



## **Optimalisasi Peran Manajer Melalui Analisis SWOT: Studi Kasus Pada Resort dan Restoran Berbasis Internasional Di Kepulauan Mentawai**

**Yuli Fitriana\*, Bintoro Ariyato**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bhakti Pembangunan, Indonesia

Email: yufve123@gmail.com\*

---

### **ABSTRAK**

Industri hospitality di daerah terpencil seperti Kepulauan Mentawai menghadapi tantangan kompleks dalam mempertahankan daya saing global. Dengan dominasi wisatawan asing dan tuntutan standar pelayanan internasional, manajer resort dan restoran dituntut untuk memiliki kemampuan strategis yang adaptif dan kontekstual. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja unit usaha hospitality berbasis internasional di Mentawai. Analisis SWOT diterapkan melalui matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) yang kemudian digunakan untuk merumuskan strategi kombinasi berdasarkan empat kuadran: Strengths-Opportunities (SO), Weaknesses-Opportunities (WO), Strengths-Threats (ST), dan Weaknesses-Threats (WT). Melalui pendekatan ini, kekuatan dan kelemahan internal dipadukan dengan peluang dan ancaman eksternal untuk menghasilkan strategi yang komprehensif dan aplikatif. Hasil analisis IFAS menunjukkan kekuatan utama berupa lokasi premium dan dominasi pasar internasional, sementara kelemahan mencakup keterbatasan digitalisasi dan kompetensi SDM lokal. Analisis EFAS mengungkap peluang dari tren wisata otentik dan dukungan pemerintah, serta ancaman dari persaingan global dan ketidakpastian kunjungan. Dengan skor IFAS sebesar 2.90 dan EFAS sebesar 2.80, strategi kombinasi SO, WO, ST, dan WT dirumuskan untuk memperkuat kapasitas manajerial, efisiensi operasional, dan ketahanan usaha. Penelitian ini menegaskan bahwa analisis SWOT merupakan alat penting dalam perencanaan strategis hospitality terpencil yang berorientasi keberlanjutan dan diferensiasi budaya.

### **Kata kunci:**

SWOT analysis, hospitality industry, managerial leadership, Katiet Mentawai, international guests, sustainable tourism,

### **ABSTRACT**

*The hospitality industry in remote areas like the Mentawai Islands faces complex challenges in maintaining global competitiveness. With the dominance of foreign tourists and the demand for international service standards, resort and restaurant managers are required to possess adaptive and contextual strategic capabilities. This study uses a case study approach and SWOT analysis to identify internal and external factors influencing the performance of internationally based hospitality businesses in Mentawai. The SWOT analysis is applied through IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) matrices, which are then used to formulate combination strategies based on four quadrants: Strengths-Opportunities (SO), Weaknesses-Opportunities (WO), Strengths-Threats (ST), and Weaknesses-Threats (WT). Through this approach, internal strengths and weaknesses are integrated with external opportunities and threats to produce comprehensive and applicable strategies. The IFAS analysis reveals key strengths in terms of prime location and international market dominance, while weaknesses include limited digitalization and local human resource competency. The EFAS analysis reveals opportunities from authentic tourism trends and government support, as well as threats from global competition and visitor uncertainty. With an IFAS score of 2.90 and an EFAS score of 2.80, a combination of SO, WO, ST, and WT strategies was formulated to strengthen managerial capacity, operational efficiency, and business resilience. This study confirms that SWOT analysis is an*

---

*essential tool in strategic planning for remote hospitality businesses oriented toward sustainability and cultural differentiation.*

**Keywords:**

SWOT analysis, hospitality industry, managerial leadership, Katiet Mentawai, international guests, sustainable tourism,

---

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi daerah, terutama di wilayah kepulauan yang memiliki kekayaan alam dan budaya seperti Mentawai (Achmad, 2023; Hakim, 2018; Irawan, 2023; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022; Saragi, 2022). Di Pulau kecil, Kabupaten Kepulauan Mentawai, Sumatra Barat dikenal sebagai salah satu destinasi surfing terbaik di dunia. Ombak yang konsisten, panorama tropis yang eksotis, serta keunikan budaya lokal menjadikan Mentawai sebagai magnet wisatawan mancanegara (Fadhilah et al., 2023; Sani et al., 2024; Satrianto et al., 2023; Suryani, 2024; Widya Pranoto et al., 2023). Data internal dari pengelola resort dan restoran menunjukkan bahwa lebih dari 90% tamu yang berkunjung berasal dari luar negeri, terutama dari Australia, Amerika Serikat, dan negara-negara Eropa (Katiet Beach Resort Mentawai, 2025).

Dominasi wisatawan asing ini menuntut standar pelayanan internasional, strategi pemasaran global, serta manajemen operasional yang adaptif terhadap ekspektasi dan dinamika pasar global (Abriani & Sulistiadi, 2024; Hasibuan & Hendra, 2024; Tyas Untari, 2024; Wisnawa, 2024). Dalam konteks ini, industri hospitality di Mentawai tidak hanya bersaing secara lokal, tetapi juga berada dalam lanskap kompetisi global yang sangat kompetitif. Resort dan restoran harus mampu bersaing dengan destinasi-destinasi unggulan lainnya seperti Bali, Maldives, dan Hawaii, yang telah lebih dahulu mapan dalam hal branding, infrastruktur, dan digital presence. Persaingan ini tidak hanya mencakup kualitas layanan dan fasilitas, tetapi juga mencakup kecepatan adaptasi terhadap tren digital, keberlanjutan lingkungan, serta kemampuan membangun pengalaman wisata yang otentik dan berkesan.

Di sisi lain, lokasi geografis yang terpencil, keterbatasan infrastruktur, dan fluktuasi jumlah wisatawan akibat faktor eksternal seperti pandemi dan perubahan iklim menjadi tantangan tersendiri bagi para manajer resort dan restoran di Mentawai. Dalam menghadapi kompleksitas tersebut, manajer dituntut untuk memiliki kemampuan analitis dan strategis yang tinggi agar dapat menjaga daya saing sekaligus memastikan keberlanjutan usaha.

Salah satu pendekatan yang relevan dan terbukti efektif adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat dan berkelanjutan. Analisis SWOT merupakan alat penting dalam perencanaan strategis sektor pariwisata, terutama di daerah terpencil yang memiliki karakteristik unik dan tantangan spesifik.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk memahami bagaimana unit usaha hospitality di wilayah terpencil dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin ketat. Kepulauan Mentawai, meskipun memiliki potensi pariwisata yang besar, masih menghadapi berbagai kendala struktural seperti keterbatasan infrastruktur, akses transportasi, dan kapasitas SDM lokal. Tanpa strategi manajerial yang tepat, resort dan restoran di wilayah ini berisiko kehilangan daya saing terhadap destinasi lain yang lebih mapan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan panduan strategis berbasis SWOT yang dapat diaplikasikan secara langsung oleh manajer dalam konteks lokal yang spesifik.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji penggunaan analisis SWOT dalam industri hospitality dan pariwisata. Malgapo (2021) meneliti penerapan SWOT sebagai alat strategis dalam manajemen pariwisata dan hospitality di Asia, dengan menekankan pentingnya integrasi faktor internal dan eksternal dalam pengambilan keputusan manajerial. Napitupulu (2021) menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnis pariwisata berbasis komunitas di Indonesia, dengan fokus pada pemberdayaan lokal dan keberlanjutan ekonomi. Sementara itu, Wimeina dan Riesa (2018) menerapkan analisis SWOT dalam konteks kawasan pesisir untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan pengembangan pariwisata berkelanjutan. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa SWOT merupakan alat yang efektif dalam merumuskan strategi adaptif, namun masih terbatas pada konteks yang lebih umum dan belum secara spesifik mengeksplorasi tantangan manajerial di wilayah terpencil dengan dominasi pasar internasional seperti Mentawai.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap konteks geografis dan demografis yang sangat spesifik, yaitu resort dan restoran berbasis internasional di wilayah terpencil Kepulauan Mentawai yang memiliki dominasi tamu asing hingga lebih dari 90%. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung mengkaji SWOT dalam konteks pariwisata domestik atau destinasi yang sudah mapan, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana manajer di wilayah terpencil dapat merancang strategi yang menggabungkan standar pelayanan global dengan nilai-nilai budaya lokal. Selain itu, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi faktor SWOT, tetapi juga merumuskan strategi kombinasi SO, WO, ST, dan WT yang aplikatif dan berbasis pada realitas operasional di lapangan, serta memberikan rekomendasi strategis yang dapat langsung diimplementasikan oleh praktisi hospitality di daerah dengan karakteristik serupa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana analisis SWOT dapat digunakan secara optimal oleh manajer resort dan restoran yang ada di Mentawai, dalam merancang strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan. Dengan pendekatan studi kasus, artikel ini juga akan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh unit usaha hospitality berbasis internasional di Katiet, serta memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan dukungan analisis SWOT untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran manajer dalam mengelola resort dan restoran berbasis internasional di Kepulauan Mentawai. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu menggambarkan dinamika manajerial secara mendalam dan kontekstual, terutama dalam lingkungan yang memiliki karakteristik geografis, sosial, dan budaya yang khas seperti Mentawai. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menangkap realitas operasional yang terjadi di lapangan serta faktor-faktor yang memengaruhi kinerja unit usaha hospitality tersebut.

Lokasi penelitian berada di sebuah resort dan restoran internasional yang beroperasi di Pulau Sipora Selatan, Kabupaten Kepulauan Mentawai. Subjek penelitian mencakup 1 (satu) orang manajer operasional, 8 (delapan) orang staf kunci pada bagian pelayanan, dapur, dan pemasaran, serta observasi terhadap 30 (tiga puluh) tamu asing melalui catatan kepuasan tamu selama periode Januari hingga Maret 2025. Selain itu, penelitian juga memanfaatkan data internal dan dokumen operasional resort untuk memperkuat analisis terkait proses manajemen dan kualitas pelayanan yang diterapkan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, observasi partisipatif terhadap aktivitas operasional harian selama 12 hari kerja untuk menangkap dinamika kerja secara langsung, termasuk interaksi antarstaf dan pola pelayanan kepada tamu. Kedua, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan dengan manajer operasional dan 8 orang staf kunci menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur yang mencakup pertanyaan terbuka mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dirasakan dalam operasional sehari-hari. Ketiga, studi dokumentasi digunakan dengan menelaah laporan internal, standar operasional prosedur (SOP), data tamu, feedback pelanggan, serta materi promosi yang relevan. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi: (1) panduan observasi terstruktur yang mencakup aspek pelayanan, komunikasi staf, dan kepuasan tamu; (2) panduan wawancara semi-terstruktur yang dirancang untuk menggali persepsi staf dan manajer terkait faktor-faktor SWOT; serta (3) lembar analisis dokumen untuk mengidentifikasi data kuantitatif dan kualitatif dari laporan internal resort.

Proses analisis data dilaksanakan melalui tahapan reduksi data untuk menyaring informasi penting, diikuti dengan kategorisasi ke dalam empat komponen SWOT. Selanjutnya, setiap faktor diberikan bobot dan rating dalam matriks IFAS dan EFAS untuk menilai tingkat pengaruh serta signifikansinya terhadap kinerja unit usaha. Pemberian bobot dilakukan melalui penilaian konsensus antara peneliti dan manajer operasional berdasarkan tingkat kepentingan relatif setiap faktor terhadap keberhasilan usaha, dengan total bobot keseluruhan sama dengan 1,0. Rating diberikan dalam skala 1 hingga 4, di mana 1 menunjukkan respon yang lemah dan 4 menunjukkan respon yang sangat kuat terhadap faktor tersebut. Skor dihitung dengan mengalikan bobot dengan rating untuk setiap faktor, kemudian dijumlahkan untuk memperoleh skor total IFAS dan EFAS. Validitas penilaian diperkuat melalui triangulasi data dari wawancara, observasi, dan studi dokumen. Hasil akhir dari analisis ini diinterpretasikan menjadi strategi yang

relevan dan aplikatif, menyesuaikan dengan kondisi aktual di lapangan guna meningkatkan efektivitas pengelolaan resort dan restoran berbasis internasional di Mentawai.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Peran Strategis Manajer dalam Konteks Hospitality Internasional**

Manajer resort dan restoran di Katiet memainkan peran sentral dalam menjaga kesinambungan operasional dan daya saing usaha di tengah tantangan geografis dan persaingan global. Dalam konteks hospitality internasional, manajer tidak hanya bertindak sebagai pengelola teknis, tetapi juga sebagai pemimpin strategis yang harus mampu membaca dinamika pasar, mengelola sumber daya secara efisien, dan membangun pengalaman tamu yang berkesan.

Kemampuan manajer dalam mengintegrasikan nilai-nilai lokal dengan standar pelayanan global menjadi kunci diferensiasi. Di tengah keterbatasan infrastruktur dan fluktuasi jumlah wisatawan, manajer dituntut untuk bersikap adaptif, inovatif, dan berbasis data dalam pengambilan keputusan. Hal ini sejalan dengan temuan Canet (2021) yang menyatakan bahwa kepemimpinan strategis dalam hospitality tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis, tetapi juga pada kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal dan memanfaatkan sumber daya internal secara optimal.

### **2. Peran Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategis**

Analisis SWOT terbukti menjadi alat yang relevan dan aplikatif dalam membantu manajer merumuskan strategi bisnis. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal melalui IFAS, manajer dapat menyusun strategi yang lebih terarah dan berbasis realitas operasional. Analisis ini juga menjadi dasar untuk mengintegrasikan faktor eksternal melalui EFAS. Malgapo (2021) menegaskan bahwa SWOT berfungsi sebagai kerangka kerja yang sistematis untuk menerjemahkan kondisi internal dan eksternal organisasi menjadi pilihan strategi yang terukur dan dapat diimplementasikan.

## **Pembahasan dan Hasil Analisis SWOT**

### ***Identifikasi Faktor Internal-IFAS : Kekuatan dan Kelemahan Internal***

Analisis IFAS bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal yang memengaruhi kinerja resort dan restoran berbasis internasional di Mentawai. Faktor internal ini mencakup kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) yang berasal dari dalam organisasi, baik dari aspek sumber daya manusia, operasional, pemasaran, maupun manajemen strategis.

#### **Kekuatan (Strengths)**

1. Kualitas Ombak dan Lokasi Premium

Resort berada di lokasi surfing kelas dunia yang menjadi daya tarik utama wisatawan asing.

2. **Dominasi Pasar Internasional**  
Lebih dari 90% tamu berasal dari luar negeri, menciptakan peluang untuk menerapkan standar layanan global.
3. **Tim Operasional Multiskill**  
Beberapa staf memiliki kemampuan lintas fungsi, memungkinkan fleksibilitas dalam pelayanan dan efisiensi operasional.
4. **Koneksi Budaya Lokal**  
Adanya integrasi budaya Mentawai dalam pelayanan dan desain resort memperkuat diferensiasi dan pengalaman tamu.
5. **Kepemimpinan Adaptif**  
Manajer memiliki kemampuan analitis dan strategis yang mendukung pengambilan keputusan berbasis data dan intuisi.

**Kelemahan (Weaknesses)**

1. **Ketergantungan pada Musim Wisata**  
Fluktuasi jumlah tamu sangat dipengaruhi oleh musim surfing dan cuaca ekstrem.
2. **Keterbatasan Infrastruktur**  
Akses transportasi, konektivitas digital, dan pasokan logistik masih terbatas di Katiet.
3. **Kesenjangan Kompetensi SDM Lokal**  
Beberapa staf lokal belum sepenuhnya memahami standar pelayanan internasional.
4. **Minimnya Sistem Digital Terintegrasi**  
Belum optimalnya penggunaan sistem manajemen digital untuk reservasi, laporan keuangan, dan evaluasi kinerja.
5. **Keterbatasan Promosi Mandiri**  
Ketergantungan pada agen luar negeri dan platform pihak ketiga dalam mendatangkan tamu.

**Tabel 1. IFAS-Faktor Internal**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Kualitas Ombak dan lokasi premium</b>	0,15	4	0,60
<b>Dominasi Pasar Internasional</b>	0,10	4	0,40
<b>Tim Operasional multiskill</b>	0,10	3	0,30
<b>Koneksi Budaya Lokal</b>	0,10	3	0,30
<b>Kepemimpinan adaptif</b>	0,10	4	0,40
<b>Ketergantungan pada musim wisata</b>	0,10	2	0,20
<b>Keterbatasan infrastruktur</b>	0,10	2	0,20
<b>Kesenjangan kompetensi SDM Lokal</b>	0,10	2	0,20
<b>Minimnya sistim digital terintegrasi</b>	0,08	2	0,16
<b>KeterbatasanPromosi Mandiri</b>	0,07	2	0,14
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,90</b>

Skor total IFAS sebesar 2.90 mengindikasikan bahwa Analisis IFAS menunjukkan kekuatan internal cukup dominan, resort dan restoran di Mentawai memiliki sejumlah kekuatan internal yang signifikan, seperti lokasi premium, dominasi pasar internasional, dan kepemimpinan adaptif, namun belum optimal. Ini menunjukkan bahwa manajer memiliki modal strategis yang baik, tetapi perlu melakukan penguatan sistem dan kapasitas SDM untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kelemahan seperti keterbatasan digitalisasi, ketergantungan musim, dan kesenjangan kompetensi SDM lokal masih menjadi tantangan yang perlu diatasi.

#### ***Identifikasi faktor Eksternal EFAS: Peluang dan Ancaman Eksternal***

Analisis EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal yang memengaruhi kinerja resort dan restoran di Mentawai. Faktor eksternal mencakup peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan industri, pasar global, kebijakan pemerintah, dan perubahan sosial dan ekonomi.

##### ***Peluang (Opportunities)***

1. **Tren Wisata Berbasis Pengalaman Otentik**  
Wisatawan global semakin mencari pengalaman yang autentik dan terhubung dengan budaya lokal.
2. **Dukungan Pemerintah terhadap Pariwisata Mentawai**  
Adanya program promosi dan pengembangan infrastruktur oleh pemerintah daerah.
3. **Pertumbuhan Pasar Surfing Internasional**  
Komunitas surfing global terus berkembang, membuka peluang kolaborasi dan promosi.
4. **Digitalisasi Promosi Wisata**  
Platform digital memungkinkan promosi mandiri dan interaksi langsung dengan calon tamu.
5. **Kesadaran Lingkungan dan Ekowisata**  
Peluang untuk mengembangkan konsep resort ramah lingkungan yang menarik wisatawan berorientasi keberlanjutan.

##### ***Ancaman (Threats)***

1. **Persaingan Global Destinasi Tropis**  
Kuat bersaing dengan destinasi seperti Bali, Maldives, dan Fiji yang lebih mapan.
2. **Ketidakpastian Global (Pandemi, Iklim, Geopolitik)**  
Fluktuasi kunjungan akibat faktor eksternal yang sulit diprediksi.
3. **Ketergantungan pada Agen Luar Negeri**  
Risiko kehilangan kontrol atas branding dan segmentasi pasar.
4. **Keterbatasan Akses Transportasi dan Logistik**  
Biaya tinggi dan ketidakpastian pasokan dapat mengganggu operasional.

## 5. Perubahan Preferensi Wisatawan

Pergeseran minat wisatawan terhadap destinasi yang lebih mudah dijangkau dan terintegrasi

Tabel 2. EFAS-Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Tren wisata berbasis pengalaman otentik	0,15	4	0,60
Dukungan pemerintah terhadap Pariwisata	0,10	3	0,30
Pertumbuhan pasar Surfing Internasional	0,10	4	0,40
Digitalisasi promosi wisata	0,10	3	0,30
Kesadaran lingkungan dan ekowisata	0,10	3	0,30
persaingan global destinasi tropis	0,15	2	0,30
ketidak pastian global	0,10	2	0,20
Ketergantungan pada agen luar negeri	0,10	2	0,20
Keterbatasan akses transportasi / logistik	0,05	2	0,10
Perubahan preferensi wisatawan	0,05	2	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,80</b>

**Rekomendasi Strategis**

Berdasarkan hasil analisis SWOT berikut adalah rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh manajer untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha hospitality di Mentawai:

## 1. Penguatan Kapasitas SDM Lokal

1. Program pelatihan berkelanjutan dalam bahasa Inggris, etika pelayanan internasional, dan hospitality berbasis budaya.
2. Sistem mentoring internal antara staf senior dan junior untuk transfer pengetahuan dan pembentukan karakter kerja.
3. Penerapan SOP visual dan bilingual untuk memudahkan pemahaman dan konsistensi operasional.

## 2. Digitalisasi dan Efisiensi Operasional

1. Implementasi sistem manajemen digital untuk reservasi, laporan keuangan, dan evaluasi kinerja.
2. Penggunaan platform promosi mandiri seperti website resmi, media sosial, dan email marketing untuk memperkuat branding.
3. Integrasi data tamu dan feedback sebagai dasar pengambilan keputusan berbasis pengalaman pelanggan.

## 3. Diversifikasi Produk dan Pengelolaan Musiman

1. Pengembangan paket wisata off-season seperti retreat budaya, ekowisata, dan pelatihan surfing.
2. Kolaborasi dengan komunitas lokal untuk menciptakan produk wisata berbasis pengalaman otentik.
3. Pemetaan risiko musiman dan penyusunan protokol mitigasi untuk menjaga stabilitas operasional.

#### 4. Penguatan Diferensiasi dan Branding

1. Penekanan pada keunikan budaya Mentawai dalam desain, pelayanan, dan narasi promosi.
2. Kemitraan strategis dengan komunitas surfing internasional untuk memperluas jangkauan pasar.
3. Penciptaan konten storytelling visual yang menampilkan keindahan Katiet dan filosofi pelayanan resort.

#### 5. Manajemen Risiko dan Ketahanan Usaha

1. Penyusunan rencana kontinjensi menghadapi ketidakpastian global seperti pandemi dan perubahan iklim.
2. Diversifikasi sumber tamu dengan menjangkau pasar Asia dan domestik melalui promosi tersegmentasi.
3. Audit berkala terhadap sistem logistik dan pasokan untuk memastikan kelancaran operasional.

Rekomendasi ini dirancang agar manajer dapat menjalankan peran strategis secara lebih adaptif, kontekstual, dan berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan kekuatan internal dan peluang eksternal, serta mengantisipasi kelemahan dan ancaman, resort dan restoran di Mentawai dapat menjadi model hospitality terpencil yang unggul secara global namun tetap berakar secara lokal.

### KESIMPULAN

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa analisis SWOT telah digunakan secara luas untuk mendukung strategi manajerial di industri hospitality, namun belum banyak yang fokus pada konteks terpencil seperti Mentawai, sehingga penelitian ini memperluas temuan-temuan tersebut melalui pendekatan yang lebih kontekstual dan aplikatif dengan berfokus pada resort dan restoran berbasis internasional di wilayah terpencil, menekankan peran manajer sebagai pemimpin strategis bukan sekadar pelaksana teknis, mengintegrasikan analisis SWOT dengan strategi keberlanjutan berbasis budaya lokal, serta menyusun strategi kombinasi SO, WO, ST, WT yang aplikatif terhadap kondisi Katiet.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa peran manajer dalam pengelolaan resort dan restoran berbasis internasional di Mentawai sangat menentukan keberhasilan adaptasi terhadap tantangan lokal dan global karena melalui analisis SWOT manajer dapat mengidentifikasi secara sistematis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi kinerja usaha hospitality di wilayah terpencil. Hasil analisis IFAS dan EFAS mengindikasikan bahwa resort dan restoran di Katiet memiliki kekuatan internal yang signifikan terutama dari sisi lokasi premium, dominasi pasar internasional, dan kepemimpinan adaptif, sementara kelemahan seperti keterbatasan infrastruktur, digitalisasi, dan kompetensi SDM lokal masih menjadi hambatan yang perlu ditangani secara strategis; di sisi lain peluang eksternal seperti tren wisata otentik, dukungan pemerintah, dan pertumbuhan komunitas surfing global dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi pasar, namun ancaman berupa

persaingan global, ketidakpastian kunjungan, dan ketergantungan pada agen luar negeri menuntut strategi mitigasi yang cermat. Dengan skor IFAS sebesar 2.90 dan EFAS sebesar 2.80 dapat disimpulkan bahwa unit usaha hospitality di Mentawai berada pada posisi yang cukup kuat untuk berkembang, namun tetap memerlukan intervensi strategis agar mampu bersaing secara berkelanjutan, sehingga analisis SWOT terbukti efektif dalam membantu manajer merumuskan strategi bisnis yang adaptif, kontekstual, dan berorientasi keberlanjutan, serta menegaskan pentingnya penguatan peran manajer sebagai pemimpin strategis melalui pelatihan, digitalisasi, dan kolaborasi lintas budaya untuk menjawab tantangan industri hospitality yang semakin kompleks dan kompetitif.

## REFERENSI

- Abriani, F. A., & Sulistiadi, W. (2024). Strategi pemasaran dalam mengembangkan industri wisata medis: Tinjauan literatur sistematis. *Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 8(3).
- Achmad, F. (2023). Peran inovasi dalam meningkatkan kinerja industri pariwisata berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(03). <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i03.244>
- Canet, F. (2021). *Strategic management in hospitality: A case-based approach*. Routledge.
- Fadhilah, A. N., Tamrin, T., & Rusta, A. (2023). Strategi pembangunan kepariwisataan di pemerintahan Kabupaten Kepulauan Mentawai periode 2017–2022. *Jurnal Suara Politik*, 2(1). <https://doi.org/10.31869/jsp.v2i1.4344>
- Hakim, L. (2018). Industri pariwisata dan pembangunan nasional. *Among Makarti*, 3(5).
- Hasibuan, W., & Hendra, H. (2024). Pengaruh faktor budaya terhadap strategi pemasaran global dalam konteks bisnis internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2). <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13341>
- Irawan, E. (2023). Dampak pariwisata pada industri kreatif: Suatu kajian literatur. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 2(3), 34–46. <https://doi.org/10.55606/jempper.v2i3.2099>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Tren industri pariwisata 2022*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 4(1).
- Malgapo, J. A. (2021). SWOT analysis as a strategic tool in tourism and hospitality management. *Asian Journal of Tourism Research*, 6(2), 45–58.
- Napitupulu, S. (2021). Analisis SWOT dalam pengembangan strategi bisnis pariwisata berbasis komunitas. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 23–34.
- Sani, J., Irsyad, M., & Kamarni, N. (2024). Analisis pengaruh ketimpangan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi terhadap kemiskinan di Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1). <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3202>
- Saragi, H. (2022). Pengaruh sertifikasi pariwisata terhadap peluang kerja di industri pariwisata. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(3).
- Satrianto, A., Sentosa, S. U., Ariusni, Ikhsan, A., & Samad, K. A. (2023). SWOT analysis of strategy development in prominent industries of underdeveloped regions: A case study of the Kepulauan Mentawai Regency, West Sumatra, Indonesia. *International*

- Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(11).  
<https://doi.org/10.18280/ijstdp.181124>
- Suryani, N. (2024). Analisis komoditi unggulan subsektor tanaman perkebunan di Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(2).  
<https://doi.org/10.62281/v2i2.144>
- Tyas Untari, D. (2024). Optimalisasi fungsi pemasaran digital dalam memasarkan natural base tourism di Indonesia: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 2(3). <https://doi.org/10.38035/jkis.v2i3.1476>
- Widya Pranoto, N., Chaeroni, A., Gemaini, A., Ilham, & Irawan, R. (2023). Pembelajaran water rescue pada kelompok sadar wisata di Desa Tua Pejat Kepulauan Mentawai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Olahraga dan Kesehatan (JASO)*, 3(1).  
<https://doi.org/10.24036/jaso.v3i1.30>
- Wimeina, R., & Riesa, A. (2018). Strategi pengembangan pariwisata berbasis SWOT di kawasan pesisir. *Jurnal Pariwisata dan Perencanaan Wilayah*, 3(2), 55–67.
- Wisnawa, I. M. B. (2024). Era baru loyalitas wisata: Menggabungkan digitalisasi dan autentisitas dalam pemasaran destinasi. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.51713/jotis.2024.411>

© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

