



Analisis Potensi Pariwisata Berkelanjutan dan Produk Pengembangan pada Objek Wisata Pantai Desa Kramat (*Kramat Beach*) di Kecamatan Taliabu Barat Kabupaten Pulau Taliabu (Suatu Pendekatan Antropologi Pariwisata)

Sunaidin Ode Mulae^{1*}, Mustafa Mansur¹

¹Universitas Khairun, Indonesia

*Correspondence: sunaidin.odemulae@unkhair.ac.id

Article History

Published
29/12/2025

Copyright © 2025
The Author(s): This
an open-access
article distributed
under the terms of
the Creative
Commons
Attribution
ShareAlike 4.0
International
(CC BY-SA 4.0)



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata, strategi, dan model pengembangan pada objek wisata Kramat Beach di Desa Kramat Taliabu barat. Permasalahan Penelitian ini fokus pada bagaimana potensi Pariwisata pantai Kramat di desa Kramat kecamatan Taliabu barat kabupaten pulau Taliabu. Bagaimana strategi, model pengembangan wisata pantai desa Kramat di kecamatan Taliabu Barat, kabupaten Pulau Taliabu. Metode digunakan pada penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan antropologi pariwisata. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa potensi pariwisata Desa Kramat pada objek wisata Kramat Beach di kecamatan Taliabu Barat Kabupaten pulau Taliabu meliputi wisata alam terdiri dari wisata pantai pasir putih, wisata panorama dua pulau Kramat, dan wisata budaya terdiri dari kuliner. Strategi wisata Kramat meliputi promosi melalui youtube, instagram, facebook. Model pengembangan wisata Kramat Beach secara langsung dikelola oleh penduduk lokal dan pemerintah desa dan daerah. Simpulan pada penelitian ini ialah potensi pariwisata desa Kramat meliputi wisata alam dan budaya terdiri atas pantai, pasir putih, pulau, karang laut, dan kuliner khas desa Kramat. Pengembangan destinasi wisata Kramat Beach berbasis analisis SWOT dapat di analisis sesuai hasil analisis SWOT Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) di atas yang kemudian dibuat analisis aksi untuk dilakukan pengembangan Destinasi wisata Kramat Beach sesuai strategi SO, WO, ST, dan WT. Strategi pengembangan destinasi dapat berupa strategi SO, WO, ST, dan WT.

Kata Kunci: Potensi, Pariwisata, Desa Kramat, Kramat Beach, Kabupaten Pulau Taliabu.

Abstract

This study aims to identify the tourism potential, strategies, and development models for the Kramat Beach tourist attraction in West Taliabu Village, Kramat. This research focuses on the tourism potential in the Kramat Beach in Kramat Village, West Taliabu District, Taliabu Island Regency. What are the strategies and development models for Kramat Beach tourism in West Taliabu District, Taliabu Island Regency? The method used in this study is a qualitative method with an antropology of tourism approach. This study shows that the tourism potential of Kramat Village at the Kramat Beach tourist attraction in West Taliabu District, Taliabu Island Regency includes natural tourism, consisting of white sand beaches, panoramic tourism of the two Kramat Islands, and cultural tourism, consisting of culinary delights. Kramat's tourism strategy includes promotion through YouTube, Instagram, and Facebook. The Kramat Beach tourism development model is directly managed by local residents and the village and regional governments. The conclusion of this study is that the tourism potential of Kramat Village includes natural and cultural tourism, consisting of beaches, white sand, islands, coral reefs, and typical Kramat village cuisine. The development of the Kramat Beach tourist destination based on a SWOT analysis can be analyzed based on the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats analysis results above. Then, an action analysis is created to develop the Kramat Beach tourist destination according to the SO, WO, ST, and WT strategies. Destination development strategies can include SO, WO, ST, and WT strategies.

Keywords: *Potential, Tourism, Kramat Village, Kramat Beach, Taliabu Island Regency.*

1. PENDAHULUAN

Menurut berbagai ilmuan ahli antropologi bahwa pariwisata telah berkembang beriringan dengan perkembangan ilmu antropologi itu sendiri. Sejak abad 15-16 di bumi Asia, Afrika dan Amerika yang didatangi oleh orang-orang Eropa dengan telah banyak catatan dan manuskrip yang dibuat oleh penjelajah-penjelajah itu untuk mencatat dan mengulas temuan-temuan atau data-data etnografi mengenai penduduk asli di ketiga benua itu di dunia. Memang perjalanan para penjelajah ini dilakukan dengan berbagai modus transportasi yang sederhana bahkan dengan berjalan kaki. Mereka melakukan perjalanan untuk menjelajah etnik penduduk lokal (indigenous people) agar bisa bertemu muka untuk mereka teliti. Sebenarnya mereka dalam konteks antropologi pariwisata ialah para pelancong atau wisatawan yang melakukan perjalanan dengan maksud melakukan penelitian terhadap keunikan penduduk lokal.

James Silverberg (dalam Usman,dkk, 2020) mengorganisasikan bidang regional kepariwisataan dalam rubrik "Host and Guests" (1974) dalam pertemuan central state antropological society untuk membicarakan Antropologi Pariwisata, pertama kalinya dilakukan di kota Meksiko. Selanjutnya dalam pertemuan Kongres Asosiasi Antropologi Amerika (*Triple A's*), penelitian kepariwisataan secara resmi dijadikan sebagai satu disiplin akademik. Melalui pertemuan *Triple A's* tersebut

(1974) bergulirlah simposium dan seminar yang berkaitan dengan Antropologi Pariwisata pada saat itu.

Pertumbuhan wisatawan dalam Rencana Induk Pariwisata Daerah Propinsi Maluku Utara tahun 2007, memperlihatkan prosentasi pertumbuhan wisatawan domestik dan mancanegara pada tahun 2004-2007 adalah Wisatawan domestik (-1,45%), (-6,84%), (-0,52%), dan (-70,76%), Wisatawan mancanegara (11,25%), (-22,10%), (-8,84%), dan (-93,37%). Melihat data tersebut menggambarkan bahwa wisatawan mancanegara dan domestik yang berkunjung ke Maluku Utara empat tahun tidak menunjukkan kenaikan yang baik justru cenderung mengalami penurunan. Dampak penurunan kunjungan wisatawan ini lebih terjadi di seluruh kabupaten di Maluku Utara. Dampak penurunan wisatawan paling rendah terjadi di kabupaten pulau Taliabu. Kondisi ini memiliki alasan kuat karena kabupaten pulau Taliabu merupakan daerah otonomi baru (DOB) yang diparipurnakan oleh DPR RI pada 14 Desember 2012, dan dimekarkan dari Kabupaten induk Kabupaten Kepulauan Sula berdasarkan Undang Undang Nomor 6 Tahun 2013 tentang pembentukan kabupaten Pulau Taliabu.

Kabupaten Pulau Taliabu memiliki banyak potensi pariwisata unik dan menarik untuk diteliti seperti destinasi wisata alam, budaya, sejarah, seni, agrowisata, air terjun permandian, pantai, pulau, karang laut dan lain-lain. Kabupaten Pulau Taliabu pada tahun 2021 menyumbang PDRB pada sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan yakni 470.662,11 dengan laju 3,4%, diikuti sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor 115.166,16 dengan laju 10,38, dan sektor industri pengolahan 21.177,24 dengan laju 4,75%. Sektor penyediaan akomodasi dan makan minum memberikan sumbangan terbesar terhadap PDRB kabupaten Pulau Taliabu sebesar 11,38% pada tahun 2015. (Rizkar Jafar, dkk (2017:782).

Dinas Pariwisata kabupaten Pulau Taliabu menjadikan sektor pariwisata menjadi sektor produktivitas untuk menggenjot pendapatan asli daerah. Kontribusi sektor pariwisata kabupaten Pulau Taliabu selama tahun 2012-2015 mengalami kenaikan dengan kontribusi rata-rata sebesar Rp.622,87 juta dengan laju pertumbuhan sebesar 0.077% dari rata-rata total PDRB Kabupaten Pulau Taliabu yakni sebesar Rp.687.994.95 dengan laju pertumbuhan 0,058%. Rizkar Jafar, dkk, (2017:782). Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu memiliki Peraturan Daerah nomor 14 tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Pulau Taliabu Tahun 2017-2026 yang memuat visi, misi, tujuan, sasaran, arah kebijakan, strategi dan indikasi program pembangunan destinasi pariwisata, dan indikasi program pembangunan pemasaran pariwisata sampai pembangunan industri pariwisata dalam kurung waktu 2017-2027. Visi pembangunan pariwisata menjadikan kabupaten pulau Taliabu sebagai tujuan wisata eco-marine tourism di kawasan Indonesia Timur. Misi pariwisata Taliabu menjadikan pengembangan destinasi pariwisata sebagai wahana menciptakan kesempatan berusaha dan bekerja serta investasi.

Mohbir Umasugi (2023) melakukan penelitian tentang pengembangan pariwisata berkelanjutan di Provinsi Maluku Utara dengan menggunakan metode kualitatif menyimpulkan bahwa Maluku Utara memiliki potensi wisata tersebar di kabupaten pulau Morotai, Halmahera Utara (Tobelo, Kao), Weda, Kepulauan Sula, dan Pulau Taliabu. Potensi wisata ini belum dikelola dengan menggunakan pendekatan pariwisata berkelanjutan, sehingga pemberdayaan masyarakat, perlindungan alam dan sosial-budaya belum berjalan. Hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa pembangunan pariwisata di Maluku Utara masih fokus pada pembangunan infrastruktur pariwisata. Sedangkan pelibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata, perlindungan alam sekitar kawasan wisata, dan pemanfaatan dan pelestarian warisan serta seni-budaya belum dioptimalkan. Sehingga pengembangan pariwisata Maluku Utara ke depan perlu mengaktualisasikan prinsip pariwisata berkelanjutan yaitu prinsip sosial-budaya, ekonomi, dan lingkungan. Dimana salah satu pola yang digunakan adalah *Community Based Tourism* (CBT) dengan pendekatan pada tataran praktik mengembangkan local wisdom tourism, pengembangan Desa Wisata dan pengembangan socioprenurship. Penelitiannya merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya bahwa penelitian pariwisata perlu menggunakan pendekatan *Community Based Tourism* (CBT).

Eva, dkk (2017) melakukan penelitian tentang peran humas dalam mempromosikan potensi wisata pantai “pasir anjing” kabupaten pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara, dengan metode kualitatif mendapatkan hasil bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam program kerja setiap tahunnya mempromosikan potensi wisata pantai “Pasir Anjing”. Komunikasi langsung, dan tidak langsung. Media komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam mempromosikan potensi wisata Pantai “Pasir Anjing” yaitu media cetak dan media elektronik, tetapi belum maksimal. Kesimpulan dalam penelitiannya bahwa peran dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam mempromosikan Potensi wisata Pantai “Pasir Anjing” ditingkatkan dengan selalu mengikuti menyelenggarakan yang bertajuk promosi wisata di setiap daerah, baik tingkat Kabupaten/Kota, Provinsi, tingkat Nasional, maupun ke tingkat internasional dengan tujuan memperkenalkan Kabupaten Pulau Taliabu. Penelitian Bantu, dkk (2017) memberikan penjelasan bahwa dinas pariwisata kabupaten pulau Taliabu fokus melakukan promosi wisata alam sementara destinasi wisata pantai Kramat (*Kramat Beach*) di desa Kramat tidak ada informasi secara struktur di dinas pariwisata kabupaten.

Rizka Jafar, dkk (2017) melakukan penelitian tentang analisis potensi dan kontribusi pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah kabupaten Pulau Taliabu, dengan metode kualitatif dan kuantitatif menemukan bahwa kontribusi sektor pariwisata di Kabupaten Pulau Taliabu selama tahun 2012-2015 mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dengan kontribusi rata-rata sebesar Rp 622,87 juta dengan laju pertumbuhan sebesar 0,077% dari rata-rata total PDRB Kabupaten Pulau Taliabu yaitu sebesar Rp 687.994,95 juta (laju pertumbuhan 0,058%). Hasil analisis Overlay sektor pariwisata menjadi sektor unggulan dan menunjukkan pertumbuhan dan kontribusi yang sangat besar terhadap pembentukan PDRB, sedangkan analisis Klasen Typologi menunjukkan bahwa sektor pariwisatanya berkembang pesat. Dari hasil analisis Analisis Porter Diamond's, ditemukan bahwa menjadi kendala utama belum berkembangnya sektor pariwisata di Kabupaten Pulau Taliabu yaitu sarana dan prasarana infrastruktur jalan dan industri pendukung. Penelitian Rizka jafar, dkk (2017) di atas menggambarkan tentang kondisi pergerakan kunjungan wisatawan yang hasilnya dapat menaikkan pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Pulau Taliabu.

Sugiyarto, dan Amaruli (2018) melakukan penelitian tentang Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. Hasil penelitian menemukan bahwa potensi budaya dan kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata menjadi bagian dari produk kreativitas manusia yang memiliki nilai ekonomi.

Tujuan penelitian mereka untuk menganalisis pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal di Jawa Tengah yang dikemas dalam bentuk festival. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif melalui observasi secara langsung dan indepth interview. Sedangkan metode analisa yang digunakan adalah analisa *Strenght, Weakness, Opportunity and Threats* (SWOT). Analisa *Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) digunakan untuk menganalisis potensi dan permasalahan pada pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal pada masing-masing lokasi penelitian termasuk potensi dan permasalahan internal maupun eksternal. Budaya lokal khususnya di Kabupaten Demak, Kabupaten Kudus, dan Kabupaten Jepara secara umum memiliki potensi unik dan sentra produk kerajinan yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pariwisata budaya lokal. Strategi pengemasan budaya lokal khususnya budaya lokal Demak, budaya lokal Kudus, dan budaya lokal Jepara dilakukan melalui Jateng Fair melalui media promosi dan pengenalan daerah tujuan wisata (DTW) budaya lokal yang hasilnya mampu menarik wisatawan nusantara, lokal dan mancanegara.

Menurut Yoeti (2008:8) pariwisata harus memenuhi empat kriteria, yaitu:

- (1) perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman di mana orang itu biasanya tinggal
- (2) tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang, tanpa mencari nafkah di negara, kota atau DTW yang dikunjungi
- (3) uang yang dibelanjakan wisatawan tersebut dibawa dari negara asalnya, di mana dia bisa tinggal atau berdiam, dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan
- (4) perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih

Merujuk pada pandangan Yoeti di atas maka penelitian ini menggunakan pendekatan antropologi pariwisata yang memberikan pengetahuan dengan tiga hal yaitu fokus pada analisis potensi wisata yang meliputi sosial dan budaya, lingkungan fisik, asal usul pariwisata, dampak dari pariwisata, dan juga memperhatikan elemen manusia, turis, dan tiga elemen geografis: wilayah, jalur transit, dan wilayah destinasi; dan unsur ekonomi, industri pariwisata. Penelitian ini memiliki *state-of-the-art* dan kebaruan (*novelty*) yakni penelitian potensi pariwisata desa Kramat pada objek wisata *Kramat Beach* belum ada yang lakukan. Sehingga secara lokasi dan objek wisata masih kategori baru di dalam penelitian ini. Penelitian ini melihat bahwa potensi pariwisata Desa Kramat pada objek wisata *Kramat Beach* di kecamatan Taliabu Barat, Kabupaten pulau Taliabu ialah suatu objek wisata masa depan bagi penduduk lokal. Sehingga dalam hal ini perlu diperkuat dengan melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana potensi Pariwisata desa Kramat pada objek wisata *Kramat Beach* di kecamatan Taliabu barat dan bagaimana strategi pengembangan wisata *Kramat Beach* di kecamatan Taliabu Barat, kabupaten Pulau Taliabu agar memiliki dampak positif bagi perekonomian penduduk lokal.

2. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam melakukan penelitian ini dengan pendekatan antropologi pariwisata. Penelitian ini mau melihat potensi pariwisata Desa Kramat pada objek wisata *Kramat Beach* di kecamatan Taliabu

barat Kabupaten Pulau Taliabu provinsi Maluku Utara. Menurut Moleong (2007) bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Pendekatan penelitian kualitatif adalah pendekatan yang tidak menggunakan dasar kerja statistik, tetapi berdasarkan bukti-bukti kualitatif (Sudjarwo, 2011). Sependapat dengan Moleong (2007) dan Sudjarwo (2011), Nasution (1996) menegaskan bahwa pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menampilkan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam konteks penelitian ini, peneliti menjelaskan data- data yang didapat oleh peneliti dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok, Sutopo dan Arief (2010). Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian adalah dengan mencocokkan realita empirik dengan teori yang berlaku menggunakan metode deskriptif (Moleong, 2004:131). Pendekatan kualitatif menurut Corbin dan Strauss (2015) dalam Noval Fariz Mutaqien (2021) merupakan bentuk penelitian yang mana peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data menjadi bagian dari proses penelitian sebagai partisipan bersama informan yang memberikan data.

Teknik pengumpulan data pertama wawancara. Menurut Moleong (2010:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Menurut Sugiyono (2010:317) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data dari pemangku adat, tokoh masyarakat, kepala desa, ketua dusun, komunitas pecinta wisata Desa Wisata Kramat, pemerintah (dinas pariwisata, perikanan, Bapeda). Teknik pengumpulan data kedua Observasi. Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Sukmadinata, 2006:220). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan observasi, metode ini digunakan untuk mengetahui hasil observasi yang dihasilkan bisa dikonfirmasi dengan hasil penelitian, peneliti dapat mencatat peristiwa atau kejadian yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data ketiga Dokumentasi. Dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan alat pengumpul data yang mendukung data utama agar lebih kredibel atau dapat dipercaya (Sugiyono, 2010:329). Menurut Suharsimi Arikunto (2010:201-202) metode dokumentasi dapat dilaksanakan dengan pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya. Dan *Check-list*, yaitu daftar variabel yang akan dikumpulkan datanya. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memperkuat data yang diperoleh dari observasi dan wawancara seperti, foto bangunan, sarana dan prasarana wisata yang dimiliki Desa Kramat di kecamatan Taliabu Barat. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui *Strongness* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threatness* (Ancaman).

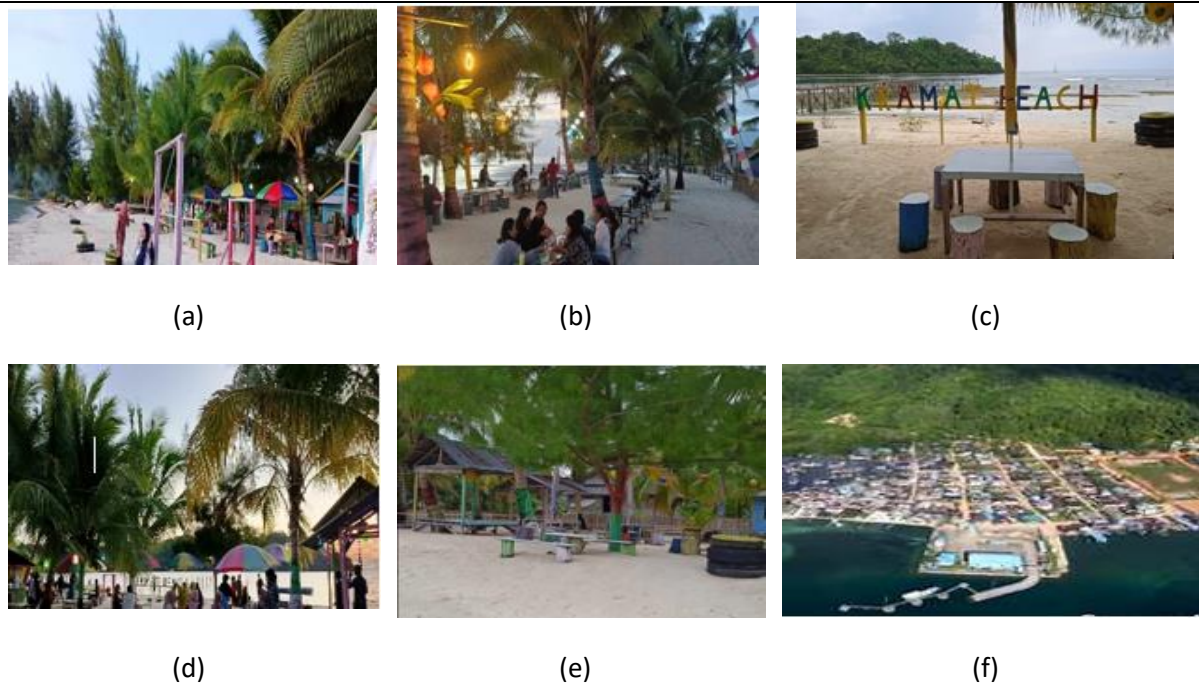
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara geografis wisata pantai Kramat (*Kramat Beach*) di desa Kramat berada tidak jauh dari ibu kota kabupaten pulau Taliabu di Bobong. Perjalanan menuju ke destinasi wisata pantai ini bisa menggunakan sepeda motor atau mobil karena dapat ditempuh menggunakan jalan darat dan juga bisa gunakan jalur laut. Desa Kramat memiliki penduduk beragama muslim yang berasal dari Buton dan Bugis serta penduduk lokal Taliabu (Siboyo). Keberadaan orang Buton dan Bugis di desa Kramat sudah lama tinggal hidup beranak pinak sehingga membentuk desa sampai saat ini menjadi suatu kawasan wisata yang dikelola oleh penduduk lokal desa Kramat. Pengembangan pariwisata ialah aktivitas kodifikasi yang dilakukan secara tersusun teratur yang tertuju ke sasaran yang dikehendaki. Menurut Yoeti dalam Laipi, et.al (2020) pengembangan merupakan kegiatan yang dianggap perlu untuk dikelola sedemikian rupa baik melalui pemeliharaan yang sudah berkembang maupun menciptakan yang baru. Pengembangan pariwisata merupakan suatu strategi yang dilakukan untuk merombak dan meningkatkan keadaan pariwisata hingga mempunyai nilai lebih dan dapat memikat minat wisatawan untuk mengunjunginya, dimana pengelola aktivitas tersebut adalah masyarakat lokal dengan mengedepankan pengelolaan bersifat pada ramah lingkungan berkelanjutan serta dapat mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan kehidupan sosial budaya.

Destinasi wisata alam pantai, gunung, danau pada destinasi pantai Kramat berada pada ketinggian rata-rata di atas permukaan laut. Destinasi budaya berupa tradisi, kesenian, kuliner di destinasi Kramat menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan lokal, nusantara, dan mancanegara. Destinasi sejarah pada destinasi di desa Kramat berawal dengan kehadiran ibu kota kabupaten pulau Taliabu yang memanfaatkan atraksi sejarah, panorama alam, dan budaya. Kesadaran dan kemampuan penduduk lokal di desa

Kramat dalam pengelolaan destinasi wisata pantai masih butuh inovasi dan kreatifitas terutama pembuatan paket wisata, menu wisata kuliner dan pengelolaan objek wisata. Infrastruktur dasar seperti jalan, transportasi, dan akomodasi di destinasi Kramat cukup memadai. Keanekaragaman flora fauna yang ada di destinasi Kramat ini, misalnya terdapat ikan, cumi-cumi, terumbu karang, lamun, hewan predator seperti buaya pun juga turut menambah kelengkapan ekowisata. Produk pariwisata pada objek wisata pantai Kramat belum mempunyai paket wisata tur, eksplorasi, maupun petualangan.

Fasilitas hotel, penginapan, resort, home stay belum ada. Wisatawan yang berkunjung di objek wisata Kramat ini tidak tinggal tetapi setelah menikmati fasilitas dan atraksi wisata, wisatawan balik menginap di penginap, hotel, homestay di ibukota kabupaten di Bobong, karena memang jarak destinasi Kramat dengan ibukota kabupaten tidak terlalu jauh sekitar 2 km dan juga akses jalan sangat memadai. Kuliner dan minuman khas, kerajinan dan souvenir, aktivitas rekreasi seperti olah raga air, hiking, pertunjukkan seni dan budaya, pelayanan wisata seperti guides, dan spa belum ada. Potensi wisata ini masih mengandalkan atraksi alam berupa pasir putih, dan laut serta spot pulau yang berada dihadapan destinasi. Pengelolaan destinasi wisata ini dikelola oleh masyarakat dengan strategi sangat sederhana tanpa melalui pelatihan yang dibuat oleh pemerintah daerah. Destinasi ini tumbuh dengan mengandalkan kemampuan pengetahuan penduduk lokal dengan memanfaatkan lahan rumah sebagai tempat berwisata bagi wisatawan atau pengunjung.



Gambar 1. Pesona wisata Kramat
 Sumber: Olahan peneliti, 2025

Gambar tersebut secara keseluruhan menggambarkan daya tarik dan suasana wisata Kramat Beach dalam berbagai waktu dan sudut pandang. Wisatawan tampak menikmati fasilitas wisata sambil menyaksikan panorama laut dan pulau-pulau di sekitarnya, baik pada siang, sore, maupun malam hari. Aktivitas wisata tidak hanya berfokus pada keindahan alam seperti pasir putih dan pemandangan pesisir, tetapi juga pada pengalaman kuliner khas lokal, seperti pisang goreng dan air saraba yang dinikmati pada suasana sore hingga malam. Selain itu, keindahan Kramat Beach ditampilkan melalui atraksi alam pada pagi dan siang hari yang menonjolkan hamparan pasir putih yang bersih dan menawan. Keseluruhan gambaran tersebut dilengkapi dengan peta Desa Kramat hasil pengambilan udara menggunakan drone, yang memberikan konteks spasial lokasi destinasi wisata secara menyeluruh.



Gambar 2. Fasilitas Wisata

Berdasarkan pada penjelasan di atas maka pada analisis tentang potensi wisata di destinasi pantai Kramat ialah dimulai dengan menggunakan analisis SWOT agar menemukan strategi yang dapat diterapkan. Analisis SWOT ialah alat manajemen strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal dari suatu organisasi. Dalam konteks strategi pengembangan pariwisata. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) terkait dengan atraksi, amenities, aksesibilitas dan fasilitas tambahan lainnya. Oleh karena itu, strategi membutuhkan suatu pengembangan objek wisata. Adapun analisis SWOT pada kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) di destinasi *Kramat Beach* dapat diuraikan pada tabel sebagai berikut

Tabel 1. Matrik Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p><i>Strenghts (S)</i> Daftar semua kekuatan yang di miliki S1. Keindahan Alam Alami S2. Keaslian Budaya Lokal S3. Belum Tersentuh <i>Mass Tourism</i> S4. Keanekaragaman Hayati Laut</p>	<p><i>Weaknesses (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki W1. Aksesibilitas Terbatas W2. Fasilitas Pendukung Minim W3. Promosi Kurang Optimal W3. SDM Pariwisata Belum Terlatih</p>
<p><i>Opportunities (O)</i> Daftar semua peluang yang dapat di identifikasi O1. Tren Wisata Minat Khusus O2. Dukungan Pemerintah</p>	<p>Strategi (SO) Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. SO1. Promosi wisata berbasis alam dan budaya (<i>ecotourism and cultural tourism</i>). SO2. Pengembangan paket wisata minat khusus (snorkeling, wisata kampung adat). SO3. Kolaborasi dengan travel <i>blogger</i>, konten kreator, atau digital <i>tourism platform</i>.</p>	<p>Strategi (WO) Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada WO1. Meningkatkan kapasitas SDM lokal (pelatihan pemandu wisata, homestay). WO2. Mendorong pemerintah daerah dan pusat untuk pembangunan akses dan fasilitas dasar. WO3. Penggunaan media sosial dan digital marketing untuk promosi murah tapi luas.</p>

<p>Threats (T) Daftar ancaman yang dapat diidentifikasi T1. Risiko kerusakan lingkungan T2. Ketergantungan pada sektor primer T4. Munculnya destinasi lain di sekitar</p>	<p>Strategi (ST) Gunakan kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman ST1. Penguatan regulasi lokal (perdes) untuk menjaga kawasan dari eksploitasi. ST2. Edukasi masyarakat tentang konservasi dan pariwisata berkelanjutan. ST3. Pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis).</p>	<p>Strategi (WT) Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman WT1. Penyusunan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA). WT2. Membangun kemitraan antara pemerintah, masyarakat, dan pihak ketiga (CSR, NGO). WT. Program "Desa Wisata" dengan bantuan infrastruktur dasar</p>
--	---	--

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dalam menganalisis data matrik SWOT di atas dapat merancang strategi untuk pengembangan destinasi wisata *Kramat Beach*. Strategi pengembangan destinasi dapat berupa strategi SO, WO, ST, dan WT yang dapat diuraikan sebagai berikut:

3.1 Strategi SO (Strength–Opportunity)

Strategi *Strengths-Opportunities* (SO) tentang promosi wisata berbasis alam dan budaya di destinasi *Kramat Beach* di Kabupaten Pulau Taliabu adalah Memanfaatkan keindahan alam *Kramat Beach* yang memiliki keindahan alam yang natural, seperti pantai pasir putih yang indah, dan air laut yang jernih. Strategi promosi dapat fokus pada menampilkan keindahan alam melalui media sosial, video, dan foto penduduk lokal dan dinas pariwisata kabupaten pulau Taliabu. Mengembangkan wisata budaya karena desa Kramat memiliki potensi wisata budaya, seperti tradisi dan ritual masyarakat lokal. Strategi promosi dapat fokus pada menampilkan keunikan budaya melalui event-event budaya dan festival pantai *Kramat Beach*. Memanfaatkan teknologi digital dengan strategi promosi yang dapat memanfaatkan teknologi seperti media sosial, website, dan aplikasi wisata untuk menjangkau wisatawan dan mempromosikan destinasi *Kramat Beach*. Pengembangan infrastruktur sebagai strategi promosi juga dapat melibatkan pengembangan infrastruktur pendukung wisata, seperti fasilitas akomodasi, rumah makan, dan transportasi, untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan. Memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi promosi wisata berbasis alam dan budaya di destinasi *Kramat Beach* dapat meningkatkan kesadaran wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi *Kramat Beach* untuk jangka Panjang.

Strategi *Strengths-Opportunities* (SO) tentang pengembangan paket wisata minat khusus snorkeling dan wisata kampung adat adalah Mengembangkan paket wisata snorkeling yang menawarkan pengalaman snorkeling yang unik dan menarik, seperti snorkeling di spot-spot wisata di *Kramat Beach* yang memiliki keindahan alam bawah laut yang memiliki banyak terumbu karang, cumi-cumi, ikan dasar dan ekosistem laut lainnya. Mengintegrasikan wisata kampung adat ke dalam

paket wisata snorkeling sehingga wisatawan dapat mengalami keunikan budaya dan tradisi masyarakat lokal di desa Kramat. Memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan aplikasi wisata untuk mempromosikan paket wisata snorkeling dan wisata kampung adat kepada wisatawan. Kerja sama dengan pihak pelaku wisata seperti komunitas wisata dan pelaku usaha wisata untuk meningkatkan efektivitas promosi dan pengembangan paket wisata. Pengembangan infrastruktur pendukung wisata seperti fasilitas akomodasi dan transportasi untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan. Memberikan pelatihan bagi pemandu wisata untuk meningkatkan kualitas layanan dan memastikan bahwa wisatawan mendapatkan pengalaman yang maksimal. Pengembangan paket wisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan sehingga wisatawan dapat mengalami keindahan alam dan budaya tanpa merusak lingkungan. Mengembangkan paket wisata minat khusus snorkeling dan wisata kampung adat, destinasi wisata dapat meningkatkan daya tarik dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di destinasi *Kramat Beach*.

Strategi *Strengths-Opportunities* (SO) tentang kolaborasi dengan digital tourism adalah memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan aplikasi wisata untuk mempromosikan destinasi wisata dan meningkatkan kesadaran wisatawan. Mengembangkan konten digital yang menarik dan informatif, seperti video dan foto untuk mempromosikan destinasi wisata dan meningkatkan minat wisatawan. Kerja sama dengan influencer digital untuk mempromosikan destinasi wisata dan meningkatkan kesadaran wisatawan. Mengembangkan aplikasi wisata yang dapat membantu wisatawan dalam merencanakan dan melaksanakan perjalanan mereka. Memanfaatkan *data analytics* untuk memahami perilaku wisatawan dan meningkatkan efektivitas promosi destinasi wisata. Mengembangkan infrastruktur digital yang mendukung pariwisata seperti Wi-Fi dan jaringan internet yang cepat dan stabil. Kerja Sama dengan perusahaan digital untuk meningkatkan efektivitas promosi destinasi wisata dan meningkatkan kesadaran wisatawan. Kolaborasi dengan *digital tourism* destinasi wisata dapat meningkatkan kesadaran wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, kolaborasi dengan digital tourism dapat meningkatkan efektivitas promosi destinasi wisata dan meningkatkan kesadaran wisatawan.

3.2 Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) tentang meningkatkan kapasitas SDM lokal di destinasi *Kramat Beach* di Kabupaten Pulau Taliabu adalah Mengadakan pelatihan dan pengembangan SDM lokal dalam bidang pariwisata seperti pelatihan bahasa asing, pelatihan kepemanduan wisata, dan pelatihan manajemen pariwisata. Mengembangkan kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola destinasi wisata, seperti pengembangan usaha mikro dan kecil, serta pengembangan produk wisata lokal. Bekerja sama dengan lembaga pendidikan lokal untuk meningkatkan kualitas SDM lokal dalam bidang pariwisata. Mengembangkan program magang bagi SDM lokal di bidang pariwisata sehingga mereka dapat memperoleh pengalaman dan keterampilan yang dibutuhkan. Mengembangkan sistem informasi yang dapat membantu SDM lokal dalam mengelola destinasi wisata dan meningkatkan kualitas layanan. Mengembangkan jaringan kerja sama dengan pihak lain, seperti pemerintah daerah, komunitas wisata, dan pelaku usaha wisata, untuk meningkatkan kapasitas SDM lokal. Mengembangkan program pemberdayaan masyarakat lokal untuk meningkatkan

kesadaran dan partisipasi mereka dalam pengembangan pariwisata. Melalui peningkatan kapasitas SDM lokal, destinasi *Kramat Beach* dapat meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan kesadaran wisatawan tentang keunikan budaya dan alam lokal. Beberapa contoh kegiatan yang dapat dilakukan adalah pelatihan bahasa asing bagi pemandu wisata lokal, pengembangan produk wisata lokal yang unik dan menarik, pengembangan usaha mikro dan kecil di bidang pariwisata, dan pengembangan program magang bagi SDM lokal di bidang pariwisata. Pemanfaatan peluang yang ada dan mengatasi kelemahan yang ada, strategi WO dapat meningkatkan kapasitas SDM lokal dan meningkatkan kualitas destinasi wisata *Kramat Beach*.

Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) tentang mendorong pemerintah daerah dan pusat untuk pembangunan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata adalah melakukan advokasi dan lobbying kepada pemerintah daerah dan pusat untuk meningkatkan pembangunan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata *Kramat Beach*. Mengembangkan proposal pembangunan yang komprehensif dan realistis untuk meningkatkan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata *Kramat Beach*. Kerja sama dengan stakeholder seperti komunitas wisata dan pelaku usaha wisata, untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan pemerintah daerah dan pusat. Menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pembangunan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata *Kramat Beach*.

Mengembangkan kemitraan dengan pemerintah daerah dan pusat untuk meningkatkan pembangunan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata *Kramat Beach*. Melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap pembangunan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata untuk memastikan bahwa pembangunan berjalan efektif dan efisien. Mengembangkan infrastruktur yang mendukung pembangunan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata, seperti jalan, jembatan, dan fasilitas lainnya. Melalui dukungan pemerintah daerah dan pusat untuk pembangunan akses dan fasilitas dasar, destinasi wisata dapat meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan kesadaran wisatawan. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah pengajuan proposal pembangunan jalan dan jembatan, pengembangan fasilitas dasar seperti air bersih dan Listrik, pengembangan fasilitas wisata seperti penginapan dan restoran, dan pengembangan sistem transportasi yang efisien dan efektif di destinasi *Kramat Beach*. Strategi dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi kelemahan yang ada, strategi WO dapat meningkatkan pembangunan akses dan fasilitas dasar di destinasi wisata dan meningkatkan kualitas layanan di objek wisata *Kramat Beach*.

Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) tentang penggunaan media sosial dan digital marketing untuk promosi murah yakni membuat konten yang menarik dan relevan untuk diposting di media sosial, seperti foto, video, dan tulisan yang dapat menarik perhatian calon wisatawan. Menggunakan platform media sosial yang populer, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk mempromosikan destinasi wisata *Kramat Beach*. Mengoptimalkan *search engine optimization* untuk meningkatkan visibilitas website atau halaman media sosial di mesin pencari. Menggunakan iklan online yang murah dan efektif, seperti *Google Ads* dan *Facebook Ads* untuk mempromosikan destinasi wisata. Mengembangkan *email marketing* untuk mempromosikan destinasi wisata dan meningkatkan kesadaran calon wisatawan. Menggunakan *influencer* media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata dan meningkatkan kesadaran calon wisatawan. Mengukur dan menganalisis hasil promosi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi promosi.

Penggunaan media sosial dan digital marketing di destinasi wisata *Kramat Beach* dapat meningkatkan kesadaran dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan biaya yang relatif murah. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah membuat akun media sosial untuk destinasi wisata *Kramat Beach*, mengunggah konten yang menarik dan relevan, menggunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas, menggunakan iklan online untuk mempromosikan destinasi wisata, dan mengembangkan *email marketing* untuk mempromosikan destinasi wisata. Pemanfaatan peluang yang ada dan mengatasi kelemahan yang ada, strategi WO dapat meningkatkan efektivitas promosi destinasi wisata dengan biaya yang relatif murah.

3.3 Strategi ST (*Strength–Threat*)

Penguatan regulasi lokal merupakan langkah strategis untuk melindungi kawasan *Kramat Beach* di Kabupaten Pulau Taliabu dari ancaman eksploitasi dan kerusakan lingkungan. Upaya ini dapat dilakukan melalui pengembangan peraturan daerah yang secara khusus mengatur pengelolaan dan perlindungan kawasan wisata *Kramat Beach*, disertai dengan penguatan lembaga pengawasan yang bertanggung jawab memantau aktivitas di kawasan tersebut. Sistem pemantauan yang efektif perlu dikembangkan untuk mendeteksi potensi ancaman sejak dini, sementara penegakan hukum harus diperkuat agar setiap pelanggaran dapat ditindak secara tegas. Selain itu, kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti masyarakat lokal, pelaku usaha wisata, organisasi lingkungan, pemerintah pusat, dan mitra internasional, menjadi penting untuk meningkatkan dukungan, sumber daya, serta partisipasi kolektif dalam menjaga keberlanjutan kawasan. Melalui penguatan regulasi dan kolaborasi lintas pihak, keindahan serta keunikan *Kramat Beach* dapat terlindungi dan diwariskan kepada generasi mendatang.

Sejalan dengan penguatan regulasi, edukasi masyarakat tentang konservasi dan pariwisata berkelanjutan menjadi strategi penting dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata *Kramat Beach*. Program edukasi yang komprehensif perlu dikembangkan untuk menjangkau masyarakat lokal, wisatawan, dan pelaku usaha wisata, dengan melibatkan lembaga pendidikan lokal agar materi konservasi dan pariwisata berkelanjutan dapat terintegrasi dalam kurikulum sekolah. Pemanfaatan media sosial dan pengembangan materi edukasi yang menarik, seperti video, poster, dan brosur, dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan informasi secara luas. Selain itu, pelatihan praktis mengenai praktik pariwisata berkelanjutan dan konservasi lingkungan perlu diberikan secara berkala, disertai dengan pembentukan komunitas yang peduli terhadap pelestarian kawasan. Evaluasi terhadap efektivitas program edukasi juga penting dilakukan untuk memastikan peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan destinasi wisata.

Upaya pengelolaan destinasi wisata *Kramat Beach* juga dapat diperkuat melalui pembentukan kelompok sadar wisata (*Pokdarwis*) yang melibatkan masyarakat lokal, pelaku usaha wisata, dan pemerintah daerah. Kelompok ini berperan sebagai motor penggerak dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan. Untuk mendukung peran tersebut, diperlukan pelatihan yang berkelanjutan bagi anggota *Pokdarwis* terkait pengelolaan destinasi, konservasi lingkungan, serta peningkatan kualitas pelayanan wisata. Penyusunan program kerja yang jelas dan terstruktur, mencakup kegiatan promosi, pengelolaan lingkungan, dan pengembangan

layanan wisata, menjadi kunci keberhasilan kelompok ini. Penguatan jejaring kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan serta penyediaan sumber daya yang memadai, baik berupa pendanaan, peralatan, maupun fasilitas, juga perlu diupayakan. Dengan kepemimpinan yang efektif dan evaluasi kinerja yang berkelanjutan, Pokdarwis dapat berkontribusi signifikan dalam menjaga keindahan dan keunikan Kramat Beach serta meningkatkan efektivitas pengelolaan destinasi wisata di Kabupaten Pulau Taliabu

3.4 Strategi WT (*Weakness–Threat*)

Penyusunan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) yang secara khusus diarahkan pada destinasi wisata Kramat Beach merupakan langkah strategis untuk mengatasi berbagai kelemahan internal dan ancaman eksternal yang dihadapi kawasan tersebut. Rencana induk ini perlu disusun secara komprehensif dan terstruktur dengan terlebih dahulu mengidentifikasi berbagai permasalahan utama, seperti keterbatasan infrastruktur, rendahnya kualitas layanan, keterbatasan sumber daya, serta potensi kerusakan lingkungan. Berdasarkan identifikasi tersebut, strategi pengembangan yang tepat dapat dirumuskan, mencakup pengembangan infrastruktur dasar, peningkatan kualitas pelayanan wisata, dan upaya konservasi lingkungan. Keterlibatan masyarakat lokal dalam proses penyusunan RIPPDA menjadi penting untuk meningkatkan rasa memiliki, kesadaran, dan partisipasi dalam pengembangan pariwisata. Selain itu, integrasi rencana induk pariwisata dengan rencana pembangunan daerah lainnya perlu dilakukan agar pengembangan destinasi berjalan lebih efektif dan efisien. Evaluasi secara berkala terhadap implementasi RIPPDA juga diperlukan untuk memastikan bahwa strategi yang dirancang mampu menjawab kelemahan dan ancaman yang ada serta mendorong pengembangan pariwisata Kramat Beach secara berkelanjutan.

Pengembangan destinasi wisata Kramat Beach juga membutuhkan kemitraan yang kuat antara pemerintah, masyarakat, dan pihak ketiga sebagai upaya kolektif untuk mengatasi keterbatasan dan tantangan pengelolaan. Kemitraan ini perlu dibangun melalui identifikasi peran masing-masing pihak, mulai dari pemerintah daerah sebagai regulator dan fasilitator, masyarakat lokal sebagai pelaku utama, hingga pihak ketiga seperti pelaku usaha wisata dan organisasi lingkungan sebagai pendukung pengembangan. Kerangka kerja sama yang jelas dan terstruktur menjadi dasar penting untuk memastikan sinergi antarpihak, disertai dengan komunikasi yang efektif guna meningkatkan pemahaman dan partisipasi bersama. Dukungan sumber daya, baik berupa pendanaan, peralatan, maupun fasilitas, juga perlu diupayakan untuk memperkuat implementasi kerja sama tersebut. Evaluasi terhadap efektivitas kemitraan secara berkelanjutan akan membantu memastikan bahwa kolaborasi yang terjalin mampu meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi Kramat Beach.

Selain itu, pengembangan program “Desa Wisata” dengan dukungan infrastruktur dasar menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata Kramat Beach. Penyediaan infrastruktur dasar, seperti akses jalan, jembatan, dan fasilitas sanitasi, diperlukan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan wisatawan. Fasilitas pendukung wisata, termasuk penginapan, restoran, dan pusat cendera mata, juga perlu dikembangkan untuk memperkaya pengalaman wisata. Program wisata yang beragam, seperti wisata alam, budaya, dan petualangan, dapat dirancang untuk meningkatkan minat kunjungan, sekaligus

memperpanjang lama tinggal wisatawan. Penguatan kapasitas masyarakat lokal melalui pelatihan pengelolaan desa wisata, pelayanan wisata, pelestarian lingkungan, dan pemasaran menjadi faktor kunci keberhasilan program ini. Dengan dukungan sumber daya yang memadai serta kemitraan lintas pemangku kepentingan, program desa wisata diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pengembangan destinasi wisata Kramat Beach berbasis analisis SWOT memberikan kerangka strategis yang komprehensif dalam merumuskan rencana aksi pengembangan. Strategi SO diarahkan untuk memanfaatkan kekuatan internal dalam menangkap peluang eksternal melalui penguatan branding destinasi, pengembangan atraksi lokal, dan edukasi wisata lingkungan. Strategi WO difokuskan pada upaya meminimalkan kelemahan agar peluang pengembangan dapat dimanfaatkan secara optimal. Strategi ST memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi berbagai ancaman, sementara strategi WT diarahkan pada pengurangan kelemahan dan penghindaran ancaman secara simultan. Melalui penerapan rencana aksi berbasis SWOT secara terintegrasi, pengembangan Kramat Beach diharapkan dapat berjalan secara terarah, berkelanjutan, serta melibatkan seluruh pemangku kepentingan, mulai dari Pokdarwis, pemerintah desa, pemerintah daerah, hingga lembaga swadaya masyarakat dan institusi pendidikan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini berdasarkan temuan dilapangan menyimpulkan bahwa potensi pariwisata desa Kramat pada objek wisata *Kramat Beach* di kecamatan Taliabu barat kabupaten pulau Taliabu ialah memiliki potensi pariwisata alam berupa pasir putih, air laut jernih, pulau kecil menarik, dan memiliki potensi ekowisata seperti lingkungan laut yang ramah lingkungan, dan sejumlah biota laut didalamnya. Potensi wisata budaya berupa kuliner air saraba, pisang epe, dan pisang goreng serta tarian seni lokal. Strategi objek wisata *Kramat Beach* menggunakan strategi memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman. Pengembangan objek wisata *Kramat Beach* menggunakan kekuatan masyarakat lokal sebagai penggerak utama dalam melakukan promosi, dan pengembangan serta ditopang pemerinah daerah melalui dinas pariwisata dengan melakukan promosi ke media nasional yakni kompas TV. Dan kompas.com. dan juga media lokal. Pengembangan destinasi wisata *Kramat Beach* berbasis analisis SWOT dapat di analisis sesuai hasil analisis SWOT *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) di atas yang kemudian dibuat analisis aksi untuk dilakukan pengembangan Destinasi wisata *Kramat Beach* sesuai strategi SO, WO, ST, dan WT. Strategi pengembangan destinasi dapat berupa strategi SO, WO, ST, dan WT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abukasim, M., Mansyur, M., et al. (2022). Keanekaragaman dan kelimpahan gastropoda pada ekosistem mangrove Desa Kramat, Kecamatan Mananggu, Kabupaten Boalemo, Provinsi Gorontalo. *Journal of Marine Research*, 11(3), 357–366. <https://doi.org/10.14710/jmr.v11i3.34213>
- Anandhyta, A. R., & Kinseng, R. A. (2020). Hubungan tingkat partisipasi dengan tingkat kesejahteraan masyarakat dalam pengembangan wisata pesisir (Studi kasus: Kelompok Sadar Wisata Baron Indah, Desa Kemadang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Nasional Indonesia*, 12(2).
- Antara, M., & Sumarniasih, M. S. (2017). Role of tourism in economy of Bali and Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(2), 34–44. <https://doi.org/10.15640/jthm.v5n2a4>
- Arismiyanti, N. K. (2017). Development strategy of sustainable marine ecotourism in Indonesia. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 15, 118–138.
- Butler, R., & Hinch, T. (2007). *Tourism and indigenous peoples: Issues and implications*. Butterworth-Heinemann.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1997). *Ensiklopedi Indonesia*. Pakhi Pamungkas.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fathor, A. M., & Syarif, M. (2021). Eksplorasi pemanfaatan social media marketing Instagram dalam promosi Pantai Ekasoghi. In *Proceedings of the 4th Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2021)* (pp. 11–20). <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/view/3288>
- Jafar, R., et al. (2017). Analisis potensi dan kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Pulau Taliabu, Maluku Utara. *Jurnal Ecosystem*, 2(2), 782–791.
- Keesing, R. M., & Gunawan, S. (1999). *Antropologi budaya* (Edisi ke-2, Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing*. Erlangga.
- Munroe, M. (2007). *Releasing your potential* (Expanded ed.). Destiny Image Publishers.
- Neuman, W. L. (1997). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Allyn & Bacon.
- O’Gorman, K., & Thompson, K. (2007). Tourism and culture in Mongolia: The case of the Ulaanbaatar Nadaam. In R. Butler & T. Hinch (Eds.), *Tourism and indigenous peoples: Issues and implications*. Butterworth-Heinemann.
- Oun, M. A., & Bach, C. (2014). Qualitative research method summary. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology*, 1(5).

- Pelly, U., & Baiduri, R. (2020). *Antropologi pariwisata*. Perdana Publishing & CASA Mesra Publisher.
- Risa Bagasta, A., et al. (2021). Analisis potensi wisata menggunakan informasi geografi dan strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat di Desa Sumberagung, Grobogan, Jawa Tengah. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 148–157.
- Sari, D., et al. (2022). Wisata budaya dengan identifikasi potensi wisata budaya berbasis masyarakat di Kota Bandung. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1).
- Sitorus, A. S. (2014). Pengaruh promosi dan personal selling terhadap minat beli konsumen pada PT Aras Dinamika Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah AMIK Labuhan Batu*, 2(1), 51–59.
- Stronza, A. (2001). Anthropology of tourism: Forging new ground for ecotourism and other alternatives. *Annual Review of Anthropology*, 30, 261–283.
- Sugiyarto, & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45–52.
- Sugiyono. (2010a). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010b). *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Troian, M., et al. (2023). International marine tourism: Trends and prospects for sustainable development. *Scientific Journal of Maritime Research*, 37, 23–31. <https://doi.org/10.31217/p.37.1.3>
- Vivit Nurdin, B. (2014). Budaya, pariwisata, dan ethno-ecotourism: Kajian antropologi pariwisata di Provinsi Lampung. *Jurnal Sosiologi*, 18(1), 13–19.
- Wati, A. P. (2018). Upaya Indonesia dalam meningkatkan kualitas pariwisata budaya melalui diplomasi kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2).
- Wulandari, S., et al. (2020). Pariwisata, masyarakat, dan kebudayaan: Studi antropologi pariwisata Pantai Marina di Pajukukang, Bantaeng, Sulawesi Selatan. *PUSAKA Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(1), 9–17.
- Yoeti, O. A. (1996). *Anatomi pariwisata*. Angkasa.
- Youwe, D. M. (2014). Analisis potensi retribusi objek wisata Pantai Base-G di Kota Jayapura. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 1(2)