahwa jaringan jalan merupakan kewenangan dari Pemerintah Kabupaten Kendal.

Tabel 5. Matriks SWOT (Analisis, 2019)

<p style="text-align: center;">FAKTOR INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> Keindahan alam Jarak Pantai Ngebum yang cukup dekat dari jalan raya atau pusat kota Harga tiket masuk Pantai Ngebum murah Ketersediaan lahan parkir Harga karcis parkir yang murah Kondisi atraksi wisata seperti <i>banana boat</i>, ATV, odong-odong, dan delman 	<p style="text-align: center;">Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> Kebersihan lingkungan Pantai Ngebum Kondisi jaringan jalan menuju Pantai Ngebum yang masih bergelombang Belum ada angkutan umum menuju Pantai Ngebum Belum ada petugas keamanan (<i>lifeguard</i>) di Pantai Ngebum
<p style="text-align: center;">Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> Kondisi warung makan di Pantai Ngebum Jenis dan harga makanan yang ditawarkan di kawasan Pantai Ngebum Kondisi tempat istirahat (bangku dan tikar) Harga penyewaan tempat istirahat (bangku dan tikar) Kondisi toilet dan kamar mandi bilas Ketersediaan, jumlah, dan kondisi tempat sampah di Pantai Ngebum Adanya penjual cinderamata Kondisi dan harga cinderamata yang dijual di Pantai Ngebum 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas obyek dan atraksi wisata serta komponen akomodasi wisatawan yang ada (S1, S6, O1, O2, O3, O4, O5, O7, dan O8) 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kebersihan Pantai Ngebum (W1, O6) Mengembangkan pemberdayaan masyarakat (W3, W4, O1, O2, O3, O4, O5, O7, dan O8)
<p style="text-align: center;">Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> Tidak ada informasi yang akurat tentang obyek wisata (promosi) Lokasi pantai berdekatan dengan pabrik Kurangnya petunjuk arah menuju Pantai Ngebum 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Melibatkan pemerintah dalam melakukan promosi pariwisata Pantai Ngebum (S1, S2, S3, S4, S5, S6, T1, T3) 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> meningkatkan kerjasama antara pemerintah Kab. Kendal, pemerintah Desa Mororejo, dan pengelola pariwisata Pantai Ngebum dalam perbaikan aksesibilitas di Pantai Ngebum. (T2, W2)

4. KESIMPULAN

Pantai Ngebum merupakan salah satu obyek wisata yang memiliki potensi yang besar di Kabupaten Kendal. Pengunjung Pantai Ngebum tidak hanya berasal dari Kabupaten Kendal, namun juga dari Kota Semarang dan Kabupaten Batang. Berdasarkan hasil analisis IFAS, diketahui bahwa kekuatan terbesar dalam pengembangan pariwisata Pantai Ngebum adalah komponen obyek wisatanya, yaitu keindahan alam di Pantai Ngebum yang masih asri. Kelemahan terbesar yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata Pantai Ngebum adalah belum adanya trayek angkutan umum menuju Pantai Ngebum. Berdasarkan hasil analisis EFAS, diketahui bahwa harga penyewaan tempat duduk atau tempat istirahat seperti bangku dan tikar merupakan peluang terbesar yang dimiliki Pantai Ngebum dalam upaya pengembangan pariwisatanya. Sedangkan ancaman terbesar dalam pengembangan pariwisata Pantai Ngebum adalah kurangnya petunjuk menuju Pantai Ngebum. Jarak Pantai Ngebum dari pusat Kecamatan Kaliwungu kurang lebih 7 km dan pengunjung harus menggunakan kendaraan pribadinya untuk menuju Pantai Ngebum. Sepanjang jalan menuju Pantai Ngebum ini hanya ditemukan dua petunjuk arah, kurangnya petunjuk arah ini dapat meyulitkan pengunjung Pantai Ngebum terutama pengunjung yang baru pertama kali datang.

Berdasarkan hasil analisis dalam matriks SWOT, diperoleh lima strategi alternatif pengembangan pariwisata Pantai Ngebum, yakni meningkatkan kualitas obyek dan atarksi wisata serta komponen akomodasi wisatawan yang ada; meningkatkan kebersihan Pantai Ngebum; mengembangkan pemberdayaan masyarakat; melibatkan pemerintah dalam melakukan promosi mengenai kegiatan pariwisata di Pantai Ngebum; dan meningkatkan kerjasama antara pemerintah Kab. Kendal, pemerintah Desa Mororejo, dan pengelola pariwisata Pantai Ngebum dalam perbaikan aksesibilitas di Pantai Ngebum.

5. REFERENSI

- Buta, R. (2007) 'The SWOT analysis in the geographical research, with applicability in the study of the human settlements from Moldova valley', *Present Environment and Sustainable Development*, 1, pp. 239–248.
- Damanik, J. and Weber, H. (2006) *Perencanaan Ekowisata Dari Teori Ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi.
- David, F. R. (2004) *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep*. 9th edn. Jakarta: PT. Indeks.
- Harfst, J. et al. (2010) *Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats of European mining regions (SWOT Report I)*, Leibniz Institute of Ecological and Regional Development. Dresden.
- Mason, P. (2003) *Tourism Impact, Planning and Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Monavari, M., Karbasi, A. and Mogooee, R. (2007) *Environmental Strategic Management*. Tehran: Kavoush Qalam, Iran.