

STRATEGI PENGEMBANGAN MAROON MANGROVE EDUPARK DI KOTA SEMARANG, JAWA TENGAH

(Development Strategy of Maroon Mangrove Edupark in Semarang City, Central Java)

JANNE HILLARY¹⁾, TITIK EKOWATI²⁾ DAN BAMBANG MULYANTO SETIAWAN³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Doedarto, Tembalang, Semarang, Indonesia

Email: hillaryjanne@gmail.com

Diterima 26 Juli 2019 / Disetujui 24 Oktober 2019

ABSTRACT

Maroon Mangrove Edupark (MMEP) is one of the most visited mangrove forests in Semarang. It is located close to Maroon beach and Ahmad Yani International Airport. MMEP was classified as a new tourism site that expected to provide an economic value for local community. Economic benefits that was obtained by visitors and manager can be known through economic valuation. Development strategy is needed to maintain its existence and bring a great economic benefit in the future. The primary aim of this study was to analyze MMEP's sustainable preserve strategies. Economic valuation as well as internal and external factors evaluation can be used as a reference in managing and developing MMEP. Components of economic valuation were total economic value and price of tourist entrance ticket. Individual Travel Cost Method (ITCM) was used to analyze the economic value of MMEP. Total economic value of MMEP was IDR 421.169.436. The tourism potential that has been utilized was only 36.83% of the total economic value. The value can be increased by increasing MMEP's received costs directly from the travel cost incurred by respondents. Willingness To Pay (WTP) value that can be used as a reference in determining a tourist entrance fee at MMEP was IDR 9.000. The condition of MMEP management was in quadrant III. The step should be taken to develop MMEP is the Weakness-Opportunity (WO) conservative strategy, which is strategy to minimize the weaknesses and to maximize the opportunities.

Keywords: economic valuation, individual travel cost method, SWOT analysis, konservatif strategy, mangrove

ABSTRAK

Maroon Mangrove Edupark (MMEP) adalah salah satu hutan mangrove yang paling banyak dikunjungi masyarakat Semarang. Tempat tersebut berlokasi dekat dengan Pantai Maroon dan Bandara Internasional Ahmad Yani. MMEP tergolong wisata baru di Semarang yang diharapkan dapat memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat sekitar. Keuntungan ekonomi yang didapatkan pengunjung dan pengelola dapat diketahui melalui valuasi ekonomi. Strategi pengembangan diperlukan guna menjaga keberadaan dan dapat mendatangkan keuntungan ekonomi yang besar di masa depan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi mempertahankan keberadaan MMEP yang berkelanjutan. Valuasi ekonomi serta evaluasi faktor internal dan eksternal dapat digunakan sebagai acuan dalam mengelola dan mengembangkan MMEP. Komponen valuasi ekonomi yang ditentukan adalah total nilai ekonomi dan harga tiket masuk wisata. Metode Individual Travel Cost Method (ITCM) digunakan untuk menganalisis nilai ekonomi dari MMEP. Nilai ekonomi total aktual MMEP adalah Rp 421.169.436,00. Potensi wisata yang dimanfaatkan baru sebesar 36,83% dari nilai ekonomi total. Nilai tersebut dapat ditingkatkan dengan meningkatkan biaya yang diterima langsung MMEP dari biaya perjalanan yang dikeluarkan responden. Nilai WTP (Willingness To Pay) yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penetapan biaya tiket masuk wisatawan di objek wisata MMEP adalah Rp 9.000,00. Kondisi pengelolaan MMEP berada pada kuadran III. Langkah yang sebaiknya diambil untuk mengembangkan MMEP adalah menggunakan strategi konservatif Weakness-Opportunity (WO), yaitu dengan menekan kelemahan dan melakukan tindakan yang dapat memperbesar peluang.

Kata kunci: valuasi ekonomi, strategi konservatif, individual travel cost method, mangrove, analisis SWOT

PENDAHULUAN

Kota Semarang memiliki garis pantai sepanjang 13,6 km dan 62,5% wilayahnya merupakan daerah pantai atau dataran rendah. Hal tersebut menyebabkan kota Semarang rawan mengalami banjir rob, abrasi maupun bencana alam daerah pesisir lainnya (Wahyuningtyas *et al.* 2017). Hutan mangrove di daerah pesisir Semarang memainkan peran vital dalam membentuk ekologi dan ekonomi Kota Semarang (Diartho *et al.* 2012).

Mangrove bermanfaat sebagai habitat bagi biota-biota laut, termasuk ikan di dalamnya, serta sebagai tempat pemijahan ikan-ikan tersebut. Aktivitas dan paket

wisata alam dengan pemandangan hutan mangrove dan laut dalam satu kesatuan, serta olahan mangrove yang dapat digunakan sebagai cinderamata, juga dapat memberikan nilai tambah ekonomi. Hal tersebut tentunya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar (Widnyana *et al.* 2016).

Salah satu wisata hutan mangrove yang dikenal luas masyarakat Semarang adalah Maroon Mangrove Edupark (MMEP). MMEP berlokasi di Kelurahan Tugurejo, Kecamatan Tugu, Kota Semarang. Destinasi wisata ini berada dalam wilayah Pangkalan Udara Utama TNI AD (Lanumad) Ahmad Yani, Kota Semarang, yang jaraknya

kurang lebih 1,5 kilometer dari Bandara Ahmad Yani lama. Lokasi tepatnya adalah di kawasan Pantai Maroon dan ujung *runway* Bandara Ahmad Yani Semarang. Kawasan yang ditempati MMEP tersebut adalah milik Kodam IV Diponegoro dibawah pengawasan Lanumad dan merupakan kawasan bebas terbatas karena bersinggungan dengan Bandara Ahmad Yani (Tarigan *et al.* 2017).

Wisata MMEP itu sendiri tergolong wisata baru di Semarang, diresmikan pada 12 Maret 2016 (Laeis 2017). Meski tergolong wisata yang belum lama berdiri, MMEP mengalami berbagai tantangan yang mengancam keberadaan MMEP. Pengelola MMEP adalah murni kelompok tani METAL (Mekar Tani Lindung). Tidak terdapat SDM khusus yang paham mengenai ekowisata dalam tim pengelola MMEP, dan saat ini jumlah pengelola-pun menurun hingga hanya ada delapan orang. Kepemilikan MMEP yang masih di bawah TNI AD menyebabkan kawasan MMEP kurang mendapat perhatian Pemerintah Kota Semarang. Di sisi lain, keindahan serta kesegaran yang ditawarkan hutan mangrove dapat menjadi peluang untuk memajukan sektor pariwisata yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan penciptaan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar kawasan wisata. Oleh karena itu, MMEP perlu dikelola dengan baik dan dijaga keberadaannya supaya dapat berkelanjutan.

Penilaian terhadap suatu kawasan wisata memiliki peranan dalam menentukan pengembangan dari tempat wisata itu sendiri yang mencakup berbagai faktor, di antaranya nilai sosial dan politik (Zulpikar *et al.* 2017). Metode yang banyak digunakan untuk mengukur nilai ekonomi wisata alam dalam dua dekade terakhir adalah *Individual Travel Cost Method* (ITCM). Kelebihan ITCM adalah mampu memotret karakteristik sosial ekonomi pengunjung seperti usia, pendapatan, dan pendidikan (Mayor *et al.* 2007).

Potensi yang dimiliki MMEP dapat dikembangkan lebih optimal dengan melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki tempat wisata tersebut (Putra *et al.* 2015). Analisis SWOT adalah metode yang umum dan mudah digunakan untuk mengetahui faktor kekuatan sebagai pendukung, dan kekurangan sebagai pembatas dari suatu objek wisata. Analisis SWOT diperlukan untuk mengetahui arahan strategi yang tepat dalam menjaga keberadaan MMEP (Putra *et al.* 2015). Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dikaji valuasi ekonomi MMEP menggunakan ITCM, serta evaluasi faktor internal dan eksternal yang dimiliki MMEP menggunakan SWOT untuk menghasilkan strategi pengelolaan MMEP, sebagai acuan dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di MMEP pada minggu terakhir bulan Agustus 2018 hingga awal bulan Oktober 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei.

Pengambilan sampel untuk valuasi ekonomi mempergunakan metode *nonprobability sampling* dengan bentuk *accidental sampling*. Adapun kriteria responden pada tahap ini adalah pengunjung MMEP yang berusia 20-60 tahun. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus Durbarry (2016), sehingga jumlah minimal sampel yang dibutuhkan adalah 96 pengunjung. Adapun sampel pada penelitian ini adalah 104 pengunjung yang telah melakukan aktivitas wisata di MMEP.

Responden untuk analisis SWOT adalah wisatawan yang digunakan sebagai responden dalam tahap sebelumnya beserta *stakeholders* yang terkait pengelolaan MMEP. Responden wisatawan ditentukan secara *purposive*. Jumlah responden wisatawan yang digunakan adalah sepuluh orang. Responden *stakeholders* berjumlah enam orang, yang terdiri dari pengelola MMEP, konseptor, dinas pariwisata, kelompok tani, kelompok studi mangrove, serta CSR PT Phapros.

Pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara menggunakan kuesioner. Data sekunder didapat dari penelusuran dokumen serta data yang bersumber dari pengelola wisata di MMEP serta *stakeholder* terkait.

Data yang telah terkumpul dianalisis dengan analisis deskriptif, analisis valuasi ekonomi dan analisis SWOT. Analisis nilai ekonomi dari MMEP mempergunakan ITCM berdasarkan pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk biaya perjalanan. Persamaan metode ITCM adalah sebagai berikut (Zulpikar *et al.* 2017) :

$$V_{ij}=f(TC_{ij},X_{ij})\dots\dots\dots (1)$$

V adalah jumlah kunjungan ke suatu lokasi, TC adalah biaya perjalanan dan X adalah variabel sosio-ekonomi lainnya yang diduga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan, yaitu pendapatan, jarak, aksesibilitas, lama berkunjung, persepsi responden terhadap kualitas lingkungan wisata, daya tarik, fasilitas, dan promosi. Kemudian “i” merupakan individu yang memilih tujuan lokasi “j” (Thill dan Kim 2005).

ITCM dapat diterapkan dengan terlebih dahulu membuat *Trip Generation Function* (TGF). Variabel selain TC, yang ada dalam persamaan regresi dianggap tetap, yaitu digunakan nilai rata-rata. Penggunaan nilai rata-rata untuk variabel lain berpengaruh terhadap besarnya konstanta, sehingga menjadi persamaan yang lebih sederhana, yaitu TGF dalam bentuk linier sebagai berikut (Gurluk dan Rehber 2008) :

$$V=\beta_0 + \beta_1TC \dots\dots\dots (2)$$

Untuk mencari surplus konsumen per individu per tahun digunakan penghitungan integral dari persamaan 2, dengan batas atas adalah biaya perjalanan tertinggi dan batas bawah adalah biaya perjalanan terendah, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut (Zulpikar *et al.* 2017):

$$SK = \int_{p_0}^{p_1} f(P_x) dP$$

SK = Surplus Konsumen; p_1 = Biaya perjalanan tertinggi; p_2 = Biaya perjalanan terendah; P_x = fungsi permintaan objek wisata

Potensi nilai ekonomi wisata atau nilai total ekonomi wisata dapat diketahui dengan cara mengalikan nilai surplus konsumen dengan jumlah wisatawan yang berkunjung pada periode tertentu. Adapun nilai total biaya aktual wisata adalah hasil perkalian dari biaya aktual rata-rata yang dikeluarkan pengunjung dengan jumlah wisatawan yang berkunjung pada periode tertentu (Zulpikar *et al.* 2017).

Analisis faktor internal dan eksternal MMEP merupakan analisis lanjutan yang mempergunakan analisis SWOT. Hasil observasi kondisi di lapangan dijadikan acuan untuk mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan. Penentuan bobot pada masing-masing faktor dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden, menggunakan skala likert yaitu 1-5 dari tidak penting hingga sangat penting. Bobot setiap faktor diperoleh dengan membagi jumlah nilai setiap faktor dengan jumlah nilai keseluruhan variabel. Penentuan rating untuk masing-masing faktor dilakukan dengan memberikan skor mulai dari 4 sampai dengan 1. Skor penilaian masing-masing faktor didapatkan dengan mengalikan bobot dengan rating.

Selisih antara skor kekuatan dan kelemahan digunakan untuk mengetahui titik koordinat x, sedangkan titik koordinat y adalah selisih skor antara peluang dan ancaman. Titik koordinat tersebut digunakan dalam penentuan posisi kuadran SWOT pengembangan wisata MMEP. Posisi tersebut dianalisis secara deskriptif sehingga dapat tersusun daftar tindakan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan wisata MMEP

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Terkini MMEP

a. Pengelola MMEP

MMEP dibuka sebagai tempat wisata tanpa adanya campur tangan profesional. Pengelola MMEP adalah murni kelompok tani METAL (Mekar Tani Lindung). Tidak terdapat SDM khusus yang paham mengenai ekowisata dalam tim pengelola MMEP. Jumlah anggota kelompok tani yang mau berkecimpung untuk mengelola MMEP awalnya 30 orang. Saat ini jumlah anggota kelompok tani yang mengelola MMEP menurun hingga hanya ada delapan orang. Hal tersebut karena penghasilan dari tambak bandeng dan udang dirasa lebih stabil, sedangkan penghasilan dari jasa wisata MMEP cenderung menurun, kecuali pada musim libur sekolah dan tahun baru.

b. Daya tarik MMEP

Daya tarik yang paling menarik bagi pengunjung adalah keindahan alam dari atas gardu pandang. Pengunjung juga rela menempuh jalan yang jauh dan dalam kondisi tidak baik untuk berfoto dengan latar

pesawat yang mengudara dan hamparan mangrove dalam satu frame foto. Pemandangan hilir mudik pesawat dan hijaunya mangrove tidak pengunjung dapatkan di tempat wisata lainnya.

Bagi pengelola, yang menjadi keunggulan dari MMEP adalah komponen edukasi. Sejauh ini sarana pendidikan yang ditawarkan pengelola adalah papan-papan infografis mengenai mangrove, papan nama spesies mangrove, pendopo yang dilengkapi papan tulis sebagai ruang diskusi, serta kegiatan menanam mangrove. SDM kelompok tani sudah dibekali pengetahuan mengenai mangrove oleh KESEMAT (Kelompok Studi Ekosistem Mangrove Teluk Awur), sehingga para petani dapat memberikan penjelasan mengenai mangrove kepada pengunjung.

c. Kondisi lingkungan dan fasilitas MMEP

Kondisi MMEP secara umum berfluktuasi. Awalnya bagus, kemudian mengalami penurunan, setelah itu diperbaiki dan beberapa fasilitas kembali membaik. Fasilitas yang ada di lokasi wisata saat ini antara lain: tempat parkir yang hanya bisa digunakan untuk kendaraan roda dua, pos parkir, jalur *tracking* yang sudah diganti kayu, kamar mandi, mushola, gardu pandang, gazebo, ruang pertemuan, tempat duduk, papan informasi mangrove, dan perahu. Beberapa fasilitas masih dapat berfungsi dengan baik, hanya tangga pada gardu pandang yang sudah terlihat berkarat. Tulisan pada papan informasi mangrove sudah terlihat pudar.

Kondisi yang konstan terlihat dari awal diresmikannya MMEP sampai sekarang adalah akses yang belum beraspal dan berbatu-batu. Sarana transportasi umum juga belum menjangkau MMEP. Alat transportasi yang dapat digunakan saat ini adalah kendaraan pribadi dan transportasi online.

2. Nilai *Willingness to Pay* (WTP)

WTP adalah jumlah yang bersedia dibayar oleh konsumen atas dikonsumsinya suatu barang. Nilai WTP bisa lebih tinggi atau lebih kecil daripada harga yang berlaku (Birdir *et al.* 2013). WTP dapat diterapkan sebagai sarana pengukuran yang mengindikasikan kecenderungan suatu individu mengeluarkan biaya untuk perubahan atau pengembangan kualitas lingkungan. Metode ini dapat menjadi alat yang berguna dalam mengevaluasi sumber lingkungan atau alam yang tidak memiliki nilai pasar atau komersial khusus (Ramdas dan Mohamed 2014). WTP dalam penelitian ini adalah harga yang bersedia dibayar oleh pengunjung MMEP atas jasa wisata yang diterima, beserta nilai apresiasi atas pengembangan yang telah dilakukan MMEP.

Sebanyak 53 responden mau membayar lebih karena memiliki harapan positif akan pengembangan wisata MMEP; memiliki kesadaran terhadap konservasi lingkungan (Herman *et al.* 2014; Ramdas dan Mohamed 2014); serta puas terhadap daya tarik yang disuguhkan MMEP (Margaretha dan Anastasia 2015).

Responden yang tidak mau membayar lebih berpendapat lebih baik aksesibilitas dan kondisi

lingkungan MMEP diperbaiki terlebih dahulu. Selain itu terdapat faktor sosial ekonomi, seperti: pendapatan, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, dan lingkungan sosial masyarakat yang menyebabkan responden enggan untuk membayar lebih (Verbic dan Erker 2007; Margaretha dan Anastasia 2015). Selain itu, meskipun kondisi lingkungan perlu dikembangkan, hak properti yang tidak dimiliki pengelola dapat memicu turis yang berperan sebagai konsumen tidak memiliki kemauan untuk menyisihkan sejumlah pendapatannya guna meningkatkan kualitas lingkungan wisata (Ramdas dan Mohamed 2014).

Ketidajelasan kepemilikan hak properti menyebabkan konsumen merasa percuma membantu peningkatan kualitas lingkungan. Mereka tidak ingin dana yang sudah dikeluarkan tidak jelas alirannya atau disalahgunakan bukan untuk pembenahan lingkungan (Ramdas dan Mohamed 2014). Saat ini, hak properti MMEP dimiliki oleh TNI AD yang menyebabkan pengembangan MMEP menjadi tersendat. Responden sebagai konsumen menjadi enggan untuk membayar lebih. Besaran nilai WTP dapat dilihat pada Tabel 1.

Bedasarkan perhitungan, diperoleh nilai rata-rata WTP pengunjung sebesar Rp 9.100,96; yang dibulatkan

menjadi Rp 9.000,00. Nilai WTP tersebut dapat digunakan sebagai acuan dalam penetapan biaya tiket masuk wisatawan di objek wisata MMEP.

3. Nilai Ekonomi Berdasarkan Biaya Perjalanan

Hasil pengolahan data untuk semua variabel yang diuji regresi dapat dilihat pada Tabel 2. Persamaan regresi yang didapatkan dari analisis regresi linear berganda atas variabel yang diuji adalah $Y = -0,554 - 0,00001142X_1 + 0,0000004229X_2 - 0,004X_3 + 0,012X_4 + 0,356X_5 + 0,144X_6 - 0,115X_7 - 0,061X_8 - 0,012X_9$. Selanjutnya, variabel selain biaya perjalanan diisi dengan nilai rata-rata untuk setiap variabel seperti yang tercantum pada Tabel 2, sehingga didapatkan persamaan TGF sebagai berikut: $TGF = 3,143 - 0,00001142X$ (1)

Biaya perjalanan terendah dan tertinggi (12.500 dan 172.500) digunakan untuk menentukan rumus integral sebagai berikut:

$$\int_{12.500}^{172.500} 3,143 - 0,00001142X \, dx \dots\dots\dots (2)$$

Tabel 1. Persentase kenaikan dan jumlah responden berdasarkan WTP.

WTP	% Kenaikan	Jumlah responden	WTP x Jumlah responden
...Rp...	...%...	...jiwa...	... Rp ...
7.500	0	51	382.500
9.000	20	30	270.000
10.500	40	9	94.500
12.000	60	2	24.000
13.500	80	3	40.500
15.000	100	9	135.000
WTP Rerata			9.100,96

Tabel 2. Nilai rata - rata dan koefisien regresi setiap variabel

Variabel	Rata-Rata	Koefisien Regresi
Konstanta		-0,554
Biaya perjalanan ke MMEP (X ₁)	63.809,6	-1,142.10 ⁻⁵
Pendapatan (X ₂)	2.750.000,000	4,229.10 ⁻⁷
Jarak (X ₃)	31,596	-0,004
Aksesibilitas (X ₄)	109,038	0,012
Kondisi Lingkungan (X ₅)	9,735	0,356
Lama Berkunjung (X ₆)	13,595	0,144
Daya Tarik (X ₇)	19,803	-0,115
Fasilitas (X ₈)	27,231	-0,061
Promosi (X ₉)	11,063	0,012
Jumlah Kunjungan ke MMEP (Y)	1,55	

Berdasarkan perhitungan integral dari persamaan 2, diketahui nilai surplus konsumen sebesar Rp 333.864,00/individu/tahun. Rata-rata tingkat kunjungan wisatawan dalam satu tahun terakhir diketahui sebanyak dua kali, dengan demikian nilai surplus konsumen per-kunjungan adalah sebesar Rp 166.932,00 /individu/kunjungan. Nilai ini lebih besar dari biaya aktual rata-rata yang dikeluarkan pengunjung, yaitu hanya sebesar Rp 61.480,597 /individu/kunjungan. Nilai total ekonomi aktual diperoleh dengan mengalikan nilai surplus konsumen per individu dengan jumlah pengunjung pada bulan Agustus 2017 sampai Agustus 2018 yaitu sebesar 2.523 pengunjung, sehingga diperoleh Rp 421.169.436,00. Nilai total biaya aktual sebesar Rp 155.115.546,231 didapatkan dengan mengalikan nilai biaya aktual rata-rata per individu dikalikan dengan jumlah pengunjung pada bulan Agustus 2017 sampai Agustus 2018. Jika dibandingkan, antara nilai total ekonomi dengan dengan nilai total biaya aktual maka dapat diketahui pengunjung mendapatkan manfaat yang lebih besar dari jasa wisata yang ditawarkan dan juga manfaat yang lebih besar dari biaya yang harus dikeluarkan agar dapat menikmati wisata MMEP.

Perbandingan antara nilai total ekonomi dengan dengan nilai total biaya aktual, juga menunjukkan potensi wisata belum dimanfaatkan maksimal, masih sebesar 36,83% dari nilai total ekonomi. Potensi MMEP dapat ditingkatkan dengan meningkatkan biaya yang diterima langsung MMEP antara lain dengan: meningkatkan harga tiket masuk MMEP sesuai WTP, menambah atraksi, melakukan perawatan tanaman

mangrove, menjual produk mangrove buatan Ibu-Ibu METAL sebagai konsumsi wisatawan dan oleh-oleh, serta menjaga kualitas sarana dan prasarana yang telah tersedia.

4. Strategi Pengembangan Wisata MMEP

a. Faktor-faktor internal

Faktor-faktor internal yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki MMEP dirangkum dalam matriks analisis faktor internal (matriks IFAS), yang dapat dilihat pada Tabel 3. Dari Tabel 3 dapat diketahui dalam upaya mengembangkan MMEP, terdapat kelemahan yang lebih besar dibandingkan dengan kekuatan, dengan selisih sebesar 0,136.

b. Faktor-faktor eksternal

Selanjutnya faktor-faktor eksternal yang menggambarkan peluang dan ancaman bagi MMEP dirangkum dalam matriks analisis faktor eksternal (matriks EFAS), yang dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel 4 menunjukkan bahwa dalam upaya mengembangkan MMEP, terdapat peluang yang lebih besar dibandingkan dengan ancaman, dengan selisih sebesar 0,759.

5. Matriks SWOT

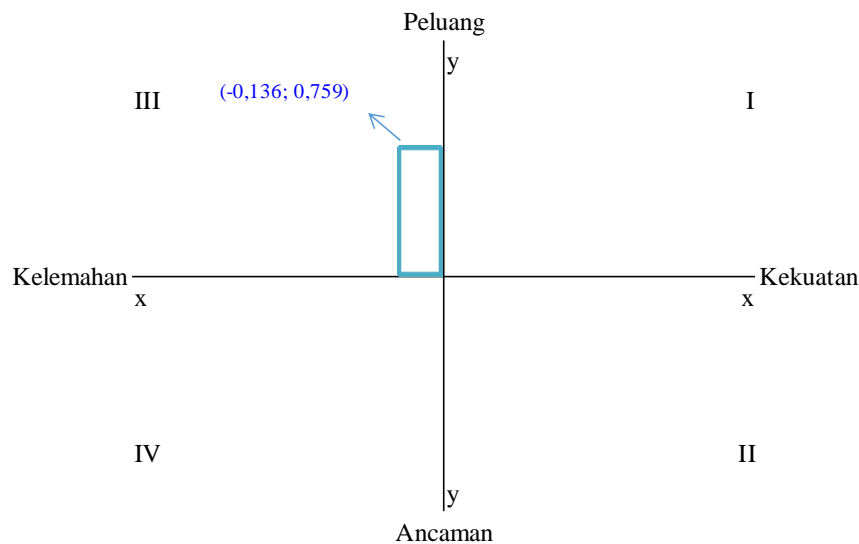
Berdasarkan selisih skor kekuatan dan kelemahan didapatkan titik koordinat pada sumbu X, yaitu -0,136. Kemudian dari selisih skor peluang dan ancaman didapatkan titik koordinat pada sumbu Y, yaitu 0,759. Posisi pengembangan wisata MMEP ditunjukkan pada Gambar 1.

Tabel 3. Matriks IFAS.

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan			
Keindahan alam tanaman mangrove	0,100	3,63	0,363
Kegiatan konservasi mangrove	0,098	3,75	0,368
Lokasi yang dekat dengan bandara Ahmad Yani	0,109	3,44	0,375
Sarana pendidikan mangrove bagi anak-anak	0,080	3,75	0,300
Dekat dengan Pantai Maroon	0,093	3,31	0,311
Total	0,480		1,716
Kelemahan			
Tidak adanya SDM pengelola khusus ekowisata mangrove	0,090	3,81	0,343
Infrastruktur jalan masuk menuju tempat wisata yang tidak layak	0,117	3,88	0,454
Kondisi fasilitas dan sarana wisata yang mulai rusak	0,100	3,56	0,356
Tidak adanya angkutan umum yang menjangkau hingga ke lokasi wisata	0,117	3,31	0,388
Promosi wisata	0,096	3,25	0,312
Total	0,520		1,852

Tabel 4. Matriks EFAS.

Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang			
Potensi hutan mangrove bagi lingkungan	0,142	3,875	0,550
Sedikitnya jumlah wisata alam di Kota Semarang	0,107	3,375	0,361
Keberadaan CSR PT Phapros	0,130	3,688	0,479
Keberadaan komunitas penggiat wisata Kota Semarang	0,101	3,125	0,316
Adanya kelompok studi mahasiswa mengenai mangrove	0,123	3,438	0,423
Total	0,603		2,129
Ancaman			
Kurangnya animo masyarakat yang berkunjung ke MMEP	0,091	3,625	0,336
Musim dan cuaca saat ini yang tidak menentu	0,116	3,125	0,369
Perilaku wisatawan yang bersifat merusak	0,089	3,625	0,312
Kurangnya dukungan pemerintah	0,101	3,500	0,353
Total	0,397		1,370



Gambar 1. Matriks SWOT Pengembangan Wisata MMEP

Dari matriks SWOT, dapat diketahui kondisi pengelolaan MMEP berada pada kuadran III. Posisi tersebut menunjukkan bahwa kondisi pengelolaan MMEP saat ini berada pada situasi yang kurang menguntungkan, karena memiliki kelemahan yang lebih menonjol. Langkah yang sebaiknya digunakan untuk mengembangkan MMEP adalah menggunakan strategi konservatif Weakness-Opportunity (WO), yaitu strategi pengembangan wisata yang dilakukan dengan menekan kelemahan dan melakukan tindakan yang dapat memperbesar peluang (Sturdy 2012).

Selain itu, dimensi kritikal WO juga digunakan sebagai pertimbangan dalam menyusun langkah strategi, yaitu kualitas tempat wisata yang ditawarkan, pangsa pasar atau karakteristik konsumen, pembenahan fasilitas berkala, siklus hidup wisata, pemanfaatan teknologi, integrasi vertikal (kolaborasi pengelola dengan berbagai pihak yang terkait), serta pemanfaatan kapasitas bersaing dengan wisata lain (Sturdy 2012). Formulasi langkah pengembangan dengan strategi WO dirumuskan dari hasil diskusi dengan para *stakeholder*, yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Formulasi strategi WO

Faktor peluang
<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi hutan mangrove bagi lingkungan 2. Sedikitnya jumlah wisata alam di Kota Semarang 3. Keberadaan CSR PT Phapros dalam pengembangan wisata 4. Keberadaan komunitas penggiat wisata Kota Semarang 5. Adanya kelompok studi mahasiswa mengenai mangrove
Faktor kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> 1. SDM pengelola khusus ekowisata mangrove 2. Infrastruktur jalan masuk menuju tempat wisata 3. Fasilitas dan sarana wisata 4. Angkutan umum yang dapat menjangkau hingga ke lokasi promosi wisata
Langkah pengembangan konservatif WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbanyak jumlah dan jenis tanaman mangrove 2. Mengadakan pelatihan SDM pengelola MMEP 3. Melakukan perawatan berkala fasilitas wisata yang telah tersedia 4. Melakukan penambahan atraksi wisata 5. Memanfaatkan mangrove untuk kuliner dan oleh-oleh 6. Melakukan <i>lobbying</i> dengan pemerintah dan Angkasa Pura untuk keperluan pembenahan jalan masuk MMEP 7. Menggiatkan promosi melalui berbagai media bersama komunitas penggiat wisata 8. Mengadakan diskusi rutin bersama akademisi

Langkah strategi WO yang menjadi prioritas adalah tindakan yang berkaitan dengan potensi hutan mangrove dan infrastruktur jalan masuk MMEP (dilihat dari skor tertinggi pada faktor peluang Tabel 4 dan faktor kelemahan pada Tabel 3). Tindakan tersebut adalah memperbanyak jumlah dan jenis tanaman mangrove, serta melakukan *lobbying* dengan pemerintah dan Angkasa Pura untuk keperluan pembenahan jalan masuk MMEP.

Keindahan alam hamparan mangrove itu sendiri menjadi daya tarik utama bagi pengunjung untuk berwisata ke MMEP. Menurut Mulyadi *et al.* (2009), keberadaan hutan mangrove sebagai ekowisata dapat lestari apabila dilakukan penanaman mangrove secara terus menerus. Penanaman yang terus menerus ini berfungsi untuk regenerasi mangrove, menyeimbangkan jumlah mangrove yang rusak akibat perilaku wisatawan serta meningkatkan kesegaran di area wisata.

Tanaman mangrove yang ada di MMEP saat ini hanyalah jenis *Rhizophora*. Penganekaragaman jenis mangrove dapat memberikan keuntungan bagi usaha pariwisata supaya dapat berkelanjutan (Basyuni *et al.* 2018). Apabila memiliki tanaman mangrove dengan jenis yang beragam maka beragam pula produk olahan mangrove yang dapat ditawarkan sebagai oleh-oleh. Pengkayaan jenis mangrove juga dapat digunakan sebagai sarana edukasi bagi masyarakat.

Kemudian pengelola MMEP perlu mempresentasikan keunggulan-keunggulan MMEP kepada pemerintah. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menarik pemerintah untuk memasukkan MMEP dalam daftar tujuan wisata prioritas. Selain itu, pengelola MMEP perlu melakukan konfirmasi tingkat keamanan

wisata di MMEP dengan PT Angkasa Pura. Kedua hal tersebut perlu dilakukan guna mendapatkan izin dan bantuan pihak TNI AD untuk membenahi jalan masuk menuju MMEP.

Selanjutnya, langkah yang perlu dilakukan adalah memeriksa dan merawat fasilitas yang telah dimiliki MMEP secara berkala. Pengelola perlu meninjau rutin setiap fasilitas yang dimiliki, supaya fasilitas yang masih bagus akan tetap terjaga kondisinya. Fasilitas yang sudah ada indikasi akan rusak dapat segera dibenahi sebelum benar-benar rusak, serta fasilitas yang sudah rusak perlu segera dilakukan pembenahan.

Jumlah wisata alam di Kota Semarang yang terbilang sedikit adalah peluang bagi MMEP untuk menarik pengunjung. Penambahan atraksi wisata diperlukan supaya masyarakat mau melirik MMEP. Kendala untuk melakukan penambahan atraksi wisata adalah dana yang tidak mencukupi. Kucuran dana dari CSR PT Phapros hanya dapat turun sesuai dengan prosedur, tidak bisa turun sewaktu-waktu ketika dibutuhkan, sedangkan sistem pengelolaan keuangan belum baik. Oleh karena itu, pengelola MMEP perlu diberi pelatihan manajemen wisata dan pengelolaan aliran dana.

Pemanfaatan mangrove sebagai produk pangan olahan dapat menambah daya tarik wisata. Para istri kelompok tani METAL yang menyebut kelompoknya dengan Bunda Mas, sudah mampu membuat peyek mangrove, selai mangrove dan roti mangrove. Hanya saja produk tersebut baru dijual sebatas bila ada pesanan. Bunda Mas belum memiliki kepercayaan diri untuk menjualnya secara luas. Perlu adanya pembimbingan supaya kelompok Bunda Mas mau menjual produk

olahan mangrove tersebut sebagai oleh-oleh maupun wisata kuliner di MMEP.

Terkait promosi, akun instagram yang digunakan pengelola MMEP sebagai media promosi belum efektif menarik pengunjung, karena jarang diperbarui. Melihat hal tersebut, keberadaan komunitas penggiat wisata di Semarang dapat dimanfaatkan sebagai strategi sosial dalam promosi. Keberadaan komunitas dapat menjadi jembatan antara pengelola dengan wisatawan yang sudah berkunjung ataupun yang masih merencanakan untuk berkunjung ke MMEP (Umami 2015).

SIMPULAN

Nilai total ekonomi aktual MMEP adalah Rp 421.169.436,00. Potensi wisata yang dimanfaatkan baru sebesar 36,83% dari nilai total ekonomi. Nilai tersebut dapat ditingkatkan dengan meningkatkan biaya yang diterima langsung MMEP dari biaya perjalanan yang dikeluarkan responden. Nilai WTP yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penetapan biaya tiket masuk wisatawan di objek wisata MMEP adalah Rp 9.000,00.

Kondisi pengelolaan MMEP saat ini berada pada kuadran III, yang menandakan kondisinya terus menurun. Langkah yang sebaiknya dilakukan pengelola untuk mengembangkan MMEP adalah menerapkan strategi konservatif WO, yaitu dengan menekan kelemahan internal yang dimiliki MMEP dan melakukan tindakan yang dapat memperbesar peluang untuk mempertahankan keberadaan MMEP di masa depan. Langkah prioritas yang perlu segera dilakukan adalah memperbanyak jumlah dan jenis tanaman mangrove, serta melakukan *lobbying* dengan pemerintah dan Angkasa Pura untuk keperluan pembenahan jalan masuk MMEP. Selain itu diperlukan pula penelitian lanjutan terkait analisis kelayakan usaha wisata MMEP, sebagai dasar untuk mempertahankan atau mengubah bentuk MMEP.

DAFTAR PUSTAKA

- Basyuni M, Bimantara Y, Siagian M, Wati R, Slamet B, Sulistiyono N, Nuryawan A, Leidonad R. 2018. Developing community-based mangrove management through eco-tourism in North Sumatra, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 126:1-7.
- Birdir S, Unal O, Birdir K, Williams AT. 2013. Willingness to pay as an economic instrument for coastal tourism management: Cases from Mersin, Turkey. *Tourism Management*. 36:279-283.
- Diarto, Hendrarto B, Suryoko S. 2012. Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan Kawasan Hutan Mangrove Tugurejo di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Lingkungan*. 10(1):1-7.
- Durbarry R. 2016. *Research Methods for Tourism Students*. London (GB): Taylor and Francis Ltd.
- Gurluk S, Rehber E. 2008. A Travel cost study to estimate recreational value for a bird refuge at Lake Manyas, Turkey. *Journal of Environmental Management*. 88:1350–1360.
- Herman SMA, Nur ACM, Ahmad S, Ramachandran S. 2014. Willingness to pay for highland's agro-tourism recreational facility: A Case of Boh Tea Plantation, Cameron Highlands, Malaysia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 19:1-7.
- Laeis Z. 2017. Destinasi Wisata Mangrove Semarang Bermunculan. Antara News. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/27070/destinasi-wisata-mangrove-semarang-bermunculan>. Diakses pada 22 Januari 2018, pukul 4.53.
- Margaretha M, Anastasia N. 2015. Investor's willingness to pay in commercial property. *Proceedings of 3rd IFMA International Conference on Finance: 1-4*.
- Mayor K, Scott S, Tol RSJ. 2007. Comparing the travel cost method and the contingent valuation method – An Application of convergent validity theory to the recreational value of Irish Forests. *Esri Working Paper*. 190:2-12.
- Mulyadi E, Hendriyanto O, Fitriani N. 2009. Konservasi hutan mangrove sebagai ekowisata. *Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan*. 1:51-57.
- Putra AC, Anggoro S, Kismartini. 2015. Strategi pengembangan ekowisata melalui kajian ekosistem mangrove di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. *Jurnal Saintek Perikanan*. 10(2):91-97.
- Ramdas M, Mohamed B. 2014. Impacts of tourism on environmental attributes, environmental literacy and willingness to pay: A conceptual and theoretical review. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 144:378-391.
- Sturdy GR. 2012. *Customer Relationship Management Using Business Intelligence*. Newcastle (GB): Cambridge Scholars Publishing.
- Tarigan NP, Purwanti F, Hendrarto B. 2017. Kelayakan wisata alam di Maroon Mangrove Edu Park Semarang. *Journal of Maquares*. 6(3):274-281.
- Thill JC, Kim M. 2005. Trip making, induced travel demand, and accessibility. *Journal of Geographical Systems*. 7(2):229–248.
- Umami Z. 2015. Sosial strategi pada media sosial untuk promosi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*. 4(2):195-201.
- Verbic M, Erker RS. 2007. An Econometric analysis of willingness to pay for sustainable development: A case study of The Volcji Potok Landscape Area. *Enepri Working Paper*. 53:8-11.
- Wahyuningtyas A, Pahlevari JE, Darsono S, Budienny H. 2017. Pengendalian banjir Sungai Bringin Semarang. *Jurnal Karya Teknik Sipil*. 6(3):161-171.
- Widnyana IMD, Astiti NWS, Handayani MTh. 2016. Perilaku anggota kelompok nelayan wanasari dalam menjaga kelestarian hutan mangrove di Kelurahan Tuban, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 5(1):1-10.

Zulpikar F, Prasetyo DE, Shelvatis TV, Komara KK, Pramudawardhani M. 2017. Valuasi ekonomi objek wisata berbasis jasa lingkungan menggunakan

metode biaya perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran. *Journal of Regional and Rural Development Planning*. 1(1):53-63