

Volume V, Nomor 1, Mei 2011
ISSN : 1978-3618

Terbit dua kali setahun, pada bulan Mei dan Desember, berisi tulisan yang diangkat dari hasil-hasil penelitian ilmiah di bidang ilmu ekonomi dalam berbagai aspek kajian

Pemimpin Redaksi:

Erly Leiwakabessy

Wakil Pemimpin Redaksi:

Andre Saptu
M. Ratmaserang

Redaktur Pelaksana:

Djufri R. Pattilouw

Wakil Redaktur Pelaksana:

Ali Tutupoho
Hendry D. Hahury

Tim Editor:

Maria K. Tupamahu
Taufik Tjio
Maryam Sangadji

Penyunting Ahli:

Stellamaris Metekohy
Latif Kharié
Fachruddin Ramly
La Ode Abdul Rasjid
Asmaria Latuconsina
Izaak T. Matitaputty

Alamat Redaksi

Lt.2 Kampus Fak. Ekonomi Unpatti
Jln. Ir. M. Putuhena, Poka-Ambon
K.P. 97233, Telp 0911-322579
e-mail: redc1tek@gmail.com

Redaksi menerima sumbangan artikel yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Format artikel harus sesuai dengan petunjuk penulisan yang tercantum di halaman belakang jurnal ini. Naskah yang masuk akan dievaluasi, ditelaah dan disunting untuk menyeragamkan format penulisan, gaya selingkung serta demi menjaga kualitas isi jurnal

DAFTAR ISI

**Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran Jeruk Kisar
Terhadap Pendapatan Petani di Kecamatan Kisar
Kabupaten Maluku Barat Daya**
Selvenco F. Tuasuun
hal. 1-10

**Analisis Perbandingan Potensi Ekonomi
Kota dan Kabupaten Pekalongan, 2001-2008**
Agus Arifin
hal. 11-24

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Produk Abc
Di Kota Ambon**
R. Wilda Payapo
hal. 25-44

**Analisis Pengelolaan Potensi Kekayaan Alam Sebagai Tambahan
Pendapatan Negeri Kulur**
Fauzia Tutupoho
hal. 45-59

Service Dominant Logic Dan E-Commerce Dalam Pemasaran
Jupiter Dakael
hal. 60-71

Isu Gender Dalam Praktek Manajemen Sumber Daya Manusia
Fransiska N Ralahallo
hal. 72-83

Analisis Program Pendeteksian Tindak Pidana Korupsi Di Indonesia
Trisna Sary Lewaru
hal. 84-90

ANALISIS PENGELOLAAN POTENSI KEKAYAAN ALAM SEBAGAI TAMBAHAN PENDAPATAN NEGERI KULUR

Fauzia Tutupoho

Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Ambon

Abstrak

Negeri Kulur adalah salah satu negeri di pulau saparua. negeri ini berbatasan sebelah utara dengan negeri Pia, sebelah selatan dengan negeri porto, sebelah barat dengan laut seram dan sebelah timur dengan negeri tiou. Kekayaan negeri ini terletak pada hasil bumi dan objek wisata yang di beri nama Umeputty yang di ambil dari bahasa Negeri kulur yang artinya pasir yang putih dan kenyataanya memang pasirnya putih. Objek yang kedua adalah Air Putulesi yang artinya air putih. Namun sayangnya pengelolaan kedua objek ini tidak maksimal sehingga hasilnya belum di nikmati oleh masyarakat negeri Kulur.

Metode penelitian yang di gunakan adalah dengan tabulasi kuisioner menggunakan Skala Guttman dengan koofisien rentabilitas adalah 0,99 dan koofisien skalabilitas adalah 0,97 yang artinya pertanyaan tersebut di terima dan menggunakan Analisis SWOT yang mengawinkan strategi SW dan OT. Serta melakukan strategi pemasaran jasa.

Dengan adanya pengelolaan potensi kedua Objek wisata tersebut secara profesional maka hasilnya dapat menambah pendapatan Negeri Kulur.

Kata kunci: Potensi Kekayaan Alam, Analisis Swot.

I. Pendahuluan

Negeri Kulur adalah salah satu Desa di Pulau Saparua yang merupakan bagian dari gugusan Pulau Lease dan termasuk dalam Kecamatan Saparua. Negeri ini terletak pada Bagian Tenggara Pulau Saparua yang mempunyai Batas Utara dengan Negeri Pia, sebelah Selatan dengan negeri Porto, Sebelah Barat dengan Laut Seram dan sebelah Timur dengan negeri Tiou. Negeri ini mempunyai penduduk sebanyak 947 orang dengan 247 KK yang terdiri dari 398 orang berjenis kelamin wanita dan 649 berjenis kelamin pria. Usia produktif

sebanyak 384 orang dan usia non produktif 563 orang.

Negeri ini sebagian besar sekitar 80 % adalah petani, 10 % adalah nelayan dan 10 % adalah pengusaha kecil. PNS pada Negeri ini hanya berjumlah 19 orang. Potensi Kekayaan alam Negeri ini sangat beragam diantaranya hasil bumi tomat,kacang, keladi dan Jagung. Potensi kekayaan alam lainnya pada Negeri ini adalah Air Putulesi yang berjarak 4 km dari Desa Kulur dan Pasir Putih atau yang lebih dikenal dengan Umeputty yang berjarak 2 km dari Negeri Kulur. Kedua potensi Negeri ini belum dikelola dengan baik

padahal apabila kedua potensi Negeri ini dimanfaatkan akan menambah pendapatan Negeri sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan Masyarakat Kulur sendiri.

Potensi Alam Negeri ini telah didukung oleh pemerintah Kabupaten Maluku Tengah dengan mendirikan pelabuhan transit yang menghubungkan Pulau Haruku, Pulau Lease dengan Pulau Seram. Pulau Haruku dengan dermaga pada Negeri Pelaw, Pulau Lease dengan Dermaga pada Negeri Kulur dan Pulau Seram dengan dermaga pada Negeri Waimital. Dengan pelabuhan-pelabuhan tersebut banyak manfaat yang dapat diambil dari berbagai bidang. Misalnya Ekonomi dapat memperpendek waktu pengiriman bahan-bahan hasil bumi yang akan dipasarkan pada daerah-daerah sekitar termasuk Di Kota Ambon. Sebaiknya potensi Negeri termasuk Negeri Kulur harus ditunjukkan pada masyarakat Maluku pada khususnya dan Masyarakat Indonesia maupun Internasional pada umumnya. Adanya pelabuhan Ferry tersebut memudahkan semua lapisan masyarakat untuk berkunjung pada daerah-daerah pada tiga pulau tersebut. Karena Kunjungan masyarakat maka sebaiknya melakukan pelayanan jasa sebagai dasar mengelola potensi kekayaan Negeri Kulur Tanpa pelayanan yang baik maka kemakmuran Negeri dan Masyarakat tidak akan tercapai.

Jasa itu sendiri menurut Christopher H. Lovelock adalah tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima. Jasa Pelayanan Pariwisata seperti Wahono Didik dalam Jurnal Mengatakan bahwa Ada banyak faktor yang mendukung pelayanan Jasa Pariwisata, misalnya objek wisata harus dibuat semenarik mungkin.

Sehingga dapat menambah pendapatan masyarakat Negeri serta pendapatan Negeri itu sendiri.

Solusi yang ditawarkan adalah dengan menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang akan diambil oleh Pemerintah Negeri Kulur. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat Memaksimalkan kekuatan (strengths) dan Peluang (Opportunities) namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan Ancaman (Threts). Dengan Analisis SWOT akan dilihat pengelolaan jasa pariwisata yang tepat. Pelayanan Jasa Pariwisata dapat mempengaruhi Pendapatan Negeri Kulur. Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah: Apakah Pelayanan jasa pariwisata yang efektif dapat meningkatkan pendapatan Negeri Kulur ?

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Defenisi Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan saeu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. (Kotler, 2005).

Defenisi yang lain mengatakan bahwa jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu. (Christhoper, 2005)

Menurut William J.Stanton, Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan, jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Sedangkan menurut Valarie A.Zethaml dan Mary Jo Bitner Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (kenikmatan,hiburan,santai, sehat) dan bersifat tidak berwujud.

B. Bauran Jasa

Bauran Jasa terbagi atas:

- a. Barang berwujud murni
Tawaran tersebut terutama terdiri atas barang berwujud seperti sabun, pasta gigi atau garam. Tidak satupun jasa menyertai produk tersebut.
- b. Barang berwujud yang disertai jasa
Tawaran tersebut terdiri atas barang berwujud yang disertai oleh satu atau beberapa jasa. Misalnya ruang pameran,dll.
- c. Campuran
Tawaran tersebut terdiri atas barang dan jasa dengan bagian yang sama. Misalnya orang pergi ke restoran untuk mendapatkan makanan ataupun layanan.
- d. Jasa utama yang disertai barang dan jasa yang sangat kecil.
Tawaran terdiri atas jasa utama beserta jasa tambahan atau barang pendukung. Contoh penumpang pesawat terbang membeli jasa angkutan.
- e. Jasa Murni
Tawaran tersebut meliputi Jasa. Contoh jasa penjaagaan bayi. (Suryana, 2000).

C. Industri Pariwisata

Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan traveler pada umumnya, selama dalam perjalanannya. Kumpulan

macam-macam perusahaan antara lain adalah travel agent, hotel, catering, tempat wisata, dll.

Semua perusahaan dalam industry pariwisata harus saling melengkapi sehingga merupakan industry tersendiri. Dalam industri itu sendiri harus melaksanakan:

- a. Rencana Pemasaran Pariwisata
Perencanaan dalam pariwisata ialah kegiatan yang dilakukan akan lebih teratur, mengurangi pemborosan dan dapat melakukan pelaksanaan dengan lancar.
Perencanaan dalam hal ini dilakukan terhadap permintaan akan objek wisata yang akan datang, kemungkinan pengembangan dari objek yang ada sekarang, analisis kelemahan-kelemahan yang masih ada.
- b. Strategi Pemasaran
Strategi yang harus dilakukan untuk memenangkan pertarungan.

D. Komponen Manajemen Jasa Terpadu

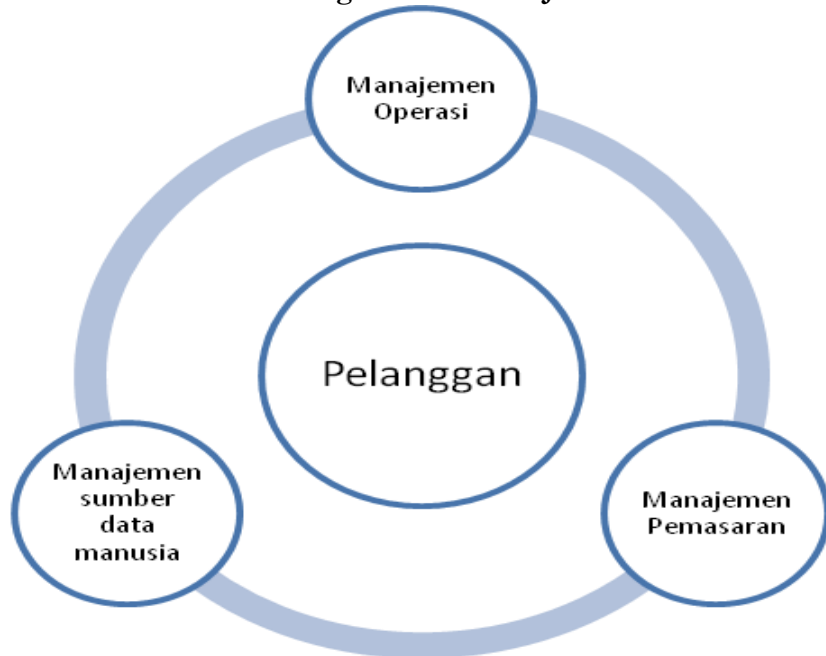
Manajemen jasa terpadu adalah perencanaan dan pelaksanaan terkoordinasi kegiatan-kegiatan pemasaran, operasi, dan sumber daya manusia yang penting bagi keberhasilan perusahaan jasa. (Christopher H.Lovelock, 2008).

Komponen Jasa adalah:

- a. Element Produk (produk)
Semua komponen jasa yang menciptakan nilai bagi pelanggan.
- b. Tempat dan waktu (place and time)
Keputusan manajemen tentang kapan, dimana dan bagaimana menyampailkan jasa kepada pelanggan.
- c. Proses (process)
Metode pengoperasian atau serangkaian tindakan tertentu yang umumnya berupa langkah-langkah

- yang diperlukan dalam suatu urutan yang telah ditetapkan.
- Untuk menciptakan dan menyampaikan elemen produk kepada pelanggan diperlukan desain dan implementasi dari proses yang efektif. Sebuah proses menjelaskan metode dan urutan kerja dari sistem yang beroperasi. Proses yang desainnya buruk akan mengganggu pelanggan karena kelambatan, birokrasi dan penyampaian jasa yang tidak efektif. Sama halnya proses yang buruk menyulitkan staf digaris depan untuk melakukan tugasnya dengan baik, yang berakibat rendahnya produktivitas dan meningkatkan kemungkinan terjadinya kesalahan.
- d. Produktivitas dan kualitas (productivity and quality)
Produktivitas adalah seberapa efisien perubahan input jasa menjadi output yang menambah nilai bagi pelanggan. Kualitas adalah sejauh mana suatu jasa memuaskan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka.
Meningkatkan produktivitas sangat penting untuk menjaga agar biaya tetap terkendali, tetapi manajer harus berhati-hati untuk tidak mengurangi tingkat layanan yang tidak disukai pelanggan.
- e. Orang (man)
Karyawan dan terkadang pelanggan yang terlibat dalam proses produksi.
- f. Promosi dan edukasi
Semua aktivitas dan alat yang menggugah komunikasi yang dirancang untuk membangun preferensi pelanggan terhadap jasa dan penyedia jasa tertentu.
Dalam pemasaran jasa komunikasi bersifat mendidik, khususnya untuk pelanggan baru. Perusahaan dapat mengajarkan mereka tentang manfaat jasa, dimana dan kapan mendapatkannya dan bagaimana terlibat dalam proses. Komunikasi dapat disampaikan oleh orang-orang seperti tenaga penjual dan pelatih atau melalui media seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, reklame, brosur dan situs web.
- g. Bukti fisik
Petunjukan visual atau berwujud lainnya yang member bukti atas kualitas jasa.
Perusahaan jasa perlu mengelola bukti fisik secara hati-hati karena dapat dapat mempengaruhi lesan pelanggan. Dalam jasa hanya memiliki sedikit elemen berwujud seperti asuransi, iklan sering digunakan untuk menciptakan lambing-lambang bermakna tertentu. (misalnya payung melambangkan perlindungan).
- h. Harga dan biaya jasa lainnya.
Pengeluaran uang, waktu dan usaha oleh pelanggan untuk membeli dan mengkonsumsi jasa. (Wahono Didik dan Umbas Michael, 2008).
Dalam pengelolaan jasa sendiri adanya saling keterkaitan antara pemasaran, Pengoperasian dan sumber daya manusia dalam manajemen jasa.
Hal ini dapat dilihat dalam gambar 1.1 dibawah ini:

Gambar 1.1
Gabungan Pemasaran Jasa



E. Strategi Pemasaran Jasa

Strategi Pemasaran Jasa adalah:

- a. Pemasaran intern (Internal Marketing)
Adalah menerapkan teori dan praktek pemasaran terhadap orang atau sumber daya yang melayani langganan, sehingga harus dipekerjakan dan dipelihara tenaga kerja yang terbaik dan mereka harus bekerja sebaik mungkin.
- b. Memikat Langganan
Menentukan situasi lingkungan dimana penyesuaian dengan langganan harus dilaksanakan dan lingkungan dimana standarisasi harus dilakukan.
- c. Mengelola Bukti
Mengelola peralatan yang menghasilkan jasa yang memuaskan.
- d. Membuat jasa berwujud
Ditawarkan kepada biro perjalanan.
- e. Menyeimbangkan permintaan dan Penawaran.
Dengan cara: memperbanyak jenis permintaan, dan memperbanyak jenis penawaran. (Alma,2005)
Yang dapat menimbulkan kegagalan penjualan jasa adalah:
 1. Kesenjangan harapan konsumen dan persepsi manajemen.
 2. Kesenjangan persepsi manajemen dengan kualitas jasa.
 3. Kesenjangan kualitas jasa dengan penyampaian jasa.

4. Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.
5. Kesenjangan jasa yang dialami/dipersepsi dengan jasa yang diharapkan.(Kotler,2008)

F. Lima Determinan Kualitas Jasa

- b. Keandalan (realibility)
Yaitu kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara menyakinkan dan akurat.
- c. Daya tanggap (responsiveness)
Yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- c. Kepastian (assurance)
Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empaty (emphaty)

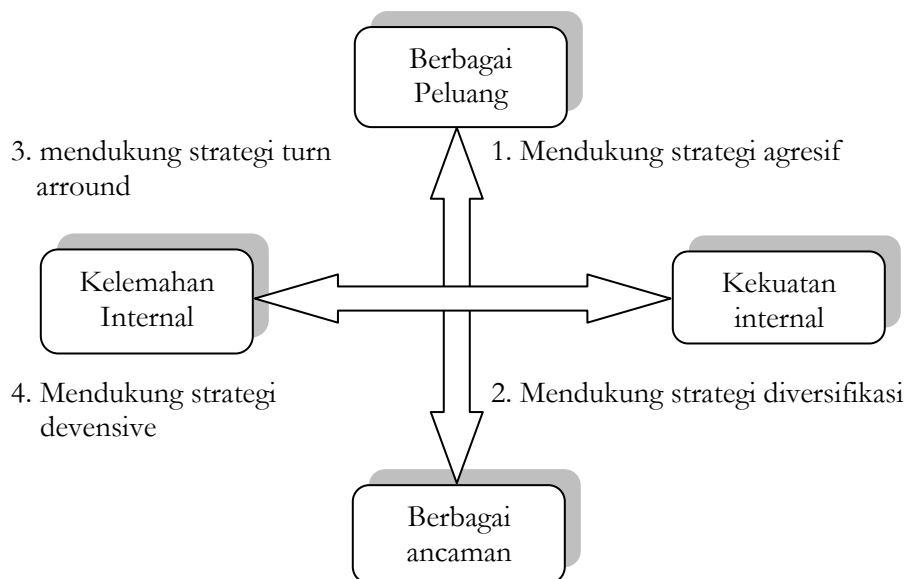
- Yaitu kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.
- e. Berwujud (tangible)
Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.(Lovelock,2005)

G. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths (S) dan Weakness (W) dan lingkungan eksternal opportunities (O) dan Threats (T) yang dihadapi dunia bisnis.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (O) dan ancaman (T) dengan faktor internal kekuatan (S) dan Kelemahan (W).

Gambar 1.2
Analisis SWOT



Kuadran 1:
Merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Kuadran 2:
Mungkin menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal.

Kuadran 3:
Perusahaan menghasilkan peluang pasar yang sangat besar tetapi di pihak lain menghadapi kendala.

Kuadran 4:
Situasi yang tidak menguntungkan.

Perusahaan menghadapi ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti,2006).

III METODE

A. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di dua objek wisata yaitu Air Putulesi dan Pantai Umeputty di Negeri kulur, Kecamatan Saparua Kabupaten Maluku Tengah.

B. Tipe penelitian

Tipe penelitian ini adalah survey.

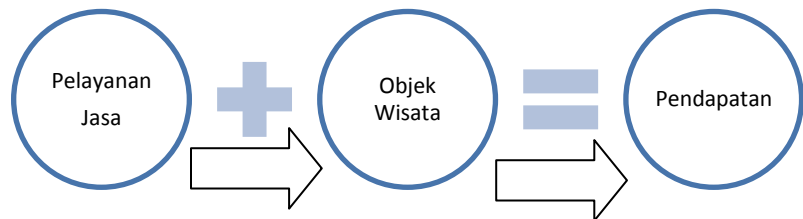
C. Desain Penelitian

Variabel Dependen: Pendapatan

Variabel Intervening: Objek Wisata

Variabel Independen: Pelayanan Jasa

Gambar 3.1
Desain Variabel



D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan adalah:

1. Wawancara
Melakukan wawancara dengan Pemerintah Negeri Kulur, Masyarakat Negeri dan pengguna kedua objek tersebut.
2. Observasi
Melakukan observasi terhadap kedua objek wisata tersebut.
3. Daftar Kuisisioner

Dengan menggunakan kuisisioner dan mentabulasi menggunakan skala Guttman.

A. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah simple random sampling. Dengan menggunakan pendapat Slovin untuk menentukan banyaknya sampel:

Dimana:

n = jumlah sampel minimal

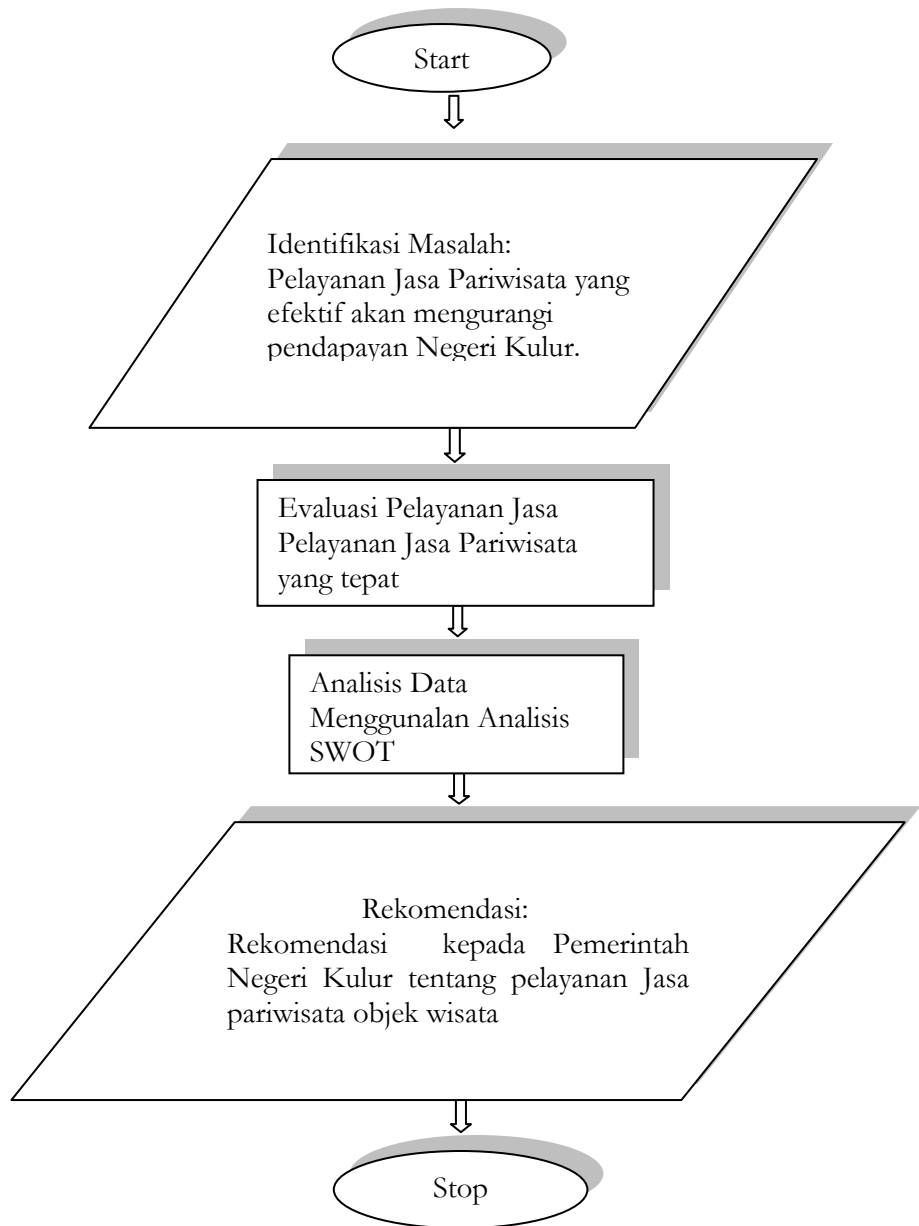
N = Jumlah Populasi

e = prosentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel, (Suliyanto, 2005).

B. Teknik Analisis

Analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT.

Gambar 3.2
Flow Chart Penelitian



IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis SWOT

Sebelum analisis swot ini dilakukan maka dilakukan tabulasi hasil Kuisioner yang digunakan dengan menggunakan sampel dengan menentuksn Jumlah sampel minimum menggunakan pendekatan slovin.

Jumlah populasi masyarakat Kulur adalah 947 dengan derajat toleransi sebesar 5 % maka ukuran sampel yang dapat diperoleh adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{947}{1 + (947)(0,05)^2} = \frac{947}{3,37} = 281 \text{ orang}$$

Dari Jumlah kuisioner yang disebarkan, kuisioner yang kembali adalah berjumlah 127.

Tabel 4.1

Identifikasi Responden berdasarkan Gender

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-Laki	84
2.	Perempuan	43
Total		127

Sumber: Hasil Tabulasi

Tabel 4.2

Identifikasi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1.	Sarjana	18
2.	SMA	86
3.	SMP	23
Total		127

Sumber: Hasil Tabulasi

Tabel 4.3

Identifikasi Responden berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah
1.	Usia Produktif	78
2.	Usia Non Produktif	49
Total		127

Sumber: Hasil Tabulasi

Setelah melakukan Tabel Guttman maka langkah selanjutnya adalah menentukan Koefisien Reproduksi yang merupakan suatu besaran yang mengukur derakat ketepatan alat ukur yang dibuat (daftar pertanyaan), dengan rumus:

$$Kr = 1 - (e/n)$$

Dimana:

n = total kemungkinan jawaban

e = jumlah error

Kr = Koefisien Reprodusibilitas

Sehingga rumus diatas didapat jumlah responden adalah 127 orang dengan 18 pertanyaan sehingga total pertanyaan adalah 127×18 adalah 2286 pertanyaan., yang menjawab ya adalah 931.

$$K_r = 1 - (21 / 2286) = 1 - 0,009 = 0,99.$$

Ketentuan K_r harus lebih besar dari 0,90 sehingga dapat dikatakan alat ukur ini tepat. Karena K_r yang didapat adalah 0,99 berarti lebih besar dari 0,90 maka diterima.

Selanjutnya adalah pengukuran koefisien skalabilitas yang merupakan skala yang mengukur apakah penyimpangan pada skala reproduksibilitas masih dalam batas-batas yang dapat ditolerir, dengan rumus:

$$K_s = 1 - (e/p)$$

Dimana:

e = Jumlah eror

p = Jumlah kesalahan terjadi

K_s = Koefisien Skalabilitas

Oleh karena jumlah kesalahan adalah $2286 - 928 = 1358$ sedangkan probabilitas

untuk mendapatkan dua pilihan ya atau tidak adalah 0.5 maka nilai K_s adalah:

$$\begin{aligned} K_s &= \frac{1 - 21}{0,5 \times 1358} \\ &= 1 - 0,03 \\ &= 0,97 \end{aligned}$$

Skala Guttman menghendaki K_s harus lebih besar dari 0,60 maka skala ini dapat digunakan. Karena K_s sebesar 0,97 lebih besar dari 0,60 maka skala ini diterima.

Dari Tabulasi tersebut kemudian Dilakukan analisis SWOT yang dimulai dengan menentukan strategi eksternal atau disingkat EFAS (external strategic factor analysis summary) dan strategi internal IFAS (Internal strategic factor analysis summary). Dengan member pembobotan pada setiap faktor dimulai dari 1.0 yang artinya sangat penting, sampai 1,0 tidak penting. Dan Rating mulai 4 adalah (outstanding) sampai 1 (poor).

Tabel 4.4
Tabel EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Peluang:				
a. Dukungan penuh Pemerintah	0.5	3	1,5	
b. Masuknya Investor	1	4	4	diperhatikan
c. Kondisi Demografi, usia produktif meningkat.	1	4	4	diperhatikan
d. Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pengelolaan kekayaan negeri.	1	3	3	kualitas
Ancaman:				
a. Rendah pengetahuan masyarakat tentang pariwisata.	1	3	3	diperhatikan
b. Banyaknya pesaing.	0.5	3	1.5	diperhatikan
c. Masuknya Budaya Luar.	0.5	3	1.5	
d. Inflasi dan Resesi Ekonomi.	1	4	4	diperhatikan
e. Wisatawan semakin selektif terhadap mutu wisata dan harga.	1	4	4	diperhatikan
Total	7,5		26,5	

Sumber: Hasil Tabulasi

Tabel 4.5
Tabel IFAS

Faktor-Faktor Strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan:				
a. Memiliki keindahan panorama alam.	1	4	4	diperhatikan
b. Masyarakat yang ramah.	0,5	2	1	
c. Mudah dijangkau dengan alat transportasi.	0,5	2	1	diperhatikan
d. Peraturan Pemerintah tentang Pengelolaan Keuangan Daerah.	0,5	1	0,5	
e. Perangkat Negeri yang Solid.	0,5	2	1	diperhatikan
f. Masyarakat yang mempunyai sifat pekerja.	0,5	3	1,5	diperhatikan
Kelemahan:				
a. minimnya sarana dan pra sarana.	1	4	4	diperhatikan
b. banyaknya pesaing.	0,5	4	2	diperhatikan
c. minimnya modal dalam mendirikan sarana dan prasarana	0,5	4	2	diperhatikan
Total	5,5		17	

Sumber: Hasil Tabulasi Kuisioner

Tabel 4.6
Matrik SWOT

	KEKUATAN a. Memiliki Keindahan panorama alam b. Masyarakat ramah c. Mudah dijangkau dengan alat transportasi d. Peraturan Pemerintah tentang pengelolaan Keuangan Daerah e. Pemerintahan yang solid. f. Masyarakat yang	KELEMAHAN a. Minimnya sarana dan prasarana b. Banyaknya pesaing c. Minimnya modal dalam mendirikan sarana dan prasarana.
--	--	--

	mempunyai sifat Pekerja.	
<p>PELUANG</p> <p>a. Dukungan penuh pemerintah.</p> <p>b. Masuknya investor.</p> <p>c. Kondisi demografi, usia produktif meningkat.</p> <p>d. Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pengelolaan kekayaan negeri.</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>a. Dengan adanya Peraturan Pemerintah Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah, Masyarakat disosialisasi tentang Pengelolaan kekayaan negeri.</p> <p>b. Pemerintahan yang solid dapat mendatangkan investor guna kemakmuran masyarakat.</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>a. Masuknya investor dapat membangun sarana dan prasarana</p> <p>b. Sarana dan prasarana dapat dibuat untuk dapat bersaing dengan objek wisata lainnya.</p>
<p>ANCAMAN</p> <p>a. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata.</p> <p>b. Banyaknya Pesaing</p> <p>c. Masuknya Budaya Luar</p> <p>d. Inflasi dan resesi Ekonomi</p> <p>e. Wisatawan semakin selektif terhadap mutu wisata dan harga</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>a. Dengan Pemerintahan yang solid maka dapat disosialisasi manfaat pariwisata terhadap negeri dan masyarakat sendiri.</p> <p>b. Dengan keramahan masyarakat dapat menfilter budaya luar</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>a. Sarana dan prasarana hendaknya dibuat sesuai dengan kultur masyarakat negeri.</p> <p>b. Mutu objek wisata dan harga sebaiknya terjangkau oleh daya beli masyarakat.</p>

Sumber: Hasil Tabulasi

B. Strategi Pemasaran Jasa

Strategi pemasaran jasa yang dilakukan adalah:

- a. Pemasaran Intern (internal marketing)
Adalah menerapkan teori dan praktek pemasaran terhadap orang yang melayani pelanggan, sehingga mereka yang nanti bekerja pada kedua objek wisata tersebut hendaknya yang dapat memahami pelayanan jasa.
- b. Memikat langganan
Dengan membuat sarana dan prasarana senyaman mungkin sehingga pelanggan tertarik untuk mengunjungi pantai pasir umeputty dan air Putulesy bukan hanya sekali tapi berkali-kali.
- c. Mengelola bukti
Dengan cara :
 - 1) Mendesain fisik
Hendaknya untuk pantai pasir umeputty dibuat pintu masuk dan pintu keluar. Dan apabila mau masuk dikenakan tarif masuk. Sedangkan untuk air putulesy dibangun sarana dan prasarana seperti akses jalan ke air putulesy dibuat hotmix serta dibangun semacam bungalow atau resort disekitarnya. Kemudian membuat pintu masuk dan pintu keluar.
 - 2). Penampilan rupa
Untuk model pintu masuk kedua objek wisata ada baiknya dibuat mewakili identitas orang Maluku.
 - 3). Harga jasa
Harga masuk untuk pantai pasir umeputty sebesar untuk orang dewasa Rp.3000 dan anak-anak Rp.2000..
dengan perhitungan :

$$H_1 = TR - TC$$

$$H_1 = \text{keuntungan atau profit}$$

$$TR = \text{penerimaan total} = p \cdot q$$

TC = biaya total

Jika setiap hari kunjungan wisatawan sebanyak 20 orang dengan harga orang dewasa Rp.3000 maka :

$$TR = 3000 \times 20 = 60.000$$

Biaya yang dikeluarkan untuk kebersihan Rp.10.000 maka keuntungan yang didapat adalah :

$$Rp.60.000 - Rp. 10.000 = Rp. 50.000/\text{hari}$$

Untuk 1 bulan pemerintah negeri dapat mengambil keuntungan sebesar Rp.50.000 x 30 = Rp.1.500.000,-

- d. Membuat jasa berwujud
Bekerja sama dengan perusahaan asuransi untuk menasuransikan pengunjung.
- e. Menyeimbangkan permintaan dan penawaran
Artinya bahwa pada saat-saat tertentu dibuat potongan harga, misalnya menjelang ulang tahun negeri, dll.
Merekrut pegawai yang trampil dan cekatan dari masyarakat negeri sendiri.

V. PENUTUP

A. Simpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Negeri Kulur adalah sebuah negeri yang terletak pada Pulau Saparua yang mempunyai objek wisata yang dapat mendatangkan kemakmuran bagi negeri dan masyarakat sekitar.
2. Hasil tabulasi dengan table Guttman menunjukkan Koefisien Reproduksi sebesar 0,99 dan koefisien skalabilitas sebesar 0,97 artinya bahwa pertanyaan menyangkut kedua objek ini diterima.
3. Tabulasi dengan menggunakan analisis SWOT dengan table EFAS sebesar 26,5 dan table IFAS sebesar 17 hal ini

menunjukkan bahwa kedua objek tersebut belum ditangani secara professional sehingga perlu dibenahi sarana dan prasarannya.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Segera membangun sarana dan prasarana penunjang kedua objek tersebut.
2. Dalam memilih pegawai untuk pengelolaan kedua objek tersebut sebaiknya dipilih melalui rekrutmen dan seleksi.

REFERENSI

- Alma Buchari, 2005, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Kotler Philips, 2008, *Marketing Manajement*, Pearson Internasional, Jakarta.
- Lovelock Christopher H, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT.Internasa, Jakarta.

Meredith, 2004, *Kewirausahaan*, LPPM, Jakarta

Rangkuti Freddy, 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia, Jakarta.

Suryana, 2006, *Kewirausahaan*, Salemba Empat, Jakarta.

Suliyanto, 2005, *Metode Riset Bisnis*, Andi, Yogyakarta.

Umar Husain, 2005, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Gramedia, Jakarta.

Umbas Michael, 2008, *Keindahan Alam Yogyakarta*, Jurnal.

Wahono Didik, 2008, *Mengembangkan manusia Pariwisata dengan Metode Analisis Situasi sebagai Model Kompetensi SDM dan Disparinken Kabupaten Gresik*, Jurnal.