

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN 3A (ATRAKSI, AKSEBILITAS, AMENITAS) DI DESTINASI WISATA PANTAI PASIR TIKU KECAMATAN TANJUNG MUTIARA KABUPATEN AGAM

Mustika Yuliani¹, Awaluddin², Cahya Agung Mulyana³
mstkyln@gmail.com¹, aawal65@yahoo.com², cahyaagungmulyana@uinbukittinggi.ac.id³
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Peningkatan 3A (Atraksi, Aksebilitas, Amenitas) Di Destinasi Wisata Pantai Pasir Tiku Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam” disusun oleh Mustika Yuliani Nim 3520044 Program studi Pariwisata Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sjech M.Djambek Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Strategi Peningkatan 3A (Atraksi, Aksebilitas, Amenitas) Di Destinasi Wisata Pantai Pasir Tiku Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan melalui analisis SWOT, analisis IFE dan EFE, Matriks SWOT serta tabel bobot skor. Penulis melakukan penelitian di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku, Kecamatan Tanjung Mutiara, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat, waktu yang peneliti gunakan dalam penelitian yaitu pada 21 Oktober 2024 sampai selesai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa destinasi ini berpotensi menghasilkan pendapatan masyarakat setempat dan menarik wisatawan dari berbagai usia. Strategi peningkatan yang dilakukan didasarkan pada konsep 3A (Atraksi, Aksebilitas, Amenitas). Dan juga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan melalui strategi faktor internal dan eksternal dengan perhitungan skor yang menunjukkan kelemahan yang ada untuk merebut peluang, memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman serta memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang. Maka, dapat disimpulkan bahwa alternative yang dipilih oleh peneliti adalah strategi SO (Strength-Oportunity), yang mana memiliki skor tertinggi dibandingkan dengan strategi yang lainnya. Destinasi wisata Pantai Pasir Tiku dapat menggunakan strategi SO (Strength-Oportunity), yang mana memiliki skor tertinggi dibandingkan dengan strategi yang lainnya. Destinasi wisata Pantai Pasir Tiku dapat menggunakan strategi SO (Strength-Oportunity) untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dalam melakukan wisata ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku serta memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang.

Kata Kunci: Strategi Peningkatan 3A (Atraksi, Aksebilitas, Amenitas) Wisata, Analisis SWOT, Destinasi Wisata Pantai Pasir Tiku.

ABSTRACT

Thesis entitled "Analysis of 3A Improvement Strategy (Attraction, Accessibility, Amenity) in Pasir Tiku Beach Tourism Destination, Tanjung Mutiara District, Agam Regency" was compiled by Mustika Yuliani NIM 3520044, Sharia Tourism Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sjech M.Djambek University Bukittinggi. This study aims to determine the Analysis of 3A Improvement Strategy (Attraction, Accessibility, Amenity) in Pasir Tiku Beach Tourism Destination, Tanjung Mutiara District, Agam Regency. This study uses a descriptive approach method and a qualitative approach. Data collection techniques used are through observation, interviews, questionnaires and documentation. Data analysis techniques used through SWOT analysis, IFE and EFE analysis, SWOT Matrix and score weight tables. The author conducted research at the Pasir Tiku Beach tourist destination, Tanjung Mutiara District, Agam Regency, West Sumatra Province, the time the researcher used in the research was from October 21, 2024 until completion. The results of this study indicate that this destination has the potential to generate income for local people and attract tourists of all ages. The improvement strategy carried out is based on the 3A concept (Attractions, Accessibility, Amenities). And it can also increase tourist satisfaction through internal and external factor strategies with score calculations that show existing weaknesses to seize

opportunities, utilize strengths to face threats and utilize strengths to seize opportunities. So, it can be concluded that the alternative chosen by the researcher is the SO (Strength-Opportunity) strategy, which has the highest score compared to other strategies. The Pasir Tiku Beach tourist destination can use the SO (Strength-Opportunity) strategy, which has the highest score compared to other strategies. The Pasir Tiku Beach tourist destination can use the SO (Strength-Opportunity) strategy to increase tourist satisfaction in visiting the Pasir Tiku Beach tourist destination and utilize strengths to seize opportunities.

Keywords: *Tourism Improvement Strategy 3A (Attractions, Accessibility, Amenities), SWOT Analysis, Pasir Tiku Beach Tourism.*

PENDAHULUAN

Tidak terlepas dari letaknya yang strategis, alam dan budaya yang baik di Indonesia sangat banyak, dimana memberikan kontribusi bagi keunikan lingkungannya dan menarik banyak wisatawan mancanegara. Seiring berjalannya waktu, sumber pendapatan terbesar dan paling menjanjikan bagi negara-negara yang memiliki potensi pariwisata adalah pariwisata. Oleh karena itu, pemerintah dan masyarakat berupaya untuk memajukan sektor pariwisata Indonesia. Di era globalisasi saat ini, industri pariwisata merupakan sumber pendapatan terbesar dan paling dapat diandalkan bagi perekonomian dunia. Salah satu industri yang akan tumbuh secara internasional adalah pariwisata. Pariwisata mencakup berbagai kegiatan ekonomi yang secara langsung berhubungan dengan pengunjung asing yang masuk ke suatu negara, kota, atau wilayah melalui lalu lintas. Untuk menjamin agar pariwisata dapat tumbuh dengan sukses dan berkelanjutan serta memberi manfaat bagi masyarakat dengan mendorong perekonomian, dan sebaliknya, jika masyarakat tidak mengelolanya secara kreatif, maka akan menimbulkan masalah dan bahkan kerugian. Pengembangan pariwisata memerlukan kajian yang mendalam, yaitu dengan melihat semua sumber daya pendukung yang memungkinkan, untuk menjamin agar pariwisata dapat tumbuh dengan sukses dan berkelanjutan, memberi manfaat bagi masyarakat, dan mengurangi potensi dampak buruk.

Pemanfaatan lingkungan yang efektif sebagai bentuk dan jenis salah satu pariwisata sebagai tanda keberhasilan strategi pariwisata. Sektor pariwisata dapat dikembangkan dengan memanfaatkan prinsip 3A, yaitu Daya Tarik, Amenitas, dan Aksesibilitas. Pengembangan suatu destinasi atau daya tarik wisata dipengaruhi oleh prinsip 3A. Apabila tersedia layanan pendukung, niscaya destinasi wisata akan semakin maju dan menarik bagi para pengunjungnya sehingga akan merasa nyaman dan merasa layak untuk dikunjungi. Selain itu, aksesibilitas terhadap daya tarik wisata selama perjalanan juga harus memadai, sehingga akan memudahkan dan menyenangkan para pengunjung dalam melakukan perjalanan.

Dalam upaya pengembangan wisata Pantai Pasir Tiku, perlu juga adanya pengembangan pada 3A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas). Berdasarkan dari fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, dengan itu penulis ingin melihat strategi atau upaya-upaya yang dilakukan untuk pengembangan destinasi wisata tersebut dan judul ini tertarik pada “Analisis strategi peningkatan 3A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas) Wisata Pantai Pasir Tiku Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam.”

KAJIAN PUSTAKA

Strategi

Penyusunan dan pelaksanaan sejumlah rencana yang bertujuan agar mencapai tindakan yang tepat dan sumber daya tepat dan sasaran fundamental dengan tetap memperhitungkan keunggulan kompetitif berkelanjutan serta prospek jangka panjang optimal seseorang atau organisasi dikenal sebagai strategi. Ada 3 fungsi strategi adalah:

1. Sebagai alat untuk mengkomunikasikan suatu maksud pada orang lain
2. Digunakan untuk memanfaatkan kebersihan yang didapatkan sekarang, sekaligus mencari peluang-peluang yang baru
3. Mengarahkan kegiatan perusahaan kedepannya

Ada beberapa tahapan dan prosesnya dalam melakukan strategi, secara garis besar strategi melalui 3 tahapan yaitu:

1. Formulasi

Formulasi dalam hal ini focus pada perencanaan, visi dan misi yang dikembangkan harus sesuai dengan strategi formulasi yang dibutuhkan.

2. Implementasi

Implementasi berarti penerapannya di dalam organisasi, tahap ini disebut sebagai tahap pelaksanaan (action stage).

3. Evaluasi

Evaluasi berarti bicara tentang pengendaliannya.¹

Konsep Peningkatan 3A Wisata

Menurut laman Kontan, pemerintah Indonesia masih menggunakan konsep 3A sebagai strategi pengembangan destinasi wisata. Hal ini dikarenakan masih konsep yang ada belum dipahami oleh masyarakat secara mendalam. Sebuah destinasi wisata harus menganut konsep 3A yang merupakan kebutuhan minimal. Berikut penjelasannya:

- a. Daya Tarik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, daya tarik wisata di destinasi wisata adalah seni, budaya, peninggalan sejarah, adat istiadat, sumber daya alam, atau hiburan.

- b. Mudah diakses

Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 mendefinisikan aksesibilitas pariwisata sebagai segala bentuk prasarana dan layanan transportasi yang memudahkan perjalanan dari tempat asal wisatawan ke destinasi wisata atau perjalanan di dalam kawasan destinasi wisata terkait dengan alasan perjalanan.

- c. Fasilitas

Amenitas adalah fasilitas. Penyediaan amenities di destinasi wisata bukan merupakan daya tarik bagi pengunjung, dengan kata lain bukan merupakan tujuan utama mereka. Daya tarik wisata yang utama adalah amenities. Ketersediaan amenities di tempat wisata perlu diperhatikan, karena jika amenities tidak ada atau kondisinya buruk akan mengurangi minat pengunjung.²

Konsep Wisata Syari'ah

1. Pengertian Wisata Syari'ah

Beberapa negara menggunakan istilah seperti wisata Islam, wisata halal, dan wisata halal untuk merujuk pada wisata syariah. Kegiatan yang mematuhi hukum syariah dan didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh pemerintah daerah, pemilik bisnis, masyarakat, dan lembaga pemerintah dikenal sebagai wisata syariah. Sebutan lain untuk wisata syariah adalah wisata halal, atau hanya wisata halal.

2. Prinsip Wisata Syari'ah

Secara umum prinsip wisata syariah berdasarkan fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 terbagi atas beberapa prinsip yaitu:

- a. Orientasi kesejahteraan. Perbedaan pertama antara pariwisata syariah dan pariwisata tradisional adalah pariwisata syariah mengutamakan dampak ekonomi bagi wisatawan dan masyarakat sekitar destinasi wisata, selain juga menjamin kepuasan wisatawan.

¹ Werner R. Murhadi, *Manajemen Strategi* (Surabaya: Publikasi Ilmiah, 2024), hal. 5

² Febrianti & stefanus, "Strategi pengembangan pariwisata oleh pemerintah daerah terhadap pendapatan asli daerah" *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No. 2, Hal. 325

Gagasan bahwa pariwisata memiliki dampak positif bagi perekonomian harus diwujudkan dalam pariwisata syariah.

- b. Aksesibilitas tempat ibadah. Karena pariwisata syariah khusus diperuntukkan bagi wisatawan muslim, maka penyelenggara pariwisata syariah wajib menyediakan sarana ibadah, mulai dari ketersediaan air bersih, tempat berwudhu, dan tempat salat yang layak. Secara umum, kawasan yang ramah wisatawan adalah kawasan yang memiliki fasilitas yang dibutuhkan wisatawan.
- c. Makanan dan minuman

Al-Qur'an QS. Al-Baqarah ayat 173 menyatakan bahwa setiap muslim diwajibkan untuk menyantap makanan halal dan tayyib, oleh karena itu kawasan pariwisata syariah wajib menyediakan makanan tersebut di samping sarana ibadah.

- d. Selain mewajibkan penyediaan barang-barang tertentu yang dibutuhkan wisatawan, pengertian pariwisata syariah juga menghendaki peniadaan barang-barang tertentu dari kawasan wisata, yaitu:
 - a) Tidak adanya tempat ibadah atau tempat-tempat suci lainnya yang dapat mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kemusyrikan dan kurafat.
 - b) Tidak adanya hal-hal yang diharamkan lainnya, seperti perjudian, minuman keras, menyendiri, dan lain sebagainya.

3. Konsep Wisata Syari'ah

Menurut ayat-ayat Al-Qur'an, pariwisata dan kegiatan terkaitnya memiliki tujuan-tujuan berikut dalam Islam:

- a. Dengan berfokus pada kosmos, wisatawan dapat memperdalam keimanan dan meningkatkan keyakinan bahwa Allah SWT, yang menciptakan bumi dan langit, adalah pencipta alam semesta beserta isinya. Dan Allah SWT yang Mahakuasa, yang menciptakan dan membinasakan makhluk-makhluk-Nya.
- b. Menggunakan pariwisata sebagai pendorong untuk mempromosikan dzikir dan introspeksi: Umat Islam harus mengingat bahwa Allah, yang menciptakan bumi, langit, siang dan malam, adalah pencipta alam semesta. Dan meningkatkan kontemplasi, yang didefinisikan sebagai memeriksa segala sesuatu yang dilihat dan diperoleh untuk menemukan cara memanfaatkan alam semesta dengan baik dan menghindari pemborosan ciptaan Allah.
- c. Menggunakan pariwisata sebagai sarana untuk memperluas kegiatan ta'aruf: Allah SWT menciptakan manusia dalam berbagai ras dan suku dengan harapan agar mereka saling mengenal dan menjalin persatuan dalam doa dan mengikuti ajaran Allah. Perbedaan ras dan budaya tidak menentukan derajat keluhuran seseorang, tetapi ketakwaanlah yang mengangkat derajatnya di sisi Allah SWT. d. Menciptakan tempat wisata yang bercitra dengan Ibrah: Ibrah adalah menjadikan segala sesuatu sebagai pelajaran agar kejadian seperti ini tidak terulang lagi di kemudian hari, seperti mengambil hikmah dari zaman nabi.³

Pantai Pasir Tiku

Salah satu pantai yang paling menawan di pesisir Sumatera Barat adalah Pantai Pasir Tiku. Lokasi pantai ini tepatnya berada di Kecamatan Tanjung Mutiara, Kabupaten Agam, Nagari Tiku Selatan. Pantai di Pasir Tiku landai karena tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah.

Destinasi wisata

Ada empat hal yang dibutuhkan setiap tempat wisata, kata Cooper dkk:

³ Wahyutika. "Analisis pengembangan destinasi wisata religi pada islamic center kalimantan timur di kota samarind" eJournal Administrasi Bisnis, Vol 7, Nomor 4, 2019

- a. Atraksi (*attraction*) misalnya, tradisi lokal yang menarik, pemandangan alam yang indah, dan pertunjukan seni. Atraksi membangkitkan rasa ingin tahu calon pengunjung, yang seringkali mencari destinasi dengan ciri khas.
- b. Aksesibilitas adalah mudahnya bergerak kesuatu tempat ke tempat lainnya. Daerah yang memiliki potensi pariwisata harus memadai sehingga mudah untuk dikunjungi, seperti: transportasi lokal dan adanya terminal.
- c. Saat mengunjungi suatu destinasi wisata, pengunjung seringkali membawa infrastruktur dan fasilitas sendiri untuk digunakan. Termasuk penginapan, tempat makan, dan tour operator.
- d. *Ancillary services* Manajer lokasi wisata bertanggung jawab untuk menyediakan layanan yang diperlukan bagi industri pariwisata, termasuk pemasaran destinasi, pengelolaan, dan bantuan perencanaan acara.⁴

Analisis SWOT

Peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan suatu perusahaan dapat lebih dipahami dengan menggunakan analisis SWOT, sebuah alat perencanaan. Untuk mengatasi berbagai ancaman secara efektif, ada baiknya melakukan analisis SWOT, yang menggabungkan empat faktor: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penelitian ini yaitu teknik dimana berguna untuk mengurangi dampak potensi ancaman dan meminimalkan kerentanan dalam organisasi perusahaan.⁵

METODE

Dalam upaya mengkarakterisasi data real yang ada, teknik deskriptif kualitatif digunakan. Menyajikan kejadian atau kondisi saat ini dengan memaparkan Strategi Peningkatan 3A (Atraksi, Aksebilitas, Amenitas) yang berkaitan dengan peningkatan kepuasan pelanggan di lokasi wisata merupakan tujuannya. Kerangka teori tidak mengarahkan pengumpulan data dalam penelitian kualitatif; sebaliknya, temuan-temuan di lapangan berfungsi sebagai kompas. Jadi metode kualitatif lebih menekankan pengamatan fenomena lebih dalam mengenai fakta-fakta yang ada dibalik peristiwa. Maka dibutuhkan informasi sebanyak mungkin dalam mengolah dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini dideskripsikan tentang Analisis Strategi Peningkatan 3A (Atraksi, Aksebilitas, Amenitas) di Destinasi Wisata Pantai Pasir Tiku Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Destinasi Wisata Pantai Pasir Tiku Tanjung Mutiara Kabupaten Agam.

Agar dapat dikenal oleh masyarakat luar, serta membuka kemungkinan adakan diadakannya penelitian selanjutnya terhadap topik yang dibahas. Peneliti tertarik melakukan penelitian di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku karena di temukan permasalahan yaitu banyaknya komplain dari konsumen saat berkunjung ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan 2 sumber data yaitu primer dan sekunder yaitu:

- a. Data Primer, yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok satu data hasil wawancara dengan pihak pengelola dan narasumber seperti konsumen yang berwisata ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku

⁴ Titing Kartika, Rosman Ruskana, and Mohammad Iqbal Fauzi, 'Strategi Pengembangan Daya Tarik Dago Tea House Sebagai Alternatif Wisata Budaya Di Jawa Barat', *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8.2 (2018), 121 <<https://doi.org/10.17509/thej.v8i2.13746>>.

⁵ Aru Faradiba Akbar and others, 'Analisis Swot Dalam Perbankan: Menguji Keunggulan Dan Tantangan', *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 1.1 (2023), 11–14 <<https://doi.org/10.59971/jimbe.v1i1.2>>.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang didapat dari catatan atau secara tidak langsung, dan data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku- buku, artikel atau sumber lainnya yang berkaitan dengan materi yang dibutuhkan untuk melakukan peneliti.⁶

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, yang mana analisis ini menjadikan instrumen dalam menemukan masalah yaitu bagaimana kekuatan (Strength) mampu dalam mengambil keuntungan pada sebuah peluang (Opportunity) sehingga mengatasi kelemahan (Weakness) agar terhindar dari ancaman (Threats) agar menjadi nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agar dapat mengetahui strategi peningkatan 3A (Atraksi, Akseibilitas, Amenitas) di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku, maka diperlukan analisis SWOT yang ada pada destinasi wisata Pantai Pasir Tiku sebagai berikut:

Tabel 1 Analisis Faktor Internal (IFE) terhadap strategi peningkatan 3A (Atraksi, Akseibilitas, Amenitas)

| No | Indikator | Kekuatan | Kelemahan |
|----|---------------------|--|--|
| 1 | Atraksi | 1. Adanya, wahana bermain di taman bermain 2. Adanya, makanan khas daerah tiku di pinggiran jalan Pantai Pasir Tiku 3. Adanya, mengadakan festival atau acara selain acara pesta pantai tahunan di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 1. Pentingnya, membuat aturan kepada anak muda untuk menaikan payung ceper agar menghindari perilaku tercela dan tidak merusak kenyamanan wisatawan lain untuk menikmati pemandangan di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku. 2. Pentingnya, merawat perahu dan meminimalisir penumpang yang akan naik sesuai ukuran perahu di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku |
| 2 | Akseibilitas | 1. Adanya, menyediakan transportasi untuk memudahkan wisatawan menuju ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku. 2. Adanya, menyediakan penyewaan transportasi seperti mobil angkutan umum untuk pergi mengunjungi destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 1. Pentingnya, memperbaiki kondisi jalan disekitar Pantai Pasir Tiku |
| 3 | Amenitas | 1. Adanya, terdapat toilet yang bersih dan terawat 2. Adanya, terdapat banyak tempat duduk yang teduh dan bersih 3. Adanya, terdapat fasilitas yang lengkap dan memadai | 1. Pentingnya, tempat sampah yang banyak 2. Pentingnya, terdapat musholla yang bersih dan nyaman |

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2024

⁶ Annisa Rizky Fadilla and others, 'JURNAL PENELITIAN Volume 1 No 3 II Agustus 2023 E-ISSN : 2986-5573 (Online) Volume 1 No 3 II Agustus 2023 E-ISSN : 2986-5573 (Online) Page 34-46', 1.3 (2023), 34-46.

a. Analisis Faktor Eksternal (EFE)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan konsumen yang berkunjung ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku terkait pada Faktor Eksternal (EFE) pada destinasi wisata yaitu:

1. Luasnya Pangsa Pasar

Salah satu peluang yang dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen saat berkunjung ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku

2. Hubungan baik antara penjual dengan konsumen

Salah satu peluang agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen agar kembali lagi untuk berwisata dan merekomendasikan destinasi ini kepada konsumen lain.

3. Adanya pesaing baru dengan produk yang modern atau aesthetic

ini merupakan ancaman bagi keutuhan suatu destinasi wisata, hal ini dikarenakan pesaing baru memiliki produk yang lebih kekinian atau modern.

Dari penjelasan dan hasil wawancara tentang faktor eksternal diatas, dapat dikelompokkan masing-masing faktor eksternal kedalam tabel analisis EFE sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Faktor Eksternal (EFE) terhadap strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen

| No | Indikator | Peluang | Ancaman |
|----|-------------------------|---|--|
| | Faktor Eksternal | 1. Seberapa penting luas pangsa pasar dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku 2. Meningkatnya kepercayaan pengunjung terhadap destinasi wisata Pantai Pasir Tiku 3. Seberapa pentingnya, hubungan baik antara penjual dan pembeli | 1. Adanya pesaing baru dengan konsep wisata modern 2. Ketidakpuasan pengunjung dalam berkunjung kembali ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku |

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2024

b. Analisis Matrik Internal Faktor Evaluation (IFE) dan Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

Adalah untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berbeda dilingkungan internal maupun eksternal pada destinasi wisata Pantai Pasir Tiku yaitu:

Tabel 3. Analisis SWOT Destinasi Wisata Pantai Pasir Tiku

| S | W |
|--|--|
| 1. Adanya, wahana bermain di taman bermain 2. Adanya, makanan khas daerah tiku di pinggir jalan Pantai Pasir Tiku 3. Adanya, mengadakan festival atau acara selain acara pesta pantai tahunan di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku 4. Adanya, menyediakan transportasi untuk memudahkan wisatawan menuju ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku 5. Adanya, menyediakan penyewaan transportasi seperti mobil angkutan umum untuk pergi mengunjungi destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 1. Adanya, membuat aturan kepada anak muda untuk menaikan payung ceper agar menghindari perilaku tercela dan tidak merusak kenyamanan wisatawan lain untuk menikmati pemandangan di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku. 2. Adanya, merawat perahu dan meminimalisir penumpang yang akan naik sesuai ukuran perahu di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku 3. Adanya, memperbaiki kondisi jalan disekitar Pantai Pasir Tiku 4. Adanya, tempat sampah yang banyak |

| | |
|---|--|
| 6. Adanya, terdapat toilet yang bersih dan terawat 7. Adanya, terdapat banyak tempat duduk yang teduh dan bersih 8. Adanya, terdapat fasilitas yang lengkap dan memadai. | 5. Adanya, terdapat musholla yang bersih dan nyaman |
| O 1. Seberapa penting luas pangsa pasar dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku 2. Meningkatnya kepercayaan pengunjung terhadap destinasi wisata Pantai Pasir Tiku 3. Seberapa pentingnya, hubungan baik antara penjual dan pembeli | T 1. Adanya pesaing baru dengan konsep wisata modern 2. Ketidakpuasan pengunjung dalam berkunjung kembali ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku |

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2024

c. Analisis Perhitungan Bobot Rating Matrik *Internal Faktor Evaluation (IFE)*

Lingkungan eksternal destinasi diuji dan juga mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

Tabel 4. Perhitungan Bobot Rating Matrik IFE

| No | Faktor Internal Dominan | Jumlah | Rating | Bobot % | Bobot X Rating |
|----|---|------------|--------|-------------|----------------|
| | STRENGTH | | | | |
| 1 | Adanya, wahana bermain di tanam bermain | 34 | 3,4 | 0,11 | 0,37 |
| 2 | Adanya, makanan khas daerah tiku di pinggiran jalan Pantai Pasir Tiku | 30 | 3 | 0,10 | 0,3 |
| 3 | Adanya, mengadakan festival atau acara selain acara pesta pantai tahunan di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 30 | 3 | 0,10 | 0,3 |
| 4 | Adanya, menyediakan transportasi untuk memudahkan wisatawan menuju ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 37 | 3,7 | 0,12 | 0,44 |
| 5 | Adanya, menyediakan penyewaan transportasi seperti mobil angkutan umum untuk pergi mengunjungi destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 37 | 3,7 | 0,12 | 0,44 |
| 6 | Adanya, terdapat toilet yang bersih dan terawat | 47 | 4,7 | 0,15 | 0,70 |
| 7 | Adanya, banyak tempat duduk yang teduh dan bersih | 40 | 4 | 0,10 | 0,4 |
| 8 | Adanya, terdapat fasilitas yang lengkap dan memadai | 44 | 4,4 | 0,14 | 0,61 |
| | Total Strength | 299 | | 0,94 | 3,56 |

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2024

| No | WEAKNESS | Jumlah | Rating | Bobot % | Bobot X Rating |
|----|-------------------------------|--------|--------|---------|----------------|
| 1 | Adanya, membuat aturan kepada | 40 | 4 | 0,10 | 0,4 |

| | | | | | |
|---|--|------------|-----|-------------|-------------|
| | anak muda untuk menaikkan payung ceper agar menghindari perilaku tercela dan tidak merusak kenyamanan wisatawan lain untuk menikmati pemandangan di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | | | | |
| 2 | Adanya, merawat perahu dan meminimalisir penumpang yang akan naik sesuai ukuran perahu di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 34 | 3,4 | 0,16 | 0,54 |
| 3 | Adanya, memperbaiki kondisi jalan disekitar Pantai Pasir Tiku | 40 | 4 | 0,10 | 0,4 |
| 4 | Adanya, terdapat tempat sampah yang banyak | 44 | 4,4 | 0,21 | 0,92 |
| 5 | Adanya, terdapat musholla yang bersih dan nyaman | 40 | 4 | 0,10 | 0,4 |
| | Total Weakness | 204 | | 0,89 | 2,66 |
| | TOTAL (S+W) | 503 | | 1,12 | 7,12 |
| | Selisih | | | 0,05 | 0,9 |

Berdasarkan hasil analisis perhitungan bobot rating matriks IFE pada table diatas, maka dapat dilihat bahwa posisi internal jumlah nilai setiap bagian adalah 3,56 dan kelemahan 3,56. Sedangkan total nilai kekuatan ditambah dengan nilai kelemahan adalah sebesar 503 dengan selisih 0,99. Hal ini dapat menunjukkan bahwa destinasi wisata Pantai Pasir Tiku cukup dimana kekuatan dipakai supaya kelemahan yang ada bisa di atasi.

d. Analisis Perhitungan Bobot Rating Matrik Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

Ini adalah alat untuk menguji lingkungan eksternal suatu tujuan dan menentukan peluang dan risikonya.

Tabel 5. Perhitungan Bobot Rating Matrik EFE

| No | Faktor Internal Dominan | Jumlah | Rating | Bobot % | Bobot X Rating |
|----|---|------------|--------|-------------|----------------|
| | Opportunity | | | | |
| 1 | Seberapa penting, luas pangsa pasar dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 42 | 4,2 | 0,32 | 1,34 |
| 2 | Meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 45 | 4,5 | 0,34 | 1,53 |
| 3 | Seberapa pentingnya, hubungan baik antara penjual dan pembeli | 44 | 4,4 | 0,33 | 1,45 |
| | Total Opportunity | 131 | | 0,99 | 4,32 |

| No | THREATS | Jumlah | Rating | Bobot % | Bobot X Rating |
|----|---|------------|--------|-------------|----------------|
| 1 | Adanya pesaing baru dengan konsep wisata modern | 31 | 4 | 0,13 | 0,52 |
| 2 | Ketidakpuasan pengunjung dalam berkunjung kembali ke destinasi wisata Pantai Pasir Tiku | 28 | 3 | 0,01 | 0,3 |
| | Total Threats | 59 | | 0,23 | 0,82 |
| | TOTAL (O+T) | 190 | | 1,22 | 5,14 |

| | | | | | |
|--|---------|--|--|------|-----|
| | Selisih | | | 0,76 | 3,5 |
|--|---------|--|--|------|-----|

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan bobot rating matriks EFE pada tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa posisi eksternal jumlah nilai dari masing-masing faktor peluang adalah 4,32 dan ancaman 0,82 sedangkan total nilai peluang ditambah dengan nilai ancaman adalah sebesar 190 dengan selisih 3,5. Hal ini dapat menunjukkan bahwa destinasi wisata Pantai Pasir Tiku cukup kuat dalam menggunakan peluang untuk mengatasi ancaman yang ada.

e. Analisis Tabel Bobot Skor dan Kuadran Analisis SWOT

Setelah melakukan analisis perhitungan bobot rating matrik IFE dan EFE, dapat disimpulkan total dari masing-masing bobot skor faktor internal dan eksternal yang dapat dilihat pada tabel berikut ini yaitu:

Tabel 6 Tabel Bobot Skor

| Faktor Internal | Kekuatan (Strenght) | Kelemahan (Weakness) |
|------------------------------|--|--|
| Peluang (Opportunity) | Strategi SO S+O= 3,56+4,32 SO= 7,88 | Strategi WO W+O= 2,66+4,32 WO= 6,98 |
| Ancaman (Threats) | Strategi ST S+T= 3,56+0,82 ST= 4,38 | Strategi WT W+T= 4,32+0,82 WT= 3,52 |

Sumber: Analisis Data Primer 2024

Matriks yang sudah di hitung, dapat dilihat bahwa skor tertinggi ada pada SO (Strength-Opportunity) yaitu 7,88. Dengan demikian strategi SO merupakan strategi yang paling besar dalam memasarkan destinasi wisata Pantai Pasir Tiku dengan memanfaatkan kekuatan internal (Strength) dan memaksimalkan peluang (Opportunity) yang ada di eksternal.

KESIMPULAN

Berdasar hal tersebut mengenai Analisis Strategi Peningkatan 3A di Destinasi Wisata Pantai Pasir Tiku Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam, dapat disimpulkan yaitu Strategi Peningkatan 3A yang digunakan pengelolaan destinasi wisata Pantai Pasir Tiku yaitu menggunakan Peningkatan 3A yaitu Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas. Secara umum sudah diterapkan sebagaimana teori, namun dalam peningkatan atau perbaikan masih ada beberapa produk wisata yang harus ada pembaharuan. Dan untuk tempat sudah cukup strategis dalam lingkupan daerah Tanjung Mutiara. Namun karena berada ditepian pantai, diharapkan untuk wisatawan yang berkunjung, agar dapat berhati-hati dan selalu mengawasi anak agar terhindar dari bahaya. Jadi, analisis strategi peningkatan 3A (Atraksi, Aksebilitas, Amenitas) di destinasi wisata Pantai Pasir Tiku yang lebih dominan adalah SO (Strength-Opportunity), karena strength dan oportunitiy merupakan strategi yang paling besar dalam memasarkan destinasi wisata Pantai Pasir Tiku dengan memanfaatkan kekuatan internal (Strength) dan memaksimalkan peluang (Opportunity) yang ada di eksternal untuk menjadi destinasi wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan. Dalam peningkatan ini mungkin dapat digunakan oleh destinasi wisata pantai pasir tiku yaitu dengan bekerjasama dengan influencer agar bisa lebih luas pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Aru Faradiba, Jihan Agna Saskinah, Reva Regina Putri, Nurul Alfina Azz, and St. Fadila

- Ikhtizam, 'Analisis Swot Dalam Perbankan: Menguji Keunggulan Dan Tantangan', Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE), 1.1 (2023), 11–14
- Fadilla, Annisa Rizky, Putri Ayu Wulandari, Fakultas Bahasa, and Universitas Negeri Yogyakarta, 'JURNAL PENELITIAN Volume 1 No 3 II Agustus 2023 E-ISSN : 2986-5573 (Online) Volume 1 No 3 II Agustus 2023 E-ISSN : 2986-5573 (Online) Page 34-46', 1.3 (2023), 34–46
- Febrianti & stefanus, "Strategi pengembangan pariwisata oleh pemerintah daerah terhadap pendapatan asli daerah" Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2, No. 2, Hal. 325
- Kartika, Titing, Rosman Ruskana, and Mohammad Iqbal Fauzi, 'Strategi Pengembangan Daya Tarik Dago Tea House Sebagai Alternatif Wisata Budaya Di Jawa Barat', THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal, 8.2 (2018), 121
- Rifan Andika and Leksono Probo Subanu, 'J Kepariwisataaan Indonesia Directorate of Strategic Review Deputy of Strategic Policy Ministry of Tourism and Creative Economy/ Tourism and Creative Economy Agency Republic of Indonesia', Application of Analytic Hierarchy Process (Ahp) Method in Comparing Stakeholder Perceptions of Tourism Impact in Mentawai Islands, 2023.
- Warner R. Muhandi, Manajaemen Strategi (Surabaya: Publikasi Ilmiah, 2024), hal. 5.