

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER DI MANGROVE PANDANG TAK JEMU BATAM

CULINARY TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN MANGROVE PANDANG TAK JEMU BATAM

Yobel Ketaren, Rosie Oktavia Puspita Rini, Miratia Afriani, Heri Nuryanto, Frangky Silitonga

Batam Tourism Polytechnic, Indonesia

yobelketaren@gmail.com, rosie@btp.ac.id, mira@btp.ac.id, heri@btp.ac.id, frangky@btp.ac.id

Abstrak: Wisata kuliner di *Mangrove* Pandang Tak Jemu Batam memiliki potensi untuk dikembangkan, ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah wisatawan asing maupun wisatawan nusantara yang kunjungan tiap tahun terus meningkat. Namun, kegiatan di kawasan wisata kuliner tersebut belum berjalan dengan baik dikarenakan pengembangan dan penataan kawasan wisata kuliner yang belum optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi dan perencanaan yang tepat dalam pengembangan kawasan wisata kuliner di *Mangrove* Pandang Tak Jemu Batam. Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif dengan metode wawancara dan kuesioner kepada informan. Strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di *Mangrove* Pandang Tak Jemu Batam dilakukan dengan mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui analisis SWOT. Analisis SWOT menghasilkan posisi strategis di kuadran pertama sebagai strategi agresif dimana mencerminkan situasi yang menguntungkan dan wisata kuliner di *Mangrove* Pandang Tak Jemu memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

Kata kunci: Strategi pengembangan, Wisata Kuliner, Analisis Swot

Abstract: *Culinary tourism in Mangrove Pandang Tak Jemu Batam has the potential to be developed, this is due to the increasing number of foreign tourists and domestic tourists who visit every year continue to increase. However, activities in the culinary tourism area have not been running well due to the development and arrangement of culinary tourism areas that have not been optimal. The purpose of this study is to formulate the right strategy and planning in the development of the culinary tourism area in Mangrove Pandang Tak Jemu Batam. This type of research is qualitative descriptive with interview methods and questionnaires to informants. The strategy for the development of culinary tourism areas in Mangrove Pandang Tak Jemu Batam is carried out by identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats through SWOT analysis. SWOT analysis results in a strategic position in first quadrant as an aggressive strategy which reflects the favorable situation and culinary tourism in Mangrove Pandang Tak Jemu has the power to take advantage of the available opportunities.*

Keywords: *Development Strategy, Culinary Tourism, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

Batam, sebuah kota yang terletak di wilayah Kepulauan Riau, Indonesia, memiliki lokasi yang sangat strategis. Kota ini dikelilingi oleh Selat Malaka dan Selat Singapura, menjadikan Singapura dan Malaysia sebagai negara yang paling dekat dengan Kota Batam dan terletak di jalur laut internasional. Dengan letak yang demikian, Kota Batam kerap menjadi tempat singgah

bagi para wisatawan dan Kota Batam mengambil keuntungan tersendiri karena kunjungan wisatawan mancanegara meningkat. Dilihat dari Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata jumlah kunjungan meningkat sekitar 84% di tahun 2022 ke 2023. Begitu juga dengan kunjungan wisatawan nusantara yang meningkat. Dengan peningkatan ini Kota Batam

memiliki potensi yang besar di dunia pariwisata (D. Sianturi & Purwanti, 2021)

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Batam Tahun 2019-2023

| Tahun | Jumlah Wisatawan Mancanegara |
|-------|------------------------------|
| 2019 | 1,675,693 |
| 2020 | 299,158 |
| 2021 | 2,651 |
| 2022 | 565,936 |
| 2023 | 1,192,931 |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kepulauan Riau 2019-2023

| Tahun | Jumlah Wisatawan Nusantara |
|-------|----------------------------|
| 2019 | 4,79,813 |
| 2020 | 745,581 |
| 2021 | 835,672 |
| 2022 | 1,511,354 |
| 2023 | 2,295,496 |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Kota Batam memiliki beraneka macam wisata, salah satu wisata yang berpotensi tinggi dijadikan daya tarik wisata ialah wisata alam. Wisata alam adalah upaya memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan yang telah ditetapkan sebagai objek dan daya tarik wisata untuk dijadikan tujuan wisata (Pradipta, 2022). Salah satu wisata alam yang terkenal di kalangan turis di pulau Batam ialah wisata alam Mangrove Pandang Tak Jemu.



Gambar 1. Kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu Batam

Berdasarkan gambar 1, tempat wisata ini menjadikan mangrove disekitarnya sebagai daya tariknya dan dengan dukungan dari pemerintah Kota Batam, komunitas pesisir (pokdarwis mangrove pandang tak jemu) mengubah desa ini menjadi desa wisata pada tahun 2017. Tujuan dari pengembangan ini adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat desa wisata, mempromosikan potensi wisata, dan menjaga dan melestarikan mangrove. Berdasarkan pendapatan dari tahun 2020 sampai 2023 bisa disimpulkan pendapatan terus bertambah yang disebabkan oleh meningkatnya jumlah kunjungan tahun ke tahun dimana ini menjadi peluang.

Tabel 3. Pendapatan Mangrove Pandang Tak Jemu Batam 2020-2023

| Tahun | Pendapatan |
|-------|------------|
| 2020 | 0 |
| 2021 | 500,000 |
| 2022 | 23,000,000 |
| 2023 | 58,000,000 |

Sumber: Pengelola Mangrove Pandang Tak Jemu Tahun, 2024

Dengan keunikan alam, kawasan ini memiliki potensi untuk menarik lebih banyak wisatawan, terutama di sektor kuliner yang dapat menjadi daya tarik tersendiri. Mangrove Pandang Tak Jemu sendiri memiliki makanan khas yang menjadi daya tarik para pengunjung yang diolah langsung oleh masyarakat sekitar desa wisata ini salah satu contohnya ialah donat meong yang dimana ini menjadi salah satu ikon desa wisata ini. Dikutip dari (Kemenparekraf, n.d.) donat meong terbuat dari adonan tepung terigu, telur, gula, dan susu. Adonan ini kemudian dicetak dengan cetakan khusus berbentuk kepala kucing. Donat meong biasanya digoreng dengan minyak panas hingga matang dan berwarna kuning keemasan. Donat meong memiliki cita rasa yang manis dan gurih. Donat ini dihiasi dengan taburan gula halus dan cokelat cair. Donat meong biasanya disajikan dengan taburan meses atau parutan keju. Makanan khas lainnya yang tak kalah menarik lainnya ialah otak-otak ikan. Dan masih banyak lagi kuliner khas desa wisata ini seperti gogos atau buras, teh tarek, aneka makanan *seafood*, dan produk UMKM seperti stik keju, kacang padi, dan bolu-boluan yang langsung diberdayakan oleh masyarakat sekitar desa wisata ini. Meskipun kuliner di desa wisata ini memiliki potensi karena kuliner yang khas dan beragam serta langsung dibuat oleh masyarakat sekitar, masi belum dapat

dikembangkan secara optimal. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi penulis. Terdapat beberapa kuliner khas yang dibuat atau dijual ketika ada acara besar saja yang dimana ketika pengunjung yang hanya datang untung berkunjung tidak dapat mencicipi atau sekedar melihat kuliner khas desa wisata ini.

Keberadaan sektor pariwisata memiliki potensi untuk dikembangkan guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan dan rekreasi. Oleh karena itu, diperlukan pembangunan di bidang pariwisata (Kurniawan & Artisa, 2023). Salah satu sektor pariwisata yang paling menjanjikan adalah kuliner. Kuliner sebagai salah satu sektor pariwisata yang memiliki peran penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Kuliner menempati urutan pertama dengan presentase 69,05%, diikuti oleh subsektor FAV (Film, Animasi, Video) 42,86% dan subsektor Fashion sebesar 40,48% (Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif, 2023-2024). Wisata kuliner merupakan pilihan alternatif yang dapat mendukung berbagai jenis wisata seperti wisata alam, budaya, sejarah, dan bahari (Rachão et al., 2019). Menurut (Rini, 2021) Saat ini, saat melakukan wisata kuliner, wisatawan tidak hanya mencari makanan dengan tujuan sekedar makan dan mengenyangkan perut. Wisata kuliner tidak hanya mencakup

proses pembuatan dan penyajian makanan, tetapi juga aspek budaya yang melekat pada makanan tersebut, orang-orang yang terlibat dalam produksinya, serta akses untuk menikmati hidangan tersebut (Untari, 2019). Meskipun sering dianggap sebagai pelengkap dalam dunia pariwisata, wisata kuliner memiliki potensi besar untuk dikembangkan, karena wisatawan sering kali tertarik untuk mencicipi makanan khas dari daerah yang mereka kunjungi (Theodora, 2022).

Wisata kuliner kini menjadi daya tarik yang semakin diminati oleh wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri (Sinaga Murni, 2023). Dengan mengembangkan wisata kuliner, Mangrove Pandang Tak Jemu di Batam dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperluas segmentasi pengunjung. Pengembangan sektor ini juga membawa dampak positif terhadap perekonomian lokal. Seiring bertambahnya wisatawan, permintaan terhadap produk kuliner akan meningkat, memberikan peluang bagi masyarakat setempat untuk mengembangkan bisnis kuliner. Selain itu, pengembangan wisata kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu juga dapat berkontribusi pada pelestarian budaya lokal. Melalui pengenalan makanan tradisional dan resep warisan, hal ini akan membantu menjaga

dan melestarikan kekayaan budaya dan kuliner daerah tersebut.

Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana strategi pengembangan wisata kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu Batam? Dalam penelitian ini menggunakan 2 teori utama yang pertama mengenai wisata kuliner dan selanjutnya mengenai strategi pengembangan dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan Kota Batam sebagai destinasi wisata yang lebih baik dan lebih berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan

Menurut (Candrawati Sri & Wahyuni Sri, 2021) strategi pengembangan adalah upaya untuk memajukan atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada, bertujuan untuk mengembangkan produk dan jasa yang bermutu, seimbang, dan bertahap. Strategi pengembangan juga bertujuan untuk mengelola potensi pariwisata yang dapat berdampak pada perekonomian. Oleh karena itu, tidak hanya masyarakat pengelola lokasi wisata saja yang merasakan dampak ekonominya, namun kelompok pelaku ekonomi lainnya seperti pedagang

makanan, oleh-oleh, hotel, jasa transportasi, dan lain-lain juga akan merasakan dampaknya (Ismail, 2020). Menurut (Friskila Angela, 2023) Strategi pengembangan harus melibatkan masyarakat lokal secara aktif. Melalui partisipasi mereka dalam kegiatan, masyarakat lokal dapat berpartisipasi dalam konservasi dan mendapatkan manfaat ekonomi dari pariwisata berkelanjutan, dan untuk mendapatkan pencapaian strategi pembangunan yang tepat yaitu dengan mengetahui faktor internal dan eksternal dapat diidentifikasi dengan bantuan analisis SWOT (Dermawan et al., 2022). Dapat disimpulkan Secara keseluruhan, keberhasilan strategi pengembangan tidak hanya bergantung pada perbaikan infrastruktur atau peningkatan mutu layanan, tetapi juga pada pelibatan aktif masyarakat lokal, analisis faktor internal dan eksternal, serta evaluasi strategi yang terus menerus untuk mencapai hasil yang optimal dalam jangka panjang.

B. Wisata Kuliner

Menurut (Simatupang, 2018) kata memasak berasal dari bahasa Latin, *Culinarius*. *Culinarius* mengacu pada makanan yang berhubungan dengan memasak. Kata "makanan" berasal dari hal-hal yang

berhubungan dengan memasak dan makan. Saat ini, wisata kuliner menjadi merek baru yang banyak dipilih wisatawan dan memberikan pengalaman sensorik dan emosional yang memuaskan kebutuhan mereka (Di-Clemente et al., 2020). Wisata kuliner menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (ICTA) dalam (Agustin et al., 2020) merupakan kegiatan makan dan minum unik yang dilakukan oleh setiap wisatawan. Sedangkan menurut (Rahayu et al., 2022) wisata kuliner adalah rekreasi yang berkaitan dengan ketersediaan makanan dan minuman. Para pengunjung biasanya melakukan pencarian dan mencicipi makanan tradisional dari wilayah yang mereka kunjungi. Di wisata kuliner, wisatawan dapat memilih dan menikmati makanan sesuai dengan selera mereka masing-masing. Wisata kuliner sendiri adalah jenis wisata yang tidak semata-mata untuk mengisi perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga untuk mendapatkan pengalaman menarik dengan memakan dan memasak makanan khas tiap daerah (Kristiana et al., 2018) dan menurut (Gupita, 2020) Wisata kuliner menjanjikan banyak peluang bisnis, terutama jika

tempat-tempat ini telah dipromosikan ke turis asing. Dengan demikian, wisata kuliner tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menikmati makanan, tetapi juga sebagai jembatan untuk mengenal budaya, tradisi, dan sejarah suatu tempat melalui pengalaman kuliner. Wisatawan yang berpartisipasi dalam wisata kuliner tidak hanya menikmati makanan yang disajikan, tetapi juga menyelami cerita dan identitas di balik setiap hidangan, menciptakan pengalaman yang kaya dan bermakna. Wisata kuliner dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan warisan budaya lokal, meningkatkan perekonomian lokal, serta membangun hubungan yang lebih kuat antara wisatawan dan masyarakat lokal.

METODOLOGI

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Moleong, 2017) kualitatif merupakan upaya untuk mengenal dan memahami berbagai fenomena yang terjadi pada subjek penelitian secara keseluruhan sedangkan pendekatan deskriptif merupakan

data yang diperoleh dianalisis dalam bentuk kata-kata, gambar, atau perilaku. Analisis ini disajikan melalui deskripsi naratif yang menggambarkan situasi atau kondisi yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan kuesioner dengan informan yang mengerti dan terlibat dalam wisata kuliner *Mangrove Pandang Tak Jemu Batam*. Kemudian data sekunder yang digunakan merupakan data yang diperoleh dari membaca sumber-sumber literatur, data dari Biro Pusat Statistik serta jurnal yang terkait dengan penelitian.

B. Metode Analisis

Dengan menggunakan analisis SWOT, analisis ini adalah proses mengidentifikasi berbagai faktor secara terstruktur untuk merancang strategi. Ini merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau inisiatif bisnis. Keempat elemen ini membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) (Mashuri & Nurjannah, 2020). Selanjutnya ialah dengan menentukan bobot, rating, dan skor matrik IFAS (*Internal Factor*

Analysis Summary) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) agar dapat menentukan diagram kartesius SWOT. Menurut (Ardiansyah & Silmi, 2022) IFAS adalah strategis yang meringkas serta mengevaluasi faktor internal perusahaan yaitu faktor kekuatan dan faktor kelemahan. EFAS adalah strategis yang meringkas serta mengevaluasi faktor eksternal perusahaan yaitu faktor peluang dan faktor ancaman. Menurut (Cahayani & Silitonga, 2024) berikut cara penilaiannya: Pertama dengan menentukan bobot pada matriks IFAS & EFAS dengan cara total nilai perindikator dibagi nilai total kuesioner indikator IFAS & EFAS. Selanjutnya dengan menentukan rating dengan cara total nilai per indikator dibagi dengan jumlah responden yang mengisi kuesioner. Terakhir dengan menentukan skor dengan cara bobot dikali rating. Narasumber kuesioner berjumlah 3 (Tiga) orang dan berasal dari Ketua Kelompok Sadar Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu, Ketua Kuliner Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu, dan Dinas Pariwisata Kota Batam dan dipilih secara *purposive sampling*. Menurut (Lenaini, 2021) *purposive sampling* adalah teknik

dimana peneliti memastikan pemilihan sampel melalui metode yang menentukan identitas spesifik sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat menjawab pertanyaan riset. Sebagai contoh, jika penelitian dilakukan tentang kualitas makanan, maka sumber informasinya adalah ahli di bidang makanan. Begitu pula jika penelitian terkait politik, maka yang dipilih sebagai sampel adalah pakar di bidang politik. Sampel ini lebih tepat digunakan untuk penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak bertujuan membuat generalisasi. Langkah berikutnya adalah menyusun diagram kartesius. Diagram ini digunakan untuk mengidentifikasi kuadran mana yang mencerminkan posisi yang sedang dianalisis. Menurut (Siagian, 2005) untuk menentukan dimana letak kuadran yang tepat untuk bisnis perusahaan adalah dengan cara menghitung selisih nilai dari kedua faktor internal dan kedua faktor eksternal. Jika selisih sudah ditemukan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan letak titik dari hasil selisih nilai tersebut. Untuk faktor internal, apabila hasilnya adalah positif (+), maka titik pertama terletak pada garis horizontal sebelah kanan nilai 0, begitupula sebaliknya.

Sedangkan untuk faktor eksternalnya, apabila hasilnya adalah positif (+), maka titik kedua terletak pada garis vertikal disebelah atas nilai 0, begitupula sebaliknya. Kemudian, jika 2 titik ini dihubungkan, maka akan terpilihlah daerah kuadran yang nantinya akan dipilih untuk mengetahui strategi apa yang tepat, yang akan digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil adaptasi dari (Zulkarnain et al., 2023) yang berjudul "Analisis IFAS dan EFAS Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sekitar Pantai Losari" kemudian di modifikasi dan diolah berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti.

Sumber: Data diadaptasi dari (Zulkarnain et al., 2023). Kemudian di modifikasi, dan diolah, 2024

Tabel 5. Faktor Eksternal Wisata Kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu Batam

| Faktor Eksternal | |
|--|---|
| Peluang | Ancaman |
| 1. Kawasan wisata Mangrove Pandang Tak Jemu memiliki peluang yang disebabkan oleh tingkat aksesibilitas yang mudah baik dari segi lokasi, transportasi umum, maupun ketersediaan petunjuk arah | 1. Adanya tempat wisata sejenis dan/atau tidak sejenis |
| 2. Terciptanya peluang yang disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dalam melakukan promosi tentang kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu | 2. Belum ada dukungan dari masyarakat sekitar dalam pengembangan kawasan wisata kuliner |
| 3. Terciptanya peluang yang disebabkan oleh banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung ke kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu | 3. Kerjasama dengan pihak swasta belum terwujud |
| 4. Banyak penginapan di sekitar kawasan wisata kuliner | 4. Rendahnya minat investor untuk berinvestasi |
| 5. Terciptanya peluang dalam melakukan peningkatan inovasi produk kuliner di kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu | 5. Kesadaran pedagang kaki lima untuk menjaga kawasan wisata kuliner masih kurang |
| 6. Terciptanya peluang dalam pengembangan sarana dan prasarana seperti sarana transportasi, akomodasi, fasilitas kesehatan, dan fasilitas lainnya serta atraksi wisata melalui kerjasama dengan pihak lain | 6. Kesadaran wisatawan untuk menjaga kawasan wisata kuliner masih kurang |
| 7. Peningkatan kapabilitas SDM pengelola kawasan wisata kuliner melalui kerjasama dengan pihak lain | 7. Dampak aktivitas wisata kuliner terhadap kelestarian lingkungan |
| | 8. Pertumbuhan kawasan yang tidak terkendali |

Sumber: Data diadaptasi dari (Zulkarnain et al., 2023). Kemudian di modifikasi, dan diolah, 2024

Diperoleh IFAS & EFAS sekaligus menjadi indikator pertanyaan kuesioner terkait strategi pengembangan wisata kuliner. Hasil adaptasi dan modifikasi faktor internal dan eksternal tersaji pada tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Faktor Internal Wisata Kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu Batam

| Faktor Internal | |
|---|--|
| Kekuatan | Kelemahan |
| 1. Kawasan wisata kuliner di sekitar mempunyai daya tarik unggulan | 1. Penataan kawasan wisata kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu masih memerlukan |
| 2. Kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu memiliki atraksi pendukung seperti event yang beragaman, festival seni, budaya dan hiburan | 2. Program pengembangan kuliner masih sederhana |
| 3. Rencana dan program pengembangan objek wisata kuliner bersama dinas pariwisata kota Batam disusun dan dilaksanakan setiap tahun | 3. Keamanan kawasan wisata kondusif |
| 4. Wisatawan memiliki kemudahan aksesibilitas ke objek wisata kuliner di kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu, baik dari segi lokasi, transportasi umum, maupun ketersediaan petunjuk arah | 4. Minimnya sarana dan prasarana transportasi, akses kesehatan, dan fasilitas pendukung pengembangan kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu |
| 5. Harga tiket masuk kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu tergolong murah dan terjangkau | 5. Keterbatasan lahan parkir |
| 6. Pengelola sudah melakukan promosi yang cukup baik baik itu offline atau online tentang kawasan wisata kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu | |

D. Matriks IFAS

Tabel 6. Matriks IFAS

| NO | INDIKATOR | NILAI TOTAL | BOBOT | RATING | SKOR |
|-----------------------|---|-------------|-------|--------|-------|
| | | | | | |
| 1 | Kawasan wisata kuliner di sekitar mempunyai daya tarik unggulan | 12 | 0.10 | 4.000 | 0.393 |
| 2 | Kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu memiliki atraksi pendukung seperti event yang beragaman, festival seni, budaya dan hiburan | 13 | 0.11 | 4.333 | 0.462 |
| 3 | Rencana dan program pengembangan objek wisata kuliner bersama dinas pariwisata kota Batam disusun dan dilaksanakan setiap tahun | 12 | 0.10 | 4.000 | 0.393 |
| 4 | Wisatawan memiliki kemudahan aksesibilitas ke objek wisata kuliner di kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu, baik dari segi lokasi, transportasi umum, maupun | 12 | 0.10 | 4.000 | 0.393 |
| 5 | Harga tiket masuk kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu tergolong murah dan terjangkau | 13 | 0.11 | 4.333 | 0.462 |
| 6 | Pengelola sudah melakukan promosi yang cukup baik baik itu offline atau online tentang kawasan wisata kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu | 12 | 0.10 | 4.000 | 0.393 |
| TOTAL KEKUATAN | | | 0.61 | | 2.50 |
| 1 | Penataan kawasan wisata kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu masih memerlukan | 13 | 0.11 | 4.333 | 0.462 |

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan identifikasi dari faktor strategis internal yang telah diadaptasi dan dimodifikasi, diperoleh kekuatan dan kelemahan. Setelah para narasumber menyelesaikan pengisian kuesioner yang memuat indikator kekuatan dan kelemahan, diperoleh bobot dan rating yang kemudian disajikan pada tabel 6. Hasil pembobotan memperlihatkan indikator kekuatan yang memiliki nilai tertinggi ialah poin kedua dan kelima menandakan bahwa Mangrove Pandang Tak Jemu memiliki beragam atraksi pendukung seperti event yang beragaman, festival seni, budaya dan hiburan dan poin kelima menandakan harga tiket masuk kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu tergolong murah dan terjangkau. Sedangkan kelemahan utama yang menghambat terletak di poin pertama yaitu penataan kawasan wisata kuliner di Mangrove Pandang Tak Jemu masih diperlukan. Berdasarkan tabel 6 diketahui total skor kekuatan sebesar 2.50 (dua koma

lima puluh) dan total skor kelemahan sebesar 1.31 (satu koma tiga satu). Total skor *IFAS* adalah sebesar 1.19 (satu koma satu sembilan) yang didapat dengan mengurangkan total skor kekuatan dengan total skor kelemahan. Diperoleh juga posisi koordinat pada sumbu X ialah 1.19 (satu koma satu sembilan). Ini menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar *Mangrove Pandang Tak Jemu Batam* memiliki potensi yang dapat menjadi dasar untuk pengembangan pariwisata. Ini bisa menjadi langkah untuk membuat kelemahan yang ada dapat diminimalkan jika potensi tersebut dimaksimalkan dengan baik.

C. Matriks EFAS

Tabel 7. Matriks EFAS

| NO | INDIKATOR | NILAI | BOBOT | RATING | SKOR |
|--------------------|---|-------|-------|--------|-------|
| | | TOTAL | | | |
| 1 | Kawasan wisata Mangrove Pandang Tak Jemu memiliki peluang yang disebabkan oleh tingkat aksesibilitas yang mudah baik dari segi lokasi, transportasi umum, maupun ketersediaan petunjuk arah | 14 | 0.09 | 4.667 | 0.441 |
| 2 | Terciptanya peluang yang disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dalam melakukan promosi tentang kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu | 12 | 0.08 | 4.000 | 0.324 |
| 3 | Terciptanya peluang yang disebabkan oleh banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung ke kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu | 12 | 0.08 | 4.000 | 0.324 |
| 4 | Banyak penginapan di sekitar kawasan wisata kuliner | 10 | 0.07 | 3.333 | 0.225 |
| 5 | Terciptanya peluang dalam melakukan peningkatan inovasi produk kuliner di kawasan Mangrove Pandang Tak Jemu | 12 | 0.08 | 4.000 | 0.324 |
| 6 | Terciptanya peluang dalam pengembangan sarana dan prasarana seperti sarana transportasi, akomodasi, fasilitas kesehatan, dan fasilitas lainnya serta atraksi wisata melalui kerjasama dengan pihak lain | 13 | 0.09 | 4.333 | 0.381 |
| 7 | Peningkatan kapabilitas SDM pengelola kawasan wisata kuliner melalui kerjasama dengan pihak lain | 12 | 0.08 | 4.000 | 0.324 |
| TOTAL PELUANG | | | 0.57 | | 2.34 |
| 1 | Adanya tempat wisata sejenis dan/atau tidak sejenis | 12 | 0.08 | 4.000 | 0.324 |
| 2 | Belum ada dukungan dari masyarakat sekitar dalam pengembangan kawasan wisata kuliner | 5 | 0.03 | 1.667 | 0.056 |
| 3 | Kerjasama dengan pihak swasta belum terwujud | 4 | 0.03 | 1.333 | 0.036 |
| 4 | Rendahnya minat investor untuk berinvestasi | 9 | 0.06 | 3.000 | 0.182 |
| 5 | Kesadaran pedagang kaki lima untuk menjaga kawasan wisata kuliner masih kurang | 8 | 0.054 | 2.667 | 0.144 |
| 6 | Kesadaran wisatawan untuk menjaga kawasan wisata kuliner masih kurang | 8 | 0.054 | 2.667 | 0.144 |
| 7 | Dampak aktivitas wisata kuliner terhadap kelestarian lingkungan | 9 | 0.06 | 3.000 | 0.182 |
| 8 | Pertumbuhan kawasan yang tidak terkendali | 8 | 0.05 | 2.667 | 0.144 |
| TOTAL ANCAMAN | | | 0.43 | | 1.21 |
| TOTAL | | 148 | 1.000 | | 3.559 |
| O-T=2.34-1.21=1.13 | | | | | |

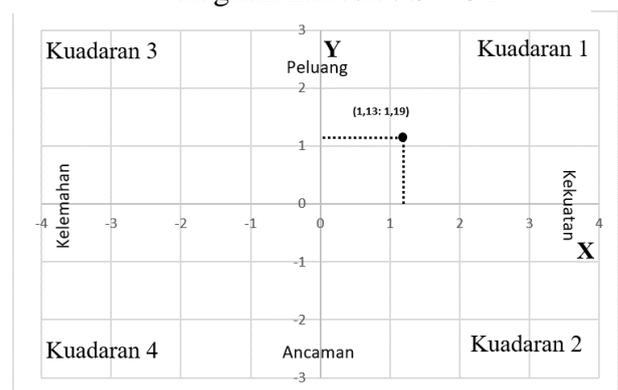
Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan identifikasi dari faktor strategis eksternal yang telah diadaptasi dan dimodifikasi, diperoleh peluang dan ancaman. Setelah para narasumber menyelesaikan pengisian kuesioner yang memuat indikator peluang dan ancaman, diperoleh bobot dan rating yang kemudian disajikan pada tabel 7. Hasil pembobotan memperlihatkan indikator peluang yang memiliki nilai tertinggi ialah poin pertama menandakan bahwa kawasan wisata Mangrove Pandang Tak Jemu memiliki peluang yang disebabkan oleh tingkat aksesibilitas yang mudah baik dari segi

lokasi, transportasi umum, maupun ketersediaan petunjuk arah. Sedangkan ancaman utama yang menghambat terletak di poin pertama yaitu Adanya tempat wisata sejenis dan/atau tidak sejenis. Berdasarkan tabel 7 diketahui total skor peluang sebesar 2.34 (dua koma tiga empat) dan total skor ancaman sebesar 1.21 (satu koma dua satu). Total skor EFAS adalah sebesar 1.13 (satu koma satu tiga) yang didapat dengan mengurangkan total skor peluang dengan total skor ancaman. Diperoleh juga posisi koordinat pada sumbu Y ialah 1.13 (satu koma satu tiga). Ini menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar Mangrove Pandang Tak Jemu Batam memiliki peluang yang dapat membantu mengembangkan pariwisata.

Sumber: Data diolah, 2024

Gambar 2. Posisi strategi pada diagram kartesius SWOT



Penjelasan mengenai gambar diatas dapat dijabarkan menurut (Kurniawan &

Artisa, 2023) sebagai berikut: kuadran satu merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dalam kuadran ini, strategi yang perlu diterapkan adalah strategi yang mendukung kebijakan secara agresif. Kuadran dua: meskipun menghadapi berbagai ancaman, akan tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang perlu diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang jangka panjang melalui pendekatan diversifikasi. Kuadran tiga: memiliki peluang akan tetapi harus menghadapi kelemahan pada internal Strategi yang perlu diterapkan adalah mengurangi masalah internal agar dapat mengambil peluang pasar yang lebih baik. Kuadran empat: Strategi yang diambil adalah strategi bertahan, dengan fokus pada mengurangi masalah internal dan menghindari ancaman. Berdasarkan hasil analisis *IFAS* dan *EFAS* strategi pengembangan wisata kuliner di *Mangrove* Pandang Tak Jemu Batam, koordinat pada diagram kartesius dapat ditentukan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh berbagai alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan pada diagram kartesius SWOT, koordinat pada sumbu X ialah 1.19 (satu koma sembilan belas)

menunjukkan kekuatan internal yang kuat, sedangkan koordinat sumbu Y ialah 1.13 (satu koma tiga belas) menunjukkan kekuatan eksternal yang juga kuat. Posisi di kuadran satu ini mencerminkan situasi yang menguntungkan, di mana wisata kuliner di *Mangrove* Pandang Tak Jemu pada kuadran ini strategi yang harus ditetapkan adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dan memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia dan ini diperkuat oleh pendapat (Hernawan et al., 2020) strategi ini mendukung untuk terus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada guna tetap bergerak maju dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

B. SARAN

Wisata kuliner di *Mangrove* Pandang Tak Jemu apabila ingin menjadi wisata kuliner dengan daya tarik unggulan dan berdaya saing, maka perlu memperhatikan penataan kawasan wisata kuliner Penataan kawasan wisata kuliner memiliki skor 0,462 (nol koma empat enam dua) dan merupakan skor tertinggi kelemahan pada matriks *IFAS*. Dengan adanya penataan kawasan wisata kuliner yang baik diharapkan dapat menarik lebih banyak lagi wisatawan untuk berkunjung. Dan saran lainnya untuk pengelola berdasarkan observasi & wawancara peneliti untuk

mengangkat kuliner yang menjadi khas di tempat wisata ini seperti gogos atau buras, teh tarek, dan aneka seafood yang telah diberdayakan namun hanya di sajikan ketika acara besar saja. Salah satu langkah yang bisa dilakukan ialah dengan membuka *stand – stand bazaar*, ini juga dapat berkolaborasi dengan Dinas Pariwisata Kota Batam atau pihak swasta dengan tujuan kuliner khas *Mangrove* Pandang Tak Jemu Batam lebih dikenal lagi. Berikut juga beberapa saran strategis yang diperoleh melalui hasil penelitian, antara lain: Mengoptimalkan infrastruktur untuk meningkatkan efektivitas operasional kawasan wisata kuliner. Dengan memastikan tempat-tempat penjualan kuliner bersih, nyaman, dan aman. Meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat lokal dalam aktivitas wisata kuliner. Memaksimalkan penggunaan teknologi dan media untuk menyebarkan informasi serta mempromosikan kawasan wisata kuliner; memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak dalam pengembangan kawasan ini, termasuk inovasi produk kuliner yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, N. A., Kanom, & Darmawan, R. N. (2020). Analisis Potensi Wisata Kuliner Ikan Bakar Sebagai Daya Tarik Wisata Di Pantai Blimbingsari Banyuwangi. *Inovasi Penelitian*, 1(6), 1211–1221.

- Ardiansyah, I., & Silmi, N. F. (2022). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Tangerang Dengan Matriks Swot Dan Analisis Qspm (Studi Kasus Kawasan Laksa Tangerang). *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 141–160. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v4i2.662>
- Cahayani, K., & Silitonga, F. (2024). *The Ecotourism Development Strategy At Pandang Tak Jemu Mangrove Batam*. <https://doi.org/10.4108/eai.21-9-2023.2343005>
- Candrawati Sri, K., & Wahyuni Sri, N. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI KULINER LOKAL DALAM MENUNJANG DESA WISATA EKOLOGIS (DWE) DI DESA NYAMBU KEDIRI, TABANAN. *Modul Biokimia Materi Metabolisme Lemak, Daur Asam Sitrat, Fosforilasi Oksidatif Dan Jalur Pentosa Fosfat*, 4, 6.
- D. Sianturi, G. H., & Purwanti, A. (2021). Citra Kota Batam Sebagai Kota Pariwisata Menurut Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Batam. *SCIANTA Journal*, 3(3).
- Dermawan, A. A., Putera, D. A., Rini, R. O. P., & ... (2022). Analisis Swot Pengembangan Umkm Xyz. ... *Dan Inovasi Bisnis*, 1(1), 11–20. <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib/article/view/16%0Ahttps://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib/article/download/16/13>
- Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & López-Guzmán, T. (2020). Culinary tourism as an effective strategy for a profitable cooperation between agriculture and tourism. *Social Sciences*, 9(3). <https://doi.org/10.3390/socsci9030025>
- Friskila Angela, V. (2023). Strategi

- Pengembangan Ekowisata dalam Mendukung Konservasi Alam Danau Tahai. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 984–993. <http://jim.unsyiah.ac.id/sejarah/mm>
- Gupita, C. R. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Waroeng Pohon Yogyakarta Berbasis Ecotourism. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 167–176. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i2.4534>
- Hernawan, Y., Musafa, M., & Wijaya Kesuma Dewi, S. (2020). PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI PERKEBUNAN KOPI PALASARI KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(1), 14–28.
- Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. *Matra Pembaruan*, 4(1), 59–69. <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>
- Kememparekraf. (n.d.). *Donat Meong khas desa wisata Kp.Tua Bakau serip*. Retrieved October 7, 2024, from https://jadesta.kememparekraf.go.id/paket/donat_meong_khas_kptua_bakau_serip
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang Yustisia. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(1).
- Kurniawan, M. R., & Artisa, Ri. A. (2023). STRATEGI PENINGKATAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PERENCANAAN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs) DESA. STUDI KASUS: DESA CIBURIAL, KECAMATAN CIMENYAN, KABUPATEN BANDUNG, JAWA BARAT. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 11(01), 61. <https://doi.org/10.35450/jip.v11i01.349>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Moleong, L. J. (2017). *Qualitative Research Methods*, 36th printing, Bandung: PT. Teen Rosdakarya Offset.
- Pradipta, M. P. Y. P. (2022). Analisis Potensi Pengembangan Wisata Alam Air Terjun Sewawar dan Air Terjun Sedinding Di Kabupaten Karanganyar. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 3(1), 11–20. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v3i1.413>
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2019). Food tourism and regional development: A systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 21, 33–49. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v21i.357>
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian Umkm Pesisir Saliper Ate Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 5(1), 01–08. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v5i1.954>
- Rini, R. O. P. (2021). Analysis of the Development of Culinary Tourism Destination in Tanjungpinang City Through Semprong Cake Festival.

- Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 15(01), 12–21. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v15i01.147>
- Siagian, S. P. (2005). *Fungsi-fungsi manajerial*.
- Simatupang, C. C. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN WISATAWAN DI DESTINASI PANTAI BINASI KECAMATAN SORKAM. *Pelayanan Kesehatan*, 2016(2014), 1–6. http://library.oum.edu.my/repository/725/2/Chapter_1.pdf
- Sinaga Murni, N. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER DESA WISATA KAMPUNG LAMA KABUPATEN DELI SERDANG BERBASIS POTENSI LOKAL. 5(1), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Theodora, V. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata di Kota Pontianak Kalimantan Barat. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis*, 01(06), 1515–1525. <https://paris.ipb-intl.ac.id/index.php/paris/article/view/97/86>
- Untari, D. T. (2019). The development strategy of betawi eco-culinary tourism as a potential business in DKI Jakarta, Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2019(Special Issue), 1–9.
- Zulkarnain, D. R., Munir, A., & Mahyuddin. (2023). ANALISIS IFAS DAN EFAS PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI SEKITAR PANTAI LOSARI. *Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 129–140. <file:///C:/Users/hp/Downloads/1454-5832-2-PB.pdf>