



Strategi Pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari di Tangkolak Kabupaten Karawang

Zeni Ayu Lestari¹, Abubakar², Luthfi Nur'azkiya³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang

Received: 9 Agustus 2022
Revised: 13 Agustus 2022
Accepted: 18 Agustus 2022

Abstract

Dewi Bahari Mangrove Forest Agrotourism is a tourism that has the potential to develop. However, there are still internal and external constraints, so a strategy is needed to develop it. The purpose of this study is to analyze the strategic position and determine the appropriate alternative strategy in the development of Dewi Bahari Mangrove Forest Agrotourism. The sampling method used is purposive sampling. In this study, the types of primary data and secondary data were used. Primary data was obtained through interviews with a questionnaire tool addressed to eleven respondents. Primary data was also obtained through field observations. While secondary data is obtained from literature studies and information issued by agencies or institutions related to research. Data analysis was carried out qualitatively and quantitatively. Processing data using SWOT analysis that's with IFAS matrix, EFAS matrix, grand strategy matrix, and SWOT matrix. The results of the study based on the SWOT analysis showed that Dewi Bahari Mangrove Forest Agrotourism was in quadrant I with the suggested alternative strategy was to support an aggressive growth policy (growth oriented strategy). Based on the results of the SWOT analysis, there were also 10 (ten) strategies which included 2 (two) S-O strategies, 3 (three) W-O strategies, 3 (three) S-T strategies and 2 (two) S-W strategies. The appropriate alternative strategies for the development of Dewi Bahari Mangrove Forest Agrotourism are 2 (two) S-O strategies, including : (1) creating events on weekends which are then published on social media as promotions; (2) empower and train community to be able to have businesses related to tourism.

Keywords : Strategy Development, Agrotourism, Mangrove, SWOT Analysis.

(*) Corresponding Author: zeniayulestari@gmail.com

Cara Mengutip Lestari, Z., Abubakar, A., & Nur'azkiya, L. (2022). Strategi Pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari Di Tangkolak Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(15), 584-593. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7052282>.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki 17.504 pulau. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di Asia Tenggara dengan wilayah laut dan pesisir terpanjang kedua di dunia. Menurut Utina, R. *et al.* (2018), luas laut Indonesia lebih kurang 5,8 juta km² dan panjang pesisir Indonesia kira-kira 81.000 km. Dari panjang pesisir tersebut terdapat sumberdaya alam yang sangat beragam. Penduduk sekitar dengan berbagai aktivitasnya dalam memenuhi kepentingan hidup sosial, ekonomi maupun budaya, tentunya memanfaatkan potensi sumberdaya alam tersebut. Penduduk dapat memanfaatkan potensi sumberdaya alam pesisir dengan mengembangkan agrowisata.

Salah satu vegetasi hutan yang tumbuh di pesisir laut Indonesia yaitu hutan mangrove. Hutan mangrove dapat menjadi agrowisata di daerah pesisir.



Keindahan ekosistem hutan mangrove merupakan potensi utama daya tarik wisata. Dalam pelestarian hutan mangrove terdapat usaha yang dilakukan masyarakat baik berupa pembibitan, penanaman maupun pemeliharaan. Di bidang agribisnis, buah mangrove dapat dimanfaatkan menjadi berbagai bahan dasar produk olahan seperti dodol, sirup, selai, permen dan sabun (Abubakar, 2021).

Kabupaten Karawang memiliki salah satu kawasan hutan mangrove di Kecamatan Cilamaya Wetan yaitu terletak di Desa Sukakerta. Berdasarkan data monografi Desa Sukakerta (2021), di Desa Sukakerta terdapat 70 ha hutan mangrove. Kesadaran masyarakat akan manfaat hutan mangrove juga menjadi faktor pendukung kelestarian kawasan hutan mangrove di Desa Sukakerta. Dalam segi ekonomi, masyarakat memanfaatkan kawasan hutan mangrove sebagai agrowisata dengan nama Dewi Bahari.

Banyaknya wisatawan yang mengunjungi agrowisata hutan mangrove dapat meningkatkan kesempatan kerja masyarakat sekitar. Namun, akses transportasi umum belum ada dan jalan masih sempit, kurang dikembangkannya unsur atraksi, promosi yang dilakukan belum optimal, banyaknya tumpukan sampah yang dibawa ombak, dan manajemen organisasi pengelola masih kurang baik. Selain itu, berdasarkan data BPS Kabupaten Karawang (2021), terdapat 2 objek wisata alam hutan mangrove lainnya, yaitu Hutan Mangrove Pasir Putih di Kecamatan Cilamaya Kulon dan Hutan Mangrove Sedari di Kecamatan Cibuaya. Hal tersebut menuntut Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari untuk mengembangkan diri dalam upaya meningkatkan daya saing. Berdasarkan uraian di atas, penulis melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal menggunakan analisis SWOT untuk mendapatkan alternatif strategi pengembangan yang tertuang dalam penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Hutan Mangrove Dewi Bahari di Tangkolak Kabupaten Karawang”.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) menganalisis posisi strategi Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari; (2) menentukan alternatif strategi yang tepat dalam pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari di Dusun Tangkolak, Desa Sukakerta, Kecamatan Cilamaya Wetan, Kabupaten Karawang. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa daerah penelitian memiliki agrowisata hutan mangrove dalam tahap perkembangan awal. Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan. Terhitung sejak pada bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Mei 2022.

Pendekatan pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti menentukan beberapa *stakeholder* yang dinilai dapat memberikan informasi berguna bagi penelitian ini. *Stakeholder* yang ditentukan sebagai responden dalam penelitian ini adalah pemerintah daerah, pelaksana langsung, pihak lain yang terlibat dan pelaku wisata. Pemerintah daerah merupakan pihak pembuat kebijakan dan fasilitator dalam pengembangan

Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari di Tangkolak. Jumlah Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang dalam penelitian ini sebanyak : 1 (satu) orang Dinas Pariwisata, 1 (satu) orang Dinas Perikanan, 1 (satu) orang Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan 1 (satu) orang Dinas Perhubungan. Pelaksana langsung Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari di Tangkolak yang dijadikan responden yaitu Ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan fasilitator tingkat desa yaitu Kepala dan Sekretaris Desa Sukakerta. Pihak lain yang berperan dalam pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari di Tangkolak yang dijadikan sebagai responden yaitu 1 (satu) orang tokoh masyarakat, 1 (satu) orang masyarakat lokal yang berdagang di area agrowisata dan 1 (satu) orang nelayan. Sedangkan pelaku wisata yang ditentukan sebagai responden adalah 1 (satu) orang wisatawan. Maka, jumlah seluruh responden penelitian sebanyak 11 (sebelas) orang.

Pada penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara dengan alat bantu kuesioner dan melalui observasi di lapangan. Sedangkan data sekunder yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari studi literatur serta informasi yang dikeluarkan oleh badan atau instansi lain yang terkait dengan penelitian.

Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, dalam penelitian ini menggunakan analisis matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*), matriks EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*), matriks *grand strategy* dan matriks SWOT. Analisis ini akan menunjukkan bagaimana kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) dapat dimaksimalkan serta bersamaan dengan itu, kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) diminimalkan. Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk merumuskan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi ke dalam kerangka kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, F., 2015). Matriks *grand strategy* digunakan untuk menunjukkan posisi kuadran saat ini dan strategi apa yang akan dijalankan (Purwanti, P., *et al.*, 2017). Sedangkan matriks SWOT digunakan untuk menentukan alternatif strategi berdasarkan analisis faktor-faktor internal maupun eksternal berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Rangkuti, F., 2015).

HASIL & PEMBAHASAN

Menurut Salim, M. A., dan Siswanto, A. B. (2019), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan alternatif strategi. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman. Peneliti melakukan tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan dalam menentukan alternatif strategi pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari.

Analisis Matriks IFAS dan EFAS

Peneliti mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada responden untuk menentukan bobot dan rating

pada setiap faktor yang telah diidentifikasi. Bobot dan rating tersebut kemudian dikalikan untuk menghasilkan skor. Analisis ini dibuat dalam bentuk matriks, seperti disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Perhitungan Matriks IFAS

MATRIKS IFAS				
No.	Faktor Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Kelestarian hutan mangrove terjaga	0,088	3,727	0,328
2.	Memiliki destinasi utama yaitu wisata bahari sebagai penunjang agrowisata hutan mangrove	0,090	2,909	0,261
3.	Terdapat fasilitas tempat foto sebagai daya tarik	0,086	3,364	0,290
4.	Pengelola melayani wisatawan dengan ramah dan memiliki pengetahuan umum tentang mangrove	0,090	3,636	0,327
5.	Tingginya tingkat keamanan tempat parkir	0,088	3,545	0,312
Total Skor Faktor Kekuatan				1,519
No.	Faktor Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1.	Kurangnya atraksi sebagai daya tarik wisata	0,081	1,909	0,155
2.	Akses transportasi umum belum ada dan jalan masih sempit	0,083	1,455	0,121
3.	Promosi yang dilakukan belum optimal	0,085	1,455	0,123
4.	Belum ada kerja sama dengan biro perjalanan wisata	0,083	1,818	0,151
5.	Manajemen pengelola masih belum baik	0,083	1,455	0,121
6.	Belum tersedianya modal	0,083	1,636	0,136
7.	Belum ada fasilitas pendukung seperti rumah sakit, homestay dan ATM terdekat	0,060	2,636	0,159
Total Skor Faktor Kelemahan				0,965
TOTAL SKOR IFAS		1,000		2,484

Sumber : Data primer diolah, 2022

Selain itu peneliti juga mengidentifikasi faktor eksternal Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari berupa peluang dan ancaman. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan cara yang sama pada analisis faktor internal. Matriks analisis ini disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan Matriks EFAS

MATRIKS EFAS				
No.	Faktor Peluang	Bobot	Rating	Skor
1.	Dukungan Dinas Perikanan terhadap peningkatan kerja sama dengan CSR	0,098	2,727	0,267
2.	Tingginya selera wisatawan pada konsep wisata <i>back to nature</i>	0,103	3,182	0,327
3.	Respon masyarakat dalam mendukung pengembangan tinggi	0,099	3,455	0,342

4.	Meningkatnya wisatawan pada akhir pekan	0,096	2,727	0,263
5.	Perkembangan teknologi untuk promosi	0,103	2,727	0,280
Total Skor Faktor Peluang				1,479
No.	Faktor Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1.	Adanya oknum yang merusak hutan mangrove	0,111	1,455	0,162
2.	Terjadi bencana alam rob tahunan	0,105	1,727	0,181
3.	Terjadi abrasi atau erosi pantai yang merusak pertumbuhan bibit mangrove	0,098	1,545	0,151
4.	Adanya sampah hasil dari hempasan ombak	0,109	1,364	0,149
5.	Tingginya persaingan agrowisata hutan mangrove di Daerah Karawang	0,078	2,364	0,183
Total Skor Faktor Ancaman				0,826
TOTAL SKOR EFAS		1,000		2,305

Sumber : Data primer diolah, 2022

Matriks *Grand Strategy*

Hasil perhitungan matriks IFAS dan matriks EFAS menunjukkan nilai yang sama-sama positif (+) dengan nilai total skor berturut-turut yaitu 2,484 dan 2,305. Total skor IFAS lebih besar dari total skor EFAS artinya lingkungan internal lebih berpengaruh terhadap strategi pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari dibandingkan lingkungan eksternal. Nilai positif dari kedua nilai total skor tersebut menghasilkan posisi kuadran berada pada wilayah I dengan titik koordinat (0,554 ; 0,653). Titik koordinat x diperoleh dari selisih total skor faktor kekuatan dengan total skor faktor kelemahan. Sedangkan titik koordinat y diperoleh dari selisih total skor faktor peluang dengan total skor faktor ancaman (Purwanti, P., *et al.*, 2017). Secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

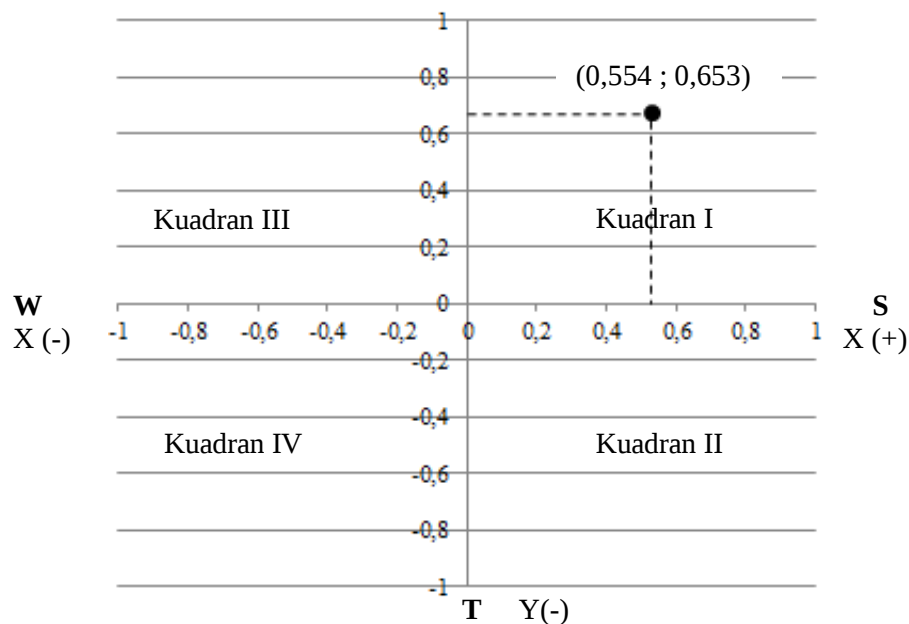
Tabel 3. Rincian Data Matriks *Grand Strategy*

No.	Faktor	Skor	Tanda	Titik Koordinat	Kuadran
1.	Kekuatan	1,519	+	0,554	I (satu)
2.	Kelemahan	0,965			
3.	Peluang	1,479	+	0,653	
4.	Ancaman	0,826			

Sumber : Data primer diolah, 2022

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa titik koordinat peluang lebih tinggi dari pada kekuatan. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, posisi strategi Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari melalui pemetaan adalah sebagai berikut :

O Y(+)



Gambar 1. Matriks *grand strategy* Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari

Berdasarkan pada gambar 1, Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari berada pada posisi strategi kuadran I. Posisi strategi ini merupakan posisi yang sangat menguntungkan. Menurut Wijaya, I.P.E., *et al.* (2020), bahwa alternatif strategi pada strategi S-O menggunakan kekuatan internal untuk meraih peluang yang ada di luar perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari diharapkan dapat memanfaatkan peluang dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Growth oriented strategy didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, aset, profit, maupun kombinasi ketiganya (Rangkuti, F., 2015). Menyesuaikan pernyataan tersebut, maka alternatif strategi yang dapat digunakan pada Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari yaitu promosi dengan menurunkan harga tiket, mengembangkan atraksi baru, menambah kualitas atraksi dan pelayanan terhadap pengunjung atau bahkan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

Analisis Matriks SWOT

Faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat pada analisis IFAS dan EFAS selanjutnya digabungkan melalui matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategi yang dapat diimplementasikan pada Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari. Matriks SWOT akan menghasilkan 4 (empat) alternatif strategi yaitu strategi S-O (*strengths-opportunities*), strategi W-O (*weaknesses-opportunities*), strategi S-T (*strengths-threaths*) dan strategi W-T (*weaknesses-treaths*). Hasil analisis SWOT dari Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Analisis SWOT pada Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari

IFAS EFAS	Faktor Kekuatan (S) 1.Kelestarian hutan mangrove terjaga 2.Memiliki destinasi utama yaitu wisata bahari sebagai penunjang agrowisata hutan mangrove 3.Terdapat fasilitas tempat foto sebagai daya tarik 4.Pengelola melayani wisatawan dengan ramah dan memiliki pengetahuan umum tentang mangrove 5.Tingginya tingkat keamanan tempat parkir	Faktor Kelemahan (W) 1. Kurangnya atraksi sebagai daya tarik wisata 2. Akses transportasi umum belum ada dan jalan masih sempit 3. Promosi yang dilakukan belum optimal 4. Belum ada kerja sama dengan biro perjalanan wisata 5. Manajemen pengelola masih belum baik 6. Belum tersedianya modal 7. Belum ada fasilitas pendukung seperti rumah sakit, <i>homestay</i> dan ATM terdekat
Faktor Peluang (O) 1. Dukungan Dinas Perikanan terhadap peningkatan kerja sama dengan CSR 2. Tingginya selera wisatawan pada konsep wisata <i>back to nature</i> 3. Respon masyarakat dalam mendukung pengembangan tinggi 4. Meningkatnya wisatawan pada akhir pekan 5. Perkembangan teknologi untuk promosi	Strategi S-O 1.Menciptakan <i>event-event</i> pada akhir pekan yang kemudian dipublikasikan di media sosial sebagai promosi (S1,S2,S3,S4,S5,O1,O2,O3,O4,O5) 2.Memberdayakan dan melatih masyarakat untuk dapat memiliki usaha yang berkaitan dengan wisata (S1,O1,O2,O3)	Strategi W-O 1. Memperkuat manajemen pengelola dan mengikuti program yang dapat menghasilkan CSR (W1,W2,W5,W6,W7,O1) 2. Membuat atraksi yang memanfaatkan ekosistem hutan mangrove (W1,O2,O3,O5) 3. Melakukan kerja sama dengan biro perjalanan wisata dan membuat web promosi (W3,O2,O3,O4,O5)
Faktor Ancaman (T) 1. Adanya oknum yang merusak hutan mangrove 2. Terjadi bencana alam rob tahunan 3. Terjadi abrasi atau erosi pantai yang merusak pertumbuhan bibit mangrove 4. Adanya sampah hasil dari hampasan ombak 5. Tingginya persaingan agrowisata hutan mangrove di Daerah Karawang	Strategi S-T 1.Sosialisasi pentingnya menjaga kelestarian hutan mangrove (S1,T1,T4) 2.Dibuat fasilitas penahan ombak sekaligus penyaring sampah dan penanaman mangrove secara berkelanjutan (S1,S4,T2,T3,T4) 3.Pemanfaatan destinasi wisata bahari dan dibuat tempat foto baru serta fasilitas lainnya sebagai keunikan yang tidak ditemukan pada agrowisata lainnya di Karawang (S1,S2,S5,T5)	Strategi W-T 1. Meningkatkan manajemen pengelola dan melakukan pengawasan tindakan perusakan hutan mangrove (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,W8,T1,T5) 2. Meminimalisir dan memperbaiki kerusakan yang terjadi akibat alam (W5,W6,T1,T2,T3,T4,T5)

Sumber : Data primer diolah, 2022

Analisis SWOT yang dilakukan pada Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari menghasilkan 2 (dua) strategi S-O, 3 (tiga) strategi W-O, 3 (tiga) strategi

S-T dan 2 (dua) strategi W-T yang dapat diterapkan. Menurut Warman, D., A. (2021), alternatif strategi utama yang dipilih dari matriks SWOT disesuaikan dengan posisi strategi perusahaan pada matriks *grand strategy*. Kemudian menurut Utomo, (2001) dalam Prayudha, E. D. *et al.* (2014), alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT, kemudian diurutkan berdasarkan jumlah nilai skor dari keterkaitan strategi. Nilai terbesar dijadikan sebagai prioritas strategi. Dalam penelitian ini, posisi strategi Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari berada pada kuadran I (satu), strategi yang dipilih adalah strategi-strategi S-O. Dengan itu, jumlah nilai skor setiap strategi diperoleh dari jumlah setiap faktor-faktor kekuatan dan peluang yang berkaitan dengan strategi tersebut. Secara rinci penentuan strategi prioritas utama dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5. Prioritas Alternatif Strategi untuk Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari

Strategi S-O	Keterkaitan	Total Skor	Ranking
1. Menciptakan <i>event-event</i> pada akhir pekan yang kemudian dipublikasikan di media sosial sebagai promosi	S1,S2,S3,S4,S5, O1,O2,O3,O4 dan O5	2,998	I
2. Memberdayakan dan melatih masyarakat untuk dapat memiliki usaha yang berkaitan dengan wisata	S1,O1,O2 dan O3	1,266	II

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan rangking total skor pada tabel di atas, maka prioritas strategi pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari yang pertama yaitu strategi S-O 1 kemudian yang kedua yaitu strategi S-O 2. Kedua strategi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Menciptakan *event-event* pada akhir pekan yang kemudian dipublikasikan di media sosial sebagai promosi.

Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari memiliki keindahan ekosistem alam dan fasilitas buatan berupa spot foto dan *track* menuju laut yang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik bagi wisatawan yang menyukai wisata dengan konsep *back to nature*. Pengelola dan pemerintah melalui dinas terkait dapat memanfaatkan ekosistem dan fasilitas buatan yang dimiliki dengan menciptakan *event-event* pada waktu dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak, yaitu pada akhir pekan. Pada kesempatan tersebut dapat diadakan *event* yang melibatkan wisatawan. *Event-event* yang diciptakan dapat berupa pameran spot foto, lomba ide kreasi spot foto atau pun lomba fotografi keindahan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari. Selain itu diadakan atraksi yang terjadwalkan seperti program edukasi pelestarian dan manfaat mangrove, atraksi menanam pohon mangrove, atraksi fauna ekologi hutan mangrove dan atraksi *silvofishery*.

Menurut Ananda, I. dan Dirgahayu, T. (2021), menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial memberikan dampak positif bagi pencitraan destinasi wisata. Media sosial digunakan pengelola desa wisata untuk dapat menarik minat pengunjung, memberikan informasi-informasi tentang desa wisata dan juga *event-event* yang akan diadakan kepada masyarakat. Agrowisata Hutan Mangrove dapat mengunggah setiap *event* yang dilaksanakan ke media sosial sebagai bahan

promosi. Unggahan tersebut juga memuat informasi tawaran promosi yang diadakan oleh Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari.

2. Memberdayakan dan melatih masyarakat untuk dapat memiliki usaha yang berkaitan dengan wisata.

Keberadaan kawasan wisata dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Dinas-dinas terkait sebagai pihak fasilitator dapat memberdayakan masyarakat yang mendukung pengembangan melalui pelatihan pengembangan keterampilan dalam menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai jual. Menurut Nur'azkiya, L., *et al.* (2020), bahwa implementasi penyuluhan akan lebih efektif melalui pertemuan secara rutin berbasis kelompok tani. Berdasarkan hal itu, dinas-dinas terkait dapat mengadakan pelatihan kepada KUB Kreasi Alam Bahari sebagai suatu kelompok.

Salah satu komponen utama pengembangan wisata yaitu memiliki sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*) sebagai bentuk oleh-oleh atau kenang-kenangan dari tempat wisata. Produk yang dihasilkan masyarakat sekitar merupakan ciri khas yang berasal dari alam. Menurut Anggraeni, I., A. dan Rahmawati, F. (2021), bahwa dengan munculnya lapangan pekerjaan baru, ini secara langsung berhubungan dengan timbulnya pendapatan masyarakat lokal. Masyarakat diuntungkan dari berdagang. Hal tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, sekaligus dapat menjadi keunikan yang dimiliki oleh Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari di Tangkolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian strategi pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari dengan menggunakan teknik analisis SWOT, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis matriks *grand strategy*, Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari berada pada kuadran I. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
2. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, didapatkan 10 (sepuluh) strategi yang meliputi 2 (dua) strategi S-O, 3 (tiga) strategi W-O, 3 (tiga) strategi S-T dan 2 (dua) strategi S-W. Alternatif strategi yang tepat untuk pengembangan Agrowisata Hutan Mangrove Dewi Bahari yaitu 2 (dua) strategi SO, diantaranya : (1) menciptakan *event-event* pada akhir pekan yang kemudian dipublikasikan di media sosial sebagai promosi; (2) memberdayakan dan melatih masyarakat untuk dapat memiliki usaha yang berkaitan dengan wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar. 2021. Analyssis of mangrove fruit processing development strategies into various products as an alternative source of income for coastal communities in Karawang Regency, West Java. *International Journal of Entrepreneurship*, 25(6) : 1-12.
- Administrator Desa Sukakarta. 2021. Data monografi Desa Sukakarta Kecamatan Cilamaya Wetan. Pemerintah Desa Sukakarta, Karawang.

- Ananda, I. dan Dirgahayu, T. 2021. Pemanfaatan teknologi informasi pada desa wisata di Indonesia : A systematic literature review. *Jurnl Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(4) : 2291-2302.
- Anggraeni, I., A. dan Rahmawati, F. 2021. Pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) di Hutan Mangrove Pancer Cengkong, Trenggalek. *Jurnal Planoeearth*, 6(1) : 2615-4226.
- Ardianti, F. dan Lubis, D. P. 2020. Efektivitas instagram sebagai media promosi Desa Wisata Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, 4(6) : 796-809.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. 2021. Kabupaten Karawang Dalam Angka 2021. BPS Kab. Karawang, Karawang.
- Nur'azkiya, L., Suhaeni, Wijaya, I. P. E. 2020. Strategi pengembangan agribisnis jamur merang di Kabupaten Karwang Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Agrimanex*, 1(1) : 48-58.
- Prayudha, E. D., Sulardiono, B., dan Hendrarto, B. 2014. Strategi kelompok pantai lestari dalam mengembangkan kegiatan rehabilitasi mangrove di Desa Karangsong Kabupaten Indramayu. *Diponegoro Juornal Of Maquares*, 3(3) : 80-87.
- Purwanti, P., Susilo, E., dan Indrayani, E. 2017. *Pengelolaan hutan mangrove berkelanjutan : Pendekatan kelembagaan dan insentif ekonomi*. Universitas Brawijaya Press (UB Press). Malang.
- Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT : Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama Indonesia. Jakarta.
- Raudah, Farah. dan Jamal, A. 2018. Korelasi infrastruktur terhadap kunjungan pariwisata Provinsi Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 3(4) : 651-658.
- Salim, M. A., dan Siswanto, A. B. 2019. *Analisis SWOT dengan metode kuesioner*. Pilar Nusantara. Semarang.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabet. Bandung.
- Utina, R., Nusantara, E., Katili, A. S., Tamu, Y. 2018. *Ekosistem dan sumberdaya alam pesisir*. Deepublish. Jakarta.
- Warman, D. A. 2021. Strategi pengembangan agrowisata sawah : Kasus Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuan Deli, Kabupaten Deli Serdang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Wijaya, I. P. E., Suhaeni, Nur'azkiya, L. 2020. Strategi Pengembangan Kelembagaan Usaha Kecil Menengah : Studi kasus UKM NR. *Jurnal Agrimanex*, 1(1) : 65-71