

TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata

E-ISSN: 2720-9873

Available Online at <https://journal.umgo.ac.id/index.php/Tulip/index>

Vol. 6, No. 2 Desember 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.31314/tulip.6.2.84-92.2023>

Strategi Pengembangan Kampung Wisata Pancer di Kota Serang Sebagai Destinasi Wisata

Rosdiana Pakpahan¹, Anggraeni M.S Lagalo²

1 Program Studi Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Medan, Indonesia

3. Program Studi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia

Email; rosdiana.pakpahan90@gmail.com anggraenims@umgo.ac.id

Info Artikel

Submitted:
2023-11-28

Accepted:
2023-12-27

Published:
2023-12-29

Abstract:

Pancer tourism village is not separated from the synergy that is built between the governments, community, Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) based on empowerment. Pancer tourism village has several tourist attractions that can be enjoyed by tourists such as marine tourism, selfie tourism, and fishing. With the existence of the Pancer tourism village, it can be one of the closest tourist alternatives for the people of Serang City, and also can increase the local budget revenues of Serang City. The village with the social conditions of the fishing community is expected to be able to support the local economy. In this research, the researcher will discuss development strategy which is conducted in the development of the Pancer tourism village. As the researcher's goal is to collect the development strategy plan of tourism village in Serang City especially Pancer tourism village. The data analysis technique used in this research is qualitative data analysis techniques using primary data and secondary data. This research produced results, that the Pancer tourism village is the only tourist village in the Serang City that already has marine tourism as its main destination. The Pancer tourism village still needs cooperation with outside parties to be more advanced in its development.

Keywords: Development Strategy, Tourism Village, Tourism Destination

Abstrak:

Kampung wisata Pancer terletak di Kecamatan Kasemen, Kota Serang. Terwujudnya rintisan kampung wisata Pancer tidak terlepas dari sinergitas yang terbangun antara pemerintah, masyarakat dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) setempat yang berbasis pemberdayaan. Kampung wisata Pancer ini memiliki beberapa atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan seperti wisata bahari, wisata selfi, dan memancing. Dengan adanya kampung wisata Pancer ini dapat menjadi salah satu alternatif wisata yang terdekat untuk masyarakat Kota Serang, serta bisa mendulang PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kota Serang. Kampung dengan kondisi sosial masyarakat nelayan ini diharapkan juga mampu mendongkrak ekonomi masyarakat sekitar. Dalam penelitian ini, membahas strategi pengembangan yang dilakukan dalam pengembangan kampung wisata Pancer. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai upaya untuk merumuskan rencana strategis pengembangan kampung wisata di Kota Serang khususnya kampung wisata Pancer. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Penelitian ini membuahkan hasil, bahwa kampung wisata Pancer merupakan satu-satunya

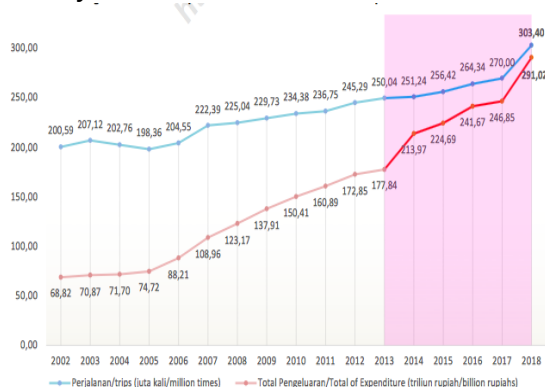
kampung wisata di Kota Serang yang sudah memiliki wisata bahari sebagai destinasi utamanya. Adapun kampung wisata Pancer masih memerlukan kerjasama dengan pihak luar agar lebih maju dalam pengembangannya.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; Kampung Wisata; Destinasi Wisata

PENDAHULUAN

Menurut Hidayah (2017), pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok grup ke suatu tempat tertentu yang jauh dari tempat tinggalnya untuk mendapatkan pengalaman diluar aktivitas kesehariannya dalam waktu yang singkat. Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang perkembangannya terus meningkat. Banyak negara yang menjadikan pariwisata sebagai sektor utama untuk meningkatkan perekonomian negaranya, salah satunya adalah Indonesia.

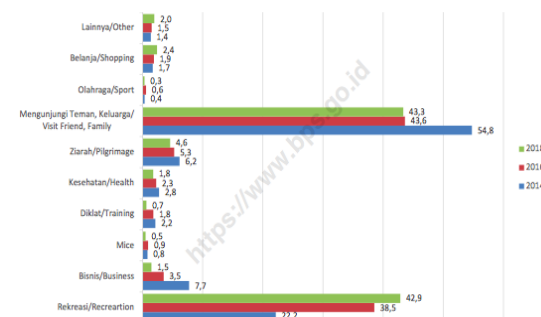
Indonesia merupakan salah satu negara yang perkembangan pariwisatanya terus meningkat dari tahun ketahun. Bahkan daya saing sektor pariwisata terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Tidak hanya menarik perhatian wisatawan mancanegara tetapi wisatawan nusantara juga tertarik dalam mengunjungi destinasi wisata yang ada di Indonesia, mengakibatkan jumlah wisatawan nusantara terus meningkat setiap tahunnya.



Gambar 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Wisnu) Dan Total Pengeluaran Tahun 2002-2018.

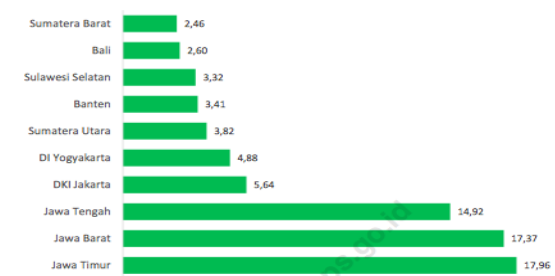
Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa jumlah perjalanan pada tahun 2018 mencapai 303,40 juta, yang artinya mengalami peningkatan sebesar 12,37% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 270,00 juta. Biaya pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan nusantara pada setiap tahunnya

pun terus meningkat. Total pengeluaran selama tahun 2018 sebesar 291,02 triliun rupiah sedangkan pada tahun 2017 sebesar 246,85 triliun rupiah, terjadi perbedaan sebesar 17,89%. Badan Pusat Statistik (2018) memastikan bila peningkatan ini sebagai akibat dari kondisi perekonomian yang relatif semakin membaik dan semakin mudahnya aksesibilitas ke daerah-daerah tujuan wisata.



Gambar 2. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan

Berdasarkan hasil survey dari Badan Pusat Statistik, telah menunjukan bahwa minat wisatawan nusantara lebih tertarik berwisata ke provinsi Jawa Timur hingga mencapai 17,96% dan yang terendah di Provinsi Sumatera Barat hanya 2,46%.



Gambar 3. Penduduk yang Melakukan Perjalanan Menurut Maksud Kunjungan pada tahun 2014, 2016 dan 2018.

Berdasarkan data gambar diatas pada tahun 2018 yang melakukan perjalanan wisata untuk rekreasi terjadi peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. Pada awalnya wisatawan nusantara pada tahun

2014 melakukan perjalanan yang bertujuan untuk mengunjungi kerabat dan keluarga, kemudian pada tahun 2018 terjadi peningkatan terhadap tujuan rekreasi sebesar 43,3%.

Meski begitu, dikarenakan tujuan wisatawan yang kini lebih mencari rekreasi, maka hal tersebut mempengaruhi turunnya jumlah wisatawan pada salah satu provinsi yaitu Provinsi Banten khususnya pada hari libur Lebaran 2019 penurunan sebesar 60% dibandingkan pada tahun 2018 (Kabid Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Banten, Paundra Bayu Ajie). Hal ini merupakan imbas dari bencana tsunami yang terjadi di Selat Sunda, Banten pada tanggal 22 Desember 2018 yang menjadi salah satu objek wisata rekreasi terlaris di Banten. Wisatawan lebih memilih berekreasi ke luar daerah dibandingkan mencari alternatif rekreasi lainnya di lokasi tersebut.

Pada saat ini pemerintah sudah mempromosikan tempat wisata di beberapa daerah termasuk Provinsi Banten. Firmansyah Rahim (Dirjen Pengembangan Destinasi Pariwisata Kemenparekraf) (2014), telah menyatakan bahwa pihaknya sudah mengembangkan destinasi baru melalui konsep kampung wisata. Dimana hal tersebut dapat menjadi hal pendorong dalam kemajuan pariwisata di Indonesia.

Menurut Manuela (2012, hal. 41), Kampung wisata merupakan bentuk interaksi dari atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat dimana terdapat sekelompok wisatawan yang dapat tinggal dan mempelajari tentang kehidupan masyarakat setempat. Kini Provinsi Banten telah memiliki daya tarik wisata baru, dalam bentuk Kampung Wisata. Salah satunya terdapat di Kota Serang. Kurangnya informasi mengenai Kampung Wisata di Kota Serang, mengakibatkan minimnya wisatawan yang berkunjung.

Kota Serang merupakan kota yang terletak dibagian Barat laut provinsi Banten. Secara geografis terletak antara 50 99' – 60 22' Lintang Selatan dan 106 07' – 106 25' Bujur Timur. Sebelah utara Kota Serang berbatasan dengan Laut Jawa, dan sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Serang, begitu juga di sebelah selatan dan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Serang. Kota

Serang mempunyai kedudukan sebagai pusat pemerintahan provinsi Banten, juga sebagai daerah alternative dan penyanggah (hinterland) Ibukota Negara, karena dari Kota Jakarta hanya berjarak sekitar 70 km. Wilayah Kota Serang sebagian besar adalah dataran rendah yang memiliki ketinggian kurang dari 500 mdpl.

Kota Serang kini sudah memiliki empat kampung wisata yang telah dirintis dan diinisiasi oleh DISPARPORA (Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga) Kota Serang, bersama dengan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dengan melibatkan seluruh elemen dan masyarakat dalam mewujudkan pariwisata berbasis masyarakat yaitu, kampung wisata Karodangan, kampung wisata Situ Ciwaka, kampung wisata Pancer, dan kampung wisata Pipitan. Pada setiap kampung wisata memiliki ciri khas nya masing-masing, seperti contohnya pada kampung wisata Pancer yang memiliki beberapa atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan seperti wisata bahari, wisata selfi, dan memancing.

Kampung wisata Pancer sudah mendapatkan beberapa penghargaan meskipun baru saja diresmikan pada tahun 2018. Hal ini membuktikan bahwa strategi yang digunakan sudah cukup tepat dibandingkan kampung wisata lainnya, meskipun kampung wisata Pancer masih dapat dikatakan baru saja diresmikan.

Penelitian ini membahas strategi pengembangan yang dilakukan dalam pengembangan kampung wisata Pancer. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai upaya untuk merumuskan rencana strategis pengembangan kampung wisata di Kota Serang khususnya kampung wisata Pancer. Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pengembangan di Kampung Wisata Pancer? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan di kampung wisata Pancer.

Hidayah (2017), pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok grup ke suatu tempat tertentu yang jauh dari tempat tinggalnya untuk mendapatkan pengalaman diluar aktivitas kesehariannya dalam waktu yang singkat.

Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat lokal. Menurut Elena Manuela (2012), kampung wisata merupakan suatu bentuk dari integrasi yang berupa atraksi, akomodasi, amenities dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat dimana sekelompok wisatawan dapat tinggal dengan lingkungan tradisional tersebut untuk belajar mengenai kehidupan masyarakat.

Berdasarkan integrasi tersebut kampung wisata memiliki tiga elemen yaitu:

- a) *Primary Elements* merupakan elemen dasar dari wisata budaya. Dibedakan menjadi dua yakni *activity places* yang merupakan fasilitas warisan budaya (*heritage*) yang meliputi intangible dan tangible, berupa museum, galeri, ruang pertunjukan, ruang *workshop* dan *leisure settings*. *Leisure Settings* merupakan fitur budaya-sosial yang terdiri dari tingkat kenyamanan untuk tinggal dari kawasan terkait, Bahasa, nilai lokal, dan hubungan antar lokal seperti; tatanan fisik yang berupa *historical street pattern*, bangunan bersejarah, monumen dan taman.
- b) *Secondary Elements*, merupakan fasilitas pendukung kehidupan warga dan wisatawan seperti pasar, toko lokal, restoran, dan homestay.
- c) *Additional elements* merupakan fasilitas pendukung yang bersifat tersier pada kawasan tersebut seperti sarana transportasi, pusat informasi dan lainnya.

Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (2015), kampung wisata memiliki kriteria penting dalam menata hubungan antar turis dan budaya seperti:

- a) Memiliki aktivitas rutin yang dilakukan.
- b) Melibatkan penduduk lokal secara langsung dalam kegiatan pariwisata.
- c) Menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan atau diperlukan oleh wisatawan.

Menurut Suryono (2014), strategi memiliki prinsip yang berkaitan dengan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan

yang hendak dicapai serta penentuan berbagai cara atau metode penggunaan sarana-prasarana. Sarana pariwisata dibagi menjadi tiga bagian penting, yaitu:

1. Sarana Utama Pariwisata (*Main Tourism Superstructures*) seperti tempat penginapan berupa hotel, villa, homestay, dan restoran
2. Sarana Pelengkap Pariwisata (*Supplementing Tourism Superstructures*) yaitu merupakan wisata budaya dan wisata alam.
3. Sarana Pendukung Pariwisata (*Supporting Tourism Superstructures*) berupa pasar seni, kuliner, oleh-oleh atau cinderamata yang merupakan kerajinan khas daerah tersebut.

Menurut Swarbrooke (1996), pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata. Perencanaan strategi merupakan proses manajerial dalam mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian dalam sarana dan sumber daya dengan peluang pasar yang bersifat selalu berubah atau tidak tetap.

Pengembangan konsep kampung wisata dinilai sangat efektif dalam rangka mengenalkan serta memberi peluang sebesar-besarnya kepada masyarakat perkampungan untuk memahami esensi dunia pariwisata serta menikmati hasil dari kepariwisataan tersebut. Bagi daerah-daerah yang memiliki karakteristik dan keunikan terutama di keseharian masyarakat perkampungan maka pengembangan konsep ini sangat direkomendasikan. Ada dua keuntungan yang utama dalam pengaplikasian konsep ini pada suatu daerah yaitu:

1. Dengan adanya kampung wisata maka pengelola harus menggali dan mempertahankan nilai adat budaya yang telah berlangsung selama puluhan tahun di kampung tersebut. Lestarnya nilai-nilai budaya merupakan daya tarik bagi wisatawan.
2. Masyarakat kampung yang notabene memiliki kemampuan ekonomi yang kurang dapat berperan aktif dalam kelangsungan kampung wisata. Akhir

dari konsep ini tentu saja agar peningkatan taraf hidup dan perekonomian masyarakat akan termaksimalkan.

Menurut Fitzsimmons dan Borboloi (2014, Hal.36) SWOT adalah:

SWOT analysis identifies an organization's internal strength and weakness as well as threat and opportunities in the external environment. The aim of the analysis is to reveal competitive advantages, analyse prospects, prepare for problems, and allow for development of contingency plans.

Berdasarkan kutipan diatas, dapat diartikan bahwa analisis SWOT dapat membantu organisasi atau perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) perusahaan itu sendiri. Pada bagian kekuatan dan kelemahan dapat membantu perusahaan melihat sisi internal, sedangkan pada bagian kesempatan dan ancaman dapat membantu perusahaan untuk melihat dari sisi eksternal. Analisis ini dapat membantu perusahaan melalui faktor-faktor apa saja yang dapat dipertahankan, ditingkatkan, dicegah dan dieliminasi.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2016: 5). Data penelitian ini menggunakan hasil wawancara dengan narasumber berupa rekaman dan catatan dan observasi langsung atau pengamatan langsung peneliti selama melakukan observasi. Data sekunder dari penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu kampung wisata Pancer yang menjadi objek penelitian. Dalam hal ini yang dimaksud data yang diperoleh penelitian adalah hasil observasi ke kampung wisata Pancer untuk mengidentifikasi potensi wisata yang ada di tempat tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan observasi terbuka dimana peneliti dalam pengumpulan data menyatakan sebenarnya kepada sumber data bahwa sedang melakukan penelitian. Jadi, informan

yang ada di kampung wisata Pancer mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Objek yang di observasi adalah terkait atraksi dan pengembangan wisata yang dilakukan di kampung wisata Pancer. Selain itu dilakukan wawancara. Wawancara dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada informan kunci yaitu masyarakat yang aktif dalam pengelolaan daya tarik kampung wisata Pancer dan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Dengan wawancara ini, diperoleh data-data yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung wisata Pancer terletak di kawasan pelabuhan Karangantu, Kelurahan Banten, Kecamatan Kasemen, Kota Serang, Banten. Kampung wisata ini terbentuk sejak 3 Juni 2016 dan dikelola oleh POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Ki Amuk bersama dengan masyarakat di kawasan Pelabuhan Karangantu dan diresmikan sebagai Rintisan Kampung Wisata pada 18 Desember 2018. Pemerintah telah ikut serta dalam pembangunan kampung wisata Pancer dengan cara membawa perwakilan dari POKDARWIS dan masyarakat lokal mengikuti study banding untuk pembelajaran dan pelatihan dalam membentuk sebuah kampung wisata.

Kampung wisata Pancer memiliki banyak potensi untuk dijadikan tempat wisata seperti wisata bahari, konservasi mangrove, budaya khas seperti Petan Wewe, makanan khas seperti sate bandeng dan berbagai macam hidangan laut, edukasi seperti membuat kerajinan tangan dari barang bekas dan sejarah. Salah satu obyek wisata hasil dari gotong royong masyarakat adalah Jembatan Cinta yang terbuat dari bambu.



Gambar 4. Jembatan Cinta di Kampung Wisata Pancer

Kawasan mangrove yang tersedia dikampung tersebut hanya baru bisa untuk melakukan wisata menanam mangrove, untuk wisata didalam kawasan mangrove belum tersedia dikarenakan izin untuk membangun jembatan di dalam kawasan mangrove belum tersedia, tetapi keperluan untuk membangun jembatan sudah tersedia.

Kampung wisata pancer telah memiliki dua rumah yang dijadikan sebagai homestay untuk para wisatawan yang berkunjung dengan kisaran harga Rp. 200.000 – Rp. 250.000 per malam, dikampung tersebut juga sudah menyediakan beberapa paket wisata seperti paket wisata bahari, paket wisata pesona kesultanan Banten, paket wisata pesona wisata edukasi dan paket wisata pesona wisata kuliner. Kisaran harga dari paket wisata tersebut sekitar Rp.20.000, - sampai dengan Rp.2.225.000, - tergantung dari kegiatan yang diinginkan oleh wisatawan.



Gambar 5. Home Stay Raina di Kampung Wisata Pancer

Berikut merupakan daftar dan kegiatan yang disediakan oleh Kampung Wisata Pancer:

Tabel 1. Paket Wisata Bahari di Kampung Wisata Pancer 2019

One day Tour	2 D 1 N	Mancing
<u>Sail On Teluk Banten @ 20K per pax</u>	<u>Sail to Tunda Island @330K per pax. Inc: meals, Snorkeling, ticket, kapal, homestay</u>	<u>Pinggiran @850K per kapal + umpan udang 1Kg</u>
<u>Sail to Pulo Lima @40K</u>		
<u>Pulo Empat @60k</u>	<u>KKB + Pancer + Tunda @ 380K per pax. Inc: meals, snorkeling, ticket, kapal, homestay</u>	<u>Pulo Panjang @1500K per kapal + umpan udang 2Kg</u>
<u>Pulo Tiga @70K</u>		
<u>Pulo Panjang @95K</u>	<u>Minimal 15 orang meals,</u>	<u>Pulo Tunda @2550K per kapal</u>

#Minimal 10 orang Inc: air mineral, ticket, kapal	snorkeling, ticket, kapal, homestay	+ umpan udang 2Kg + umpan cumi 2Kg
---	-------------------------------------	------------------------------------

Sumber: Olahan data Peneliti

Masyarakat kampung wisata Pancer telah membuat beberapa kerajinan tangan dari barang bekas untuk dijadikan *souvenir* seperti tas, karpet, lampu meja, tempat tisu, tempat air minum kemasan gelas serta menjadikan pembuatan jaring sebagai objek wisata.



Gambar 6. Kerajinan Tangan Kampung Wisata Pancer

Beberapa pekerja di kampung wisata Pancer telah memiliki sertifikasi *tour guide* dan *specialized guide* dalam kegiatan *diving*. Dalam *diving* wisatawan akan diajak ke beberapa pulau seperti Pulau Karangantri, Pulau Dua, Pulau Tiga, Pulau Empat, Pulau Lima, Pulau Burung, Pulau Tunda dan Pulau Panjang. Walaupun beberapa pulau memiliki penginapan yang dimiliki secara pribadi, wisatawan dapat berkunjung dan menginap dipulau tersebut dengan menghubungi POKDARWIS Ki Amuk dikarenakan telah bekerja sama dengan beberapa pihak sehingga wisatawan dapat dengan bebas beraktivitas.

Kebudayaan di Kampung Wisata Pancer masih *dijaga* oleh masyarakat. Wisatawan dapat menyaksikan pencak silat dan mencicipi makanan khas dari kampung tersebut seperti buras dan gogos. Pada tahun 2018 kampung wisata Pancer memenangkan juara I pada perlombaan Apresiasi POKDARWIS se-provinsi Banten. Di tahun 2019, kampung ini memenangkan juara ke 3 dalam perlombaan

Apresiasi POKDARWIS Nasional oleh Kementerian Pariwisata.

Menurut Fitzsimmons dan Borboloi (2014, hal.36), analisis SWOT dapat membantu organisasi atau perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) perusahaan itu sendiri.

Pada bagian kekuatan dan kelemahan dapat membantu perusahaan melihat sisi internal, sedangkan pada bagian kesempatan dan ancaman dapat membantu perusahaan untuk melihat dari sisi eksternal. Analisis ini dapat membantu perusahaan melalui faktor-faktor apa saja yang dapat dipertahankan, ditingkatkan, dicegah dan dieliminasi. Berikut analisis SWOT dari Kampung Wisata Pancer:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan dari kampung wisata Pancer adalah sebagai berikut:

- 1) Kampung wisata Pancer merupakan salah satu kampung wisata yang memiliki wisata bahari di Kota Serang.
- 2) Kampung wisata Pancer sudah menyediakan paket wisata sehingga wisatawan sudah dapat melakukan wisata bahari ke beberapa pulau seperti Pulau Dua, Pulau Tiga, Pulau Empat, Pulau Lima, Pulau Panjang dan Pulau Tunda. Wisatawan dapat melakukan kegiatan memancing, *diving*, *snorkeling*, menanam tumbuhan bakau dan menginap di pulau tersebut. Dengan lokasinya yang berada di Pelabuhan Karangantu dan berdekatan dengan pusat kota Serang memudahkan wisatawan berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata di kampung wisata Pancer.
- 3) Beberapa masyarakat telah mengikuti dan memiliki sertifikasi *tour guide* dan sertifikasi *diving* sehingga wisatawan dapat dipandu oleh para ahli.
- 4) Memenangkan beberapa kejuaraan dari tingkat provinsi hingga nasional. Pada tahun 2018 POKDARWIS kampung wisata ini telah mendapatkan juara 1 untuk Apresiasi POKDARWIS tingkat Provinsi. Pada tahun 2019, POKDARWIS dari kampung wisata ini telah masuk 5 besar dalam Apresiasi POKDARWIS tingkat Nasional oleh KEMENPAR.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Masyarakat masih belum dapat mengatasi sampah yang datang dari luar pelabuhan kampung wisata.
- 2) Banyaknya masyarakat belum ikut serta dalam pengelolaan kampung wisata sehingga pengembangan wisatanya cukup lambat.
- 3) Pulau masih banyak tidak terawat karena telah dimiliki pihak pribadi sehingga perawatannya masih minim.
- 4) Kurangnya suplai air bersih di beberapa pulau sehingga wisatawan harus membeli air apabila akan beraktivitas di pulau tersebut.

c. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Dapat mengalahkan kampung wisata lainnya dengan keindahan alam.
- 2) Masih banyak lokasi yang dapat dikembangkan menjadi suatu destinasi wisata baru.
- 3) Dapat bekerjasama dengan *travel agent*.

d. Ancaman (*Threats*)

- 1) Banyaknya pulau yang lebih terawat dan terkenal di sekitar Kota Serang.
- 2) Kemungkinan muncul pesaing baru dengan konsep yang sama.

SWOT MATRIX	Strengths	Weaknesses
	1. Satu-satunya kampung wisata di kota Serang yang memiliki wisata bahari.	1. Masih belum dapat mengatasi sampah dari luar.
	2. Telah menyediakan Paket Wisata Bahari.	2. Banyak masyarakat yang belum ikut serta.
	3. Lokasi yang strategis.	3. Beberapa pulau tidak terawat
	4. Masyarakat memiliki sertifikasi <i>Tour Guide</i> dan <i>Diving</i>	4. Kurang air bersih di pulau tertentu.
	5. Memenangkan kejuaraan dari tingkat provinsi hingga nasional.	
Opportunities	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Masih banyak lokasi yang dapat dikembangkan	1. Menghadirkan program baru yang mendukung konsep yang sama	1. Mencari bantuan kerjasama untuk membantu pengelolaan sampah.
2. Dapat mengalahkan kampung wisata lainnya dengan	2. Menarik perhatian wisatawan dengan mengadakan <i>event</i> tahunan.	2. Memfokuskan pemahaman masyarakat mengenai pariwisata.

keindahan alam.		
Threats	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Banyak pesaing wisata bahari di sekitar Kota Serang	1. Melakukan promosi secara terus-menerus untuk memperkenalkan kampung wisata Pancer	1. Memberikan layanan terbaik untuk memuaskan para wisatawan
2. Kemungkinan muncul pesaing baru dengan konsep yang sama	2. Melakukan inovasi terhadap layanan yang disediakan	2. Membuat promosi atau event tahunan sehingga dapat menarik perhatian

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan metode analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa kampung wisata Pancer merupakan kampung wisata satu-satunya yang memiliki Wisata Bahari di Kota Serang, yang menjadi daya tarik utama dari kampung tersebut. Kampung wisata Pancer telah memiliki beberapa paket wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan, sehingga kampung wisata ini dapat berkembang secara pesat dibandingkan dengan kampung wisata lainnya yang ada di Kota Serang.

Masih terdapat beberapa kekurangan yang masih perlu di tingkatkan, seperti masyarakatnya yang belum secara keseluruhan mendukung berjalannya kampung wisata ini. Masih diperlukan kerjasama dengan pihak luar yang dapat memajukan kualitas kampung wisata ini, seperti dinas kebersihan, tour and travel.

REFERENSI

- Hidayah, Nurdin. (2017). Strategi Pemasaran Pariwisata [Online]. Tersedia di: <https://pemasaranpariwisata.com/2017/11/05/wisata-pariwisata-kepariwisataan/>
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, tentang pariwisata
- Brida, Juan Gabriel., Meleddu, Marta., & Paulina, Manuela. 2012. Factor influencing the intention to revisit a cultural attraction: The case study of the museum of modern and contemporary art in Rovereto. *Journal of Cultural Heritage*, 13, 167-174.

Suryono. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata [Online]. Tersedia di: file:///C:/Users/HEWLET~1/AppData/Local/Temp/COVER_BAB%2520I_BAB%2520V_DAFTAR%2520PUSTAKA.pdf

Swarbrooke. (1996). *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Fitzsimmons, James. A., Fitzsimmons, Mona. J., & Bordoloi, Sanjeev. K. (2014). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. McGraw Hill.

Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Creswell John.W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Bantenraya. (2018). Pancer Jadi Kampung Wisata Rintisan [Online]. Tersedia di: <http://bantenraya.com/berita/2018/12/14/4244/pancer-jadi-kampung-wisata-rintisan>. [9 September 2019, 13:21].

Bougie, & Sekaran. (2013). Edisi 5, *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley&Sons.

Cook, R. A., Yale, L. J., and Marqua, J. J. (2009). *Tourism: The Business of Travel*, 4th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall

Fandeli, C. (2002). *Perencanaan Kepariwisatan Alam*. Fakultas kehutanan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Nugroho, Sarwo. (2015). *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ph.D. Istoc, Elena Manuela. 2012. Urban Cultural Tourism And Sustainable Development Vol1 No.1. *International Journal For Responsible Tourism* 1.1.

Soebagyo, Seobagyo. "Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia". *Jurnal Liquidity*. (2012) Vol 1 No.2:153-158

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.