

## MODEL PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA TELUK KILUAN MELALUI OPTIMALISASI FAKTOR-FAKTOR DAYA TARIK EKOWISATA

**Kurniawan Gilang Widagdyo, Susy Bhudiharty<sup>2</sup>**  
*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid Jakarta  
Jl. Soepomo No 84, Jakarta Selatan  
Email Korespondensi: kurniawangilang@gmail.com*

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata Teluk Kiluan, Kabupaten Tanggamus, Prov Lampung bertujuan untuk memetakan faktor-faktor daya tarik ekowisata untuk kemudian dirumuskan menjadi sebuah strategi pengembangan destinasi wisata berbasis alam, budaya dan kemasyarakatan yang berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan selama 1 tahun dengan menggunakan metode survey dan observasi serta wawancara mendalam untuk mengkonstruksikan teori dengan hasil pengamatan. Selain itu guna memetakan faktor-faktor internal dan eksternal daya tarik ekowisata penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memetakan masing-masing variabel internal dan eksternal kedalam tabel IFAS dan EFAS yang kemudian digabungkan kedalam Diagram Matrix TOWS sehingga dapat teridentifikasi faktor-faktor ekowisata yang menjadi daya tarik dan dapat dikembangkan sebagai didalam penyusunan strategi pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Wisata Bahari, Pemberdayaan Masyarakat, Pariwisata Berbasis Komunitas, Ekowisata, Teluk Kiluan

### ABSTRACT

*This research was conducted in Teluk Kiluan tourism area, Tanggamus regency, Lampung Province that aims to map the factors of ecotourism attractiveness and then formulated into a strategy of developing nature-based tourism, culture and sustainable tourism. This research takes 1-year using survey and observation method and in-depth interview to construct theory with observation result. In addition to map the internal and external factors of the attractiveness of ecotourism research uses qualitative descriptive method by mapping each internal and external variables into the IFAS and EFAS tables which are then combined into the TOWS Matrix. Finally, TOWS Diagram identified the ecotourism factors as an attraction and can be developed as in the preparation of strategies for the development of sustainable tourism destinations.*

**Keywords:** *Marine Tourism, Community Empowerment, Community Based Tourism, Ecotourism, Kiluan Bay, Dolphins, tourist destinations strategy development*

## PENDAHULUAN

Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Lampung yang memiliki beragam sumber daya alam dan budaya sebagai objek daya tarik wisata. Salah satu alternatif pengembangan destinasi wisata adalah objek wisata yang terkait dengan pariwisata alam. Diantara objek wisata di Kabupaten Tanggamus yang sangat potensial adalah Teluk Kiluan yang memiliki keindahan alam dan pesona bahari yang masih dapat dimanfaatkan dengan optimal. Teluk Kiluan terletak di Kecamatan Kelumbayan Berjarak sekitar 80 km dari Kota Bandar Lampung (Indonesia.Travel, 2013). Wisatawan yang telah mengunjungi Provinsi Lampung sendiri berfluktuasi sejak 2008- 2012. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lampung dan menginap di hotel tahun 2008 tercatat 366.180 orang. Tahun 2009 kunjungan ini turun 1,33% menjadi 342.285 orang. Peningkatan jumlah wisatawan terjadi lagi di tahun 2010 dan 2011 yaitu masing- masing 395.961 orang (naik 15,68%) dan 551.476 orang (naik 39,27%) dari tahun sebelumnya. Jumlah wisatawan mengunjungi Lampung meningkat lagi di tahun 2012, tercatat 577.893 orang atau terjadi peningkatan sebesar 4,79%. (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2013).

Hal menarik dari Destinasi wisata Teluk Kiluan adalah meski baru 14 tahun berjalan sebagai destinasi wisata andalan Provinsi Lampung sejak tahun 2003 (Lampung Post, 2013), namun sudah masuk kedalam jajaran elit objek wisata Provinsi Lampung lain yang lebih dahulu pembangunannya. Apalagi menurut Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Lampung dalam website-nya ([pariwisatalampung.com](http://pariwisatalampung.com)), Teluk Kiluan masuk kedalam 7 kawasan unggulan objek wisata Provinsi Lampung bersama Krakatau & Pulau Sebesi, Taman Nasional Bukit Barisan Selatan, Tanjung Setia, Way Kambas, Bandar Lampung, dan Menara Singer & Bakauheni. [Tripadvisor.co.id](http://Tripadvisor.co.id) bahkan menyebutkan bahwa Teluk Kiluan telah menjadi primadona pariwisata Kabupaten Tanggamus atau peringkat nomor satu objek wisata di Tanggamus.

Semua hal menarik tersebut berbanding terbalik jika dilihat dari kelompok masyarakat di Lampung yang dekat dengan tempat pariwisata, mereka kecewa dengan Pemerintah Daerah Provinsi dan Kabupaten yang tidak memperdulikan potensi wisata, sehingga kelompok masyarakat di Lampung kini mengembangkan bisnis wisata secara mandiri. Pengembangan pariwisata yang dilakukan masih sebatas seremonial yang ditandai dengan beberapa festival yang kurang promosi (Saroso, 2013).

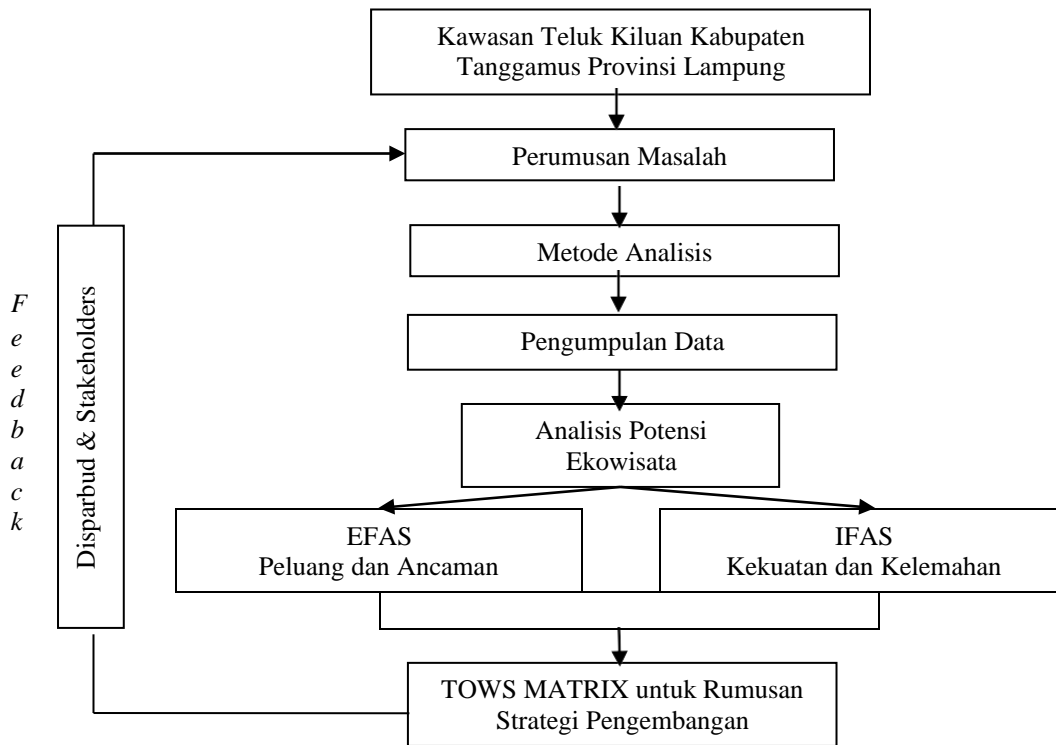
Infrastruktur yang kurang baik seperti yang tertera di beberapa artikel mengenai kondisi jalan menuju Teluk Kiluan yang butuh perjuangan dengan kondisi curam dan dan berbatu, akan mengurangi nilai (value) yang didapatkan wisatawan. Status wisata jejeran elit bahkan primadona akan hilang jika tidak ditindak lanjuti. Sebenarnya tidak ada yang meragukan bahwa Teluk Kiluan menjadi primadona dan tentunya sangat potensial di Kabupaten Tanggamus. Teluk Kiluan sangat potensial untuk membuatnya menjadi tujuan wisata dunia, karena menurut Dananwahu (2013) Teluk Kiluan merupakan habitat lumba-lumba terbesar di Asia, bahkan dunia. Akan tetapi belum jelasnya grand design model pengembangan destinasi wisata serta belum terpetakannya potensi daya tarik ekowisata secara komprehensif menyebabkan pembangunan kawasan Teluk Kiluan terkesan berjalan sporadis dan tanpa arahan. Jika melihat topografi wilayah serta potensi daya tarik wisata yang terdapat di Teluk Kiluan maka model pengembangan destinasi wisata dengan menggunakan pendekatan ekowisata merupakan salah satu langkah yang tepat untuk mengarahkan pembangunan pariwisata agar lebih terarah, ramah lingkungan serta berkelanjutan. Implementasi model pengembangan

pariwisata berbasis ekowisata memiliki kemampuan untuk membentuk suatu destinasi wisata yang mengandalkan keindahan alam dan keanekaragaman hayati menjadi lebih optimal dan juga lestari pada saat yang bersamaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di kawasan Teluk Kiluan Kecamatan Kelumbayan, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Pulau Kelapa atau dikenal pula sebagai Pulau Kiluan adalah destinasi lain di Teluk Kiluan yang kerap menjadi tujuan utama lainnya saat datang ke teluk tersebut. Di pulau yang luasnya hanya sekira 6 hektar ini pengunjung dapat menikmati keindahan sebuah pulau kecil di tengah teluk. Menyaksikan atraksi lumba-lumba dari dekat, tarian dan lompatan puluhan bahkan ratusan lumba-lumba yang bersahabat dan bahkan dapat disentuh merupakan atraksi utama dari destinasi wisata Teluk Kiluan. Keistimewaan lainnya, Teluk Kiluan menyuguhkan pemandangan mempesona dan dapat menikmati alam pantai tropis yang berpasir putih bersih serta air laut jernih dan bersih dengan warna biru toska serta pengunjung dapat berenang atau snorkeling tak jauh dari garis pantai.

Peningkatan kualitas dan pengelolaan suatu destinasi wisata harus terus dilakukan oleh sebuah instansi pariwisata untuk terus menarik kunjungan wisatawan. Oleh karena itu dipilih sebuah strategi dengan Matriks Threats Opportunity Weakness Strength (TOWS) untuk menemukan rumusan strategi yang tepat untuk kawasan. Penelitian ini merupakan bagian dari roadmap riset Ekowisata dengan Topik: Pengelolaan Ekowisata secara berkelanjutan sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan perlindungan alam melalui pemberdayaan masyarakat dan terciptanya kelestarian lingkungan. Untuk dapat membuat analisa internal dan eksternal maka terlebih dahulu perlu melakukan identifikasi faktor-faktor strategis yang dapat mempengaruhi, lalu dilanjutkan dengan memberikan pembobotan atas masing-masing faktor yang teridentifikasi tersebut. Penggunaan metode-metode kuantitatif sangat dianjurkan dalam menyusun strategi terutama dalam meramalkan kondisi eksternal dan melihat asumsi-asumsi secara internal. Adapun langkah-langkah penyusunannya dapat dilihat berikut ini

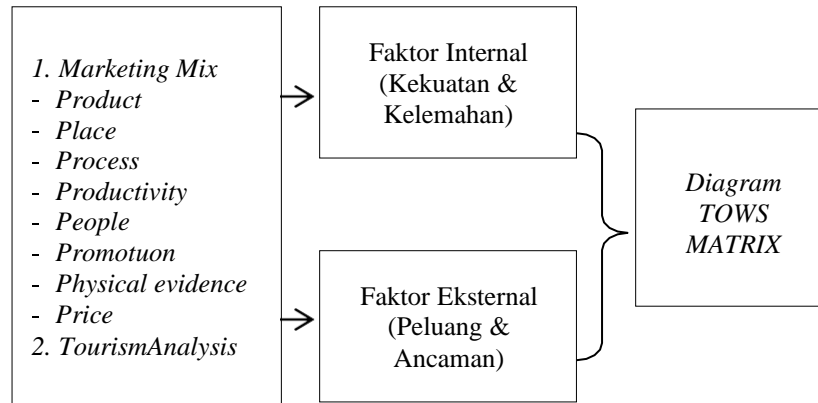


Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian

Pengkajian penelitian kawasan Teluk Kiluan Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung dimulai dari perumusan masalah yang didapatkan di kawasan Teluk Kiluan, kemudian dilakukan pemilihan metode analisis yang tepat. Setelah ditentukan metodenya, dilakukan pengumpulan data untuk dianalisis aspek lingkungan eksternal dan internalnya terhadap daya tarik wisata di Teluk Kiluan ini, sampai didapatkan sebuah resume masalah. Resume masalah ini didapatkan setelah mengetahui item-item EFAS (Faktor Strategi Eksternal atau *External Strategic Factors Summary*) dan IFAS (Faktor Strategi Internal atau *Internal Strategic Factors Summary*), berupa ancaman (Treats), peluang (Opportunities), kelemahan (Weaknes), dan kekuatan (Strong). Setelah mengetahui resume masalah, akan disesuaikan dengan *TOWS Matrix* yang akhirnya didapatkan strategi atau program pengembangannya.

Hasil dari strategi atau program pengembangan ini tentunya akan direkomendasikan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tanggamus serta para *stakeholder* yang berada didalam bagian kepariwisataan Teluk Kiluan untuk mendapatkan umpan balik dan agar terus berkelanjutan. Data Primer pada penelitian didapat melalui teknik pengamatan langsung (observasi), wawancara mendalam serta dokumentasi. Sementara itu data sekunder pada penelitian ini adalah beberapa literatur mengenai manajemen strategi serta beberapa informasi mengenai gambaran umum pariwisata di kawasan Teluk Kiluan serta provinsi Lampung secara garis besar. Landasan utama dalam pengumpulan data adalah untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dari permasalahan yang sedang diteliti. Analisa dari faktor internal dan eksternal ini akan tertuang dalam sebuah tabel IFAS (Faktor strategi internal) dan EFAS

(Faktor strategi eksternal), yang kemudian dianalisa secara kuantitatif dengan dengan memberikan bobot yang kemudian dimasukkan kedalam kuadran Matriks TOWS. Matriks TOWS ini akan menunjukkan hasil akhir strategi pengembangan yang disarankan.



Gambar 2. Alur Analisa Matrik TOWS

Variable utama yang menjadi dasar penelitian yaitu bauran pemasaran, destinasi pariwisata dan wisatawan, didapatkan indikator-indikator data yang berasal dari definisi dari tiap variable. Variabel ini berfungsi sebagai alat bantu untuk mempermudah pengujian agar dilakukan secara benar, sesuai dengan judul penelitian.

Tabel 1. Variabel Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator Data
Strategi Pemasaran	Strategi pemasaran adalah langkah untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran ini menjadi jantung sebuah strategi bauran pemasaran (Rangkuti, 2002).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Product</i>(<b>Produk</b>)</li> <li>2. <i>Place</i>(<b>Tempat</b>)</li> <li>3. <i>Process</i>(<b>Proses</b>)</li> <li>4. <i>People</i>(<b>Orang</b>)</li> <li>5. <i>Promotion</i>(<b>Promosi</b>)</li> <li>6. <i>Physical evidence</i> (<i>Bukti Fisik</i>)</li> <li>7. <i>Price</i>(<b>Harga</b>)</li> </ol>
Destinasi Pariwisata	Destinasi pariwisata adalah kawasan yang berada dalam satu atau lebih wilayah yang di terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Pariwisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang- Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atraksi (Daya Tarik)</li> <li>2. Ameniti (Fasilitas)</li> <li>3. Aksestabilitas</li> <li>4. Aktifitas wisata</li> <li>5. Koordinasi / Kerjasama kelembagaan</li> </ol>
Wisatawan	Wisatawan merupakan orang yang melakukan perjalanan lebih dari 24 jam ke destinasi wisata untuk tujuan bersenang-senang. Wisatawan sendiri terbagi atas wisatawan rekreasi, bisnis dan tujuan lain seperti belajar (Ismayanti, 2010).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan untuk bersenang-senang</li> <li>2. Kebutuhan untuk bisnis</li> <li>3. Kebutuhan untuk menambah wawasan/pengetahuan</li> </ol>

Sample pada penelitian ini dilakukan secara acak sederhana atau *simple random sampling*. Metode ini merupakan suatu prosedur yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel (Hermawan, 2008). Setiap sample ini tentunya akan mewakili individu dari suatu populasi. Sampel yang ditarik berasal dari penduduk yang dekat dengan lokasi, wisatawan, pengelola objek wisata, dan *stakeholders*. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan melakukan peninjauan dan menggunakan beberapa metode.

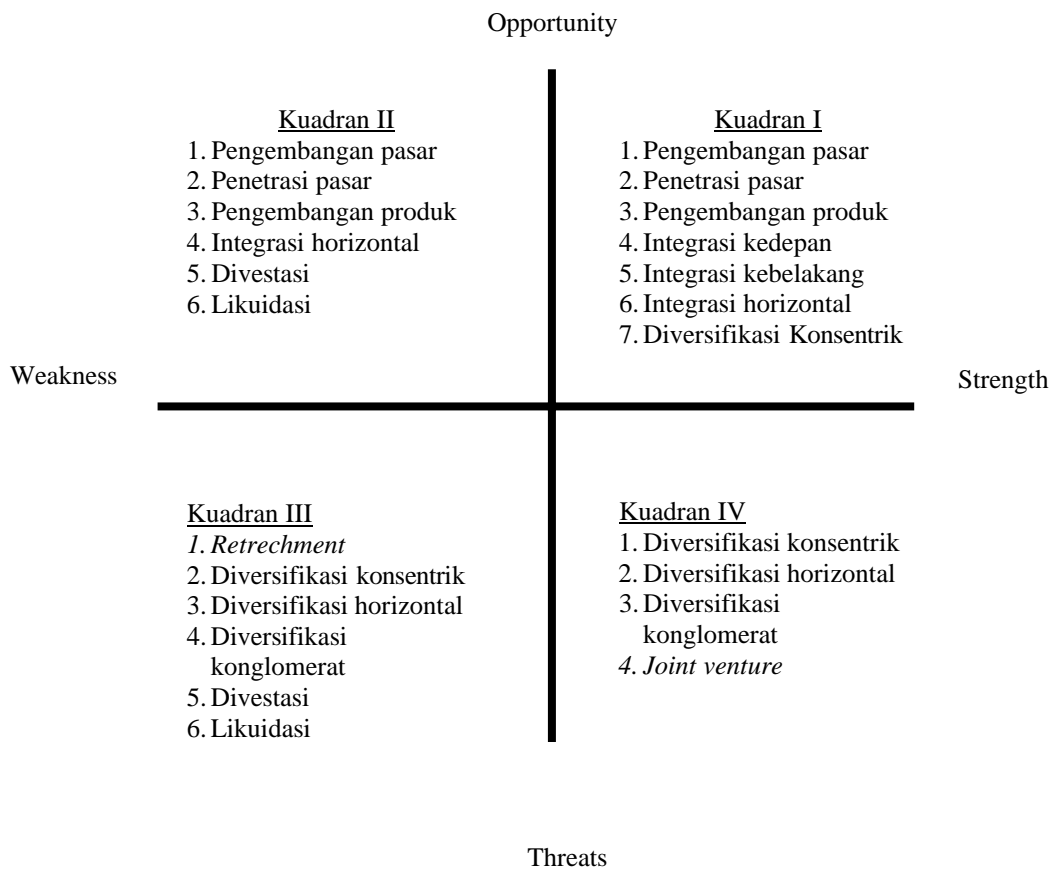
1. Observasi untuk mengetahui daya tarik wisata yang bisa dikembangkan.
2. Diskusi dan wawancara mendalam ditujukan kepada Dinas Kebudayaan dan Kepariwisata setempat dan *stakeholders* yang mengetahui potensi dan daya tarik wisata di kawasan Teluk Kiluan. *Stakeholder* yang dimaksud adalah para pakar wisata, pengusaha wisata Teluk Kiluan, masyarakat dan penggiat wisata alam. Instrumen wawancara sebelumnya sudah dipersiapkan (*Guide interview*).
3. Studi Pustaka dan pengumpulan dokumen yang didapat dari jurnal, laporan ilmiah, buku, dan internet.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data akan mengkombinasikan faktor strategi eksternal (EFAS) dengan faktor strategi internal (IFAS) kedalam sebuah TOWS *Matrix* (Matriks Strategi Besar). TOWS *Matrix* telah menjadi alat yang populer untuk merumuskan alternatif strategi. Semua organisasi dapat diposisikan dalam salah satu dari empat kuadran dalam TOWS *Matrix*. Strategi pengembangan suatu kawasan juga dapat ditentukan dengan matriks ini sehingga hasil analisis dari matrix ini sesuai untuk dipertimbangkan. Cara menghitung koordinat pada masing-masing kuadran adalah dengan melihat selisih pada masing-masing kuadran internal dan eksternal.

Pemberian bobot pada tabel IFAS dan EFAS adalah dengan menilai masing-masing variabel melihat dari skala kepentingannya dengan nilai 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot dari semua variabel yang diteliti harus berjumlah 1. Menghitung ranking pada tabel IFAS dan EFAS adalah dengan melihat sejauh mana pengaruh yang ditimbulkan dari setiap variabel, diberikan nilai 4 jika respon organisasi dan pengaruh dari variabel tersebut sangat baik dan diberikan nilai 1 jika respon dan pengaruhnya buruk. Untuk mendapatkan koordinat pada masing-masing sumbu X dan Y matrix TOWS adalah dengan menggabungkan nilai faktor internal (selisih total nilai kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (selisih total nilai peluang dan ancaman)

Kawasan yang berada pada Kuadran I dalam Matriks TOWS berada pada posisi yang sangat bagus. Kawasan ini agar terus berkonsentrasi pada pasar saat ini (penetrasi pasar dan pengembangan pasar) dan produk saat ini (pengembangan produk) adalah strategi yang sesuai. Kebijakan yang tidak perlu dilakukan adalah untuk tidak bergerak jauh dari keunggulan kompetitif yang dimilikinya saat ini. Pada Kuadran I, kawasan memiliki sumber daya yang berlebih, maka integrasi ke belakang, ke depan, atau horizontal dapat menjadi strategi yang efektif. Bila kawasan terlalu berkomitmen pada suatu produk, maka diversifikasi konsentrik dapat mengurangi resiko yang berhubungan dengan lini produk yang sempit. Kondisi ini, membuat kawasan mampu mengambil keuntungan dari peluang eksternal dalam beberapa area. Mereka dapat mengambil resiko secara agresif ketika dibutuhkan.



Gambar 3. Kuadran Matrix TOWS

Kawasan yang berada di Kuadran II perlu mengevaluasi pendekatan mereka saat ini terhadap pasar secara serius. Walaupun industri mereka bertumbuh, mereka tidak mampu untuk bersaing secara efektif, dan mereka perlu menentukan mengapa pendekatan kawasan saat ini tidak efektif dan bagaimana dapat berubah dengan cara terbaik untuk memperbaiki daya saingnya, karena kawasan berada industry yang pasarnya tumbuh secara cepat, strategi intensif (bukannya integratif atau diversifikasi) biasanya menjadi pilihan pertama yang harus dipikirkan. Tetapi jika kawasan tidak memiliki kompetensi yang unik atau keunggulan kompetitif, maka integrasi horizontal sering menjadi alternatif yang disukai. Sebagai jalan terakhir, divestasi atau likuidasi dapat dipertimbangkan. Kawasan Kuadran III bersaing dalam industri yang tumbuh dengan lambat dan memiliki posisi kompetitif yang lemah. Kawasan-kawasan ini harus membuat perubahan drastis secara cepat untuk menghindari penurunan yang lebih jauh dan kemungkinan likuidasi. Pengurangan biaya dan aset secara ekstensif (*retrenchment*) harus dilakukan terlebih dahulu. Alternatif strategi adalah mengalihkan sumber daya dari bisnis saat ini ke bidang lain (diversifikasi). Jika yang lainnya gagal, pilihan terakhir untuk bisnis di Kuadran III adalah divestasi atau likuidasi.

Kawasan pada Kuadran IV sendiri memiliki posisi kompetitif yang kuat dalam industry yang tumbuh lambat. Kawasan ini memiliki kekuatan untuk memperkenalkan program yang terdiversifikasi ke area yang pertumbuhannya menjanjikan. Kawasan ini memiliki karakteristik tingkat arus kas yang tinggi dan kebutuhan untuk tumbuh secara internal yang terbatas dan sering kali dapat menjalankan diversifikasi konsentrik, horizontal, atau konglomerat dengan sukses. Kawasan Kuadran IV juga dapat

menjalankan strategi *joint venture*(David, 2005). Analisis internal dapat dilakukan dengan menyusun matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) sebagai suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Faktor internal merupakan suatu kondisi dari dalam organisasi atau perusahaan yang secara langsung berpengaruh terhadap kinerja yang pada akhirnya akan membentuk kekuatan atau kelemahan dari suatu organisasi. Variabel faktor internal kawasan wisata Teluk Kiluan yang dianalisa pada penelitian ini dilihat dari dua variabel yaitu variabel pemasaran dan variabel potensi daya tarik wisata seperti tersaji pada tabel dibawah

Tabel 2. Variabel Kekuatan dan Kelemahan Faktor Internal

Variabel	Pemasaran	Destinasi Wisata
Kekuatan	<p><i>Price</i>: Harga paket wisata Teluk Kiluan relatif murah</p> <p><i>Product</i>: daya tarik utama adalah hunting dolphin jenis lumba-lumba paruh panjang, lumba-lumba hidung botol serta paus pilot</p> <p><i>People</i>: masyarakat setempat sangat terbuka dan ramah terhadap wisatawan, masyarakat sudah memiliki kesadaran wisata</p> <p><i>Physical Evidence</i>: sudah banyak wisatawan yang mengabadikan dan memberikan komentar atas kunjungannya ke Teluk Kiluan serta memposting di media sosial</p>	<p>Atraksi: Teluk Kiluan memiliki atraksi utama <i>hunting</i> lumba-lumba, kawasan ini merupakan satu diantara dua perairan di Indonesia yang dilintasi kawanan lumba-lumba, namun hanya di Teluk Kiluan dua jenis lumba-lumba dapat muncul secara bersamaan. Selain itu terdapat kolam laguna yang sangat indah untuk dikunjungi wisatawan bernama Laguna Gayo. Selain itu terdapat pulau Kiluan di ujung teluk yang memiliki hamparan pasir putih dan terumbu karang yang indah</p> <p>Aktifitas wisata: kegiatan wisata yang dapat dilakukan adalah kegiatan wisata bahari seperti snorkeling, canoing, beach walking, serta wisata budaya dengan mengamati pola kehidupan dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar.</p>
Kelemahan	<p><i>Place</i>: lokasi Teluk Kiluan cukup jauh 73 km dan butuh waktu 3 sampai 4 jam perjalanan darat dari Kota Bandar Lampung</p> <p><i>Promotion</i>: belum ada media promosi resmi yang dikelola oleh masyarakat setempat untuk memasarkan produknya</p> <p><i>Process</i>: pola pengelolaan usaha pariwisata masih sangat tradisional, belum terbentuk pola koordinasi yang baik dengan pihak-pihak terkait khususnya dinas pariwisata daerah dan sektor swasta</p>	<p>Akses: untuk menuju kawasan Teluk Kiluan harus melalui jalan yang berliku dan panjang, beberapa ruas jalan diantaranya aspalnya rusak, jalur menuju setiap atraksi wisata masih belum tertata baik, penerangan masih sangat minim</p> <p>Amenities: fasilitas umum belum banyak terdapat disini, ATM, SPBU, jaringan selular, maupun keamanan masih sulit didapat. Pusat informasi yang dikelola oleh dinas pariwisata setempat pun belum berdiri</p> <p>Koordinasi/Kerja sama kelembagaan: belum terbentuk pola kerja sama yang baik antar lembaga pemerintah-penduduk-dan pihak swasta, masyarakat dibawah koordinasi lembaga ekowisata mengelola kawasan ini secara mandiri namun persaingan bisnis yang muncul adalah persaingan antar penduduk sehingga tidak terjadi pemerataan pendapatan, pembangunan homestay menjorok ke laut semakin banyak dan tidak terkendali</p>

Sementara itu analisis eksternal dilakukan dengan menyusun matriks EFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) sebagai suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Faktor eksternal merupakan suatu kondisi dari luar organisasi atau



perusahaan yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja yang pada akhirnya akan membentuk peluang atau ancaman sehingga suatu organisasi harus dapat beradaptasi dengan dua kondisi tersebut. Variabel eksternal kawasan wisata Teluk Kiluan yang dianalisa pada penelitian ini tersaji pada tabel dibawah

Tabel 3 Peluang dan Ancaman Variabel Eksternal

Variabel	Pemasaran	Destinasi Wisata
Peluang	<p><i>Price</i>: Harga paket tour Teluk Kiluan sangat kompetitif dikarenakan belum adanya kompetitor sejenis yang dapat memberikan atraksi wisata seperti di teluk kilua</p> <p><i>Product</i>: tidak ada kawasan lain di Provisini Lampung yang memiliki daya tarik utama sejenis</p> <p><i>People</i>: pengunjung Teluk Kiluan berasal dari berbagai wilayah di pulau Jawa dan Sumatera</p> <p><i>Physical Evidence</i>: Berbagai media online sudah banyak mengulas keindahan dan daya tarik Teluk Kiluan, banyaknya ulasan wisatawan di media online pariwisata seperti tripadvisor</p> <p><i>Promotion</i>: banyak travel agent dan tour operator diluar wilayah Lampung yang mempromosikan dan menjual Teluk Kiluan</p> <p><i>Process</i>: pola kegiatan wisata di Teluk Kiluan sangat unik dan tidak dapat ditemui ditempat lainnya, baik di provinsi Lampung maupun di Indonesia</p>	<p>Atraksi dan Aktifitas wisata: belum adanya pesaing di wilayah lain yang dapat memberikan aktraksi dan aktifitas wisata seperti di Teluk Kiluan.</p> <p>Aksesibilitas: pemerintah provinsi Lampung berencana untuk memperbaiki kondisi jalan dan menambah fasilitas umum disepanjang jalur menuju Teluk Kiluan</p>
Ancaman	<p><i>Place</i>: lokasi Teluk Kiluan cukup jauh serta rawan gangguan keamanan yang datangnya dari penduduk setempat diluar wilayah Teluk Kiluan terutama, gangguan keamanan ini kerap terjadi di malam hari</p>	<p>Akses: Rute menuju Teluk Kiluan merupakan rute rawan gangguan keamanan terutama dimalam hari, minimnya penerangan, jalan yang rusak dan berlobang menjadi ancaman tersendiri dan menghantui wisatawan yang hendak berkunjung</p> <p>Koordinasi/Kerja sama antar Kelembagaan: terjadi perubahan pola hidup dari awalnya nelayan menjadi pelaku pariwisata, eksploitasi dan alih fungsi lahan dari kawasan perkebunan menjadi kawasan penginapan, serta peningkatan harga lahan menyebabkan banyak warga kehilangan lahannya dengan menjualnya kepada orang dari luar kawasan</p>

Dari kedua faktor internal dan eksternal maka masing-masing faktor tersebut akan diberi bobot dengan jumlah total bobot adalah 1. Bobot yang diberikan menunjukkan seberapa penting faktor tersebut akan menunjang keberhasilan. Selanjutnya masing-masing faktor akan diberi rating yang menunjukkan respon terhadap faktor-faktor

tersebut. Setiap bobot dan rating akan dikalikan untuk menentukan nilai bobot total dari faktor internal dan eksternal. Total bobot faktor internal dan eksternal tersebut memberikan gambaran atas kondisi yang terjadi dikawasan Teluk Kiluan. Untuk dapat mengetahui posisi strategis Teluk Kiluan diperlukan pencocokan tabel IFAS dan EFAS kedalam Diagram Matrix TOWS. Untuk mengetahui posisi sumbu X didapat dengan menghitung total nilai dari faktor internal yang dianalisa pada tabel IFAS dibawah

Tabel 4 IFAS

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RANKING	SKOR
Kekuatan: Variabel Pemasaran			
<i>Price</i> : Harga paket wisata Teluk Kiluan relatif murah	0.2	4	0.8
<i>Product</i> : daya tarik utama adalah hunting dolphin jenis lumba-lumba paruh panjang, lumba-lumba hidung botol serta paus pilot. Pulau Kiluan yang eksotis dengan pasir putih dan terumbu karang yang indah	0.1	3	0.3
<i>People</i> : masyarakat setempat sangat terbuka dan ramah terhadap wisatawan, masyarakat sudah memiliki kesadaran wisata	0.05	2	0.1
<i>Physical Evidence</i> : sudah banyak wisatawan yang mengabadikan dan memberikan komentar atas kunjungannya ke Teluk Kiluan serta memposting di media sosial	0.05	4	0.2
	0.3	4	1.2
Kekuatan: Variabel Pariwisata			
<i>Atraksi</i> : Teluk Kiluan memiliki atraksi utama <i>hunting</i> lumba-lumba, kawasan ini merupakan satu diantara dua perairan di Indonesia yang dilintasi kawanan lumba-lumba, namun hanya di Teluk Kiluan dua jenis lumba-lumba dapat muncul secara bersamaan. Terdapat kolam laguna yang sangat indah untuk dikunjungi yang bernama Laguna Gayo. Terdapat pulau Kiluan di ujung teluk yang memiliki hamparan pasir putih dan terumbu karang yang indah	0.3	3	0.9
<i>Aktifitas wisata</i> : kegiatan wisata yang dapat dilakukan meliputi wisata bahari seperti snorkeling, canoing, beach walking, serta wisata budaya dengan mengamati pola kehidupan dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar			
TOTAL	1.0		3.5
Kelemahan: Variabel Pemasaran			
<i>Place</i> : lokasi Teluk Kiluan cukup jauh 73 km dan butuh waktu 3 sampai 4 jam perjalanan darat dari Kota Bandar Lampung	0.3	3	0.9
<i>Promotion</i> : belum ada media promosi resmi yang dikelola oleh masyarakat setempat untuk memasarkan produknya	0.05	1	0.05
<i>Process</i> : pola pengelolaan usaha pariwisata masih sangat tradisional, belum terbentuk pola koordinasi yang baik dengan pihak-pihak terkait khususnya dinas pariwisata daerah dan sektor swasta	0.05	3	0.15
Kelemahan: Variabel Pariwisata			
<i>Akses</i> : untuk menuju kawasan Teluk Kiluan harus melalui jalan yang berliku dan panjang, beberapa ruas jalan diantaranya aspalnya rusak, jalur menuju setiap atraksi wisata masih belum tertata baik, penerangan masih sangat minim	0.3	4	1.2
<i>Amenities</i> : fasilitas umum belum banak terdapat disini, ATM, SPBU, jaringan selular, maupun keamanan masih sulit didapat. Pusat informasi yang dikelola oleh dinas pariwisata setempat pun belum berdiri			
<i>Koordinasi/Kerja sama kelembagaan</i> : belum terbentuk pola kerja sama yang baik antar lembaga pemerintah-penduduk-dan pihak swasta, masyarakat dibawah koordinasi lembaga ekowisata mengelola kawasan ini secara mandiri namun persaingan bisnis yang muncul adalah persaingan antar penduduk sehingga tidak terjadi pemerataan pendapatan, pembangunan homestay menjorok ke laut semakin banyak dan tidak terkendali	0.15	1	0.15
	0.15	1	0.15
TOTAL	1.0		2.6

**Posisi sumbu Y adalah**

$$\begin{aligned}
 &= \text{Tot Kekuatan} - \text{Tot Kelemahan} \\
 &= 3.5 - 2.6 \\
 &= 0.9
 \end{aligned}$$

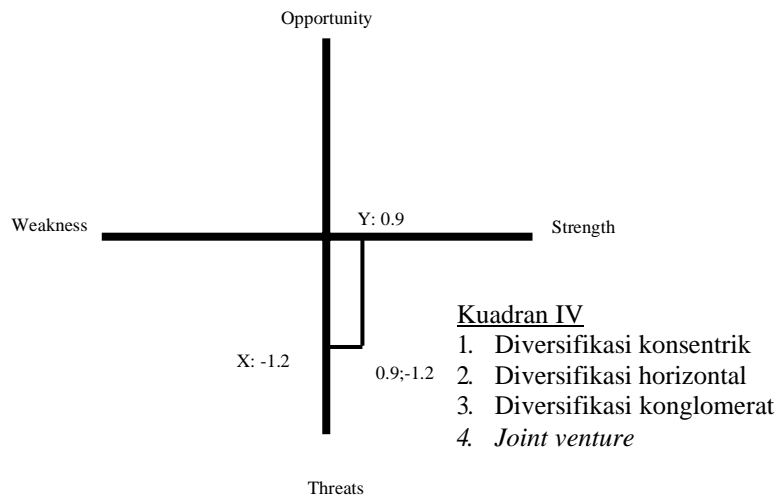
Sedangkan untuk mengetahui posisi sumbu Y adalah dengan menghitung total dari tabel EFAS sebagai berikut

Tabel 5. Tabel EFAS

FAKTOR EXTERNAL	BOBOT	RANGKING	SKOR
Peluang: Variabel Pemasaran			
<i>Price</i> : Harga paket tour Teluk Kiluan sangat kompetitif dikarenakan belum adanya kompetitor sejenis yang dapat memberikan atraksi wisata seperti di Teluk Kiluan	0.2	3	0.6
<i>Product</i> : tidak ada kawasan lain di Provisini Lampung yang memiliki daya tarik utama sejenis	0.2	1	0.2
<i>People</i> : pengunjung Teluk Kiluan berasal dari berbagai wilayah di pulau Jawa dan Sumatera	0.05	2	0.1
<i>Physical Evidence</i> : Berbagai media online sudah banyak mengulas keindahan dan daya tarik Teluk Kiluan, banyaknya ulasan wisatawan di media online pariwisata seperti tripadvisor	0.15	2	0.3
<i>Promotion</i> : banyak travel agent dan tour operator diluar wilayah Lampung yang mempromosikan dan menjual Teluk Kiluan	0.15	2	0.3
<i>Process</i> : pola kegiatan wisata di Teluk Kiluan sangat unik dan tidak dapat ditemui ditempat lainnya, baik di provinsi Lampung maupun di Indonesia	0.15	1	0.15
Peluang: Variabel Pariwisata			
<i>Atraksi dan Aktifitas wisata</i> : belum adanya pesaing di wilayah lain yang dapat memberikan aktraksi dan aktifitas wisata seperti di Teluk Kiluan	0.15	4	0.6
<i>Aksesibilitas</i> : rencana pemerintah provinsi lampung untuk memperbaiki fasilitas jalan dan infrastruktur menuju Teluk Kiluan	0.1	3	0.3
TOTAL	1.0		2.55
Ancaman: Variabel Pemasaran			
<i>Place</i> : lokasi Teluk Kiluan cukup jauh serta rawan gangguan keamanan yang datangnya dari penduduk setempat diluar wilayah Teluk Kiluan terutama, gangguan keamanan ini kerap terjadi di malam hari	0.4	4	1.6
Ancaman: Variabel Pariwisata			
<i>Akses</i> : Rute menuju Teluk Kiluan merupakan rute rawan gangguan keamanan terutama di malam hari, minimnya penerangan, jalan yang rusak dan berlobang menjadi ancaman tersendiri dan menghantui wisatawan yang hendak berkunjung	0.35	4	1.4
<i>Koordinasi/Kerja sama antar Kelembagaan</i> : terjadi perubahan pola hidup dari awalnya nelayan menjadi pelaku pariwisata, eksploitasi dan alih fungsi lahan dari kawasan perkebunan menjadi kawasan penginapan, serta peningkatan harga lahan menyebabkan banyak warga kehilangan lahannya dengan menjualnya kepada orang dari luar kawasan	0.25	3	0.75
TOTAL	1.0		3.75

Posisi sumbu X adalah  
 = Tot Peluang – Tot Ancaman  
 = 2.55 – 3.75  
 = - 1.2

Setelah melakukan penghitungan dari masing-masing variabel pada faktor internal dan eksternal langkah selanjutnya adalah menempatkan masing-masing angka kedalam kuadran sumbu X dan sumbu Y pada diagram TOWS



Gambar 4. Posisi Kuadran TOWS Teluk Kiluan

Diagram TOWS digunakan untuk membantu merumuskan model strategi sesuai dengan arah posisi, sesuai gambar kuadran TOWS Teluk Kiluan berada pada kuadran IV yang berarti pengembangan strategi yang lebih sesuai dengan kondisi eksisting adalah pengembangan strategi diversifikasi, pada kuadran tersebut penyusunan strategi harus mempertimbangkan kekuatan yang dimiliki Teluk Kiluan untuk dapat meminimalisir dampak buruk dari ancaman eksternal yang terjadi. Secara gamblang uraian strategi diversifikasi dapat dilihat pada matrix TOWS berikut

Tabel 6 Matrix TOWS Teluk Kiluan

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan:</b>	<b>Kelemahan:</b>
<b>Faktor Eksternal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga paket kompetitif</li> <li>- Daya tarik utama lumba-lumba</li> <li>- Pulau Kiluan yang eksotis</li> <li>- Masyarakat yang ramah dan sadar wisata</li> <li>- Tanggapan positif dari wisatawan melalui media sosial dan situs pariwisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akses terlalu jauh, jalan yang masih banyak berlubang</li> <li>- Rute menuju Teluk Kiluan minim penerangan dan rawan gangguan keamanan</li> <li>- Fasilitas umum pendukung pariwisata masih terbatas dan sulit didapat di kawasan Teluk Kiluan</li> </ul>
	<b>Peluang:</b>	<b>Strategi S-O:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak adanya kompetitor sejenis di wilayah Lampung</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan penyuluhan kepada masyarakat setempat mengenai pengelolaan pariwisata yang ramah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengusulkan secara tertulis kepada Bupati Tanggamus untuk melakukan pelebaran</li> </ol>

<p>dan sekitarnya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Banyak pihak yang telah mengulas Teluk Kiluan di berbagai media</li> <li>- Banyak agen perjalanan baik dari prov Lampung maupun dari luar wilayah yang menjual paket tour Teluk Kiluan</li> <li>- Rencana pemprov Lampung untuk memperbaiki infrastruktur jalan dan fasilitas pendukung pariwisata di Teluk Kiluan</li> </ul>	<p>lingkungan dan berkelanjutan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Memberikan pelatihan kepariwisataan seperti pemanduan dan pengelolaan UMKM</li> <li>3. Mengajarkan metode pemasaran pariwisata yang lebih mutakhir dengan memanfaatkan TIK seperti Facebook/Instagram resmi yang dikelola masyarakat</li> <li>4. Mengirimkan putra putri terbaik setempat untuk belajar kepariwisataan di sekolah-sekolah pariwisata guna mempelajari bisnis perjalanan wisata dan pengelolaan destinasi wisata</li> <li>5. Mengadakan pelatihan secara rutin mengenai keterampilan masyarakat seperti membuat prakarya, souvenir, makanan khas olahan ikan</li> </ol>	<p>dan pengaspalan jalan menuju Teluk Kiluan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Mengajukan permohonan kepada perusahaan-perusahaan penyedia jasa infrastruktur seperti provide selular, perbankan, maupun institusi Kepolisian untuk membangun pos pelayanan di wilayah Teluk Kiluan</li> </ol>
<p><b>Ancaman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Potensi Gangguan kemanan dari masyarakat lokal diluar kawasan Teluk Kiluan</li> <li>- Perubahan pola kehidupan sosial masyarakat setempat dan kenaikan harga lahan serta alih fungsi kawasan perairan menjadi pemukiman</li> </ul>	<p><b>Strategi S-T:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengajukan permohonan kepada Pemda dan instansi kemanan untuk membangun pos-pos kemanan disepanjang jalur rawan kejahatan</li> <li>2. Menghimbau kepada setiap wisatawan untuk tidak berangkat menuju Teluk Kiluan di malam hari</li> <li>3. Mengajukan pemasangan lampu PJJ kepada PLN untuk penerangan disepanjang jalan menuju Teluk Kiluan</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjalin kerja sama dengan tokoh masyarakat dan kepala desa setempat yang wilayahnya dilalui jalur menuju Teluk Kiluan untuk membuat rest area, tempat membeli oleh-oleh dan tempat peristirahatan yang layak bagi wisatawan</li> <li>2. Melibatkan penduduk diluar wilayah Teluk Kiluan untuk terlibat dalam sektor kepariwisataan melalui penyediaan fasilitas umum bagi wisatawan disepanjang jalur menuju Teluk Kiluan</li> <li>3. Menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat Teluk Kiluan untuk tidak menjual lahannya kepada orang luar, serta membangun pola usaha pariwisata kerakyatan yang melibatkan seluruh penduduk</li> </ol>

## KESIMPULAN DAN SARAN

Teluk Kiluan merupakan salah satu kawasan wisata yang sedang berkembang dan memiliki keunikan yang tidak terdapat ditempat lainnya. Hasil analisa menunjukkan terdapat faktor-faktor pemasaran dan daya tarik wisata yang menjadi kekuatan dan Teluk Kiluan, namun juga terdapat faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman yang jika tidak disikapi dengan serius dapat memberikan kerugian bagi pengembangan Teluk Kiluan sebagai destinasi wisata unggulan di Prov Lampung. Model strategi pengembangan destinasi Teluk Kiluan yang paling tepat adalah dengan memanfaatkan potensi Ekowisata yang terdapat didalam kawasan seperti kegiatan *dolphin hunting* dengan menggunakan perahu jukung berskala kecil, tidak menggunakan speedboat bermesin besar yang dapat mengganggu habitat dan ekosistem lumba-lumba itu sendiri. Model kegiatan ekowisata seperti snorkeling dan beach walking disertai aktifitas bird watching sangat cocok dilakukan di pulau Kiluan, belum teridentifikasinya spesies burung yang hinggap dapat menjadi suatu ketertarikan tersendiri untuk dapat mengeksplorasi secara lebih mendalam. Labuan Gayo sebagai kolam air laut alami dapat dijadikan destinasi akhir dari aktifitas trekking menyusuri perbukitan kawasan Teluk Kiluan.

Namun yang paling penting adalah keterlibatan seluruh masyarakat baik dikawasan Teluk Kiluan maupun diluar kawasan untuk dapat terlibat aktif dalam industri kepariwisataan yang terus berkembang ini, masyarakat perlu diberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya pariwisata bagi peningkatan kesejahteraan mereka. Pemerataan pendapatan dari sektor pariwisata harus terjadi diseluruh lini aspek usaha, mulai dari titik awal perjalanan di wilayah Bandar Lampung hingga sepanjang rute yang dilalui. Masyarakat dapat menyediakan pusat oleh-oleh dan tempat istirahat yang nyaman bagi wisatawan, hal ini dimungkinkan karena perjalanan menuju Teluk Kiluan memakan waktu 3 jam. Pemerintah provinsi dan kabupaten harus saling bersinergi dan mendukung dengan menyediakan infrastruktur pendukung dan jaminan keamanan bagi pelaku usaha maupun wisatawan itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2013). *Laporan Perekonomian Provinsi Lampung 2012*. Lampung: BPS Provinsi Lampung.
- Danawahyu. (2013). *Teluk Kiluan Pusat Habitat Lumba-Lumba*. (<http://log.viva.co.id/news/read/434316-teluk-kiluan-pusat-habitat-lumba-lumba>). diakses 4 April 2014.
- David, FR. (2005). *Manajemen Strategi: Konsep, Edisi 10 Buku 1*. Ichsan SB, Penerjemah. Jakarta: Salemba Empat. Terjemahan dari: *Strategic Management, Concept & Cases*, 10<sup>th</sup>ed.
- Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Lampung. (2012). *Top 7 Destination*. (<http://pariwisatalampung.com/7-kawasan-unggulan/>), diakses 28 Februari 2014.
- Griffin, RW. (2004). *Manajemen Jilid 1 Edisi 7*. Gina G, Penerjemah. Jakarta: Erlangga. Terjemahan dari: *Management 7<sup>th</sup> Edition*.

- Hermawan, A. (2008). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Hunger, JD & Wheelen, TL. (2003). *Manajemen Strategis, Ed. II*. Julianto A, Penerjemah. Yogyakarta: Andi. Terjemahan dari *Strategic Management, Ed. II*.
- Indonesia.Travel. (2013) .*Teluk Kiluan: Menyaksikan Parade Lumba-Lumba di Teluk Tropis yang Indah*. (<http://indonesia.travel/id/destination/892/teluk-kiluan>), diakses 28 Februari 2014.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Istijanto, MM. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.Edisi 12 Jilid 1*.Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lampung Post. (2013). *Lumba-Lumba, Pesona Teluk Kiluan*. (<http://lampost.co/berita/lumba-lumba-pesona-teluk-kiluan>), diakses 22 Maret 2014.
- Lovelock, CH. & Wright, LK. (1999). *Priciples of Service Marketing and Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta. LKiS Pelangi Aksara.
- Rangkuti, F. (2002). *Creating Effective Marketing Plan: Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saroso, O. (2013) .*Mengembangkan Wisata Secara Mandiri*. (<http://lampungreview.com/mengembangkan-wisata-secara-mandiri/>), diakses 5 April 2014.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- . (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinsasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, dkk. (2007). *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*.Jakarta: Salemba Empat.
- Sukmadinata, NS. (2006). *Metode Penelitian Tindakan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swarbrooke. (1996). *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tripadvisor.co.id. (2013) *.Teluk Kiluan*. ([http://www.tripadvisor.co.id/Attraction\\_Review-g3380109-d3295839-Reviews-Teluk\\_Kiluan-Tanggamus\\_Lampung\\_Sumatra.html](http://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g3380109-d3295839-Reviews-Teluk_Kiluan-Tanggamus_Lampung_Sumatra.html)), diakses 22 Maret 2014.

Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

Wahdi, M. (2011). *Riset Pemasaran (Teori dan aplikasi untuk pengambilan keputusan)*. Yogyakarta: CAPS.

Yoeti, OA. (1996). *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung: Angkasa.

Zed, M. (2004) *.Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.