



STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PULAU SARA'A BERBASIS SMART AND FUN

Mepilani Tulis¹, Louis Kandoli², Telly Tangkere³

^{1,2}Konsentrasi Pariwisata Perhotelan, ³ Konsentrasi Tata Boga, Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Manado, Indonesia.
Email: tulislany95@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to identify a tourism development strategy based on the Smart and Fun concept as a result of the adaptation of Smart Tourism and Edu-CoTourism. The method used is qualitative with SWOT analysis technique as a technique used to analyze indicators of internal-external factors that affect the status of progress of tourist destinations on the Sara'a island. The results of the research are Internal Strength factor's result is 1.91, the Weakness weight is 0.95, for the external Opportunities factor has a weight 1.74 and the Threat has 1.06 so from these results it can be concluded that the weakness of the internal factor has no dominant influence on the development of tourist destination. Supported by opportunities generated from external factors, the Smart and Fun concept strategy could be considered as an innovation and creative strategy for the development of tourist destination on the Sara'a island. Based on the IFAS-EFAS diagram, the Smart and Fun concept strategy is included in coordinate I, which means that the strategy could be progressively operated.

Keywords: Development Strategy, Smart and Fun, SWOT Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi strategi pengembangan pariwisata yang didasarkan pada konsep *Smart and Fun* hasil adaptasi *Smart Tourism* dan *Edu-CoTourism*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisis SWOT sebagai teknik yang digunakan untuk menganalisis indikator dari faktor internal-eksternal yang mempengaruhi status kemajuan destinasi wisata pulau Sara'a. Hasil penelitian, faktor internal *Strength* memiliki bobot sebesar 1.91, bobot *Weakness* 0.95 untuk faktor eksternal *Opportunities* memiliki bobot sebesar 1.74 dan *Threat* sebesar 1.06 maka dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kelemahan faktor internal tidak berpengaruh dominan terhadap pengembangan pulau. Didukung peluang yang dihasilkan dari faktor eksternal maka strategi berkonsep *Smart and Fun* dapat menjadi pertimbangan strategi inovasi dan kreatif bagi pengembangan destinasi wisata pulau Sara'a. Berdasarkan diagram IFAS-EFAS strategi berkonsep *Smart and Fun* termasuk pada koordinat I yang artinya strategi dapat dijalankan secara progresif.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, *Smart and Fun*, Analisis SWOT



PENDAHULUAN

Kabupaten kepulauan Talaud merupakan kepulauan yang memiliki potensi sebagai daerah yang maju, hal ini didukung oleh potensi alam yang kaya, hanya saja pengelolannya belum memadai.

Kabupaten Kepulauan Talaud diperkaya oleh hasil baharinya, sektor perikanan mengambil bagian yang besar untuk menunjang perekonomian daerah, selain itu Kabupaten Kepulauan Talaud memiliki nilai budaya kebaharian yang tinggi sehingga memberikan peluang bagi kemajuan di sektor pariwisata. Berdasarkan sejarah perkembangannya, Talaud sering disebut sebagai Bumi Porodisa, Porodisa bermakna surga, sedangkan berdasarkan hikayat "*Alamona n'Tautama n'Taloda*" (Manusia Pertama di Talaud) maka Talaud disebut juga sebagai Talloda atau Talauda (Direktorat Jasa Kelautan Direktorat Jendral Pengelolaan Ruang Laut, 2017).

The hidden Paradise di Bumi Porodisa disematkan pada pulau Sara'a. Dikatakan demikian karena keindahannya terpancarkan melalui karakteristik pulaunya, airnya yang jernih dari zona neritik dapat dilihat oleh mata beberapa bioindikator golongan *Echinodermata* berupa bintang laut, pasirnya yang halus dan putih, hutannya dikelilingi oleh rindang pepohonan yang karena ekosistemnya alami, maka ditempatkan satwa-satwa yang tergolong dilindungi untuk ditangkar di hutan pulau.

Para ekskursionis yang datang dari luar Talaud memberi penilaian istimewa pada keindahan pulau tersebut. Hal ini dibuktikan dengan tulisan artikel mereka perihal kesan yang didapat selesai berkunjung ke pulau.

Saat melakukan wawancara tanggal 4 September 2021 pada pengunjung dari masyarakat lokal, hasilnya kurang lebih penilaian yang dilontarkan hampir sama dengan apa yang dituliskan ekskursionis dalam artikelnya, hanya saja saat dilakukan wawancara mendalam, ternyata pengunjung mengalami kendala di bagian fasilitas pulau, serta tidak adanya sarana

yang memudahhi keingintahuan lebih pengunjung mengenai kekayaan yang ada di pulau maupun kekayaan bawah laut pulau Sara'a.

Kebijakan yang ditempuh dalam pengembangan masih lingkup klasik prosedur sehingga problematika khusus seperti yang dinyatakan pengunjung sampai saat ini belum dapat ditekan dan diubah kondisinya hal ini dapat memiliki dampak buruk bagi ketahanan pengunjung dalam melakukan wisata.

Kurangnya publikasi terkait *upgrade* daya tarik wisata pulau Sara'a juga menjadi kendala perkembangan potensi wisata. Observasi dilakukan pada masa pandemi, maka sebagai acuan tambahan kegiatan pengunjung, peneliti melakukan observasi lewat *vlog* pengunjung yang mereka rekam sebelum masa pandemi. Masing-masing *vlog* menunjukkan bahwa kegiatan pengunjung di pulau masih berupa kegiatan berfoto-foto dan makan bersama di rumah singgah atau pondok-pondok yang tersedia di pulau, tidak ada kegiatan eksplorasi sehingga kegiatan-kegiatan tersebut hanya merupakan aktivitas siklus pengunjung di pulau.

Dewasa ini industri pariwisata ramai dengan istilah *staycation*. *Staycation* adalah salah satu solusi untuk membangkitkan kembali pariwisata dengan regulasi sistem pariwisata yang bisa diakses dari rumah atau di satu wilayah tertentu. Sistem ini berjalan pada pengenalan lebih dalam objek wisata dan komponen di dalamnya seperti sistem dapat mengenalkan satwa, tempat yang eksotis sebagai latar belakang *photoshot*, budaya dan intisari objek wisata di wilayah tersebut tujuannya dapat memberikan gambaran umum ke khusus dan menjadi bekal ketika dalam perjalanan berlibur secara langsung saat pandemi dapat ditekan dan atau usai (Priasni dkk, 2020).

Di lapangan, telah disadari bahwa masyarakat dan atau pengunjung begitu kaku terhadap edukasi dan kecenderungan dominasi



adalah apatis terhadap lingkungan. Sebagaimana kita ketahui bahwa berwisata adalah hal yang paling dinikmati sebagai suatu pengalaman yang *fun* namun beresiko bagi lingkungan. Kita memerlukan suatu inovasi dalam mewujudkan pengalamannya *fun* tapi *smart*.

Oleh sebab itu, dibutuhkan *upgrade* system pariwisata dalam solusi penanganan kekurangan serta mencetus strategi spesifik pengembangan pariwisata pulau Sara'a yang diharapkan dapat menjawab problematika yang ditemui di lapangan dan secara umum menunjang visi *Sustainable Development Tourism* yang disampaikan oleh UNWTO dan dilandasi secara khusus oleh visi Kemenparekrat/Baparekrat tahun 2020-2024.

Jovicic, 2019 revolusi digital telah memunculkan konsep *smart destination* dimana pengetahuan dan informasi dapat diakses oleh semua pemangku kepentingan; tanpa menggunakan teknologi digital yang memungkinkan kolaborasi publik-swasta-konsumen yang memadai hampir tidak mungkin mencapai valorisasi pasar atribut geografi destinasi yang berhasil. Maka keberhasilan dari pemasaran pariwisata bukan hanya terletak pada kebijakan tradisional melainkan modernisasi kebijakan melalui pepaduan teknologi di dalamnya.

EduCoTourism (wisata edukasi dan ekowisata) dapat menjadi metode kredibel yang mampu diterapkan dalam menjawab masalah kepariwisataan (Rahayuningsih n.d.). Dalam jalur pengembangannya, metode *EduCoTourism* kemudian didigitalisasi sehingga dalam implementasinya dapat dinamis sesuai kondisi sosial dan lingkungan.

Strategi

James b. Quinn dalam ritson (2019) menyatakan bahwa pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama, kebijakan dan rangkaian tindakan organisasi ke dalam keseluruhan yang kohesif. Strategi membantu menyusun dan mengalokasikan sumber daya organisasi ke dalam postur yang unik dan layak.

Setiap organisasi akan memiliki tujuan untuk kelangsungan hidupnya. Sebuah pernyataan misi mengungkapkan tujuan mereka dan karena itu dapat menjadi pernyataan singkat. Ini juga terkait dengan gagasan visi bagaimana manajer menafsirkan misi untuk rekan-rekan mereka. Upaya pengembangan memerlukan budaya disiplin visi-misi, sehingga memberikan peluang untuk memajukan perusahaan.

Kebijakan Pemerintah

Prioritas pemerintah daerah Sulawesi Utara untuk membangun kepariwisataan di Kabupaten Kepulauan Talaud, nyata tertuang dalam Perda No. 1 Tahun 2014 tentang RTRW tahun 2014–2034. Kebijakan ini sejalan dengan Perpu No. 50 tahun 2011 yang membahas terkait rancangan utama pengembangan kegiatan pariwisata dengan skala nasional Tahun 2010–2025. Melalui beberapa peraturan tersebut, pemerintah kemudian memasukan Kabupaten Kepulauan Talaud ke dalam 222 Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) dengan menempatkan Manado-Bunaken dan sekitarnya pada nomor urut 41 dari 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang ada. Industri pariwisata dapat menjadi sumber pendapatan asli daerah (PAD), lapangan kerja, penggerak perputaran perekonomian, dan tentu saja membantu masyarakat mengentaskan kemiskinan, Koondoko, dkk (2017).

Laswell dan Kaplan dalam Abidin & Zainal (2004) menyatakan bahwa kebijakan perannya sebagai sarana guna mencapai tujuan, atau sebagai program yang diperuntukan kepada tujuan, nilai dan praktek untuk mencapai kemajuan.

Kebijakan adalah proses mencari peluang yang dilakukan oleh seseorang, kelompok, dan pemerintahan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan dalam mengatasi hambatan (Wahab, Solichin, 2014).

Pemasaran Pariwisata

Dalam konteks pariwisata, teori Grönroos (2006) menjelaskan bahwa pemasaran pariwisata



sata merupakan tentang bagaimana menciptakan nilai kepada konsumen terhadap apa yang diterima dan dirasakan oleh wisatawan ketika melakukan kunjungan ke sebuah objek wisata, menciptakan hubungan baik saat wisatawan berkunjung sehingga ingin kembali dan merekomendasikan ke orang lain, memenuhi kebutuhan wisatawan di saat melakukan perjalanan dan memenuhi janji pada konsumen akan keamanan dan kenyamanan wisatawan di saat melakukan perjalanan wisata.

Pemasaran tidak hanya satu bagian departemen yang melakukannya melainkan kolaborasi tiap-tiap departemen demi menjunjung satu tujuan yaitu pengembangan perusahaan, atau pengembangan destinasi wisata (Davidson *et al*, 2004).

EduCoTourism Konsep Smart and Fun

EduCoTourism adalah perpaduan konsep wisata edukasi dan eko-wisata. *Edutourism* (pariwisata edukasi) adalah pariwisata yang memiliki tujuan pembelajaran dan sejalan dengan eko-wisata yang memiliki tujuan pembelajaran dan ditambah dengan pemeliharaan alam, jadi bukan hanya belajar terhadap konteks melainkan belajar untuk melestarikannya (Khadijah *et al*, 2020).

Ciri-ciri sarana dan jasa *edutourism*, menilik pada jenis sarana dan jasa eko-wisata adalah 1. Melindungi lingkungan sekitarnya, baik yang berupa lingkungan alami maupun kebudayaan lokal; 2. Memiliki dampak minimal terhadap lingkungan alami selama masa konstruksi dan operasinya; 3. Sesuai dengan konteks budaya dan fisik wilayah setempat, misalnya ditandai dengan arsitektur yang menyatu dengan bentuk, lansekap, dan warna lingkungan setempat; 4. Mengurangi tingkat konsumsi air dan menggunakan cara alternatif yang berkelanjutan untuk mendapat tambahan air; 5. Menawarkan program yang berkualitas untuk memberikan pendidikan mengenai lingkungan alami dan kebudayaan setempat terhadap tenaga kerja dan wisatawan; 6.

Mengakomodasikan berbagai program penelitian dalam rangka kontribusi kegiatan *edutourism* terhadap pengembangan berkelanjutan wilayah setempat.

EduCoTourism konsep *Smart and Fun* merupakan modifikasi metode *EduCoTourism* dengan sistem *smart tourism*. Menurut Gretzel (2011), *smart tourism* adalah evolusi teknologi informasi dalam pariwisata di mana secara fisik dan tata kelola pariwisata memasuki ranah digital dan mencapai sebuah inovasi yang mampu membawa pengembangan pariwisata selaras dinamisme kondisi. Berkenan dengan digitalisasi pariwisata maka dibutuhkan kumpulan data yang besar (*big data*) hal ini bertujuan untuk menciptakan nilai yang baru.

Konsep *smart tourism* pada destinasi yaitu destinasi yang menggabungkan aspek digital dan nyata, kerja sama antar konsumen publik-swasta, keterlibatan pemerintah, masyarakat yang kreatif dan canggih, serta produktif menciptakan nilai dan melayani secara mandiri sehingga, *smart tourism destination* adalah hasil interkoneksi destinasi pariwisata dengan berbagai pemangku kepentingan masyarakat melalui *platform* yang dinamis, arus komunikasi pengetahuan yang secara terus menerus, dan memiliki sistem pendukung keputusan yang efektif (Buhalis & Amaranggana, 2015).

Pengertian Pengembangan

Dikaji berdasarkan konteks wilayah/daerah, pengembangan atas prinsipnya adalah proses yang melakukan perubahan secara terencana, terstruktur, terhadap suatu daerah/wilayah yang merujuk pada multiaspek, yaitu ekonomi, lingkungan, infrastruktur, dan sebagainya (Ridwan&Aini, 2019).

McLeod (1995) menyatakan bahwa perkembangan adalah proses dari pertumbuhan ke arah yang lebih maju. Pertumbuhan adalah tahapan peningkatan suatu hal dalam ranah jumlah, ukuran, dan arti pentingnya. Pertumbuhan juga dapat disebut sebagai tahapan dari perkembangan (*a stage of development*), dalam

maknanya mereka berkesinambungan untuk membentuk perubahan yang lebih terbuka dan maju.

Analisis SWOT

Rangkuti (2013), analisis SWOT adalah upaya yang dilakukan berdasarkan logika yang mampu mengoptimalkan kekuatan dan peluang, pada saat bersamaan dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan)-eksternal (peluang dan ancaman) secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Galavan (2014), menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah analisis untuk mendapatkan strategi yang efektif, diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang dan ancaman digunakan untuk mengetahui dunia luar (eksternal perusahaan) sedangkan kekuatan dan kelemahan didapatkan melalui analisis internal perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis SWOT sebagai acuan identifikasi faktor internal-eksternal yang mempengaruhi pengembangan objek wisata yang didasarkan pada konsep *smart and fun*. Penelitian dilakukan selama 3 bulan, dari bulan Februari sampai April 2021 di pulau Sara'a Kabupaten Kepulauan Talaud. Data serta sumber data yang dikumpulkan merupakan data primer dan data sekunder.

Data primer mencakup data yang diperoleh melalui observasi, wawancara pada informan yang telah ditentukan dengan menggunakan daftar pertanyaan atau pedoman wawancara yang telah disiapkan.

Data sekunder didapat melalui buku, jurnal, internet, dan beberapa sumber pustaka yang mendukung penelitian.

Berikut adalah daftar informan yang akan diwawancarai:

- a) Pemerintah Kepulauan Talaud
- b) Dinas Pariwisata

- c) Dinas Kelautan dan Perikanan
- d) Masyarakat penyedia transportasi
- e) Masyarakat umum yang bertempat tinggal dekat pulau
- f) Penjaga pulau
- g) Wisatawan

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada tiga terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Tipe wawancara yang digunakan adalah tipe wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT melalui tiga tahapan yaitu 1.Tahap pengumpulan data; 2.Tahap analisis data; dan 3.Tahapan pengambilan keputusan.

Uji keabsahan data menggunakan tiga mekanisme, yang pertama mekanisme triangulasi, kedua *dependability*, dan ketiga *member-check*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Destinasi Pulau Sara'a

Pulau Sara'a merupakan bagian dari Kecamatan Lirung dengan luas wilayah pulau adalah 3 km² dengan struktur permukaan pulau yang terdiri dari hamparan pasir putih bertekstur halus dan hutan yang masih alami.

Hutan pulau Sara'a oleh pemerintah digunakan sebagai penangkaran beberapa hewan yang dilindungi. Salah satu hewan yang dilindungi dengan status konservasi golongan rentan adalah Ketam Kenari (*Birgus latro*). Sebagai pengingat keistimewaannya maka pemerintah membuat patungnya di pulau Sara'a.



Gambar 1. Hutan dan perairan pulau Sara'a

(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2. Warna Pasir Pantai Pulau Sara'a
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. Tekstur Pasir Pantai
(Dokumentasi Pribadi)

Sejauh mata memandang, kondisi perairan dari zona litoral, sampai neritik ekosistem bahari pulau Sara'a terklasifikasikan jernih. Parameter kualitas ekosistem bahari pulau Sara'a adalah teridentifikasinya bioindikator golongan *Echinodermata* seperti bintang laut dan landak laut/bulu babi di kedalaman $\pm 16-30$ cm, hal ini menunjukkan bahwa perairan atau kebaharian pulau Sara'a tingkat pencemarannya sangat rendah-tidak tercemar.



Gambar 4. Patung Ketam Kenari
(Dokumentasi Pribadi)

Infrastruktur yang menunjang aktivitas wisatawan terdiri dari 4 *coutage* dilengkapi tempat tidur, ac, kursi, meja dan kamar mandi/toilet. Terdapat aula untuk event-event kebudayaan atau acara-acara yang ada kaitannya dengan pemerintahan, menara yang fungsinya adalah memantau aktivitas pengunjung juga sebagai salah satu spot foto yang diminati pengunjung. Jika ingin melakukan eksplorasi pulau, disediakan kendaraan eksplorasi seperti sepeda. Untuk aktivitas pengunjung lainnya, terdapat kamar mandi/toilet umum yang berfungsi untuk tempat pengunjung membersihkan diri setelah berenang dan melakukan rekreasi menggunakan *banana-boat* dan *flying fox*.



Gambar 5. *Banana Boot* (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 6. Aula (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 7. Menara (Dokumentasi Pribadi)

Identifikasi Potensi Pulau Sara'a

Pengembangan potensi pariwisata didasari pada konsep *Smart and Fun* menggunakan adaptasi konsep *Smart* dan *Edu-coTourism*.

1. *Smart*

Dalam rangka pulau Sara'a oleh pemerintah digunakan sebagai tempat penangkaran hewan dilindungi maka setiap aspek pengembangan perlu memikirkan kebaikan populasi hewan-hewan tersebut. Akses internet pulau Sara'a dan bahkan Kab. Kepl. Talaud sudah cukup baik; berdasarkan kebijakan pemerintah tahun ini, 2022 akan diadakan tower jaringan, diharapkan program ini akan terealisasi segera agar proses pengembangan *Smart Tourism* dukung *Edu-CoTourism* berjalan dengan optimal.

Untuk Ekosistem lautnya sendiri memiliki kekayaan biota yang dapat menjadi edukasi bagi para wisatawan. Secara konsep *staycation*,

pengembangan aplikasi berbasis *Edu-coTourism* dapat sangat membantu wisatawan untuk mengakses kekayaan pulau Sara'a baik dari segi edukasi berbagai macam spesies yang menghuni rumah hutan juga spesies dari ekosistem laut pulau Sara'a tanpa perlu datang karena mengingat pandemi Covid-19. Namun SDM (Teknisi dan Akademisi) dalam pemerintahan perlu ditingkatkan kualifikasinya sehingga implementasi konsep ini berjalan terkoordinasi efektif dan optimal.

Dalam pengembangan itu sendiri, wisatawan yang berkunjung dapat terkontrol secara jumlah hal ini dapat menekan tingkat penghasil sampah dalam pulau karena kadang beberapa wisatawan tidak menunjukkan sikap peduli pada keberlanjutan kepariwisataan berbasis ekologi, hal ini dapat mengganggu kehidupan dari satwa-satwa liar yang dilindungi.

Meskipun demikian, fungsi pengembangan ini dapat mensinkronkan edukasi ekologi dengan pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan.

2. *Fun*

Dalam proses pengembangan, jika wisatawan terkontrol jumlah maka proses rekreasi dapat berjalan dengan baik, karena berdasarkan Kenyataan jika terlalu banyak orang datang dalam waktu yang sama maka wisatawan banyak mempertimbangkan kenyamanan dan akhirnya keberuntungan berkisar tidak lama maka kesan istimewa itu tidak tercapai, karena keistimewaan terikat erat dengan *euphoria* yang tercipta saat dalam berwisata.

Ketersediaan *banana-boat* dan *flying fox* dapat menjadi alternatif wisata yang memacu adrenalin, dan ini menambah pengalaman yang baik bagi pengunjung. Sebagai catatan, perlu di tambahkan jumlah dari masing-masing wahana bermain wisata bahari ini.

Secara ekosistem laut baik maka wisatawan dapat melakukan berbagai rekreasi edu-co wisata dengan melakukan konservasi terumbu karang dan atau penyelaman agar lebih dekat dengan biota laut pulau Sara'a namun peme-



rintah perlu segera melakukan zonasi ruang laut bagi pulau Sara'a sehingga kegiatan masyarakat yang mungkin dapat merusak terumbu karang seperti melepas jaring dapat teratasi.

Eksplorasi pulau, pemerintah telah mengadakan kendaraan eksplorasi berupa sepeda, hal ini dapat membuat wisatawan lebih dekat dengan alam serta belajar hal yang baru. Oleh sebab itu sebagai bahan pertimbangan pemerintah perlu mengoptimalkan kondisi ini dengan melibatkan akademisi atau guide yang memahami ekosistem hutan pulau Sara'a.

Pemeliharaan Fasilitas	0.111538
Pemeriharaan & Pemantauan Satwa	0.076923

PEMBAHASAN

Untuk mengembangkan dan mengoptimalkan pariwisata pulau Sara'a dan agar dapat mengikuti pola pariwisata global maka digunakan analisis SWOT sebagai tools analisis strategi berbasis pada konsep *smart and fun* adaptasi *smart tourism* dan *Edu-coTourism* melalui 4 aspek yang memuat indikator penentuan strategi, yaitu faktor kekuatan/*strengths* (S), faktor kelemahan/*weakness* (W), faktor peluang/*opportunities* (O), dan Ancaman/*Threats* (T).

Berikut adalah tabel 1 faktor strategi internal dan tabel 2 faktor strategi eksternal beserta bobot masing-masing.

Tabel 1. Faktor Internal

	FAKTOR STRATEGIS	BOBOT
STRENGTH	Kealamiahn Hutan Pulau Sara'a	0.115385
	Kualitas Ekosistem Bahari	0.111538
	Infrastruktur Eksplorasi	0.111538
	Infrasruktur Penginapan	0.115385
	Internet	0.107692
WEAKNES	Sumber Daya Manusia	0.096154
	Kelembagaan	0.076923
	Manajemen Sistem	0.076923

Tabel 2. Faktor Eksternal

	FAKTOR STRATEGIS	BOBOT
OPPORTUNITIES	Mendatangkan Investor dengan perjanjian kerja terkoordinasi	0.116369
	Peran Masyarakat	0.115981
	Pengembangan Aplikasi <i>Edu-coTourism</i> dan sistem informasi terupdate iklim	0.100853
	Zonasi Ruang Laut	0.116369
	Pengelolaan Sampah <i>recycle</i> tunjang update infrastruktur	0.07758
THREATS	Kondisi Politik Daerah maupun Nasional	0.07758
	Sikap apatis tourist dalam menjaga lingkungan	0.115981
	Oknum-oknum pencari keuntungan Pribadi	0.116369
	Bencana Alam	0.085337
	Mikroplastik bawaan dari laut perkotaan	0.07758

Tabel 3. Matriks IFAS

	FAKTOR STRATEGIS	BOBOT	RATING	SKOR
STRENGTH	Kealamiahn Hutan Pulau Sara'a	0.115385	4	0.461538
	Kualitas Ekosistem Bahari	0.111538	4	0.446154
	Infrastruktur Eksplorasi	0.111538	3	0.334615
	Infrasruktur Penginapan	0.115385	3	0.346154
	Internet	0.107692	3	0.323077
	Total			
WEAKNESS	Sumber Daya Manusia	0.096154	2.4	0.230769
	Kelembagaan	0.076923	2.99	0.23
	Manajemen Sistem	0.076923	2.3	0.176923
	Pemeliharaan Fasilitas	0.111538	2.8	0.312308
	Pemeriharaan & Pemantauan Satwa	0.076923	2	0.153846
	Total			

Tabel 4. Matriks EFAS

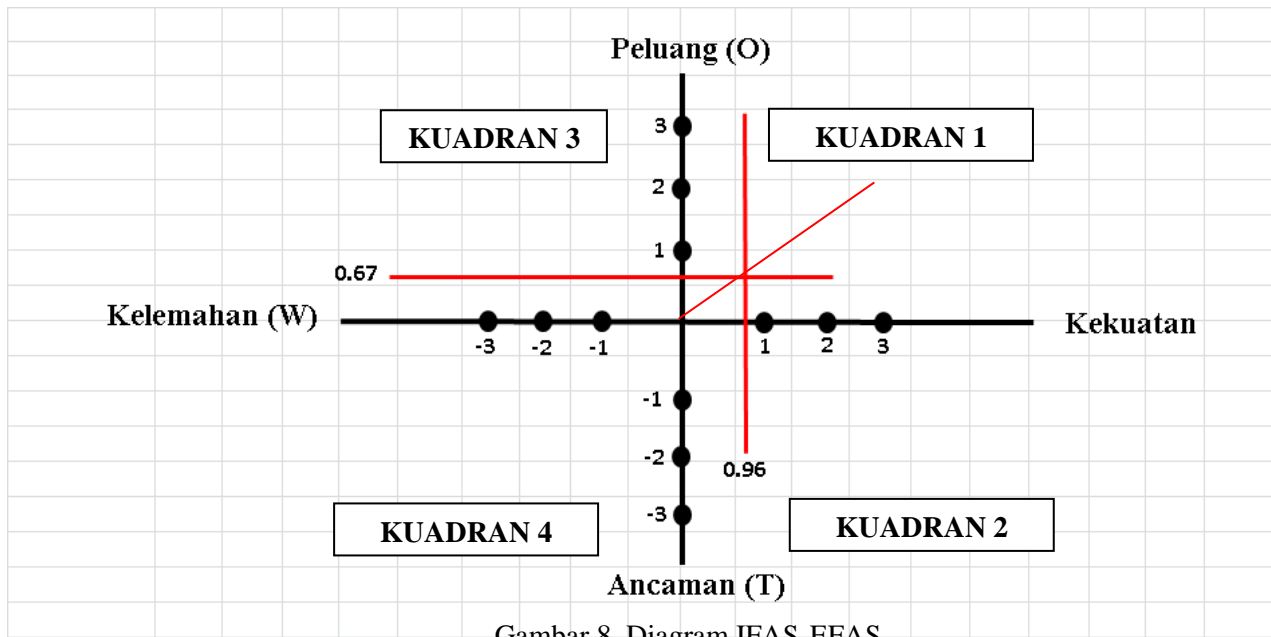
	FAKTOR STRATEGIS	BOBOT	RATING	SKOR
OPPORTUNITIES	Mendatangkan Investor dengan perjanjian kerja terkoordinasi	0.116369	3	0.349108
	Peran Masyarakat	0.115981	4	0.463926
	Pengembangan Aplikasi <i>Edu-coTourism</i> dan sistem informasi terupdate iklm	0.100853	3.5	0.352987
	Zonasi Ruang Laut	0.116369	3	0.349108
	Pengelolaan Sampah <i>recycle</i> tunjang update infrastruktur	0.07758	2.9	0.224981
	Total			1.740109
	FAKTOR STRATEGIS	BOBOT	RATING	SKOR
THREATS	Kondisi Politik Daerah maupun Nasional	0.07758	2	0.155159
	Sikap apatis tourist dalam menjaga lingkungan	0.115981	2	0.231963
	Oknum-oknum pencari keuntungan Pribadi	0.116369	3	0.349108
	Bencana Alam	0.085337	2	0.170675
	Mikroplastik bawaan dari laut perkotaan	0.07758	2	0.155159
	Total			1.0620645

Dari tabel matriks di atas dapat dilihat bobot kekuatan (S) lebih tinggi dari kelemahan (W), bobot kekuatan sebesar 1.91 dan bobot kelemahan sebesar 0.95 ini dapat menunjukkan bahwa kelemahan destinasi pulau Sara'a tidak memiliki pengaruh yang kuat sebagai penghambat pengembangan. Selanjutnya bobot peluang (O) sebesar 1.74 dan bobot ancaman sebesar 1.06, dengan kesempatan yang didapat dari peluang faktor eksternal lebih tinggi dari faktor ancaman maka kekuatan dari destinasi wisata pulau Sara'a dapat didukung secara pengembangannya.

Sebagai detail penggambaran dukungan pengambilan strategi yang efektif,

maka dilakukan perhitungan koordinat analisis IFAS dan EFAS. Berikut adalah mekanisme perhitungan dengan kriteria X adalah titik koordinat faktor internal (horizontal line) dan Y adalah titik koordinat faktor eksternal (vertical line).

Koordinat Analisis Internal (X= skor total S(-)skor total W) Koordinat Analisis Eksternal (Y= skor total O (-) skor total T) dari hasil perhitungan didapat koordinat X adalah 0.96 dan Y adalah 0.67.



Gambar 8. Diagram IFAS-EFAS

Kriteria Kuadran:

- 1: *Growth*; mendukung strategi (agresif)
- 2: Strategi diversifikasi
- 3: Ubah strategi/Konvensional
- 4: Strategi defensive.

Berdasarkan diagram IFAS-EFAS di atas maka skor strategi pengembangan dibasiskan pada konsep *smart and fun* berada pada kuadran 1, artinya strategi dapat di jalankan secara progresif.

Strategi SO Dalam Pengembangan Pulau Sara'a Sebagai Pariwisata *Smart and Fun*

Strategi dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Dalam pengelolaan secara optimal maka pemerintah perlu bekerja sama dengan beberapa pihak selaku investor dengan dilakukan perjanjian kerja terkoordinasi.
2. Dalam melindungi ekosistem hutan dan bahari, diperlukan kerja sama pemerintah dengan masyarakat pesisir.
3. Membuat aplikasi berbasis *Edu-CoTourism* dan meningkatkan sistem dan teknologi informasi.
4. Dirumuskan zonasi ruang laut pulau Sara'a.

5. Diadakan inovasi *recycle* sebagai bagian dari memproduksi infrastruktur secara ekonomis.

Strategi WO dalam Pengembangan Pulau Sara'a Sebagai Pariwisata *Smart and Fun*

1. Kualifikasi sumber daya manusia dapat ditingkatkan melalui *training* baik secara teknis maupun akademis.
2. Kelembagaan perlu melakukan *upgrade* sistem, dan mendukung komunitas-komunitas yang bergerak dalam bidang lingkungan dan konservasi.
3. Mempertegas sistem kepariwisataan tunjang pengembangan sistem secara bertahap menuju *smart tourism* dukung pariwisata berkelanjutan.
4. Sebagai bagian dari tempat penangkaran dari beberapa hewan yang



dilindungi maka upgrade sistem pariwisata ke jalur konservasi, sebagai bagian dari pemeliharaan dan pemantauan kondisi sat-wa.

Strategi ST dalam Pengembangan Pulau Sara'a Sebagai Pariwisata *Smart and Fun*

Strategi ST dapat dijabarkan sebagai berikut

1. Menekankan adaptasi gaya hidup dukungan kesejahteraan lingkungan bagi masyarakat.
2. Memperketat keamanan penjagaan pulau, hal ini bertujuan agar kuantitas barang tidak berkurang akibat pencurian oleh oknum-oknum masyarakat.
3. Upgrade sistem tanggap bencana.

Strategi WT Dalam Pengembangan Pulau Sara'a Sebagai Pariwisata *Smart and Fun*

Strategi WT dapat dijabarkan sebagai berikut

1. Dilakukan pengecekan secara bertahap jika berkenan dengan birokrasi yang memiliki sikap kerja periode.
2. Guide diperlukan sebagai kontrol wisatawan juga sebagai penanggung jawab *tour*

SIMPULAN

Potensi pulau Sara'a yang kaya akan sumber daya alamnya memerlukan sebuah adaptasi inovasi strategi pengembangan yang dekat dengan pengembangan pariwisata nasional maupun global. *Smart and fun* adalah konsep adaptasi *smart tourism* dan *Edu-coTourism* yang digunakan sebagai acuan pendukung optimalisasi pengolahan sumber daya yang ada pada pulau Sara'a, sebagai destinasi pariwisata. Strategi dirumuskan berdasarkan analisis faktor kekuatan dan kelemahan pulau serta peluang dan ancaman bagi pengembangan pulau Sara'a. Dan darinya dihasilkan kelemahan dan ancaman tidak

memiliki pengaruh kuat sebagai penghalang pengembangan pulau Sara'a.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Zainal, S. (2004). *Kebijakan Publik*. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah
- Buhalis, D. Amaranggana, A. (2015). *Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services, in Tussyadiah*. Proceeding Lugano Springer Verlag Wien, pg. 377-390
- Davidson, H. Keegan, w. Brill, E. *Offensive Marketing: An Action Guide to Gaining Competitive Advantage*. Elsevier Butterworth Heinemann
- Direktorat Jasa Kelautan Direktorat Jendral Pengelolaan Ruang Laut. (2017). *Business Plan (Perencanaan Pengembangan Bisnis) Sentra Kelautan dan Perikanan Terpadu (SKPT) Kabupaten Kepulauan Talaud*. Kementerian Kelautan dan Perikanan
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBook.
- Grönroos, C. (2006) . *Adopting a Service Logic For Marketing*. Marketing Theory, 6(8),317-333.
- Gretzel, U. *Intelligent Systems in Tourism: A Social Science Perspective*. *Annals of Tourism Research*, v.38, n.p. 757-779, 2011
- Jovicic, D. 2019. *From The Traditional Understanding Of Tourism Destination to The Smart Tourism Destination*. Current Issues In Tourism. Vol. 22, 2019 (pg. 276-282)
- Khadijah, dkk. (2020) . *Komunikasi Multi-kultur dalam Konteks Pariwisata*. Bandung: Unpad Press
- Koondoko, Y. Putra, N. Paturusi, S. (2017). *Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kepulauan Talaud Provinsi Sulawesi Utara*. JUMPA 4 [1]: 136-150
- McLeod, R. (1995) . *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Perda No. 1 Tahun 2014 tentang RTRW tahun 2014 – 2034.
- Perpu No. 50 Tahun 2011.



- Priasni, dkk. 2020. *Invasi Staycation Dalam Bidang Digital Tourism Dengan Memanfaatkan Teknologi Internet Of Things Dan Virtual Reality*. Prosiding SENTIK STI&K. Vol. 4 No. 1 (2020)
- Ridwan, M. Aini, W. (2019) . *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Jogjakarta: Deepublish.
- Ritson, N. *Business Strategy And Strategic Planning: A Definition And Definitive Guide 2nd Ed*. Bookboon: The eBook Company
- Wahab, Solichin (2014). *Analisis Kebijakan (Dari Formulasike Penyusunan Model-model Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara