



**JMPIS:**  
**JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN  
ILMU SOSIAL**

E-ISSN: 2716-375x  
P-ISSN: 2716-3758

<https://dinastirev.org/JMPIS> ✉ [dinasti.info@gmail.com](mailto:dinasti.info@gmail.com) ☎ +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan *Food Tourism* di Pantai Pinagut Bolaang Mongondow Utara

Aisya Mutiarasari<sup>1</sup>, Erna Manoppo<sup>2</sup>, Adinda Potabuga<sup>3</sup>, Tiara S. Katiandagho<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Dumoga Kotamobagu, Indonesia, [aisyahsari1996@gmail.com](mailto:aisyahsari1996@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Dumoga Kotamobagu, Indonesia, [ernamanoppo02@gmail.com](mailto:ernamanoppo02@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Dumoga Kotamobagu, Indonesia, [adinda.potabuga123@gmail.com](mailto:adinda.potabuga123@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Dumoga Kotamobagu, Indonesia, [tiaraslsbilaa@gmail.com](mailto:tiaraslsbilaa@gmail.com)

Corresponding Author: [aisyahsari1996@gmail.com](mailto:aisyahsari1996@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *The importance of knowing the tourism development strategy in increasing food tourism revenue on Pinagut beach. The type of research used is descriptive qualitative. That is an approach used for data collection, including field observations, interviews, distributing questionnaires, and investigating object comparisons. That is by using the SWOT analysis method (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) or Strength, Weakness, Opportunity and Threat. The research results from the SWOT analysis diagram show that the company is in a very favorable quadrant I position, which at that point is a very profitable situation. Because food tourism can utilize its strengths to seize the opportunities that exist today because it has opportunities and strengths. The IFAS matrix shows that internal conditions have strengths to overcome weaknesses, as evidenced by a total score of  $2.31 \geq 0.77$ . The overall EFAS matrix is  $2.03 \geq 0.72$ . The short-term strategies that can be implemented are Developing local products so that they have local characteristics, conducting digital promotions for wider coverage, Local governments invite the private sector in carrying out development Providing digital marketing training. Long-term strategies that can be applied are the government must focus on improving the facility element factor, building embankments around the coast to make it safer from natural disasters.*

**Keyword:** *Strategy, Development, Tourist, Food Tourism*

**Abstrak:** Pentingnya mengetahui strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan pendapatan *food tourism* di pantai pinagut. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk pengumpulan data, termasuk observasi lapangan, wawancara, penyebaran kuesioner, dan investigasi perbandingan objek. Yaitu dengan menggunakan metode analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat)* atau Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Hasil penelitian dari diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi kuadran I yang sangat menguntungkan,, dimana pada titik tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Karena *food tourism* dapat memanfaatkan kekuatannya untuk meraih peluang yang ada saat ini karena memiliki peluang dan kekuatan. Matriks IFAS menunjukkan bahwa kondisi

internal memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan, yang dibuktikan dengan total skor  $2,31 \geq 0,77$ . Matriks EFAS secara keseluruhan sebesar  $2,03 \geq 0,72$ . Adapun strategi jangka pendek yang dapat diimplementasikan adalah mengembangkan produk lokal agar mempunyai ciri khas lokal, Melakukan promosi digital agar cakupan lebih luas, Pemerintah daerah mengajak pihak swasta dalam melakukan pengembangan Memberikan Pelatihan digital pemasaran. Strategi jangka panjang yang dapat diterapkan adalah Pemerintah harus fokus meningkatkan faktor elemen fasilitas, Membangun Tanggul di sekitar pantai agar lebih aman dari bencana alam.

**Kata Kunci:** Strategi, Pengembangan, Pariwisata, Food Tourism

---

## PENDAHULUAN

Pada beberapa tahun terakhir ini sektor Pariwisata mengalami pertumbuhan yang sangat pesat hal ini seperti dikatakan oleh (Ahlawat et al., 2019) "*tourism has experienced continued growth and deepening diversification to become one of the fastest growing economic sectors in the world*". Pariwisata juga merupakan suatu industri pada bidang jasa yang memiliki potensial di banyak negara di seluruh dunia (Nguyen, 2022). Industri pariwisata mempunyai jasa yang sangat penting dalam menciptakan peluang kerja, memajukan perekonomian masyarakat dan jadi tolak ukur salah satu sumber devisa Negara (Raharja & Mahyuni, 2021). Pariwisata merupakan salah satu bangunan yang utama dalam proses pembangunan suatu daerah. Dengan adanya industri pariwisata maka daerah atau pemerintah daerah tempat objek wisata tersebut akan memperoleh pendapatan lebih yang diperoleh dari pendapatan masing-masing objek wisata yang ada (Laming et al., 2023). Dengan begitu pentingnya mengembangkan Industri Pariwisata di suatu daerah, perlu adanya sebuah strategi dalam upaya pengembangan Pariwisata. Menjadi sektor paling terkemuka dalam mencetuskan dampak positif bagi pembangunan di berbagai lini, baik dari segi budaya, maupun sosial, dan terutama dalam hal pertumbuhan ekonomi adalah Pariwisata (Aziz, 2022).

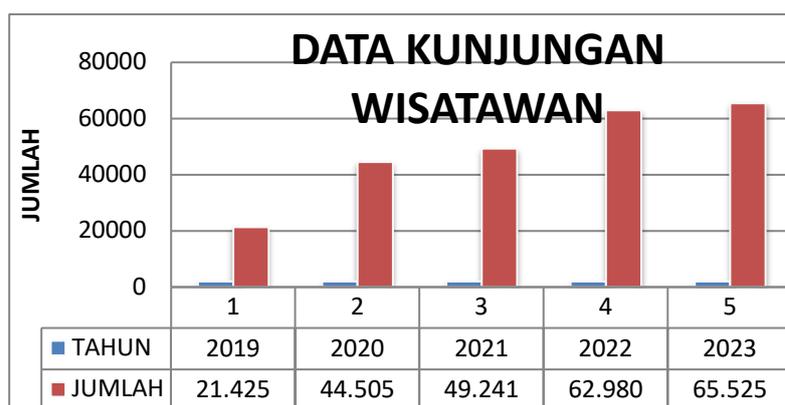
Banyak yang dapat dihasilkan dari sektor Pariwisata, diantaranya ialah Pertama, sektor pariwisata akan memicu suatu Anggaran dalam barang modal yang digunakan dalam proses produksi. Kedua, pariwisata akan mendorong pembangunan prasarana dan substruktur yang membuat penghubung jaringan antara daerah dengan destinasi wisata. Ketiga, sektor pariwisata mendorong berkembangnya sektor ekonomi dalam hal kesempatan kerja dan usaha lain yang mendukung perkembangan Pariwisata. Ekspansi pembangunan sebuah aset wisata yang telah dimatangkan dengan baik akan dapat memberikan margin dari segi ekonomi untuk merenkrontruksu *lifestyle* dan kualitas masyarakat setempat, juga dapat meningkatkan pemeliharaan lingkungan yang lebih baik (Tiara Dita Puspita & Vivaldy Ismail, 2023). Pariwisata memiliki fungsi yang krusial dalam menunjang pembangunan Perekonomian di berbagai tempat (Laming et al., 2023). Potensi pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh dalam aspek pertumbuhan perekonomian, social dan budaya (Natip et al., 2020) Sebagai salah satu bisnis yang paling menguntungkan, pariwisata kini mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian di setiap Negara. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata harus direncanakan untuk daerah yang masih memiliki potensi besar untuk memuncak (Fan et al., 2023)

Karena pengembangan sektor pariwisata sangat erat kaitanya dengan peningkatan pendapat perekonomian pada suatu daerah. Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha dan kegiatan yang terkoordinasi untuk memancing minat wisatawan dengan menyediakan berbagai sarana dan prasarana, (Deanova et al., 2023). Dikatakan juga bahwa "*The role of food tourism in territorial dynamics has become an important issue for local and/or regional development*" (Rachão et al., 2019). Oleh karena itu, salah satu bentuk ikhtiar dan kegiatan

dalam meningkatkan pariwisata yaitu dengan menyediakan *food and drink* yang berupa coutage, resto, RM, warung, cafe, dan bar/kedai minum. Usaha dan kegiatan menyediakan jasa *food and drink* ini semakin maju dan menjamur juga bersamaan dengan pesatnya kemajuan pariwisata yaitu dikemas dengan apik dan kekinian sehingga menimbulkan kegiatan *Food tourism* atau yang dikenal dengan wisata kuliner.

*Food tourism* merupakan bentuk kegiatan yang dikenal dengan istilah *culinary arts*, yaitu teknik dalam menyiapkan makanan sehingga siap dihidangkan (Rona, 2019). Kesimpulan definisi dari lini sektor kuliner pada ekonomi kreatif Indonesia, yaitu: “Suatu kegiatan mempersiapkan, pengolahan, dan disajikan produk *Food and Drink* yang menjadikan unsur ide tanpa batas, inovasi yang gemilang, budaya, dan/atau tradisional; Urgensi *food tourism* berkontribusi pada aspek sosial budaya dan lingkungan pariwisata dikatakan juga *food tourism experiences chiefly represent the experience of local environments* (Park & Widyanta, 2022). Dengan begitu *food tourism* biasa menjadi simbol untuk mengenal suatu daerah. Pada beberapa publikasi penelitian, disampaikan bahwa pentingnya hubungan antara kuliner dan penyediaan jasa pada tempat wisata (Rachão et al., 2019), yang menyatakan: “*the importance of relating food and tourism in managing destinations from both demand and supply sides*“. Dalam penelitiannya dikatakan bahwa *Food tourism* merupakan penerangan perekonomian (Ndlovu, 2023), yang mengatakan: “*Food tourism has been identified as a specific economic driver*”. Studi Manfaat dari *food tourism* sangat menarik untuk dipelajari terlebih di Indonesia yang memiliki potensi kuliner lokal lengkap dengan keunikan dimasing-masing daerah (Park & Widyanta, 2022).

Pantai ini memiliki sejuta pesona serta memiliki berbagai tradisi yang unik dan menarik dikunjungi. Adapun maskot dari pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara yaitu Pantai Batu Pinagut. Pantai Batu Pinagut terletak sekitar 3 km dari Ibu kota Kabupaten Bolaang Mongondow Utara yaitu Boroko. Pantai Batu Pinagut merupakan Objek wisata dengan kawasan yang sangat strategis dan menyuguhkan pesona keindahan pantai dengan disertai bebatuan dan lingkungan sekitar yang masih sangat asri. Objek wisata terkenal dengan wisata kuliner atau yang sekarang dikenal dengan nama *food tourism* disekitar pantai. Adapun potensi kuliner menjadi daya tarik wisata Pantai Batu Pinagut berpotensi menjadi identitasnya yaitu *food tourism* di Pantai Pinagut Bolaang Mongondow Utara. Karakteristik *food tourism* disana sangat berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung dari setiap tahun mengalami kenaikan. Berikut data pengunjung selama 5 tahun terakhir yang grafiknya terus meningkat.



Gambar 1. Data Kunjungan Wisatawan Pantai Batu Pinagut Kabupaten Bolaang Mongow Utara (Sumber: Dinas Pariwisata Pinagut Kabupaten Bolaang Mongow Utara)

Dari grafik di atas jelas bahwa peningkatan terjadi dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Peningkatan pengunjung tersebut tidak lepas dari peran masyarakat sekitar. Adapun salah satu objek wisata dari observasi yang telah diamati bahwasanya di Pantai Pinagut Kabupaten Bolaang Mongondow Utara terkenal dengan *Food tourism* yang ada di sekitar pesisir pantai. Objek wisata pantai Pinagut masih sangat perlu dikembangkan agar menjadi desa tujuan

wisata utama di kecamatan Boroko Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. Saat ini beberapa penelitian mengkaji secara umum, baik potensi kuliner lokal menjadi daya tarik wisata dan kajian UMKM sebagai ekonomi kreatif pada suatu daya tarik wisata. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik meneliti lebih jauh lagi, adapun judul dalam penelitian ini yaitu Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan pendapatan *Food tourism* di Pantai Pinagut Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.

Dari pemaparan di atas sudah sangat jelas bahwa perkembangan pariwisata sangatlah penting dan menarik untuk diteliti. Kabupaten Bolaang Mongondow Utara merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Utara yang memiliki pesona tersendiri dalam hal pariwisata dan juga disana terdapat objek-objek wisata kelautan dan objek wisata alam serta memiliki kebudayaan yang unik dan menarik dikunjungi. Maka diperlukan inovasi strategi pengembangan pariwisata yang fokus dan disertai dengan penanganan yang baik oleh Pemerintah selaku pihak pengelola objek wisata pantai Pinagut itu sendiri maupun peran serta masyarakat setempat. Pengembangan pariwisata tersebut diharapkan akan mampu menyuguhkan sumbangsi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan meningkatkan pendapatan dan menciptakan alternative lapangan pekerjaan di daerah. Dengan Perkembangan pariwisata akan dapat menciptakan suatu peluang bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama lingkungan sekitar (Verawati et al., 2023). Oleh karena itu, Urgensi penelitian ini sangat penting dilakukan unruk mengetahui strategi yang tepat yang akan berpengaruh dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya disekitar Pantai Batu Pinagut itu sendiri.

## **METODE**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan pendapatan *food tourism* di Pantai Pinagut, adapun menurut Fred R. David mengemukakan bahwa manajemen strategi merupakan seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan (LAODE, 2018) juga menyatakan "*It is commonly found that the strategy is the creation of the right position*. Dengan begitu strategi dapat mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memajukan sebuah organisasi mencapai tujuannya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk pengumpulan data, termasuk observasi lapangan, wawancara, penyebaran kuesioner, dan investigasi perbandingan objek.(Sucia & Belasunda, 2024). Observasi dilakukan langsung di Pantai Pinagut Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, dan wawancara langsung dengan responden *food tourism* disekitar lokasi penelitian. Dalam menggunakan metode analisis *SWOT (Strength, Weaknes, Oportunity and Threat)* atau Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Penentuan variable dalam analisis SWOT (faktor internal) (Mutiarasari & Manoppo, 2024). Kemudian dalam menciptakan suatu strategi pengembangan dengan si peneliti memeriksa data menggunakan Matriks IFAS dan Matriks EFAS (Marissa Grace Haque et al., 2022).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL**

Penelitian ini akan membahas mengenai fokus strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan pendapatan *food tourism* di pantai pinagut bolaang mongondow utara yang akan didasarkan pada bagaimana masalah tersebut dirumuskan. Secara spesifik, lingkungan internal dan eksternal *food tourism* di pantai pinagut bolaang mongondow utara dalam analisis SWOT. Dengan begitu juga akan diuraikan mengenai potensi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di Pantai Pinagut Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.

**Faktor Internal (Kekuatan dan kelemahan)**

Berikut hasil analisis internal: faktor kekuatan (*strengths*), dan faktor kelemahan (*weakness*) *food tourism* di pantai pinagut bolaang mongondow utara.

**Tabel 1. Faktor Internal (Kekuatan dan kelemahan)**

Kekuatan ( <i>strengths</i> )	Kelemahan ( <i>weakness</i> )
Lokasi di tempat pariwisata	Promosi yang masih kurang
Akses yang strategis dan mudah dijangkau	Masih minimnya wahana permainan disekitar pantai
Banyak variasi pilihan produk makanan dan minuman	Cuaca sekitar pantai yang tidak menentu
Harga tiket yang masih terjangkau	Beberapa Fasilitas yang tidak terawat
Memiliki karakteristik tersendiri	

**Tabel 2. Hasil Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Strategi) *food tourism* di pantai batu Pinagut IFAS (Faktor Strategi Internal)**

No.	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	Lokasi di tempat pariwisata	0,16	4	0,54
2	Akses yang strategis dan mudah dijangkau	0,13	4	0,54
3	Banyak pilihan produk makanan dan minuman	0,16	3	0,51
4	Harga tiket yang masih terjangkau	0,13	3	0,41
5	Memiliki karakteristik tersendiri	0,10	3	0,31
<b>Sub Total</b>		<b>0,69</b>		<b>2,31</b>
No.	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	Promosi yang masih kurang	0,10	3	0,30
2	Masih minim wahana dan spot foto permainan disekitar pantai	0,07	2	0,13
3	Cuaca sekitar pantai yang tidak menentu	0,05	3	0,15
4	Beberapa Fasilitas yang tidak terawat	0,10	2	0,20
<b>Sub Total</b>		<b>0,31</b>		<b>0,77</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,97</b>

Sumber: Data Olahan, 2024

**Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)**

Berikut hasil analisis internal: faktor kekuatan (*strengths*), dan faktor kelemahan (*weakness*) *food tourism* di pantai pinagut bolaang mongondow utara.

**Tabel 3. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)**

Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threat</i> )
Penambahan Fasilitas di Pantai Batu Pinagut	Kurangnya kesadaran masyarakat setempat untuk menjaga fasilitas yang telah ada
Menciptakan Tenaga kerja	Para Penjual yang ketinggalan Teknologi
Merupakan maskot pariwisata daerah yang sudah dikenal luas	Persaingan <i>food tourism</i> yang tinggi
Kemajuan teknologi Digital	Ancaman Bencana alam
Dukungan pengembangan dari pemerintah daerah	

**Tabel 4. Hasil Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Strategi) *food tourism* di pantai Batu Pinagut EFAS (Faktor Strategi Eksternal)**

No.	Peluang ( <i>Opportunity</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	Penambahan Fasilitas di Pantai Batu Pinagut	0,16	3	0,47
2	Menciptakan Tenaga kerja	0,13	3	0,38
3	Merupakan maskot pariwisata daerah yang sudah dikenal luas	0,16	3	0,47
4	Perkembangan <i>food tourism</i> dari masyarakat sekitar	0,11	4	0,44
5	Dukungan pengembangan dari pemerintah daerah	0,09	3	0,28
<b>Sub Total</b>		<b>0,64</b>		<b>2,03</b>
No.	Ancaman ( <i>Threat</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	Kurangnya kesadaran masyarakat setempat untuk menjaga fasilitas yang telah ada	0,09	2	0,19
2	Ketinggalan Teknologi	0,08	2	0,16
3	Persaingan <i>food tourism</i> yang tinggi	0,09	2	0,19
4	Ancaman Bencana alam	0,09	2	0,19
<b>Sub Total</b>		<b>0,36</b>		<b>0,72</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>2,75</b>

Sumber: Data Olahan 2024

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal dengan menggunakan Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS), dapat dilihat faktor dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Pada faktor *strength*, terdapat satu faktor krusial yang memiliki rating 4 dengan nilai masing-masing 0,66 dan 0,52 yaitu lokasi yang termasuk tempat pariwisata dan Akses yang strategis dan mudah dijangkau. sementara itu ada tiga faktor penting yang memiliki nilai ranting 3 dengan nilai masing-masing yaitu Banyak pilihan produk makanan dan minuman 0.49, Harga tiket yang masih terjangkau 0.39, Memiliki karakteristik tersendiri 0.30. Selanjutnya ada dua faktor yang cukup mengkhawatirkan pada faktor kelemahan yaitu Masih minim wahana dan spot foto permainan disekitar pantai dan Beberapa Fasilitas yang tidak terawat dengan rating 2 untuk masing-masing nilai faktor kelemahan. Adapun dari IFAS dengan kekuatan jumlah 2,31 dan kelemahan jumlah 0,77 maka totalnya 3,13. Dan jumkan dari EFAS dengan peluang jumlah 2,03 dan dan ancaman berjumlah 0,72 maka totalnya adalah 2,75. Faktor-faktor ini menambahkan nilai total IFAS 3,13, dengan faktor kekuatan mendapat nilai lebih tinggi yaitu 2,39 dibandingkan faktor ancaman yang hanya mendapat nilai 0,77. Sama halnya degan total faktor menambahkan nilai total IFAS 2,75 dengan faktor kekuatan mendapat nilai lebih tinggi yaitu 2,03 dibandingkan faktor ancaman yang hanya mendapat nilai 0,72.

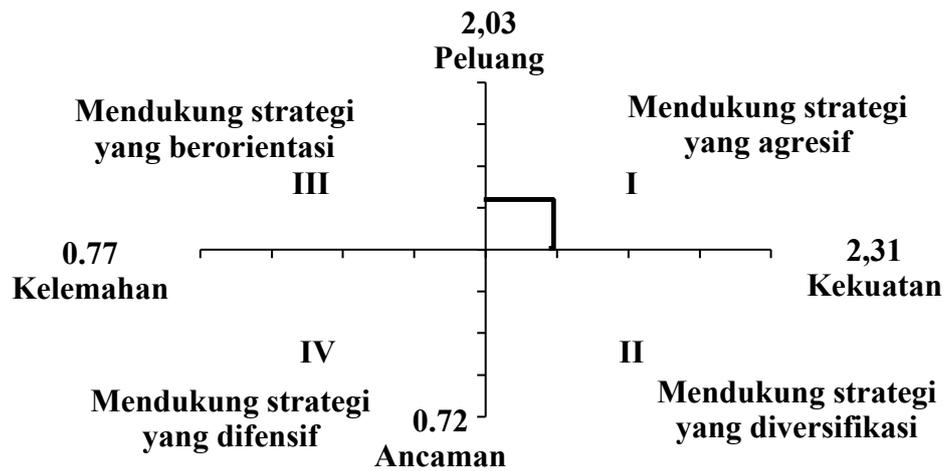
**Matriks SWOT *Food Tourism* di Pantai Batu Pinagut**

**Tabel 5. Hasil Analisis Matriks SWOT**

<b>IFAS</b>  <b>EFAS</b>	<p><b>Strengths ( S )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi di tempat pariwisata</li> <li>2. Akses yang strategis dan mudah dijangkau</li> <li>3. Banyak pilihan produk makanan dan minuman</li> <li>4. Harga tiket yang masih terjangkau</li> <li>5. Memiliki karakteristik tersendiri</li> </ol>	<p><b>Weaknes ( W )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi yang masih kurang</li> <li>2. Masih minim wahana dan spot foto permainan disekitar pantai</li> <li>3. Cuaca sekitar pantai yang tidak menentu</li> <li>4. Beberapa Fasilitas yang tidak terawat</li> </ol>
<p><b>Opportunities ( O )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penambahan Fasilitas di Pantai Batu Pinagut</li> <li>2. Menciptakan Tenaga kerja</li> <li>3. Kemajuan teknologi Digital</li> <li>4. Merupaka maskot pariwisata daerah yang sudah dikenal luas</li> <li>5. Dukungan pengembangan dari pemerintah daerah</li> </ol>	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemerintah daerah mengajak pihak swasta dalam melakukan pengembangan (S1, S2,O1, O2)</li> <li>2. Memberikan Pelatihan digital pemasaran ( S3, S4, O4)</li> <li>3. Mengembangkan produk lokal agar mempunyai ciri khas (S5, O3, O5)</li> </ol>	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan promosi digital agar cakupan lebih luas (W1, W2, O1, O2,)</li> <li>2. Pemerintah harus fokus meningkatkan faktor elemen fasilitas (W2, O3, O4)</li> <li>3. Memperbaiki manajemen pengaman dan pemeliharaan (W4, O5)</li> </ol>
<p><b>Threats ( T )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya kesadaran masyarakat setempat untuk menjaga fasilitas yang telah ada</li> <li>2. Para Penjual yang ketinggalan Teknologi</li> <li>3. Persaingan food tourism yang tinggi</li> <li>4. Ancaman Bencana Alam</li> </ol>	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberi sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat sekitar(S1, S2, T1,)</li> <li>2. Lebih sering mengadakan event (S3, S4, T2, T3)</li> <li>3. Membangun Tanggul di sekitar pantai agar lebih aman dari bencana alam (S5, T4)</li> </ol>	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk kelompok sesama pelaku usaha untuk mengembangkan ilmu (W1, W2, T1, T2)</li> <li>2. Membuat inovasi baru yang berbeda(W3, T3)</li> <li>3. Meningkatkan kualitas dan daya tarik budaya (W4, T4)</li> </ol>

**Analisis Diagram SWOT**

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS di atas, berikut adalah hasil diagram analisis SWOT *Food Tourism* di Pantai Batu Pinagut Bolaang Mongondow Utara.



Gambar 1. Hasil Analisis Diagram SWOT *Food Tourism* di Pantai Batu Pinagut

Berdasarkan Diagram di atas letak *food tourism* pantai batu pinagut di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara berada tepat di kuadran I, yang merupakan kondisi yang sangat menguntungkan, apabila dilihat menurut hasil analisis SWOT. Kekuatannya tersebut akan dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha *food tourism* dalam memaksimalkan dan memanfaatkan peluang yang ada saat ini karena memiliki potensi kedepannya. Peran masyarakat selaku pelaku usaha dan dukungan pemerintah daerah yang positif merupakan salah satu taktik jitu yang dapat digunakan dalam kondisi seperti ini (Growth Oriented Strategy).

### PEMBAHASAN

Pada Tabel 1 yaitu tabel matriks IFAS, menyajikan temuan-temuan dari penelitian yang dilakukan. Matriks ini menunjukkan bahwa *Strength* dengan skor 2,31 dan *Weakness* dengan skor 0,77, sehingga memperoleh total skor pembobotan 2,31. Dengan begitu faktor kelemahan yang ada saat ini akan mampu diatasi jika strategi kekuatan dimaksimalkan. Matriks IFAS menunjukkan bahwa kondisi internal memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan, yang dibuktikan dengan total skor  $2,31 \geq 0,77$ .

Adapun pemaparan Matriks EFAS Tabel 2 terlihat bahwa *Opportunities* memiliki skor 2,03, sedangkan *Threat* memiliki skor 0,72. Sehingga hasil pembobotan matriks EFAS secara keseluruhan adalah 2,75. Peluang yang ada akan dapat mengalahkan ancaman yang berbeda jika semua variabel peluang atau faktor yang ada saat ini digunakan secara maksimal. Matriks EFAS secara keseluruhan sebesar  $2,03 \geq 0,72$ .

Selain itu, titik koordinat (X,Y), atau 1,54:1,31, diperoleh dari hasil diagram SWOT gambar 2 di atas, yang mengacu ke titik potong di kuadran I, dimana pada titik tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Karena *food tourism* dapat memanfaatkan kekuatannya untuk meraih peluang yang ada saat ini karena memiliki peluang dan kekuatan.

Adapun berbagai alternatif strategi dapat diimplementasikan *food tourism* di pantai batu pinagut Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, seperti yang telah ditentukan oleh hasil matriks SWOT. Strategi pengembangan tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. Pemerintah daerah mengajak pihak swasta dalam melakukan pengembangan Memberikan Pelatihan digital pemasaran
2. Mengembangkan produk lokal agar mempunyai ciri khas lokal
3. Melakukan promosi digital agar cakupan lebih luas
4. Pemerintah harus fokus meningkatkan faktor elemen fasilitas
5. Memperbaiki manajemen pengaman dan pemeliharaan
6. Memberi sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat sekitar
7. Lebih sering mengadakan event

8. Membangun Tanggul di sekitar pantai agar lebih aman dari bencana alam
9. Membentuk kelompok sesama pelaku usaha untuk mengembangkan ilmu Membuat inovasi baru yang berbeda
10. Meningkatkan kualitas dan daya tarik budaya.

Dari berbagai alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh Pemerintah daerah untuk menjadi kebijakan yang akan direncanakan kedepan, juga perlu peran aktif dari masyarakat sekitar agar pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah tidaklah sia-sia. Kareba diperlukan kerjasama antara Pemerintah daerah selaku pemangku kebijakan dalam pengembangan pantai pinagut melalui proses pembangunan fasilitas, wahana dan pembangunan lainnya. Sejalan dengan itu peran warga selaku yang menjalankan kebijakan tersebut agar senantiasa ikut memelihara, dan menjaga apa yang sudah dibangun dan dikembangkan. Dengan Perkembangan pariwisata akan dapat menciptakan suatu peluang bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama lingkungan sekitar (Verawati et al., 2023).

Hasil analisis ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang juga bertujuan meningkatkan tingkat penjualan dengan menggunakan analisis SWOT strategi pengembangan sarana dan prasarana objek wisata alam Silamci di Garut, yakni penelitian yang dilakukan oleh (Sucia & Belasunda, 2024) yang mana dikatakan dalam penelitiannya bahwa Pengembangan pariwisata kedepannya harus didukung oleh faktor peningkatan elemen fasilitas. Nilai nilai ini mencakup kualitas daya tarik budaya dan wisata di samping aspek ekonomi. Sangat penting untuk terus mengikuti perkembangan perubahan dalam lingkungan bisnis dan menyesuaikan strategi yang sesuai saat menerapkannya dalam praktik. Diperoleh hasil bahwa potensi *local food* apabila dihargai dan diakui secara baik maka mulai bahan baku, cara olah hingga dengan konsumsi akan menciptakan suatu peluang usaha bagi wirausaha lokal memberi akibat baik yang selanjutnya memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Nuringsih & Edalmen, 2021).

Selanjutnya Hasil analisis ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan yaitu strategi dalam Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata oleh (Tiara Dita Puspita & Vivaldy Ismail, 2023). Berikut hasil analisisnya memperbanyak webzite pariwisata (*digital tourism*) selalu melakukan update berupa informasi serta konten pada webzite tersebut. Pada website pariwisata. Dan juga meningkatkan promosi pariwisata (*digital tourism*) di jurusan budaya dalam suatu pola sinema digital yang berbaur dengan budaya. Hal ini dipandang perlu sebagai salah satu strategipromosi pariwisata melalui internet mengingat saat ini promosi spot pariwisata masih mengangkat keindahan alam objek wisata. Pada penelitian tersebut yaitu fokus pada strategi pengembangan difokuskn pada *digital tourism*.

## KESIMPULAN

Maka diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dari diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi kuadran I yang sangat menguntungkan,, dimana pada titik tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Karena *food tourism* dapat memanfaatkan kekuatannya untuk meraih peluang yang ada saat ini karena memiliki peluang dan kekuatan.
2. Temuan analisis lingkungan internal menggunakan matriks IFAS mengungkapkan sembilan faktor yang memengaruhi *food tourism* di pantai batu pinagut, termasuk lima faktor kekuatan dan empat faktor kelemahan. Dari jumlah tersebut, faktor kelemahan yang paling signifikan (Weaknesses) adalah Masih minim wahana dan spot foto permainan disekitar pantai, sedangkan faktor kekuatan yang paling signifikan (Strength) adalah Lokasi di tempat pariwisata dan Akses yang strategis dan mudah dijangkau. Faktor peluang (Opportunity) yang paling berpengaruh adalah

- Penambahan Fasilitas di Pantai Batu Pinagut, dan faktor ancaman (Threat) yang paling berpengaruh adalah Para Penjual yang ketinggalan Teknologi
- Adapun strategi jangka pendek yang dapat diimplemetasikan adalah Mengembangkan produk lokal agar mempunyai ciri khas lokal, Melakukan promosi digital agar cakupan lebih luas, Pemerintah daerah mengajak pihak swasta dalam melakukan pengembangan Memberikan Pelatihan digital pemasaran. Strategi jangka panjang yang dapat diterapkan adalah Pemerintah harus fokus meningkatkan faktor elemen fasilitas, Membangun Tanggul di sekitar pantai agar lebih aman dari bencana alam.

## REFERENSI

- Ahlawat, M., Sharma, P., & Gautam, P. K. (2019). Slow food and tourism development: A case study of slow food tourism in Uttarakhand, India. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 26(3), 751–760. <https://doi.org/10.30892/gtg.26306-394>
- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2246>
- Deanova, S., Yunita, T., Moses, H., & Ramadan, R. (2023). Strategi Pengembangan Usaha (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Di Swasta Kuliner Tempat Pariwisata. *Cross-Border*, 6(1), 664–678.
- Fan, P., Zhu, Y., Ye, Z., Zhang, G., Gu, S., Shen, Q., Meshram, S. G., & Alvandi, E. (2023). Identification and Prioritization of Tourism Development Strategies Using SWOT, QSPM, and AHP: A Case Study of Changbai Mountain in China. *Sustainability (Switzerland)*, 15(6), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su15064962>
- Fitriyani, N., Iasya, S., & Adinda, F. (2022). Pengembangan Pariwisata Dusun Bedono dan Dusun Morosari Kabupaten Demak Melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 4(2), 72. <https://doi.org/10.37253/altasia.v4i2.6790>
- Laming, A., Engka, D. S. ., & Sumual, J. I. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Di Kabupaten Kepulauan Sangihe (Studi: Pantai Ria Kolongan Beha). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(3), 85–96.
- LAODE, M. (2018). the Sustainability of Tourism Competitiveness in Ternate. *Journal of Life Economics*, 5(4), 75–96. <https://doi.org/10.15637/jlecon.262>
- Marissa Grace Haque, Nuraeni, & Rifzaldi Nasri. (2022). SMEs Halal Culinary Strategy During The Pandemic Era In South Tangerang. *Jurnal Manajemen*, 26(2), 351–367. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i2.961>
- Mutiarasari, A., & Manoppo, E. (2024). ANALISIS OPTIMALISASI PENJUALAN DENGAN PENDEKATAN SWOT PADA UMKM RUMAH KU... 995–1004.
- Natip, D., Trakansiriwanicha, K., Inthajaka, M., & Duangsaeng, V. (2020). Service Design of the Vehicle Rental for the Tourism Business in Chiang Mai by the Service Quality Analysis. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 16(3), 30–37.
- Ndlovu, J. (2023). Food Tourism as a Strategy for Local Economic Development in Durban. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 12(5SE), 1806–1821. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.468>
- Nguyen, Q. H. (2022). Tourism demand elasticities by income and prices of international market regions: Evidence using vietnam's data. *Economies*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.3390/economies10010001>
- Nuringsih, K., & Edalmen, E. (2021). Local Food Entrepreneurship: Sebagai Model Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 457. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.12143>
- Park, E., & Widyanta, A. (2022). Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism*

- Management Perspectives*, 42(October 2021), 100964.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964>
- 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>
- Raharja, K. A., & Mahyuni, L. P. (2021). Model Pengelolaan Bisnis Obyek Wisata Hidden Canyon Di Bali Berbasis Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dan Sustainability. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 433. <https://doi.org/10.24912/jmie.v5i2.13229>
- Rona. (2019). Wisata Kuliner. In *Medcom: Vol. (Issue)*. <https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/MkMVRrAVK-sejarah-macaron-makanan-imut-dari-prancis-diyakini-ada-sejak-tahun-1533>
- Sucia, M., & Belasunda, R. (2024). SWOT analysis for development strategy for Silamci natural tourism object facilities in Garut. *ARTEKS: Jurnal Teknik Arsitektur*, 9(1), 129–136. <https://doi.org/10.30822/arteks.v9i1.3276>
- Tiara Dita Puspita, & Vivaldy Ismail. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10–23. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i1.262>
- Verawati, D. M., Suharnomo Suharnomo, & Indi Djastuti. (2023). The Role Of Organizational Innovation: A Study Of Tourism Villages In Magelang, Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 27(3), 471–492. <https://doi.org/10.24912/jm.v27i3.1403>