



STRATEGI SWOT UNTUK MENGEMBANGKAN POTENSI DESTINASI WISATA PANTAI MELAYU DI KOTA BATAM

Sarah Octavianna Simbolon¹, Arina Luthfini Lubis², Andri Wibowo³

¹ Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, Email: sarahoctasimbolon99@gmail.com

² Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, Email: a.luthfinilubis@gmail.com

³ Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, Email: andreewibowo.pku85@gmail.com

ABSTRAK

Kota terbesar di Kepulauan Riau adalah Batam. Pantai Melayu, yang terletak di Jembatan 4 Bareleng, adalah salah satu tempat menarik di Kota Batam, sekitar 15 menit perjalanan dari Jembatan 1 atau sekitar 45 menit perjalanan dari Batu Aji. Dianggap sebagai pantai yang sudah lama digunakan, Pantai Melayu menjadi sepi dan pengunjung mulai kehilangan minat. Hal ini menyebabkan dibutuhkan strategi pengembangan destinasi wisata yang direncanakan secara menyeluruh. Metodologi penelitian deskriptif kualitatif yang dipilih pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut: angket, wawancara, observasi, tinjauan pustaka, dan dokumentasi. Analisis SWOT digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa baik metode pengembangan objek wisata berhasil meningkatkan jumlah pengunjung dengan mengevaluasi kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya masing-masing strategi. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan matriks SWOT dengan empat kuadran, matriks IFAS dan EFAS, terlihat jelas bahwa rencana diversifikasi usaha diperlukan demi memaksimalkan daya tarik objek wisata pantai melayu juga optimalisasi kekuatan dan kelemahannya. Proses pengembangannya adalah sebagai berikut: (1) Memperluas media sosial dengan branding yang kuat untuk mengembangkan pantai melayu dan menyebarkan brosur tentang pantai melayu bareleng yang ada di batam, (2) Mempekerjakan masyarakat lokal yang ada disana untuk mengelola pantai melayu agar menurunkan tingkat pengangguran dan meningkatkan kekayaan ekonomi daerah sekitarnya pantai melayu, (3) Meningkatkan fasilitas dan wahana yang ada di pantai melayu, dan (4) Melindungi dan menjaga ekosistem yang ada di pantai melayu.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Pantai Melayu, Analisis SWOT, Kota Batam

SWOT STRATEGY FOR DEVELOPING THE POTENTIAL OF MALAY BEACH TOURISM DESTINATIONS IN BATAM CITY

ABSTRACT

The largest city in the Riau Islands is Batam. Melayu Beach, which is located on Bridge 4 Bareleng, is one of the interesting places in Batam City, about a 15 minute drive from Bridge 1 or around 45 minutes drive from Batu Aji. Melayu Beach can be said to be a beach that has been operating for a long time, therefore Melayu Beach has become quiet and visitors are starting to become less interested in Melayu Beach. This causes the need for a comprehensively



planned tourist destination development strategy. The qualitative descriptive research methodology was chosen for this research. Data collection techniques are as follows: questionnaires, interviews, observation, literature review, and documentation. SWOT analysis is used in research to determine how well tourist attraction development methods have succeeded in increasing the number of visitors by evaluating the advantages, disadvantages, possibilities and dangers of each strategy. Based on the results of research using the SWOT matrix with four quadrants, the IFAS and EFAS matrices, it is clear that a business diversification plan is needed to maximize the attractiveness of the Malay coast tourist attraction as well as optimize its strengths and weaknesses. The development process is as follows: (1) Expanding social media with strong branding to develop Malay beaches and distributing brochures about Bareleng Malay beaches in Batam, (2) Employing local people there to manage Malay beaches so that reduce the unemployment rate and increase the economic wealth of the area surrounding the Malay coast, (3) Improve the facilities and rides on the Malay coast, and (4) Protect and maintain the ecosystem on the Malay coast.

Keywords : *Tourist Destinations, Melayu Beach, SWOT Analysis, Batam City*

Copyright ©2023. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved

I. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu bisnis bangsa yang paling penting di Indonesia, dan pihak berwenang telah memberikan perhatian khusus melalui Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 (Presiden Republik Indonesia, 2009) menjadi dasar penyelenggaraan pariwisata. Sebagai daya tarik bagi wisatawan, Indonesia merupakan destinasi menarik dengan beragam daya tarik ekologi dan sejarah. Karakteristik alam negara ini yang meliputi hutan tropis, perbukitan, lautan, serta keragaman budaya lainnya membuat beberapa kota di negara ini sangat memungkinkan untuk dijadikan tempat wisata.

Jika salah satu fasilitas dan fitur wisata dapat diakses, maka destinasi wisata adalah suatu wadah di mana semua aktivitas yang berkaitan dengan pariwisata dapat dijalani. Banyak motivasi yang mendorong orang untuk melakukan perjalanan, termasuk keinginan untuk melihat tempat-tempat baru dan mempelajari hal-hal baru, keinginan untuk menghindari kondisi cuaca atau waktu yang buruk, kebutuhan untuk melakukan sesuatu yang tidak mungkin dilakukan di rumah, kebutuhan untuk memulihkan diri atau bersantai, dan lain-lain. Pendit dalam buku Ilmu Pariwisata (Suwena & Widyatmaja, 2017) menyatakan bahwa tempat yang menarik bagi pengunjung adalah suatu lokasi atau lokasi dimana peluang rekreasi, kondisi lalu lintas, dan fasilitas wisata menjadikan lokasi atau kawasan tersebut menarik bagi wisatawan.

Industri pariwisata telah tumbuh menjadi sektor terbesar yang diakui pada abad ini, sebagaimana dibuktikan oleh berbagai indeks pembangunan global, dan posisinya akan terus tumbuh di tahun-tahun mendatang menurut (Wahyuningsih et al., 2019). Wisatawan adalah individu yang berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata, sedangkan pariwisata adalah kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata atau bagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan dengan sukarela dan sementara untuk merasakan objek dan aktivitas wisata dalam. Salah satu pulau di Kepulauan Riau adalah Pulau Batam.

Kepulauan Riau adalah salah satu pelabuhan dan bandara di mana turis datang ke Indonesia. Wilayah metropolitan Batam terdiri dari Pulau Batam, Rempang, dan Galang, serta beberapa pulau kecil di Selat Singapura dan Selat Malaka. Batam adalah ibu kota provinsi Kepulauan Riau. Kota Batam adalah gateway utama bagi pengunjung asing ke Indonesia. Ada beberapa lokasi wisata di Batam yang dapat diperbaiki. Salah satu tempat wisata Kota Batam

adalah Pantai Melayu, yang terletak di Jembatan 4 Bareleng. Pantai Melayu terletak di Kelurahan Rempang Cate, Kecamatan Galang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Lokasi pantai ini kira-kira berjarak 45 menit berkendara dari Batu Aji atau 15 menit berkendara dari Jembatan 1 menuju Jembatan Bareleng keempat atau dikenal dengan Jembatan Sultan Zainal Abidin.

Pantai Melayu sering dikunjungi pas saat acara besar-besaran atau acara keluarga, tetapi di hari-hari biasa kadang Pantai Melayu sepi. Beberapa pantai ada yang baru dibuka dan pengunjung pada tertarik dengan pantai tersebut karena pantai tersebut masih bersih. Pantai Melayu bisa terbilang pantai yang sudah lama beroperasi, oleh sebab itu Pantai Melayu menjadi sepi dan pengunjung sudah mulai tidak tertarik dengan Pantai Melayu.

Oleh sebab itu, masyarakat sendiri yang menjadi otoritas utama wisatawan di Pantai Melayu harus merancang pendekatan penciptaan atraksi wisata yang terencana dengan baik dan didukung oleh pengelolaan yang solid. Pantai Melayu adalah tempat yang bagus untuk menghilangkan stres dari kehidupan sehari-hari karena kini terdapat pepohonan di sepanjang pantai dan pondok-pondok di sepanjang pantai. Informasi berikut diberikan dalam bentuk tabel dan berkaitan dengan pengunjung Pantai Melayu.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Pantai Melayu Kota Batam 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung Pantai Melayu (orang)
1	Januari	100
2	Februari	125
3	Maret	180
4	April	200
5	Mei	170
6	Juni	190
7	Juli	210
8	Agustus	235
9	September	245
10	Oktober	280
11	November	300
12	Desember	400
Jumlah		2,635

Sumber: Data diolah

Tabel diatas adalah data pengunjung objek wisata Pantai Melayu pada tahun 2022 yang dimana awal tahun mengalami turun naik, dimana pada januari sampai oktober jumlah pengunjung tidak stabil, tetapi pada keadaan menjadi lebih buruk pada bulan November dan Desember. Selain itu, Pantai Melayu menawarkan keindahan pasir putih yang sangat cocok untuk berbaring sambil mengagumi keindahan alam. Begitu sore, matahari mulai terbenam menampilkan beberapa pemandangan terbaik di Pantai Melayu. Meski hanya untuk bersantai dan melamun, pantai ini juga menawarkan aktivitas bagi pengunjung.

Pantai Melayu merupakan tempat yang sangat baik untuk berenang dan aktivitas air lainnya karena air laut mulai berwarna biru jernih dan ombaknya umumnya tenang. Komponen utama pariwisata, lalu lintas, serta komponen pendukung lainnya seperti tempat ibadah, toilet umum, dan amenitas yang memadai, merupakan beberapa elemen yang turut menambah daya tariknya.

Peneliti melakukan kajian menyeluruh untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, atau analisis SWOT, guna menentukan dan merumuskan rencana memaksimalkan potensi destinasi wisata Pantai Melayu. Cara yang efektif untuk memaksimalkan potensi destinasi wisata Pantai Melayu di Jembatan Empat Bareleng Kota Batam adalah dengan melakukan analisis SWOT. Kekuatan, kelemahan, bahkan faktor pendorong dan pembatas dapat dikaji melalui fitur analisis SWOT untuk menetapkan rencana

memaksimalkan potensi masa depan destinasi wisata pantai Melayu di Jembatan Empat Barerang Kota Batam.

Untuk menjadi destinasi wisata, suatu lokasi harus memenuhi empat elemen kepariwisataan yang dikenal sebagai 4A: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansilari. Kualitas dan variasi dari masing-masing komponen harus memenuhi kriteria yang cukup untuk memuaskan wisatawan (Sugiama, 2016). Peneliti juga menggunakan metode 4A yang merupakan singkatan dari *Attraction* (daya tarik wisata), *Amenities* (fasilitas), *Accessibility* (aksesibilitas), dan *Ancillary* (lembaga), selain analisis SWOT. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, pengelola dapat mempertimbangkan data ini saat merencanakan dan meningkatkan daya tarik wisata Pantai Melayu di masa depan. Melihat hal tersebut, peneliti berinisiatif melakukan penelitian dalam judul “Strategi Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu Di Jembatan Empat Barelang Kota Batam”.

LITERATUR REVIEW

Strategi Pengembangan

Strategi adalah metode komprehensif yang terkadang terdiri dari ide, perencanaan, dan implementasi tindakan. Strategi yang sukses melibatkan kerja sama, penyesuaian tema, identifikasi elemen pendukung yang sesuai dengan proses berpikir logis, efisiensi finansial, dan pendekatan efisien untuk mencapai tujuan. Menurut Akdon, itu pada dasarnya adalah strategi untuk sebuah perusahaan manajemen organisasi merupakan rencana skala besar yang melihat ke jangka panjang dan seterusnya, dan mendefinisikan dengan cara yang memungkinkan perusahaan untuk berhasil berkomunikasi dengan lingkungannya dalam iklim yang semakin kompetitif, semua dengan tujuan mengoptimalkan pencapaian berbagai tujuan dan tujuan terkait. Bukan hanya pencapaian, tetapi strategi juga tentang menjaga keberlangsungan organisasi di lingkungan tempatnya beroperasi, (Helvira, 2019).

Strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk melakukan hal tersebut dengan cara ini dengan meningkatkan infrastruktur material dan non-material yang sudah ada, daya tarik pengunjung di wilayah tersebut dapat dimaksimalkan sekaligus meningkatkan kesejahteraan penduduk di sekitarnya. Menurut (Yoeti, 2002), kajian lingkungan dan analisis sumber daya dilakukan pada saat perencanaan strategis suatu lokasi pariwisata. Menemukan organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata di kawasan tujuan wisata kelebihan dan kekurangan adalah satu-satunya tujuan penyelidikan ini.

Potensi Wisata

Potensi adalah segala sesuatu yang dimiliki suatu destinasi wisata di suatu wilayah yang akan membantu sektor tersebut berkembang (Kertamulya, 2020). Potensi wisata menurut (Nawangsari et al., 2018) merupakan berbagai sumber daya yang ada di suatu tempat dan dapat dimanfaatkan untuk menjadikannya daya tarik wisata untuk mendapatkan keuntungan finansial dengan tetap mempertimbangkan faktor-faktor lain. Pariwisata dan daya tarik wisata resor itu sendiri adalah kemungkinan pariwisata ini.

Selain itu segala sesuatu yang dimiliki, terletak pada suatu lokasi wisata, dan menjadi daya tarik wisatawan termasuk dalam potensi pariwisata tersebut. Seni, sejarah nasional dan lokal, keindahan alam, flora dan satwa liar, serta hal-hal lain yang perlu dilestarikan merupakan contoh potensi yang dapat dimanfaatkan. Tiga kategori potensi pariwisata tersebut adalah sebagai berikut: (a) Keadaan, keanekaragaman tumbuhan dan satwa di suatu wilayah, pemandangan alam seperti pantai, gunung, dan hutan, serta variabel-variabel lainnya (kondisi alam suatu wilayah); (b) pengelompokan hasil kreasi, emosi, dan motif manusia yang berupa adat istiadat, kerajinan, seni, dan kekayaan budaya yang berbentuk bangunan (misalnya

monumen); dan (c) Potensi wisata buatan, potensi wisata humanistik, dan tempat menarik di dalamnya.

Destinasi Wisata

Terdapat berbagai operasional dan destinasi wisata yang dikoordinasikan untuk melayani wisatawan di kawasan tujuan wisata, yang merupakan lokasi terjadinya segala kegiatan pariwisata. Variabel fundamental perlu diperhatikan guna menjaga keberlangsungan lokasi wisata dan menjamin pengunjung merasa aman, tenteram, dan tenteram selama berada di sana. Ketika mengunjungi tempat wisata, pengunjung mempunyai keinginan dan pelayanan yang beragam seperti yang dinyatakan Cooper dalam buku Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata (Isdarmanto, 2016). Tempat-tempat ramah wisatawan harus didukung berdasarkan model “4A” yang merupakan singkatan dari *Attraction* (Atraksi), *Amenities* (Fasilitas Wisata), *Accessibility* (Aksesibilitas), dan *Ancillary* (Layanan Tambahan), agar dapat memenuhi tuntutan tersebut dan menyediakannya jasa.

Penawaran utama suatu lokasi adalah daya tariknya. Hal-hal yang dapat dilihat (*what to see*) dan dilakukan (*what to do*) oleh pengunjung di suatu daerah tujuan wisata disebut dengan atraksi atau daya tarik wisata. Atraksi wisata yang signifikan dapat diciptakan baik secara in-situ (dimana daya tarik tersebut sebenarnya berada) maupun ex-situ (jauh dari lokasi kegiatan semula). Atraksi alam (seperti bukit, perkebunan, gunung, danau, sungai, dan pantai), objek wisata sejarah dan budaya (seperti cerita rakyat, seni dan kerajinan, pengalaman kuliner khas, arsitektur rumah tradisional, dan situs arkeologi), dan atraksi buatan (seperti wisata olah raga ekstrim, membeli barang, acara, lapangan bermain, perayaan, dan konferensi) adalah tiga kategori atraksi wisata.

Dalam mengunjungi destinasi wisata, pengunjung memerlukan berbagai prasarana dan sarana yang disebut dengan amenities. Berikut ini adalah struktur dan fasilitas fisiknya: penginapan, tempat makan, perjalanan, dan pariwisata. Menggunakan fasilitas yang tepat tempat wisata seperti hotel, taman hiburan, marina, teater, dll. Jalan, pasokan air, listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon seluler, dan fasilitas lainnya sangat penting untuk pertumbuhan fasilitas. Mengingat keterkaitan antara infrastruktur dan fasilitas, jelas bahwa pembangunan infrastruktur biasanya harus didahulukan sebelum pembangunan fasilitas. Infrastruktur dahulunya dikembangkan seiring dengan pertumbuhan fasilitas pariwisata. Jika suatu lokasi atau wilayah mudah diakses, maka dapat menarik wisatawan. Ada keterkaitan antara infrastruktur dan fasilitas. Fasilitas diperlukan untuk infrastruktur, dan infrastruktur dapat berkembang karena fasilitas.

Saat bepergian, aksesibilitas adalah hal yang paling penting. Komponen penting dari pariwisata adalah segala bentuk transportasi atau jasa transportasi. Sedangkan yang dimaksud dengan mobilitas adalah kemudahan seseorang berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Tidak akan ada pengunjung di lokasi yang aksesibilitasnya buruk, seperti yang tidak memiliki pelabuhan, bandara, atau jalan tol yang bagus, sehingga akan berdampak pada pertumbuhan aksesibilitas di sana. Jika suatu lokasi memiliki potensi wisata, maka harus ada aksesibilitas yang baik agar masyarakat bisa menuju ke sana. Pihak berwenang yang bertanggung jawab atas destinasi pariwisata harus menawarkan lebih banyak layanan kepada wisatawan dan pelaku industri.

METODE

Metodologi penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Informasi deskriptif dihasilkan melalui penelitian kualitatif dalam bentuk referensi, publikasi, dan

perilaku manusia yang diamati. Strategi ini tercakup dalam metode kualitatif studi buku sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari orang-orang dan perilaku yang diamati baik dalam bentuk tertulis maupun lisan (Abdussamad, 2021). Menurut (Moleong, 2018) teknik penelitian kualitatif deskriptif, khususnya yang mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata lisan, visual, bukan statistik. Wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, catatan pribadi, catatan atau memorandum, dan dokumen lainnya semuanya dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi ini.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016), populasi keseluruhan adalah jumlah keseluruhan individu atau penduduk yang mempunyai ciri-ciri yang sama. Kelompok yang memenuhi kriteria masa penelitian disebut sebagai subjek penelitian. Data yang menarik perhatian peneliti dalam rentang dan jangka waktu tertentu disebut demografi (Margono, 2005). Pada penelitian ini peneliti mengambil 69 responden dari pengunjung Pantai Melayu.

Kumpulan sampel adalah bagian yang dapat diakses dari suatu populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan kelompok yang sedang diteliti (Priyono, 2016). Ada dua kategori teknik pengambilan sampel sampel: *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodologi non-probability sampling, yaitu suatu metode yang memberikan peluang berbeda-beda bagi setiap komponen atau anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel. Dalam pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan pendekatan *Incidental Sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak terhadap siapa saja yang kebetulan bertemu dengan mereka di kawasan Pantai Melayu.

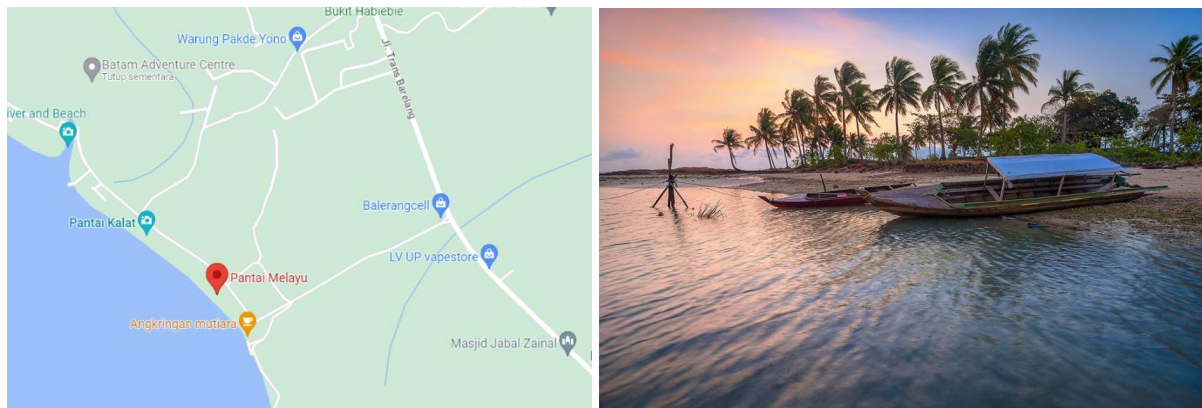
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{220}{1 + 220 (0,1)^2} = \frac{220}{3,2} = 69 \quad (1)$$

Saat mengambil sampel, peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% untuk sampel yang ada. Dalam sampel ini, rumus slovin digunakan. Jumlah rata-rata pengunjung pantai melayu perbulan adalah $2.635/12=220$. Jadi responden atau sampel penelitian ini berjumlah 69 orang dari total konsumen yang berkunjung ke Pantai Melayu.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah: (1) Angket atau tes, juga dikenal sebagai kuesioner, mengumpulkan data dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau jawaban tertulis kepada orang yang disurvei. (2) Wawancara, juga dikenal sebagai wawancara, mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada orang yang disurvei. Peneliti melakukan wawancara dengan informan untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang terkait dengan presentasi ini. Wawancara dilakukan menggunakan standar pertanyaan yang disesuaikan dengan masalah yang dibahas; (3) Monitoring merupakan teknik belajar langsung yang dilakukan di lapangan melalui keterlibatan dalam kegiatan yang bertujuan mengamati suatu hal, mencari sesuatu, sehingga peneliti dapat memahami keadaan sebenarnya; (4) Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan informasi dengan menggunakan dan mempelajari bahan-bahan terkini untuk menemukan ide dan hipotesis yang mempunyai kaitan kuat dengan permasalahan; dan (5) Dokumentasi adalah teknik mencari informasi mengenai berbagai pokok bahasan dalam bentuk catatan, dokumen, dan bentuk dokumentasi lainnya.

Penelitian dilakukan di Pantai Melayu yang dapat ditemukan di Jalan Trans Barelang di Kepulauan Riau, Bulang, Rempang Cate, Galang, dan Kota Batam. Penelitian dilakukan pada bulan Juli hingga bulan September 2023. Berikut adalah gambar peta menuju pantai melayu di jembatan empat barelang Kota Batam. Gambar di bawah juga menunjukkan sebagian Pantai

Melayu yang berada di tengah-tengah yang dipenuhi dengan pohon kelapa dan pohon-pohon serta rumput hijau yang tumbuh di sekitar pasir pantai.



Gambar 1. Peta Lokasi dan Tempat Penelitian di Pantai Melayu
Sumber: (Jalanwisata.id, 2020)

Informasi primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Akses terhadap sumber informasi pertama-tama muncul setelah individu yang mempunyai kekuasaan atau pengaruh dalam menentukan keadaan masyarakat atau topik penelitian dipilih. Menurut (Ali & Asrori, 2014), penelitian adalah suatu metode memahami sesuatu melalui proses pemeriksaan yang cermat atau upaya mengumpulkan informasi yang dihasilkan dari suatu tantangan untuk menemukan penyelesaian. Sumber informasi tambahan, atau fakta dan angka yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri. File, temuan, buku, jurnal, dan website yang berkaitan dengan pertumbuhan jumlah pengunjung di Kota Batam merupakan contoh sumber data lain yang digunakan dalam penelitian ini.

Pendekatan analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa baik upaya pengembangan daya tarik pengunjung dalam menarik lebih banyak pengunjung berdasarkan kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya. Kekuatan adalah keadaan yang membuat proyek, organisasi, atau ide bisnis saat ini menjadi kuat. Komponen-komponen yang membentuk tubuh organisasi merupakan kekuatan-kekuatan yang telah dikaji. Rencana bisnis proyek yang sebenarnya.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pantai Melayu merupakan salah satu tempat wisata ramah lingkungan yang berada di Desa Rempang Cate, Kecamatan Galang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Pantai ini berjarak kurang lebih 45 menit berkendara dari Batu Aji menuju Jembatan Bareleng ke-4 (yang juga disebut Jembatan Sultan Zainal Abidin) atau sekitar 1 kilometer dari Jalan Raya Trans Bareleng. Tidak diragukan lagi, ini adalah tempat terbaik untuk melepaskan diri dari kesibukan dan stres kehidupan sehari-hari. Suara yang terdengar di pantai ini hanyalah deburan ombak di bibir pantai dan udara dingin yang perlahan mendinginkan kepala. Pasir putihnya yang halus merupakan permukaan yang ideal untuk berbaring dan mengagumi keindahan alam. Alam di Pantai Melayu bersinar cerah seiring terbenamnya matahari di sore hari.

Pengunjung kini dapat mengoperasikan banana boat di Pantai Melayu. Pelampung balon untuk anak-anak dan orang dewasa juga dapat disewa. Pasir putih lembut juga dapat digunakan untuk membangun istana pasir yang megah. Bagi individu yang memiliki bakat serius, pasir juga menjadi tempat yang sangat baik untuk bermain bola voli di pantai atau sepak bola.

Pengunjung bisa menyewa cottage dan gazebo. Baik berlibur bersama keluarga maupun rombongan, gazebo menjadi tempat paling nyaman untuk nongkrong, piknik, atau memulihkan tenaga setelah berenang dan berbagai aktivitas lainnya. Masyarakat yang hanya ingin duduk dan menikmati pasir dapat menyewa tikar dari penduduk setempat. Pantai Melayu panjangnya sekitar 2 kilometer. Pantai ini sering dikunjungi oleh warga sekitar yang mengadakan kegiatan pantai, dan pada hari libur maupun liburan akhir pekan umumnya diakses oleh wisatawan Batam yang ingin berwisata.



Gambar 2. Gazebo Objek Wisata Pantai Melayu
Sumber: Peneliti

Menurut pengelola objek wisata Pantai Melayu, tidak ada biaya parkir. Namun tiket masuknya sebesar Rp 10.000 per orang, dan pendapatannya akan digunakan untuk mengembangkan lokasi agar para tamu merasa nyaman saat berlibur di Pantai Melayu. Oleh karena itu, pengelola Pantai Melayu berupaya memulihkan kawasan yang rusak. Bahkan ada tambahan wahana untuk memikat para tamu mengunjungi Pantai Melayu.

1. *Attraction* (Potensi Wisata)

Pantai Melayu memiliki daya tarik berupa pantai yang berwarna putih. Pasir putih ini membentang sejauh mata memandang di pantai. Selain putih, pasir di pantai ini juga halus dan nyaman untuk dilalui dengan berjalan tanpa alas kaki. Pantai ini masih terjaga keasliannya seolah belum banyak orang mengeksplor keindahannya. Pemandangan alam di sekitar pantai melayu membuat wisatawan terlena dan betah.

Berdasarkan temuan wawancara dengan manajemen, para tamu sering datang antara pukul 08.00 hingga 16.00 dengan tujuan menikmati udara di Pantai Melayu dan ada juga menikmati sunset di Pantai Melayu. Meski Batam adalah Kota yang sibuk, pengunjung menemukan ketenangan di pantai eksotis ini. Para pengunjung dapat menyaksikan matahari terbenam dan matahari terbit yang indah dari Pantai Melayu Batam. Keindahannya begitu indah berpadu dengan pemandangan gugusan pulau-pulau kecil di sekitarnya. Untuk menikmati pemandangan indah ini, pengunjung dapat menyesuaikan waktu kedatangannya yaitu pagi dan sore hari.

2. *Amenity* (Sarana Wisata)

Berdasarkan penelitian, penilaian fasilitas Kawasan Wisata Pantai Melayu dapat dilakukan berdasarkan tiga kriteria: aksesibilitas, kelengkapan, dan kondisi fisik. Berikut informasi yang dapat dicermati berdasarkan hasil penelusuran yang mengungkap fasilitas wisata dekat Jembatan Empat Bareleng di kawasan Pantai Melayu:

Tabel 2. Analisis Ketersediaan Fasilitas Pantai Melayu

No	Sarana wisata	Ketersedian		Kelengkapan		Wujud	
		Ya	Tidak	Cukup	Tidak	Baik	Tidak
1	Pintu Kedatangan	√			√	√	
2	Area Parkir Kendaraan	√		√		√	

3	WC Umum	√		√		√	
4	Surau	√		√		√	
5	Warung Makan	√		√		√	
6	Gazebo	√		√		√	
7	Papan Petunjuk	√			√		√
8	Tempat Sampah	√		√		√	
9	Pusat Informasi		√		√		√

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel uraian di atas, Pantai Melayu memiliki 85% fasilitas wisata yang diperlukan, termasuk 81% perlengkapan yang sesuai dan 86% fasilitas berkualitas tinggi. Pintu masuk di objek wisata Pantai Melayu dijaga dan tempat parkir dijaga oleh petugas parkir. Harga tiket masuk adalah 10.000 rupiah per orang dan tempat parkir sangat mendukung, tetapi tidak ada tempat untuk menyimpan helm bagi kendaraan motor. Kamar mandi dan mushola tersedia dalam kondisi yang baik. Tempat sampah juga sudah banyak disediakan oleh pihak petugas agar Pantai Melayu bersih. Berdasarkan hasil penelitian saya objek wisata Pantai Melayu banyak dikunjungi di hari Sabtu dan Minggu, tetapi di hari-hari biasa kadang terlalu sepi dan mau juga tidak ada sama sekali pengunjungnya.

3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Menghubungkan pengunjung dengan destinasi pariwisata dimungkinkan melalui aksesibilitas. Segala bentuk transportasi dan layanan terkait transportasi merupakan pintu masuk penting bagi industri pariwisata. Salah satu aspek dari strategi ini yang membedakannya adalah mobilitasnya, atau betapa sederhananya berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Jalan menuju ke pantai melayu sudah di aspal oleh pemerintah dan para wisatawan sudah bisa menikmati jalannya pantai melayu barelang Kota Batam.



Gambar 3. Jalan dan Petunjuk Arah Menuju Pantai Melayu
Sumber: Peneliti

Pembahasan

Metode analisis yang digunakan adalah SWOT karena telah teruji mampu memberikan langkah-langkah strategi yang tepat untuk memasarkan suatu usaha/bisnis (Lubis, 2016). Berdasarkan kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahayanya, sebuah kajian yang berupaya mengetahui seberapa sukses kebijakan pembangunan pariwisata yang diterapkan dalam mendorong jumlah wisatawan. Informasi yang dikumpulkan selama penelitian ini disajikan dalam bentuk pertanyaan, dengan tanggapan yang diambil dari temuan. Observasi, penilaian, dan tinjauan literatur digunakan untuk memperjelas hasil. Dalam hal ini, ada rencana

untuk meningkatkan potensi daya tarik Pantai Melayu di Jembatan Empat Bareleng Kota Batam.

Dalam analisis SWOT, ada empat komponen, yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*)
 - a. Karena jauh dari pusat kota dan memiliki banyak pepohonan, udaranya tetap bersih dan segar
 - b. Lingkungan tetap alami dan indah
 - c. Dan banyaknya kegiatan yang masih bisa dilakukan
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Pelayanan yang masih kurang
 - b. Fasilitas yang tidak memadai dan tidak terawat
 - c. Angkutan umum masih jarang
 - d. Tidak ada brosur untuk mengiklankan Pantai Melayu
3. Peluang (*Opportunities*)
 - a. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal
 - b. Pemanfaatan teknologi pada media periklanan
4. Ancaman (*Threats*)
 - a. Kurangnya petugas kebersihan untuk menjaga dan memelihara fasilitas di tempat Pantai Melayu
 - b. Keterlibatan masyarakat dan pemerintah dalam hal ini masih kurang mengembangkan potensi Pantai Melayu sebagai tempat wisata

Analisis SWOT digunakan untuk menilai apakah setiap fungsi dalam rangkaian tugas yang akan dilakukan dapat mencapai tujuan yang ditentukan. Analisis SWOT juga terbukti efektif dalam menentukan formulasi strategi yang tepat untuk sebuah usaha (Alamsyah et al., 2019). Analisis SWOT dilakukan terhadap seluruh aspek yang terkait dengan suatu fungsi, baik di dalam maupun di luar fungsi, karena kesiapan suatu fungsi ditentukan oleh ketersediaan setiap komponen yang terkait dengan fungsi tersebut. Untuk mengetahui posisi strategi mana yang cocok untuk permasalahan penelitian ini maka dibutuhkan perhitungan matriks IFAS dan EFAS agar sesuai dengan karakteristiknya dan hal ini sudah pernah dibuktikan oleh penelitian terdahulu sebelumnya (Alamsyah & Lubis, 2018).

a. Perhitungan matriks *internal strategy factors analysis summary* (IFAS)

Perhitungan matriks IFAS menentukan nilai numerik untuk bobot, nilai, dan skor yang nilai gabungannya tidak boleh melebihi 1,00. Tetapkan skor antara 1 (di bawah rata-rata/tidak signifikan) dan 4 (luar biasa) untuk setiap elemen. Hasil perhitungan matriks IFAS ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Perhitungan Matrik *Internal Strategy Factor Analysis Summary* (IFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Tersedia lahan parkir untuk kendaraan pengunjung	0,15	3	0,45
2	Pantai melayu berada di lokasi yang mudah dijangkau	0,15	3	0,45
3	Merasa senang mengunjungi pantai melayu	0,13	3	0,39
4	Jumlah toilet yang memadai	0,15	3	0,45
Total kekuatan		0,58		1,74
No	Kelemahan			
1	Tidak tersedia brosur informasi wisata pantai melayu	0,14	3	0,42
2	Objek wisata ini tidak menarik dikunjungi	0,13	3	0,39
3	Tidak terdapat media informasi umum tentang objek wisata pantai melayu	0,15	3	0,45
Total kelemahan		0,42		1,26
Total faktor internal (IFAS)		1,00		3,00

Sumber: Data diolah

Perhitungan berat, rating, dan kekuatan untuk nomor 1:

- Bobot faktor kekuatan dihitung menggunakan data 69 orang yang menjawab dikalikan dengan jumlah total data pertanyaan IFAS yang dihitung pada tabel 2 dengan hasil bobot $\frac{195}{1,043} = 0,15$.
 - Skor keseluruhan pada elemen kekuatan dihitung dengan menjumlahkan jawaban seluruh peserta dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya terlihat seperti ini: $\text{Rating} = \frac{195}{69} = 3$.
 - Kombinasi bobot dan rating dikalikan untuk mendapatkan rating akhir untuk elemen kekuatan. Perhitungannya terlihat seperti ini: $\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,15 \times 3 = 0,45$
- b. Perhitungan matriks eksternal strategic factors analysis summary (EFAS)

Matriks EFAS dihitung dengan cara yang sama seperti matriks IFAS: bobot penilaian dan penilaian ditentukan jika bobot keseluruhan tidak melebihi 1,00, dan nilai setiap faktor dihitung dengan memberikan skala. 1-4 luar biasa, dari 1 (di bawah rata-rata/tidak signifikan). Hasil perhitungan matriks EFAS ditunjukkan pada tabel di bawah ini. Seperti halnya peluang dan bahaya, nilai-nilai kelemahan dan kekuatan selalu bertentangan satu sama lain. Tabel 4 di bawah ini mencantumkan temuan studi EFAS.

Tabel 4. Perhitungan Matrik Eksternal Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Akan mengunjungi pantai melayu di masa mendatang ke pantai melayu	0,20	3	0,60
2	Memutuskan mengajak kerabat/keluarga/saudara untuk mengunjungi pantai melayu	0,21	3	0,63
Total peluang		0,41		1,23
No	Ancaman			
1	Merasa tidak aman bermain di pantai melayu karena ombak	0,22	3	0,66
2	Sampah pengunjung yang berserakan	0,21	3	0,63
3	Pengunjung yang merusak biota laut	0,17	3	0,51
Total ancaman		0,60		1,80
Total faktor eksternal (EFAS)		1,01		3,03

Sumber: Data diolah

Bobot, peringkat, dan skor peluang dihitung untuk posisi satu:

- Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan bobot faktor probabilitas dengan menggunakan data jawaban 69 responden dikalikan dengan jumlah total pertanyaan kuesioner EFAS dengan hasil bobot $\frac{186}{918} = 0,20$.
- Skor keseluruhan untuk elemen peluang dihitung dengan menggunakan jawaban seluruh lima puluh satu peserta dikalikan dengan jumlah keseluruhan peserta. Perhitungannya terlihat seperti ini: $\text{Rating} = \frac{186}{69} = 2,695652173991$ dibulatkan menjadi 3.
- Rata-rata tertimbang setiap rating dan bobot digunakan untuk menghitung skor komponen potensial. Perhitungannya terlihat seperti ini: $\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,20 \times 3 = 0,60$.

Hasil matriks IFAS dan EFAS secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

- Nilai kekuatan total (*strengths*) = 1,74
- Nilai kelemahan total (*weaknesses*) = 1,26
- Nilai peluang total (*opportunities*) = 1,23
- Nilai ancaman total (*threats*) = 1,80

Bagan kartesius untuk analisis SWOT

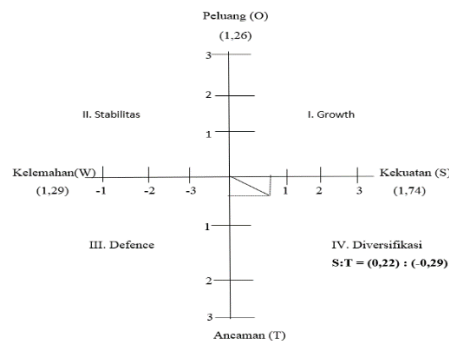
Grafik SWOT pada tabel data di atas dapat digunakan untuk menggambarkan elemen-elemen berdasarkan hasil perhitungan. Persamaan untuk menghitung koordinat adalah (x,y). Metode berikut dapat digunakan untuk menghitung koordinat:

- Koordinat untuk analisis internal ; koordinat untuk analisis eksternal

$$= \frac{\text{Total skor kekuatan} - \text{total skor kelemahan}}{2} ; \frac{\text{total skor peluang} - \text{total skor ancaman}}{2}$$

$$= \frac{S-W}{2} ; \frac{O-T}{2} = \frac{1,74-1,26}{2} ; \frac{1,23-1,80}{2} = 0,24 ; -0,29$$

Oleh karena itu, titik koordinatnya terletak di (0,22 ; -0,29)



Gambar 4. Diagram Kartesius SWOT

Sumber: Data diolah

Alat yang digunakan untuk mengembangkan alternatif strategi pengembangan potensi objek wisata pantai melayu dengan menggunakan matriks SWOT yang akan menentukan arah untuk strategi pemasaran yang lebih baik bagi Pantai Melayu. Diagram analisis SWOT dan metode kombinasi matriks SWOT dapat digunakan untuk menunjukkan nilai keseluruhan elemen internal dan eksternal. Berdasarkan penelitian (Rumpaidus et al., 2019) bahwa dengan analisis SWOT dapat memberikan inspirasi berupa strategi pengembangan destinasi pariwisata. Strategi ini diharapkan mampu mendatangkan pengunjung yang lebih banyak untuk berwisata ke wisata pantai melayu. Dengan menggunakan indikasi dan perpaduan variabel internal dan eksternal, kombinasi matriks menghasilkan temuan sebagai berikut.

Tabel 5. Strategi Berdasarkan IFAS dan EFAS

	Strength (S) a. Tersedia lahan parkir untuk kendaraan pengunjung b. Merasa senang mengunjungi pantai melayu c. Pantai melayu berada di lokasi yang mudah dijangkau d. Jumlah toilet yang memadai	Weakness (W) a. Tidak terdapat media informasi umum tentang objek wisata pantai melayu b. Objek wisata ini tidak menarik untuk dikunjungi c. Tidak tersedia brosur informasi wisata pantai melayu
	Opportunity (O)	Strategi (WO)

a. Akan mengunjungi kembali dimasa mendatang ke pantai melayu b. Memutuskan mengajak kerabat/keluarga/saudara untuk mengunjungi pantai melayu	a. Merencanakan fasilitas yang dapat meningkatkan daya tarik wisata Pantai Melayu b. Memaksimalkan kekhasan Pantai Melayu untuk menarik perhatian wisatawan dan mendongkrak jumlah wisatawan	a. Meningkatkan pariwisata untuk mendukung wisata Pantai Melayu dan keindahan alamnya b. Ciptakan fasilitas seperti wahana, transportasi dan pelayanan yang ada di pantai melayu agar menarik pengunjung
Threats (T) a. Merasa tidak aman bermain di pantai melayu karena ombak b. Sampah pengunjung berserakan c. Pengunjung yang merusak biota laut	Strategi (ST) a. Pemeliharaan sarana dan prasarana Pantai Melayu b. Terpeliharanya daya tarik estetika pantai yang merupakan daya tarik dan ciri khas wisata alam Pantai Melayu c. Mendorong masyarakat untuk berupaya memberikan pelayanan terbaik berupa ketenangan, kenyamanan, kemudahan akses serta keamanan dalam berwisata	Strategi (WT) a. Teknologi dimanfaatkan sebagai teknik pemasaran untuk mempromosikan perjalanan berbasis teknologi b. Perluasan Pantai Melayu juga ditunjukkan dengan pembangunan dan pemeliharaan fasilitasnya.

Sumber: Data diolah

Matriks SWOT dapat digunakan untuk membangun empat taktik utama: strategi SO (*strength-opportunities*), strategi (ST) (*strength-threats*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi WT (*weakness-threats*).

1. Strategi SO bergantung pada filosofi manajemen Pesisir Melayu yang memanfaatkan seluruh kemampuan untuk mencapai tujuan dan memanfaatkan kemungkinan yang ada. Berdasarkan manfaat dan kemungkinan tersebut, Pantai Melayu mempunyai pendekatan yang berbeda, yaitu memaksimalkan keunggulan dan kekhasan Pantai Melayu untuk menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan jumlah wisatawan, serta menyiapkan fasilitas yang akan meningkatkan daya tarik wisata Pantai Melayu. Pada strategi ini juga diperlukan branding untuk memperkuat daya jual dari destinasi wisata tersebut (Amalia et al., 2023).
2. Strategi ST merupakan metode yang memaksimalkan keuntungan perusahaan untuk mengalahkan ancaman. Alternatif yang dilakukan berdasarkan kelebihan dan kekurangan tersebut adalah dengan menjaga fasilitas Pantai Melayu sebagaimana adanya dengan tetap menjaga daya tarik dan kekhasan daya tarik pantai eksotik tersebut, hingga mengajak masyarakat sekitar untuk berbenah. Hal ini senada dengan penelitian (Budhiarta & Alhamdi, 2023) yang menyatakan bahwa masyarakat perlu diikutsertakan dalam pengelolaan sebuah tempat wisata. Dapat menghadirkan kemudahan, ketenangan, kenyamanan bagi wisatawan. Hal ini diperlukan dengan cara melakukan kerjasama dengan semua pihak yang terkait serta dilakukan pemantauan berkala (Ariana et al., 2023).
3. Strategi WO ini memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan yang ada sambil mengurangi kekurangan-kekurangan yang ada adalah landasan dari WO. Berdasarkan kekurangan dan peluang tersebut, rencana alternatif pengelolaan Pantai Melayu adalah dengan memperbanyak kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata yang mengedepankan keindahan pantai dan membangun fasilitas akses, istirahat dan penginapan untuk menunjang segala kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata agar dapat tumbuh menjadi keluarga unggulan. daya tarik dan tujuan perjalanan.
4. Strategi WT ini, berdasarkan aktivitas defensif, berupaya menghilangkan bahaya dan titik lemah. Berdasarkan ancaman dan kelemahan tersebut, pengelola Pantai Melayu telah menerapkan beberapa strategi berbeda, seperti mempromosikan pariwisata berbasis

teknologi melalui pemanfaatan teknologi sebagai alat komunikasi dan berkonsentrasi pada pertumbuhan kawasan wisatawan Pantai Melayu dari segi membangun dan memelihara infrastruktur.

III. SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini :

1. Berikut adalah keunggulan destinasi wisata Pantai Melayu : Destinasi Pantai Melayu memiliki lahan parkir yang cukup luas untuk wisatawan membawa kendaraan pribadi baik motor, mobil ataupun kendaraan umum, seperti Bis. Pengelola pantai Melayu memanfaatkan setiap peluang dengan memanfaatkan seluruh keterampilannya. Sedangkan faktor kelemahan (*weaknesses*) tidak tersedia brosur dan media informasi tentang pantai melayu. Berdasarkan strategi wo meningkatkan pantai melayu untuk mempromosikan keindahan pantai melayu serta mengembangkan wahana atau fasilitas yang ada di pantai melayu. Untuk faktor peluang (*opportunities*) yaitu: akan mengunjungi kembali dimasa mendatang ke pantai melayu. Dan untuk faktor ancaman (*threats*) yaitu: merasa tidak aman bermain di pantai melayu karena ombak dan sampah para pengunjung yang berserakan. Strategi yang digunakan atau st pengelola pantai melayu harus membuat himbauan kepada pengunjung pantai melayu untuk selalu menjaga kebersihan dan berhati-hati saat berenang di pantai melayu.
2. Strategi diversifikasi perusahaan diperlukan untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata pantai Melayu ini sekaligus mengoptimalkan kekuatan dan keterbatasannya, berdasarkan temuan penelitian dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS serta matriks SWOT empat kuadran. Proses pengembangannya adalah sebagai berikut:
 - a. Memperluas media sosial untuk mengembangkan pantai melayu dan menyebarkan brosur tentang pantai melayu barelang yang ada di batam.
 - b. Mempekerjakan penduduk setempat untuk mengelola pantai Melayu akan membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan perekonomian lokal di daerah sekitar pantai Melayu.
 - c. Meningkatkan fasilitas dan wahana yang ada di pantai melayu.
 - d. Melindungi dan menjaga ekosistem yang ada di pantai melayu.

REFERENSI

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.

Alamsyah, N., & Lubis, A. L. (2018). Analisa Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks IEF dan EFE (Studi Kasus PT. Kian Ho Indonesia). *Jurnal Industri Kreatif (JIK)*, 2(2). <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1097187>

Alamsyah, N., Lubis, A. L., & Hamdi, D. (2019). Formulation of Marketing Strategies in Expedition Services Company with SWOT and QSPM Methods. *Proceedings of the International Manufacturing Engineering Conference & The Asia Pacific Conference on Manufacturing Systems*, 3–9. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-15-0950-6_1

Ali, M., & Asrori, M. (2014). *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan* (Suryani (ed.); 1st ed.). Bumi Aksara.

Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Strategi Branding “Terpikat Pulau Penyengat” Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau. *DIMENSI*, 12(01), 212–229. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000>

Ariana, I. N. J., Bagus, I., & Astina, K. (2023). *Strategi pemasaran desa wisata bongan sebagai*

pariwisata kerakyatan berkelanjutan di kabupaten tabanan. 7(1), 167–176.

Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2016). *KBBI Daring*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

Budhiarta, I. N., & Alhamdi, R. (2023). Analisis Perencanaan Pengembangan Objek Wisata Kampung Kelembak Berbasis Masyarakat, Nongsa, Batam. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 8(1), 38–45. <https://doi.org/10.25078/pariwisata.v8i1.1454>

Helvira, H. (2019). *Strategi Pengembangan Potensi Objek Wisata Dendang Melayu Di Jembatan Satu Barelang Kota Batam* (Vol. 2, Issue 1).

Isdarmanto. (2016). Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Gerbang Media Aksara dan STiPrAm* (1st ed.).

Jalanwisata.id. (2020). *Pantai Melayu Batam*. Direktori Pariwisata Indonesia. <http://direktoriwisata.id/unit/8236>

Kertamulya, D. (2020). *Potensi Wisata Desa*. Pemdes@kertamulya-Padalarang.Desa.Id.

Lubis, A. L. (2016). Analisa SWOT Sebagai Acuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus : Khazanah Plaza Batam). *Journal Industrial Service*, 2(1). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/issue/view/227>

Margono, S. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (38th ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Nawangsari, D., Muryani, C., & Utomowati, R. (2018). *Pengembangan Wisata Pantai Desa Watu Karung Dan Desa Sendang Kabupaten Pactan Tahun 2017*. 4(1), 1–10.

Presiden Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia No. 10.Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. In *Undang-Undang* (No. 10). https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_10.pdf

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.); Revision, Issue 1). Zifatama Publishing.

Rumpaidus, G. A., Putra, A. M., & Widyatmaja, I. G. N. (2019). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 3(2), 22–42. <https://ocs.unud.ac.id/index.php/jkh/article/view/45903>

Sugiamana, A. G. (2016). *Manajemen Aset Pariwisata: (4th ed.)*. Guardaya Intimarta.

Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.

Wahyuningsih, S., Rasulog, I., & Nuhung, M. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Tujuan Wisata di Bulukumba. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 141–157.

Yoeti, O. A. (2002). Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. In *Jakarta: Pradnya Paramita, 2002* (Issue 4611, p. Universitas Indonesia).