

**STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI WISATA CAMPLONG TERHADAP
PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KABUPATEN SAMPANG
JAWA TIMUR**

SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN

Oleh :

RAISA TITO

NIM. 105080407111002



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2015

**STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI WISATA CAMPLONG
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD)
KABUPATEN SAMPANG JAWA TIMUR**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan
di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya**

**Oleh:
RAISA TITO
NIM.105080407111002**



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2015

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI WISATA CAMPLONG
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KABUPATEN
SAMPANG
JAWA TIMUR

Oleh:
RAISA TITO
NIM.105080407111002

Telah dipertahankan didepan penguji
pada tanggal 06 Januari 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. : _____
Tanggal : _____

Dosen Penguji I

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP
NIP. 19630511 198802 1 001
Tanggal :

Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si
NIP. 19740220 200312 2 001
Tanggal :

Dosen Penguji II

Dosen Pembimbing II

Riski Agung L, S.Pi, MBA, MP
NIP. 19800807 200604 1 002
Tanggal :

Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP
NIP. 19750310 200501 2 001
Tanggal:

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK

Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP
NIP. 19610417 199003 1 001

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih atas terselesaikannya laporan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT, atas Rahmat dan nikmat-Nya yang telah diberikan kepada saya.
2. Ayah sekaligus pemberi inspirasi (Drs.Arief Karsanto) dan Ibu sekaligus penyemangat hidup saya (Sri Setyowati), terima kasih kepada orang tua saya tercinta atas limpahan kasih sayang yang telah diberikan kepada saya selama ini, dan semoga selalu diberikan kebahagiaan sampai kapan pun.
3. Kakak saya tercinta Bayu Setiawan, SE serta juga adik-adikku tercinta Aris Yanuar Setianto dan juga Niken Cahyani sebagai saudara kandung saya atas do'a, kasih sayang, dukungan, semangat yang telah diberikan setiap waktu.
4. Bapak kedua saya Dr. Ir. Edi Susilo, MS selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu kedua saya Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP selaku Dosen Pembimbing II atas segala petunjuk dan bimbingannya.
5. Ibu Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP dan Bapak Dr. Ir. Anthon Efani, MP selaku dosen penguji atas kritik dan saran yang membangun.
6. Adik dan juga sahabat saya tercinta Ayu Nurhidayah yang selalu mendukung, mendo'akan dan menyemangati saya selama kuliah di FPIK UB.
7. Semua keluarga yang ada di FPIK keluarga Ombak khususnya (Hagi Olafpraba, Rifan Ardiansyah, Arik Marfuah) dan keluarga Playgroup (Bernanto, Anisa (mak), Rizky Fitria, Anisah Fitri, Raisa Tito, Joko Alvian, Agus Dwi, Achmad Hidayat) Keluarga Cemara (Santika, Ismi, Yeni, Oki, Irfan dan Dimas)
8. Keluarga besar SEPK 2010 dan juga Keluarga Besar adik-adik FPIK angkatan 2011 yang telah mendukung dan memberikan do'a dalam penyelesaian laporan skripsi ini. Canda tawa serta keceriaan kalian adalah motivasiku.
9. Buat orang yang spesial di hati semoga kita bertemu di masa depan.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas bantuan, dukungan, pengalaman dan doa yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang sempurna. Penulisan skripsi ini tentunya juga jauh dari kesempurnaan dan masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Malang, Januari 2015

Raisa Tito

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Skripsi yang saya tulis tentang “Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang Jawa Timur” adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan dalam Laporan Skripsi ini hasil penjiplakan (plagiasi), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, sesuai hukum yang berlaku di Indonesia.

Malang, Januari 2015
Mahasiswa

Raisa Tito



RINGKASAN

RAISA TITO. Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang Jawa Timur (di bawah bimbingan **Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si Dan Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP**).

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi tempat yang bisa menghilangkan rasa kejenuhan setelah melakukan aktivitas pada hari-hari kerja. Di Indonesia banyak memiliki tempat pariwisata yang bisa dikembangkan dengan baik, salah satunya adalah Pantai Wisata Camplong yang terdapat di Kabupaten Sampang, Jawa Timur. Pantai ini mempunyai pesona alam yang cukup menarik untuk para pengunjung, suasana disepanjang jalan sejuk karena terdapat pepohonan yang rindang dan tumbuh disekitar pantai.

Berkembangnya sektor pada pariwisata di suatu daerah atau negara akan berdampak positif terhadap peningkatan daerah atau negara tersebut. Salah satunya melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kontribusi pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tiap tahunnya mengalami naik turun, karena terdapat penanaman modal dari investor yang belum tetap dan pengaruh tinggi rendahnya minat wisatawan yang datang ke dalam objek wisata.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendiskripsikan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, serta faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, untuk menganalisis strategi pengembangan dan pengelolaan Pantai Wisata Camplong, dan untuk mengetahui dan menganalisis kontribusi Pantai Wisata Camplong terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Dharma, Kecamatan Camplong, Kabupaten Sampang, Jawa Timur pada Bulan Juli 2014.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan, meliputi: data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel yang digunakan, yaitu: *purposive sampling* dan mengambil responden menggunakan *Linier Time Function* (LTF) yang berjumlah sebanyak 63 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Alat analisis data menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa faktor internal meliputi kekuatan (lokasi pantai yang strategis, dukungan masyarakat terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong, fasilitas yang memadai, dan pemandangan wisata yang masih alami) dan kelemahan (petugas keamanan, loket masuk, promosi, dan tingkat pendidikan yang masih rendah), sedangkan faktor eksternal, meliputi: peluang (perkembangan teknologi informasi, meningkatkan perekonomian, Pantai Wisata Camplong dapat dinikmati kalangan dan usia dan kepuasan pengunjung wisatawan) dan ancaman (persaingan industri semakin meningkat, perilaku wisatawan, kebersihan Pantai Wisata Camplong, dan kondisi alam yang tidak menentu).

Berdasarkan hasil penelitian ini analisis SWOT strategi pengembangan yang diterapkan di strategi pengembangan Pantai Wisata Camplong adalah kuadran *Weakness Opportunities* (WO), yaitu: meningkatkan adanya kegiatan promosi, meningkatkan keamanan dari segi tukang parkir, penjaga pantai dan satpam, dan melakukan sosialisasi tentang pentingnya pendidikan bagi masyarakat maupun pengelola.

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang didapatkan pada tahun 2012 Pantai Wisata Camplong memberikan kontribusi kepada Pendapata Asli Daerah (PAD) sebesar 1,27%, sedangkan pada tahun 2013 Pantai Wisata Camplong memberikan kontribusi kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebanyak 0,24%.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang Jawa Timur”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, serta faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, untuk menganalisis strategi pengembangan dan pengelolaan Pantai Wisata Camplong, dan untuk mengetahui dan menganalisis kontribusi Pantai Wisata Camplong terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang. Laporan Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Perikanan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya, Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran dan kritik demi kesempurnaan laporan skripsi ini. Penulis berharap supaya laporan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya

Malang, Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

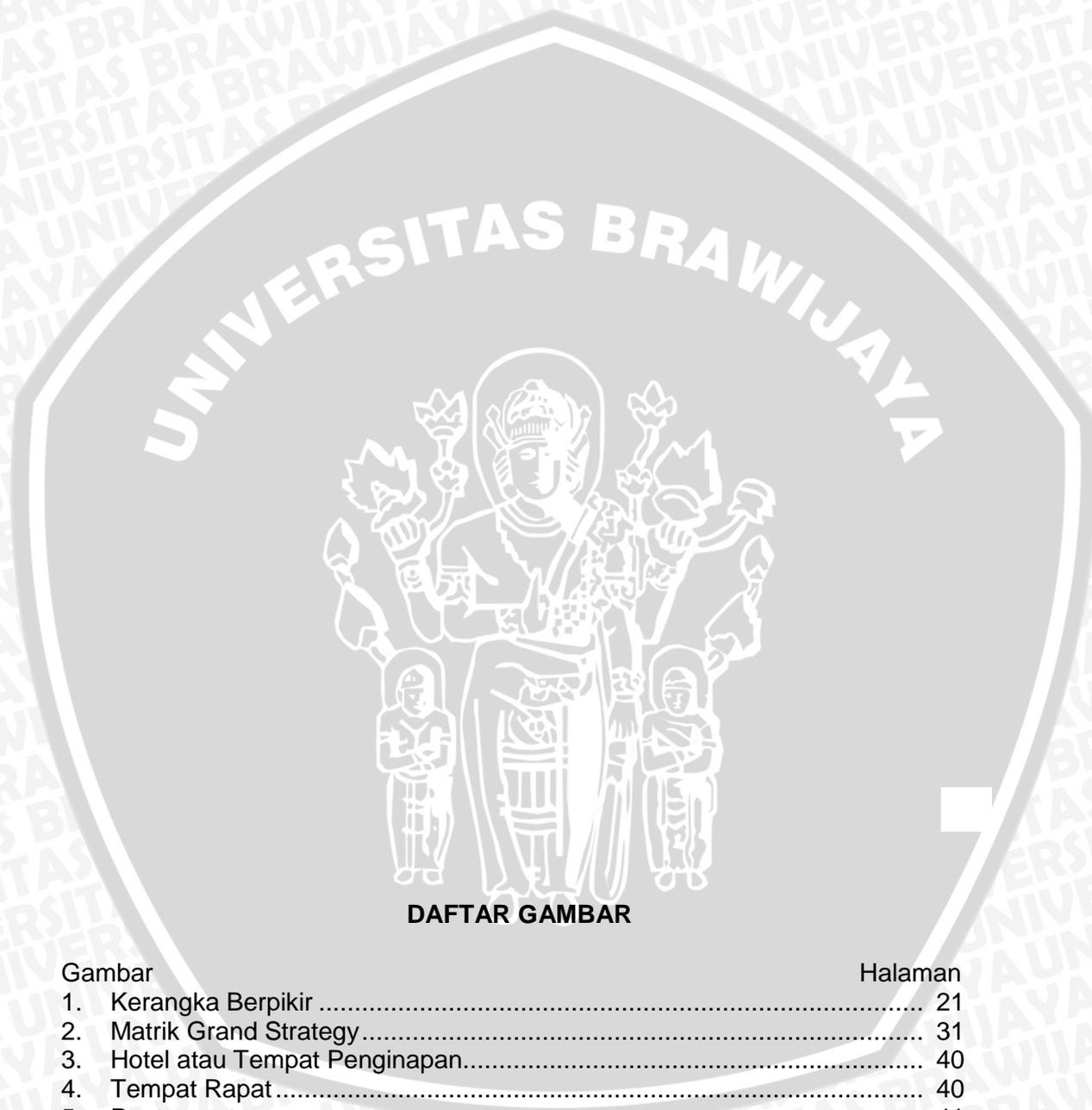
	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Pariwisata.....	9
2.2.1 Pengertian Pariwisata.....	9
2.2.2 Jenis-jenis Pariwisata.....	10
2.2.3 Potensi dan Peluang.....	10
2.2.4 Wisatawan.....	12
2.3 Strategi Pengembangan Pariwisata.....	13
2.3.1 Strategi Pengelolaan.....	14
2.3.1 Strategi Promosi.....	14
2.4 Analisis SWOT.....	15
2.5 Kontribusi Pendapatan Asli Daerah di Bidang Pariwisata.....	17
2.6 Kerangka Berfikir.....	19
3. METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.2 Jenis Penelitian.....	22
3.3 Sumber Data.....	22
3.3.1 Data Primer.....	22
3.3.2 Data Sekunder.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4.1 Observasi.....	23
3.4.2 Wawancara.....	24
3.4.3 Angket (<i>Quisioner</i>).....	24
3.4.4 Dokumentasi.....	24
3.5 Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.6 Analisis Data.....	26
3.6.1 Deskriptif Kualitatif.....	27
3.6.2 Deskriptif Kuantitatif.....	27
3.6.3 Alat Analisis Data.....	28
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Desa Dharma Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang.....	34

4.1.1 Letak Geografis Kabupaten Sampang	34
4.1.2 Keadaan Penduduk	35
4.1.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.1.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
4.1.2.3 Keadaan Angkatan Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
4.2 Profil Pantai Wisata Camplong	37
4.3 Fasilitas Pariwisata.....	39
4.4 Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Dengan Menggunakan Analisis SWOT	47
4.4.1 Analisis Faktor Internal	47
4.4.2 Analisis Faktor Eksternal	49
4.4.3 Perumusan Strategi Pengembangan	52
4.5 Strategi Pengelolaan	57
4.6 Strategi Promosi.....	58
4.7 Kontribusi Dari Tahun Ke Tahun	59
4.7.1 Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Bidang Pariwisata Pantai Wisata Camplong Terhadap kabupaten Sampang	59
4.7.2 Pengaruh Strategi Pengembangan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).....	60
5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Contoh Matrik SWOT	16
2. Faktor Strategi Internal	29
3. Faktor Strategi Eksternal.....	29
4. Penyusunan Matrik SWOT.....	30
5. Kecamatan yang ada di Kabupaten Sampang	34
6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	35

7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
8. Jumlah Angkatan Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan	37
9. Matrik Faktor Internal Pada Pantai Wisata Camplong	49
10. Matrik Faktor Eksternal Pada Pantai Wisata Camplong	52
11. Matrik SWOT Pada Pantai Wisata Camplong	54
12. Nilai Titik Koordinat X dan Y Pada Pantai Wisata Camplong	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berpikir	21
2. Matrik Grand Strategy	31
3. Hotel atau Tempat Penginapan.....	40
4. Tempat Rapat	40
5. Restaurant	41
6. Panggung Pertunjukan	42
7. Gazebo	42
8. Toilet atau Kamar Mandi	43
9. Area Bermain.....	44
10. Warung Makanan atau Minuman Yang Disediakan.....	44
11. Warung Makanan atau Minuman Liar Di Dalam Lokasi Wisata.....	45
12. Toko Souvenir.....	45



13. Lahan Parkir	46
14. Diagram Analisis SWOT (<i>Matrik Grand Strategy</i>)	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Jawa Timur	66
2. Peta Pulau Madura	67
3. Dokumentasi Penelitian	68



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber Daya Alam yang terdapat di Indonesia menyimpan nilai dan manfaat penting bagi masyarakat. Salah satunya adalah ketersediaan hamparan pantai dan laut yang mudah ditemui. Menurut Muakhor (2008), Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang menyimpan potensi alam berupa daratan maupun lautan (pantai). Kondisi tanah yang subur menjadikan Indonesia sebagai pusat mata pencaharian kelompok manusia untuk menetap dan mengembangkan usahanya masing-masing, sedangkan potensi perairan yang berupa lautan dan pantai merupakan salah satu obyek wisata yang banyak digemari oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Pulau Madura mempunyai 4 kabupaten, yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep. Pulau Madura adalah pulau kecil yang dikelilingi oleh laut yang mempunyai luas sekitar kurang lebih 4.250 km², sehingga mempunyai potensi wisata bahari yang cukup besar.

Menurut Rukmana (2013), bahwa Kabupaten Sampang mempunyai potensi alam yang sangat menunjang kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepariwisataan daerah yang secara kompetitif diharapkan mampu memiliki daya saing dan nilai lebih dari wilayah lain. Selain itu, Kabupaten Sampang mempunyai beberapa objek wisata alam yang sangat potensial untuk program jangka panjang, seperti Pantai Wisata Camplong, Pantai Toroan dan Pantai Nepa.

Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, biasanya dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha

mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagaiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spillane, 1987).

Soebagyo (2012), menyatakan berdasarkan potensi dan peluang yang ada, maka pengembangan pariwisata perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta pariwisata perlu mengembangkan paket-paket wisata baru seperti argowisata atau ekowisata. Jenis wisata semacam ini selain tidak membutuhkan modal yang besar juga dapat berpengaruh langsung bagi masyarakat sekitar, masyarakat dapat diikutsertakan dan keuntungan yang diperoleh pun dapat dirasakan oleh masyarakat.

Wisatawan dalam Instruksi Presiden No. 9/1969 dinyatakan bahwa wisatawan adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ketempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu (Spillane, 1987).

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumberdaya yang penting dalam untuk mencapai tujuan tersebut (Candler, 1962 *dalam* Rangkuti, 2004).

Mengelola pada suatu sektor pariwisata tidaklah mudah. Karena terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat yang ada didalamnya. Sektor pariwisata yang ada dapat memberikan manfaat berupa pendapatan daerah. Namun, juga dapat memberikan suatu masalah terhadap masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pemberdayaan sektor pariwisata harus dipertimbangkan dampak yang dapat ditimbulkan dari proses pengembangan pariwisata. Selain itu, perlu adanya strategi yang baik dan pola pengembangan yang terencana secara menyeluruh agar tujuan utama dari pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik.

Pada orientasi pemanfaatan pesisir dan lautan, serta beberapa pendukung lingkungannya yang merupakan suatu bentuk perencanaan dan pengelolaan kawasan secara kesatuan yang terintegritas dan saling mendukung sebagai suatu kawasan wisata (Satria, 2009).

Promosi adalah berkomunikasi dengan individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi secara langsung maupun tidak secara langsung yang membantu jalannya pertukaran untuk mempengaruhi salah satu dari audiensi atau lebih yang bisa menerima (membeli) produk yang dihasilkan dari suatu organisasi (Winardi, 1992).

Kabupaten Sampang mempunyai potensi wisata yang cukup beragam yang meliputi: wisata bahari dan wisata religi. Wisata bahari yang dimiliki Kabupaten Sampang adalah pantai dan beberapa wisata pemancingan yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan, sehingga mempunyai daya tarik pariwisata yang memiliki peran ganda baik untuk kesejahteraan masyarakat maupun untuk peningkatan ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Adapula beberapa objek wisata yang terdapat di Kabupaten Sampang selain Pantai Wisata Camplong yang menarik minat para pengunjung/wisatawan, antara lain sebagai berikut:

- Pemandian Sumber Oto'
- Gua Lebar
- Gua Macan
- Gua Kelelawar
- Waduk Klampis
- Wisata Hutan Kera Nepa
- Wisata Waduk Nepa
- Air Terjun Toroan

Pantai Wisata Camplong mempunyai pesona alami yang cukup menarik untuk para pengunjung atau wisatawan. Suasana di sepanjang jalan menuju pantai sangat sejuk karena terdapat pohon-pohon yang rindang yang tumbuh disekitar Pantai Wisata Camplong. Ombak yang tenang, pasirnya putih dan halus. Hembusan angin yang sepoi-sepoi di pinggir pantai membuat pengunjung/wisatawan ingin berlama-lama di Pantai Wisata Camplong ini. Selain itu Pantai Wisata Camplong ini sudah ada beberapa fasilitas penunjang pariwisata didalamnya, yaitu sebagai berikut:

- Hotel atau tempat penginapan
- Restoran
- Area bermain
- Gazebo
- Panggung pertunjukan
- Tempat ibadah atau musholah
- Tempat parkir
- Kamar mandi
- Warung makanan dan minuman

Kondisi Pantai yang landau dengan gelombang yang cukup tenang menjadi Pantai Wisata Camplong ini aman untuk berenang. Selain itu Pantai Wisata Camplong juga menyajikan wisata air berupa perahu layar dan memancing ditengah laut (Rukmana, 2013).

Minat wisatawan atau pengunjung terhadap objek dan daya tarik wisata kelautan cukup besar, sehingga mampu menarik investor untuk menanamkan modal di bidang wisata kelautan. Hal ini, meningkatkan sumber daya manusia lokal sebagai pengelolanya sangat dibutuhkan, agar wisata kelautan memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat. Perlu adanya pengembangan wisata dibidang kelautan dan pedoman bagi pelaku-pelaku di bidang wisata kelautan.

Keberadaan Pantai Wisata Camplong akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat lokal, pengelola dan pemerintah. Masyarakat memiliki kesempatan kerja atau memperkecil pengangguran, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar pantai dan pemerintah dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah merupakan sumber pendapatan daerah yang berasal dari kegiatan ekonomi daerah itu sendiri. Pendapatan Asli Daerah (PAD) salah satu pilar kemandirian yang berada di suatu daerah. Menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah pada pasal 5 ayat1-3, yaitu:

1. Penerimaan Daerah dalam pelaksanaan Desentralisasi terdiri atas Pendapatan Daerah dan Pembiayaan
2. Pendapatan Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bersumber dari:
 - a. Pendapatan Asli Daerah
 - b. Dana Perimbangan
 - c. Lain-lain Pendapatan
3. Pembiayaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bersumber dari:
 - a. Sisa lebih penghitungan anggaran daerah
 - b. Penerimaan pinjaman daerah
 - c. Dana cadangan daerah
 - d. Hasil penjualan kekayaan daerah yang dipisahkan

Pengelolaan dalam sektor pariwisata dapat melestarikan lingkungan, serta menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar khususnya pada masyarakat Kabupaten Sampang. Dibutuhkan adanya pengelolaan yang lebih lanjut, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar. Selain dapat bermanfaat bagi masyarakat, potensi Pantai Wisata Camplong juga

dapat menunjang pemasukan bagi daerah Kabupaten Sampang. Pantai Wisata Camplong mempunyai potensi yang cukup besar dan apabila dikembangkan dapat bersaing dengan pantai-pantai yang terkenal di Indonesia. Namun, adanya beberapa kendala dalam pengembangan, sehingga pengembangan Pantai Wisata Camplong tidak optimal. Dikarenakan terbatasnya sumber daya manusia (SDM) di sekitar Pantai Wisata Camplong, terbatasnya dana dari pemerintah daerah Kabupaten Sampang dan terbatasnya permodalan bagi masyarakat nelayan. Alasan inilah yang menjadikan peneliti untuk mengambil tempat penelitian di Pantai Wisata Camplong yang berada di Kabupaten Sampang. Oleh karena itu, Skripsi ini diberi judul **“Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Sampang Jawa Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

Upaya pengembangan pantai wisata camplong, diperlukan adanya peningkatan pengembangan yang baik dan ditunjang dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada pengunjung atau wisatawan dengan keamanan yang kenyamanan. Selain itu, penerapan peningkatan perlu dilakukan oleh pemerintah dalam melestarikan sumber daya alam yang ada melalui pariwisata.

Pantai Wisata Camplong merupakan salah satu pantai yang ada di Kabupaten Sampang. Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, serta faktor internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan yang dapat mempengaruhi pengembangan pariwisata di Pantai Wisata Camplong?

2. Bagaimana strategi pengembangan dan pengelolaan kawasan pariwisata di Pantai Wisata Camplong Kabupaten Sampang?
3. Bagaimana kontribusi Pantai Wisata Camplong terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat adanya pokok permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, serta faktor internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan yang dapat mempengaruhi pengembangan pariwisata bahari di Pantai Wisata Camplong.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan dan pengelolaan pariwisata yang berada di Pantai Wisata Camplong.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kontribusi Pantai Wisata Camplong terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi pemerintah atau Instansi terkait, untuk dapat memberikan informasi tentang pengembangan objek wisata agar dapat memberikan konservasi atau penyuluhan kepada masyarakat untuk melestarikan kawasan Wisata Pantai Camplong.
2. Bagi Pengelola Pantai Wisata Camplong, untuk pertimbangan mengenai kebijakan tentang pengelolaan dan pengembangan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.
3. Bagi peneliti, untuk bahan informasi dan gambaran penelitian yang lebih lanjut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Isi
1.	Rezha Fitria Picessa	Strategi Pengembangan Pariwisata di Pantai Goa Cina Dan Pantai Bajul Mati Di Kabupaten Malang Jawa Timur.	Potensi pariwisata yang dimiliki oleh Pantai Goa Cina dan Pantai Bajul Mati sangat bagus dan sistem pengelolaannya pun sudah berjalan dengan baik, namun peningkatan fasilitas perlu adanya karena semakin banyak wisatawan yang berkunjung maka penambahan fasilitas juga diperlukan.
2.	Nunik Wibowo Yekti	Pengembangan Pariwisata Berwawasan Lingkungan Di Tawangmangu	Potensi permintaan wisatawan di Kecamatan Tawangmangu terhadap penguasaan wisata alam selaras dengan potensi yang ada, yaitu daerah yang mempunyai potensi tinggi tingkat permintaan wisatawananya juga tinggi. Tingkat pengetahuan dan pemahaman wisatawan tentang pelestarian alam dapat dikategorikan baik, yaitu 94,65% dan wisatawan yang datang memahami pernyataan paradigma baru tentang pelestarian alam.
3.	Andrey Zulniar Ekasaputra	Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Ekowisata Bahari Pantai Bambang Di Kabupaten Lumajang	Objek pariwisata pantai Bambang mengandalkan Panorama pantai yang sangat indah, dengan dilengkapi fasilitas yang memadai dan proses pengelolaan yang berjalan dengan baik serta upaya peningkatan kunjungan wisatawan dilakukan dengan cara promosi di berbagai media baik cetak maupun internet.

2.2 Pariwisata

2.2.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu tempat rekreasi atau tempat yang bisa menentukan pikiran setelah melakukan atau melepaskan pekerjaan rutin yang melelahkan.

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud tujuan bukan berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi sebagai semata-mata konsumen menikmati perjalanan tersebut untuk memenuhi keinginan yang bermacam-macam (Yoeti, 1997 dalam Ciptana, 2002). Sedangkan menurut ketentuan yang berlaku dalam UU Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata (pasal 1), yang dimaksud dengan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata (kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata), termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.

Menurut Yuniarto (1980) dalam Murniatmo (1994), menunjukkan bahwa ada lima kategori pokok pariwisata, yaitu:

1. *natural resources*, segala bentuk yang berhubungan dengan alam,
2. *infrastruktur*, segala sejenis bangunan yang terdapat di atas permukaan maupun dibawah tanah,
3. *transportasi*, komponen yang berhubungan dengan dengan arus lalu lintas manusia dan barang,
4. *superstruktur*, segala aktivitas di permukaan tanah ang mendukung pariwisata,

5. *hospitality*, komponen dari segi pembawaan atas *social human* yang berakar pada *cultural resources*.

Tujuan dari pariwisata adalah untuk mencapai keuntungan daerah tujuan wisata itu dan masyarakat sekitar. Dan untuk memperkenalkan banyak konsep baru dalam bidang wisata (Wahab, 1976).

2.2.2 Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Spillane (1987), jenis-jenis pariwisata ada 6 (enam) adalah sebagai berikut:

- 1) Pariwisata untuk menikmati perjalanan

Perjalanan wisatawan yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mengendorkan syaraf, untuk menghirup udara sejuk, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota.

- 2) Pariwisata untuk rekreasi

Wisatawan yang hendak memanfaatkan hari-hari libur untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali jasmani dan rohaninya, seperti dipantai, pegunungan, di pusat-pusat peristirahatan atau pusat-pusat kesehatan.

- 3) Pariwisata untuk kebudayaan

Pariwisata yang ditandai dengan rangkaian motivasi, seperti; untuk mempelajari adat istiadat, untuk keingintahuan tentang pusat-pusat pengajaran dan riset, peninggalan peradaban masa lalu, keikutsertaan dalam festival-festival seni musik, teater, drama, dan tarian rakyat.

- 4) Pariwisata untuk olahraga

Dalam jenis pariwisata ini dibagi menjadi 2 (dua), yaitu: *Big Sports Events* (peristiwa olahraga besar, seperti: *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, dan kejuaraan tinju dunia), *Sportings Tourism of the Parktitioners* (pariwisata olahraga yang berlatih dan mempraktikan sendiri, seperti: memancing, pendaki, berburu, dan berkuda).

5) Pariwisata untuk urusan usaha dagang

Pariwisata ini mencakup semua kunjungan ke pameran kunjungan ke instalansi teknis yang menarik orang-orang di luar pada profesi ini.

6) Pariwisata untuk berkonvensi

Jenis ini makin lama makin penting. Karena konvensi dan pertemuan sering dihadiri oleh ratusan bahkan ribuan wisatawan atau peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau di negara yang menyelenggarakan tersebut.

Menurut Yoeti (1982), jenis pariwisata dapat dibagi menjadi jenis penting, yaitu sebagai berikut:

a) Pariwisata Aktif (*In Tourism*)

Kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan atau pengunjung asing ke suatu negara tertentu. Disebut pariwisata aktif karena dengan masuknya wisatawan asing yang dapat memasukkan devisa bagi negara yang dikunjungi dengan sendirinya akan memperkuat posisi Neraca Pembayaran negara yang dikunjungi oleh wisatawan atau pengunjung.

b) Pariwisata Pasif (*Out-going Tourism*)

Kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri yang berpergian ke luar negeri sebagai wisatawan atau pengunjung.

2.2.3 Potensi dan Peluang Pariwisata

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat potensial bagi kepariwisataan, karen pariwisata dapat tumbuh dari potensi daya tarik alam, budaya masyarakat, fasilitas dan pelayanan (Octavia dan Setyowati, 2011).

Potensi wisata adalah semua objek (alam, budaya, buatan) wisata yang memerlukan banyak adanya penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik terhadap wisatawan atau pengunjung (Damanik dan Weber, 2006).

Peluang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti kesempatan atau jangan disia-siakan. Dimana hal tersebut berarti suatu kegiatan yang harus dimanfaatkan guna mencapai tujuan yang diinginkan. Berdasarkan pengertian diatas, maka peluang pariwisata itu adalah kesempatan atau potensi yang harus diambil atau dimanfaatkan guna mencapai tujuan mendapatkan pemasukan daerah dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

2.2.4 Wisatawan

Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan (Damanik dan Weber, 2006). Perubahan yang terjadi dalam kehidupan mereka berdampak langsung pada kebutuhan wisata yang dalam permintaa wisata.

Wisatawan dalam Instruksi Presiden No. 9/1969 dinyatakan bahwa wisatawan adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ketempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu (Spillane, 1987).

Menurut Yoeti (1982), istilah wisatawan yang diartikan sebagai seseorang tanpa membedakan ras, kelamin, bahasa dan agama yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian yang lain daripada negara dimana orang itu biasanya tinggal dan berada disitu tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan dari jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk bertujuan non-imigran yang legal, seperti: perjalanan wisata, rekreasi, olahraga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan atau urusan usaha (*business*).

2.3 Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Octavia dan Setyowati (2011), menyatakan istilah strategi berasal dari kata Yunani, yaitu: *strategia*, yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal yang dapat didefinisikan sebagai suatu rencana untuk memimpin suatu angkatan perang yang mampu untuk memenangkan perang.

Menurut Pieris (1988), bahwa pengembangan pariwisata daerah mencakup beberapa tujuan, yaitu:

1. Peningkatan pendapatan rakyat
2. Pemerataan pendapatan rakyat
3. Perluasan lapangan kerja
4. Peningkatan pendapatan daerah
5. Peningkatan penerimaan devisa
6. Peningkatan pembinaan kewiraswastaan
7. Memberikan dorongan dan rangsangan pembangunan di daerah

Pengembangan kepariwisataan saling berkaitan dengan berbagai pemeliharaan dan pengembangan sektor-sektor lain. Dan pengembangan pariwisata ini tidak dapat berdiri sendiri dan manfaat maksimal apabila pertumbuhannya dicapai dengan usaha pemeliharaan dan pengembangan sektor-sektor lain (Spillane, 1987).

Pengembangan pariwisata perlu diarahkan untuk mendorong tumbuhnya daya saing melalui pengembangan potensi antar daerah dan perlu adanya ditambahkannya pemerintahan lain yang menjadi publik eksternal (Chatamallah, 2005).

Strategi pengembangan pariwisata harus diarahkan pada pertumbuhan volume wisatawan domestik dan luar negeri yang terus meningkat. Usaha dalam meningkatkan volume wisatawan itu dilaksanakan dengan program

pemasaran yang terarah terhadap pilihan segmen pasar yang potensial (Pieris, 1988).

2.3.1 Strategi Pengelolaan

Dalam istilah pengelolaan di bahasa Inggris yang artinya *management*. Selain berarti pengelolaan, *management* dapat diartikan sebagai kepemimpinan, ketatalaksanaan, kepengurusan, pembinaan dan penguasaan (Andriyani, 2009).

Pada orientasi pemanfaatan pesisir dan lautan, serta beberapa pendukung lingkungannya yang merupakan suatu bentuk perencanaan dan pengelolaan kawasan secara kesatuan yang terintegrasi dan saling mendukung sebagai suatu kawasan wisata (Satria, 2009).

Pengelolaan pada kegiatan pariwisata sangat diperlukan dalam rangka menarik wisatawan atau pengunjung untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata dan supaya wisatawan atau pengunjung membelanjakan uangnya sebanyak-banyaknya selama melakukan perjalanan tersebut (Chatamallah, 2005).

Pengelolaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bahwa pengelolaan adalah proses, cara, perbuatan mengelola, proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi, serta proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan mencapai tujuan.

2.3.2 Strategi Promosi

Promosi merupakan unsur utama dalam kegiatan yang mencoba menggugah kesadaran publik untuk melakukan sesuatu yang diharapkan untuk menginformasikan objek wisata. Promosi dilakukan untuk membuat sasaran terbuju dan terdorong untuk melakukan adanya kunjungan wisata dan pada

akhirnya calon wisatawan atau pengunjung mempunyai opini tersendiri yang positif (Chatamallah, 2005).

Menurut Hadinoto (1996), bahwa promosi merupakan suatu rancangan untuk memperkenalkan yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi dapat dikunjungi oleh pengunjung/wisatawan. Untuk perencanaan promosi adalah bagian yang penting.

Promosi adalah berkomunikasi dengan individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi secara langsung maupun tidak secara langsung yang membantu jalannya pertukaran untuk mempengaruhi salah satu dari audiensi atau lebih yang bisa menerima (membeli) produk yang dihasilkan dari suatu organisasi (Winardi, 1992).

Isi pesan promosi harus membangkitkan kesadaran dan hasrat yang kuat sebagai saingan terhadap pesan-pesan promosi yang lain yang bisa terus-menerus menggugah calon wisatawan atau pengunjung. Pesan promosi itu sendiri dapat diwujudkan dalam bentuk kata-kata atau tulisan, gambar-gambar dan anasir-anasir perpaduan. Promosi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) pokok, yaitu: kata-kata atau tulisan, gambar-gambar, dan perasaan (Wahab, 1976).

2.4 Analisis SWOT

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Contoh Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFA	Tentukan faktor kekuatan internal	Tentukan faktor kelemahan internal
OPPORTUNIES (O)	Strategi S – O (strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang)	Strategi W – O (strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang)
TREATHS (T)	Strategi S – T (strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)	Strategi W – T (strategi meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman)

(Sumber: Rangkuti, 2004).

Menurut Rangkuti (2004), ada 4 (empat) langka yang didapatkan dalam matrik SWOT, yaitu:

1. Strategi SO, dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Jadi, menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dari ancaman eksternal.
3. Strategi WO, strategi yang diterapkan dalam pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi ini bertujuan untuk mengatasi atau memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

4. Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan perusahaan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.5 Kontribusi Pendapatan Asli Daerah di Bidang Pariwisata

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu daerah atau negara, akan membawa dampak positif terhadap meningkatnya perekonomian daerah tersebut. Dimana salah satu indikatornya adalah melalui pendapatan asli daerah yang sumbernya berasal dari pajak dan retribusi daerah. Sebagai akibat dari sektor perkembangan pariwisata, dampak yang dapat dirasakan adalah meningkatnya pendapatan nasional serta penerimaan pajak dan retribusi daerah mengacu pada UU RI No. 18 Tahun 1997 tentang pajak dan retribusi daerah (Ratrisari dan Wahyono, 2002).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah pada Pasal 1 Ayat 1 yang menyebutkan bahwa Daerah Otonom, selanjutnya disebut Daerah adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas wilayah tertentu yang berhak, berwenang, dan berkewajiban mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan asli daerah tiap tahunnya mengalami naik turun, karena adanya penanaman modal yang masih belum pasti terhadap investor yang tidak tetap dan pengaruh tinggi rendahnya minat wisatawan yang datang ke dalam objek wisata.

Suatu pemerintah daerah dapat menetapkan dan memungut beragam jenis pajak daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh daerah tersebut. Hal ini sangat memungkinkan, apabila pemerintah daerah memiliki kemampuan

untuk menetapkan sendiri jenis-jenis pajak dan retribusi daerah yang dipungut, tanpa adanya intervensi dari tingkatan pemerintah yang lebih tinggi. Supaya pemerintah daerah memiliki optimal untuk memungut pajak daerah yang berada di daerah tersebut, perlu kiranya ada yang mempertimbangkan pajak-pajak daerah yang memang sesuai untuk dijadikan sumber pajak agar tercipta efisiensi dan efektivitas dalam pungutan pajak daerah (Riduansyah, 2003).

Pajak daerah adalah suatu komponen Pendapatan Asli daerah (PAD), merupakan pajak yang dikenakan oleh pemerintah daerah kepada penduduk yang mendiami wilayah yurisdiksi, tanpa langsung memberikan kontraprestasi yang diberikan pemerintah daerah yang memungut pajak daerah yang dibayarkan (Riduansyah, 2003).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah pada Pasal 1 Ayat 6 menyebutkan bahwa pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturean perundan-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai menyelenggarakan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah pada Pasal 2 Ayat 1 dan 2 menyebutkan bahwa jenis pajak daerah, yaitu sebagai berikut:

1. Jenis Pajak Daerah Tingkat I terdiri dari:
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
 - c. Pajak Badan Bakar Kendaraan Bermotor
2. Jenis Pajak Daerah Tingkat II terdiri dari:
 - a. Pajak Hotel dan Restoran

- b. Pajak Hiburan
- c. Pajak Reklame
- d. Pajak Penerangan Jalan
- e. Pajak Pengambilan dan Pengelolaan Bahan Galian Golongan C
- f. Pajak Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan

Retribusi daerah adalah suatu komponen yang termasuk juga dalam komponen Pendapatan Asli Daerah (PAD), merupakan penerimaan yang diterima oleh pemerintah daerah setelah membrikan pelayanan kepada penduduk yang mendiami wilayah yurisdiksi. Perbedaan yang tegas antara pajak daerah dan retribusi daerah terletak pada kontraprestasi yang diberikan oleh pemerintah daerah. Apabila pajak daerah kontraprestasi tidak diberikan secara langsung, maka retribusi daerah kontribusi diberikan secara langsung oleh pemerintah daerah kepada penduduk yang membayar retribusi (Riduansyah, 2003).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah pada Pasal 1 Ayat 26 menyebutkan bahwa retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

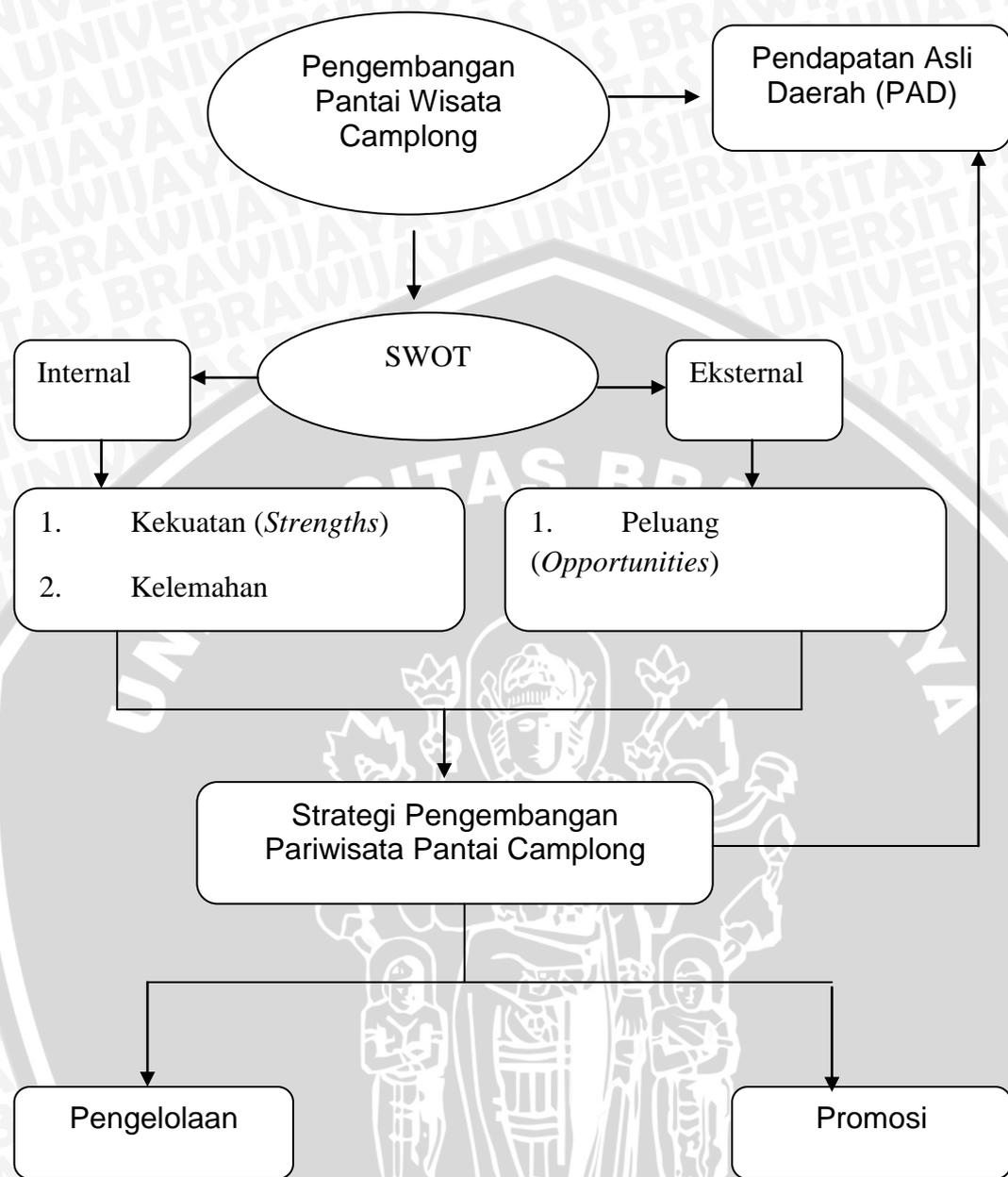
2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2008). Dan pada penelitian ini, yang dilakukan atau dilaksanakan mengenai strategi pengembangan Pantai Wisata Camplong. Dan pariwisata tidak lepas dengan hal kegiatan permintaan dan penawaran

pariwisata. Kegiatan pariwisata timbul dengan adanya permintaan dari konsumen dan penawaran timbul setelah adanya permintaan.

Dan pengembangan objek wisata perlu adanya bantuan dari berbagai pihak, seperti: pemerintah, swasta, wisatawan dan masyarakat sekitar. Pemahaman akan kondisi fisik lingkungan objek wisata juga perlu di perdalam karena itu adalah acuan untuk pembangunan objek secara berkelanjutan, serta adanya kerjasama. Tetapi, bukan hanya pemerintah dan masyarakat saja yang membantu mempromosikan wisata, melainkan juga pihak swasta dan media massa dapat ikut serta dalam mempromosikan.

Cara untuk mengetahui strategi pengembangan Pantai Wisata Camplong, maka diperlukan adanya analisis SWOT. Analisis SWOT itu sendiri dibagi menjadi 2(dua) faktor, yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Sehingga didapatkan strategi pengembangan di pantai ini yang secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata tersebut. Adapun kerangka berpikir yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kawasan Pantai Wisata Camplong, Kabupaten Sampang, Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Juli 2014.

3.2 Jenis Penelitian

Metodologi adalah mengkaji langkah-langkah dalam menggunakan metoda, sedangkan metodologi penelitian adalah pembahasan mengenai teorik berbagai metoda, kelebihan dan kelemahan yang ada pada dalam karya ilmiah dilanjutkan dengan pemilihan metoda yang akan digunakan (Soedarmaji dan Syarifudin, 2002).

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode deskriptif. Menurut Nazir (2005), metode deskriptif adalah metode yang meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

3.3 Sumber Data

Adapun sumber data yang berdasarkan sifat dapat digolongkan menjadi 2 (dua) yang meliputi data primer dan data sekunder, yaitu:

3.3.1 Data Primer

Menurut Marzuki (1986), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data yang

diperoleh secara langsung dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari hasil observasi dan wawancara.

Data primer yang diambil dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor internal yang meliputi: kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).
- 2) Faktor eksternal yang meliputi: peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang sudah tersedia yang mungkin berguna untuk tujuan survai tertentu. Data ini mungkin tersedia dari dalam (internal) atau dari luar (eksternal). Dalam hal ini data sekunder, meliputi : opini atau pendapat tokoh-tokoh yang berkaitan dengan objek penelitian (media masa, berita serta media publikasi lain), data yang diperoleh dari Kantor Kecamatan, Laporan-laporan peneliti terdahulu (Jamli dan Winahjoe,1992).

Data sekunder yang diambil pada penelitian ini, meliputi :

- 1) Keadaan umum Desa Dharma (keadaan geografi), meliputi: keadaan penduduk.
- 2) Profil kawasan Pantai Wisata Camplong.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Menurut Marzuki (1986), observasi berarti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki tanpa mengajukan pertanyaan.

Pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peluang dalam pengembangan pariwisata Pantai Wisata Camplong dan keadaan umum sekitar Pantai Wisata Camplong.

3.4.2 Wawancara

Menurut Riduwan (2002), wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam, serta jumlah responden lebih sedikit. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan para pengelola Pantai Wisata Camplong, Kepala Dinas Kelautan Perikanan (DKP) Kabupaten Sampang dan juga dengan pengunjung/wisatawan Pantai Camplong. Wawancara yang dilakukan, yaitu cara menyebar dan diisi langsung oleh pengunjung/wisatawan yang dijawab.

3.4.3 Angket (*Questionair*)

Angket (*questionair*) adalah daftar yang berisi pertanyaan responden. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang datang ke Pantai Wisata Camplong. Kuisisioner langsung diberikan kepada responden tersebut. Kuisisioner berisi tentang biodata (nama, pekerjaan, jenis kelamin, umur, alamat) dan respon atau sikap responden terhadap pelayanan, pengembangan dan promosi yang akan dilakukan oleh pihak pengelola Pantai Wisata Camplong. Kuisisioner yang diberikan kepada pengunjung sebanyak 63 orang.

3.4.4 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu informasi langsung yang bisa berbentuk buku-buku relevan, foto-foto (gambar), film dokumenter, laporan kegiatan, peraturan-peraturan dan data yang relevan dari penelitian (Riduwan, 2002). Dokumentasi yang diambil di Pantai Wisata Camplong, meliputi: dokumentasi/ foto Pantai Wisata Camplong, beberapa foto pengunjung dan fasilitas yang telah disediakan di Pantai Wisata Camplong.

3.5 Metode Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel secara *purposive sampling* dan *insidental sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, meliputi: pengelola kawasan pantai wisata, sedangkan *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, meliputi: wisatawan yang berkunjung di kawasan pantai wisata (Sugiyono,2010).

Sampel merupakan langkah penting dalam penelitian kuantitatif konsep dasar dari penentuan sampel adalah bahwa agregasi dari orang, rumah tangga atau organisasi yang sangat besar yang dapat dikaji secara efektif dan efisien, serta akurat melalui pengkajian yang terinci dan berhati-hati kepada agregasi yang telah dipilih (Suharsaputra, 2012).

Adapun teknik pengambilan sampel menurut Sari (1993), ketika populasi belum diketahui maka besarnya sampel yang dapat ditentukan menggunakan teknik *Linier Time Function* (LTF), yang dimana jumlah sampel ditentukan dengan waktu yang efektif untuk melakukan atau melaksanakan penelitian yang bisa dirumuskan, sebagai berikut:

$$T = t_0 + t_1n$$

Keterangan:

T = waktu penelitian

n = jumlah responden

t₀ = periode harian

t₁ = waktu pengisian kuisisioner

Sampel yang diambil dalam saat penelitian ini, yaitu dari pengunjung atau wisatawan yang berkunjung atau berlibur di Pantai Wisata Camplong, Kabupaten Sampang, Madura. Penelitian ini dilakukan selama 8 (delapan) hari yang pada hari Kamis, Jumat, Sabtu, Minggu, Senin, Selasa, Rabu dan Kamis pada Bulan Juni. Penelitian ini dilakukan bertepatan pada bulan puasa, sehingga puncak

pengunjung atau wisatawan pada sore hari yang dimana masyarakat sekitar atau pengunjung memilih lokasi ini sebagai lokasi/tempat untuk menunggu adzan maghrib (*ngabuburit*). Penelitian dilakukan sekitar 3 jam/hari, yaitu pada pukul 09.30-11.00 WIB dan pukul 13.30-15.00 WIB, waktu pengumpulan data dari masing-masing responden yang ada sekitar 20 menit. Diketahui besarnya jumlah sampel yang akan diambil dengan adanya perhitungan dari rumus tersebut, yaitu:

Diketahui: $T = 8\text{hari} \times 3\text{jam} \times 60\text{menit} = 1440\text{ menit}$

$t_0 = 3\text{jam} \times 60\text{ menit} = 180\text{ menit}$

$t_1 = 20\text{ menit}$

$T = t_0 + t_1n$

$n = \frac{T - t_0}{t_1}$

t_1

$n = \frac{1440 - 180}{20}$

20

$n = 1260$

20

$n = 63$

Jadi, hasil yang diperoleh adalah n sebesar 63, yang artinya, jumlah responden atau sampel yang diambil pada saat penelitian adalah sebesar 63 responden/pengunjung yang berlibur/datang ke Pantai Wisata Camplong, Kabupaten Sampang, Jawa Timur.

3.6 Analisis Data

Menurut Riduwan (2002), data menurut jenisnya ada 2 (dua), yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif dan analisis data kualitatif.

1. Analisis data kuantitatif adalah analisis yang berwujud dengan angka-angka. Data diperoleh dari mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif. Metode penelitian ini digunakan untuk menganalisis faktor eksternal dan faktor internal yang berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata dalam menjalankan objek wisata di kawasan Pantai Wisata Camplong.
2. Analisis data kualitatif adalah analisis yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan yang berupa kata-kata. Data biasanya didapat dari wawancara dan bersifat subjektif data yang ditafsirkan lain oleh orang yang berbeda. Metode penelitian ini digunakan untuk menjelaskan profil di kawasan wisata Pantai Wisata Camplong sebagai bentuk pengembangan pariwisata.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang dibagi menjadi 2 (dua), yaitu: deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

3.6.1 Deskriptif Kualitatif

Prosedur penelitian ini berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dan mendeskripsikan seluruh dalam gambar rincian segala sesuatu yang terjadi (Suharsaputra, 2012).

3.6.2 Deskriptif Kuantitatif

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik yang kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik (Mujis, 2004 *dalam* Suharsaputra, 2012).

Alat analisis data yang dapat dipergunakan dalam merumuskan strategi pengembangan Pantai Camplong adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

3.6.3 Alat Analisis Data

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan, dengan demikian perencana strategis (*Strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis situasi. Model yang paling tepat untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Rangkuti, 2004).

- Cara penentuan faktor strategi internal:
 1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan dari kegiatan pengelolaan.
 2. Memberikan bobot masing-masing faktor tersebut sesuai dengan tingkat kepentingannya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,00.
 3. Menghitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor berdasarkan pengaruh/respon faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong (nilai : 4 = sangat penting, 3 = penting, 2 = cukup penting, 1 = kurang penting).
 4. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasil dari perkalian ini akan berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Table 2. Faktor Strategi Internal

No	Faktor-faktor strategi	Bobot	Rating	Skor
1	Kekuatan			
2	Kelemahan			
Total				

- Cara penentuan faktor strategi eksternal:

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman dari kegiatan pengelolaan.
2. Member bobot masing-masing faktor tersebut sesuai dengan tingkat kepentingannya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,00.
3. Menghitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor berdasarkan pengaruh/respon faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong (nilai : 4 = sangat penting, 3 = penting, 2 = cukup penting, 1 = kurang penting)
4. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasil dari perkalian ini akan berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Table 3. Faktor Strategi Eksternal

No	Faktor-faktor strategi	Bobot	Rating	Skor
1	Peluang			
2	Ancaman			
Total				

- Penyusunan Matriks SWOT

Setelah matriks faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal selesai, selanjutnya unsur-unsur tersebut dihubungkan dalam matrik untuk memperoleh

beberapa alternatif strategi. Matriks ini memungkinkan empat kemungkinan strategi yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Table 4. Penyusunan Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFA	Tentukan faktor kekuatan internal	Tentukan faktor kelemahan internal
OPPORTUNIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi S – O (strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang)	Strategi W – O (strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang)
TREATHS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi S – T (strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)	Strategi W – T (strategi meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman)

- *Matrik Grand Strategy*

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*). Kemudian menggunakan matrik *Grand Strategy* yang nantinya dapat menentukan dua variabel sentral didalam proses penentuan sehingga dapat menentukan strategi pengelolaan ekosistem mangrove yang baik. Matrik *Grand Strategy* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Matrik Grand Strategy

Kuadran 1 : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriental strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah

meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Desa Dharma Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang

4.1.1 Letak Geografis Kabupaten Sampang

Kabupaten Sampang merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Pulau Madura. Secara geografis Kabupaten Sampang terletak pada $113^{\circ}08' - 113^{\circ}39'$ Bujur Timur dan $06^{\circ}05' - 07^{\circ}13'$ Lintang Selatan. Adapun batas wilayah Kabupaten Sampang, yaitu sebagai berikut:

- Sebelah Utara = Laut Jawa
- Sebelah Timur = Kabupaten Pamekasan
- Sebelah Barat = Kabupaten Bangkalan
- Sebelah Selatan = Selat Madura

Luas wilayah Kabupaten Sampang yang mencapai $1233,33 \text{ km}^2$ yang dibagi menjadi 14 kecamatan dan 186 desa atau kelurahan. Pembagian wilayah per kecamatan di Kabupaten Sampang dapat dilihat pada Tabel 5.

Kabupaten Sampang terletak di sekitar garis khatulistiwa dengan iklim tropis, musim penghujan biasanya terjadi pada Oktober sampai Maret, musim kemarau biasanya terjadi pada April sampai September, tetapi pada masa sekarang waktu musim tidak bisa di prediksi.

Desa Dharma Kecamatan Camplong terletak 9 km dari Kota Sampang. Untuk mencapai kawasan ini sangat mudah karena lokasinya yang berada di jalan propinsi atau jalan utama yang menghubungkan antara Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep dengan adanya kondisi jalan yang sangat baik. Selain kondisi jalan yang sangat baik, terdapat banyak angkutan umum yang melintasi di kawasan ini.

Tabel 5. Kecamatan di Kabupaten Sampang

No	Kecamatan	Desa/Kelurahan	Luas (Km ²)	Proporsi (%)
1.	Omben	20	116,31	9.43
2.	Kedungdung	18	123,084	9.98
3.	Robatal	9	80.54	6.54
4.	Jrengik	14	65.35	5.3
5.	Ketapang	14	125.28	10.16
6.	Torjun	12	44.19	3.58
7.	Pangarengan	6	42.69	3.46
8.	Karangpenang	7	84.25	6.83
9.	Tambelangan	10	89.97	7.3
10.	Camplong	14	69.94	5.67
11.	Sreseh	12	71.95	5.83
12.	Sampang	12 desa, 6 kelurahan	70,01	5.68
13.	Sokobanah	12	108.51	8.8
14.	Banyuates	20	141.23	11.44
JUMLAH		180 desa 6 kelurahan	1.233.30	100

(Sumber: Kecamatan dalam Angka Tahun 2008 BPS Kabupaten Sampang).

Desa Dharma adalah salah satu bagian dari Kecamatan Camplong yang berada di Kabupaten Sampang yang bisa ditempuh sekitar kurang lebih 2jam 30menit dari arah Kabupaten Bangkalan. Dan Desa Dharma ini terletak pada koordinat 7°13'4.30" LS dan 113°19'10.49" BT.

4.1.2 Keadaan Penduduk

4.1.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Penduduk Desa Dharma berdasarkan jenis kelamin dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok pertama merupakan kelompok penduduk yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 3.210 orang atau sekitar 72,756% dan kelompok kedua merupakan kelompok penduduk yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 1.202 orang atau sekitar 27,244%. Hal ini membuktikan bahwa jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Desa Dharma adalah kebanyakan laki-laki.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-laki	3.210	72,756
2	Perempuan	1.202	27,244
	Jumlah	4.412	100

(Sumber: Monografi Kecamatan Camplong, 2011).

4.1.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sebagian besar dari masyarakat Desa Dharma yang berusia 18 tahun keatas merupakan buta huruf, cacat fisik dan mental. Selain itu, ada juga yang tidak tamat SD, SLTP, SLTA, dapat dilihat pada Tabel 7, bahwa pada kelompok pertama merupakan kelompok penduduk buta huruf sebanyak 1.592 orang atau sekitar 0.107%, kelompok kedua merupakan kelompok penduduk TK (Taman Kanak-Kanak) sebesar 308 orang atau 2,055%, kelompok ketiga merupakan kelompok penduduk tamat SD sebesar 3.875 orang atau 25,856%, kelompok keempat merupakan kelompok penduduk tamat SLTP sebesar 3.272 orang atau 21,832%, dan kelompok kelima merupakan kelompok penduduk tamat SLTA sebesar 1.025 orang atau 6,840%. Namun, masih belum ada penduduk Desa Dharma yang menempuh jenjang pendidikan D1 maupun sudah tamat

pendidikan D1. Hal ini membuktikan bahwa masih minimnya pendidikan yang ada di Desa Dharma.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Jumlah penduduk usia 18 tahun keatas yang buta aksara dan huruf latin	1592	0,107
2	Jumlah penduduk usia 3-6 tahun yang masuk TK dan Kelompok Bermain Anak	308	2,055
3	Jumlah anak dan penduduk cacat fisik dan mental	92	0,614
4	Jumlah penduduk sedang SD/ sederajat	1028	6,859
5	Tidak tamat SD/ sederajat	2059	13,739
6	Tamat SD/ sederajat	3875	25,856
7	Jumlah penduduk sedang SLTP/ sederajat	433	2,890
8	Tidak tamat SLTP/ sederajat	3272	21,832
9	Tamat SLTP/ sederajat	1123	7,493
10	Jumlah penduduk sedang SLTA/ sederajat	180	1,208
11	Tamat SLTA/ sederajat	1025	6,840
12	Jumlah penduduk sedang D1	-	-
13	Jumlah penduduk tidak tamat D1	-	-
14	Jumlah penduduk sedang D2	-	-
Jumlah		14.987	100

(Sumber: Monografi Kecamatan Camplong, 2011).

4.1.2.3 Keadaan Angkatan Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Rata-rata mata pencaharian masyarakat Desa Dharma adalah sebagai nelayan, karena letak Desa Dharma yang berada di pesisir, selain sebagai nelayan ada beberapa masyarakat yang mata pecahariannya sebagai pedagang dan petani. Jumlah angkatan kerja berdasarkan tingkat pendidikan yang lulus/tamat SLTA masih sedikit dibandingkan dengan angkatan kerja yang lulus/tamat SD. Hal ini membuktikan bahwa sumber daya manusia (SDM) di Desa Dharma masih rendah, sehingga banyak masyarakat yang memilih bekerja sebagai nelayan, pedagang maupun petani. Dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Angkatan Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No	Jumlah Angkatan Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Tidak Tamat SD/sederajat	2.059	25,476
2	Tamat SD/sederajat	3.875	47,946
3	Tamat SLTP	1.123	13,895
4	Tamat SLTA	1.025	12,683
5	Tamat diploma	-	-
6	Tamat perguruan tinggi	-	-
	Jumlah	8.082	100

(Sumber: Monografi Kecamatan Camplong, 2011).

4.2 Profil Pantai Wisata Camplong

Pantai Wisata Camplong, Desa Dharma, Kecamatan Camplong, Kabupaten Sampang ini berdiri pada tahun 1992 yang dulunya hanya memiliki 14 kamar dan sekarang memiliki 60 kamar. Bentuk kerjasama Pengelola Wisata Camplong dengan pemerintah adalah dengan sistem BOT (Pemerintah menyiapkan lahan), sedangkan sumber dana (retribusi) untuk mengembangkan wisata didapatkan dari Surabaya (swasta). Hotel yang ada di Pantai Wisata Camplong adalah cabang dari Hotel Utami Surabaya yang berada di sebelah kanan jalan apabila kita akan ke Bandara Juanda.

Pantai Wisata Camplong merupakan salah satu pantai yang dikunjungi oleh wisatawan/pengunjung karena keindahan panorama pantai dan suasana alami pantai yang sangat cocok untuk berlibur dengan keluarga, serta dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Pantai Wisata Camplong ini berada di timur pusat kota Kabupaten Sampang yang berjarak kurang lebih 9 km. Letak pantai ini sangat mudah ditempuh dan sangat strategis karena berada di jalan provinsi atau jalan utama yang menghubungkan antara Kabupaten Sampang menuju Kabupaten Pamekasan. Apabila dari arah Kabupaten Bangkalan menuju Kabupaten Pamekasan akan melewati Pantai Wisata Camplong ini.

Masyarakat Desa Dharma sangat mendukung dengan adanya Pantai Wisata Camplong ini, karena masyarakat rata-rata bermata pencaharian sebagai nelayan. Adanya Pantai Wisata Camplong ini, masyarakat bisa mendapatkan penghasilan yang lebih dari penjual kerajinan atau souvenir khas pantai, sehingga bisa menambah pendapatan masyarakat sekitar pantai.

Adanya kegiatan usaha yang berjalan dengan baik dan tumbuh seiring dengan perkembangan Pantai Wisata Camplong yang merupakan Objek Wisata yang baik dan ramai dikunjungi wisatawan, terutama pada hari-hari libur atau libur Nasional. Selain itu, lokasi ini biasanya juga digunakan sebagai tempat berdiskusi atau rapat para pengusaha ataupun pegawai negeri, sekaligus untuk berlibur dan lokasi ini juga digunakan sebagai Wisata Budaya Tase (upacara petik laut yang setiap 1 tahun sekali pada bulan maulid).

Keadaan alam di Pantai Wisata Camplong sama seperti daerah tropis lainnya, karena letak Desa Dharma yang berada di pesisir pantai sehingga membuat udara di daerah tersebut cenderung panas. Ombak yang ada di Pantai Wisata Camplong cukup tenang, namun keadaan tanahnya kurang subur dan hanya tanaman jambu air yang bisa bertahan hidup atau bisa tumbuh, sehingga banyak masyarakat disana yang membudidayakan tanaman jambu air. Hal ini membuat jambu air sebagai simbol atau *icon* di Kabupaten Sampang.

Pantai Wisata Camplong memiliki potensi yang tidak kalah dengan pantai-pantai yang ada di Indonesia. Pantai ini memiliki pemandangan alam yang cukup indah, suasana di sepanjang jalan menuju pantai sangat sejuk karena terdapat pohon-pohonan yang rindang yang tumbuh disekitar Pantai Wisata Camplong. Ombak yang tenang, pasirnya juga putih dan halus. Hembusan angin yang sepoi-sepoi dipinggir pantai membuat pengunjung/wisatawan ingin berlama-lama di Pantai Wisata Camplong ini.

Pengembangan Pantai Wisata Camplong tidak luput dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola yang juga ikut serta dalam memperkenalkan obyek-obyek wisata yang mampu menarik minat dari pengunjung atau wisatawan, sehingga bisa meningkatkan kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD).

4.3 Fasilitas Pariwisata

Menurut Rahmawati (2009) menyatakan bahwa fasilitas pariwisata di suatu lokasi/tempat dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu sebagai berikut: fasilitas primer dan fasilitas penunjang.

- a. Fasilitas primer adalah fasilitas yang objek wisata dengan fungsi sebagai daya tarik utama wisata.
- b. Fasilitas penunjang adalah bangunan diluar fasilitas primer yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan/pengunjung yang selama berada di lokasi wisata.

Letak Pantai Wisata Camplong ini sering dilewati oleh kendaraan seperti bus, truck, mobil, angkot, travel dan lain-lain, karena letak Pantai Wisata Camplong ini sangat strategis, yaitu dipinggir jalan. Masyarakat sekitar juga sangat mendukung dengan adanya Pantai Wisata Camplong ini. Karena memberikan peluang pekerjaan terhadap masyarakat sekitar pantai. Ada beberapa fasilitas-fasilitas yang berada di Pantai Wisata Camplong ini, antara lain:

- a) Hotel atau Penginapan

Adanya tempat penginapan atau hotel di kawasan Pantai Wisata Camplong ini sangat memudahkan wisatawan untuk menginap atau bermalam di pantai. Kondisi hotel/penginapan ini sangat bersih dan rapi, sehingga pengunjung/wisatwan bisa menginap dengan nyaman. Selain kondisinya yang

baik hotel atau penginapan ini juga mempunyai fasilitas yang memadai,serta pelayanan hotel yang ramah.



Gambar 3. Hotel atau Tempat Penginapan

b) Tempat Rapat

Tempat rapat ini sangat memudahkan para pengusaha dan pegawai negeri sipil untuk berdiskusi atau membicarakan tentang hal-hal yang akan dikerjakan atau direncanakan. Kondisi tempat rapat ini sangat bersih, rapi dan penataan alat-alat atau media bagus, sehingga sangat nyaman untuk tempat berdiskusi.



Gambar 4. Tempat Rapat

c) Restaurant

Pantai Wisata Camplong terdapat restaurant yang mempunyai pelayanan yang baik, serta makanan atau minuman yang disediakan sudah lengkap. Kebanyakan makanan yang berada di restaurant pantai ini, berupa makanan dari ikan yang berasal dari laut. Adanya restaurant ini memudahkan untuk pengunjung sarapan atau makan pagi yang menginap di hotel Pantai Wisata Camplong ini, agar tidak susah-susah membeli makan di luar. Kondisi restaurant bersih dan nyaman untuk menenangkan pikiran sambil minum secangkir teh atau kopi.



Gambar 5. Restaurant

d) Panggung Pertunjukan

Keberadaan panggung pertunjukan sering kali digunakan untuk acara pertunjukan, berupa acara seni dan hiburan rakyat (Karapan Sapi Pantai, Wisata Budaya Tase ini upacara petik laut yang setiap 1(satu) tahun sekali pada bulan maulid dan petunjukan Sapi Sono). Kondisi tempat panggung pertunjukan ini cukup bersih dan baik, sehingga para pengunjung bisa melihat pertunjukan dengan nyaman.



Gambar 6. Panggung Pertunjukan

e) Tempat Ibadah atau Musholah

Adanya tempat ibadah di Pantai Wisata Camplong ini sangat memudahkan wisatawan untuk melakukan ibadahnya. Biasanya tempat ibadah ini pada hari jumat dipakai oleh warga sekitar untuk melakukan sholat jumat. Kondisinya sangat bersih dan rapi, sehingga pengunjung yang akan melakukan ibadah merasa lega dengan adanya melihat kondisi tempat.

f) Gazebo

Kondisi gazebo cukup bersih dan rapi, sehingga tempat ini biasanya digunakan wisatawan untuk menaruh barang-barang bawaan mereka, berteduh sambil makan dan minum dan sambil bercengkrama atau berbincang-bincang.



Gambar 7. Gazebo

g) Toilet atau Kamar Mandi

Kawasan wisata sebaiknya dilengkapi dengan kamar mandi tau toilet, dan di Pantai Wisata Camplong ini sudah terdapat 3(tiga) titik lokasi tempat toilet/kamar mandi yang disediakan oleh pihak pengelola Pantai Wisata Camplong, sehingga para pengunjung bisa mandi di tempat toilet atau kamar mandi setelah bermain-main di Pantai Wisata Camplong.



Gambar 8. Toilet atau Kamar Mandi

h) Area Bermain

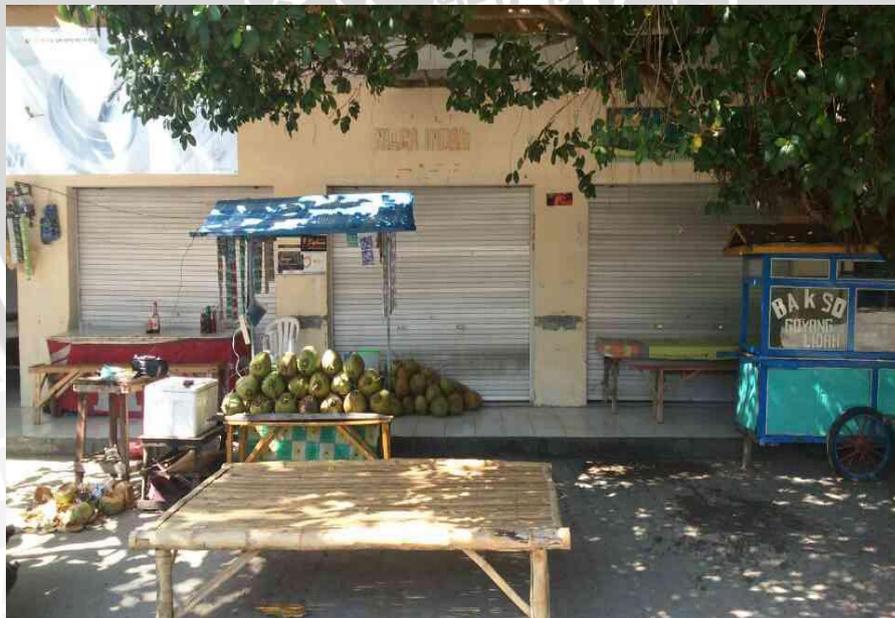
Pantai Wisata Camplong ini juga menyediakan tempat bermain buat anak-anak selain bermain di pantai, seperti: ayunan modern, ayunan sederhana, seluncur dan lain-lain. Alat bermain ini aman untuk dibuat main, tetapi juga harus ada keamanan dari orang tua masing-masing.



Gambar 9. Area Bermain

i) Warung Makanan atau Minuman

Pihak pengelola Pantai Wisata Camplong memberikan tempat untuk warga berjualan di area sekitar pantai dan tidak ditarik biaya sama sekali. Selain itu, ada juga warga yang membuka warung secara liar di dalam lokasi wisata yang tidak disediakan oleh pihak pengelola, tetapi pengelola juga tidak menarik biaya sama sekali walaupun itu warung liar.



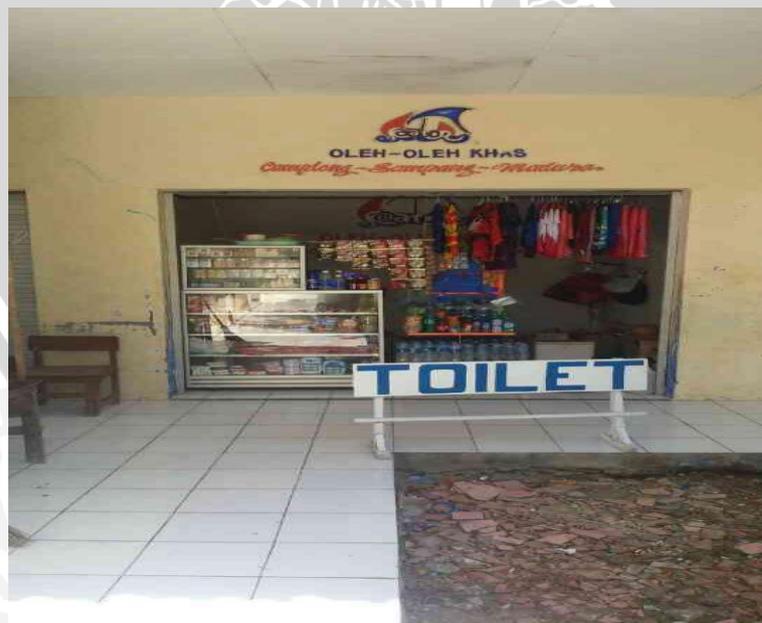
Gambar 10. Warung Makanan atau Minuman yang Disediakan



Gambar 11. Warung Makanan atau Minuman Liar Di Dalam Lokasi Wisata

j) Toko Souvenir

Bukan hanya kios-kios makanan dan minuman saja, tetapi juga ada toko/kios untuk penjual souvenir. Warga yang berada di pantai tersebut, juga memanfaatkan adanya limbah-limbah dari kerang dan hewan laut untuk dijadikan bahan souvenir, seperti: gelang, kalung, pigora, bros dan barang-barang aksesoris lainnya, sehingga pengunjung atau wisatawan bisa membeli souvenir atau oleh-oleh khas Pantai Wisata Camplong untuk kerabat mereka.



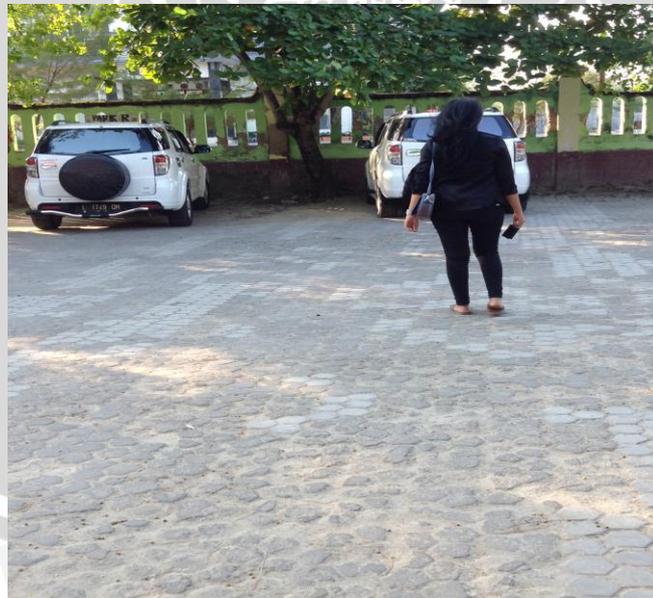
Gambar 13. Toko Souvenir

k) Jasa Wisata Air

Pada umumnya masyarakat Desa Dharma berrmatapencaharian sebagai nelayan. Ketika para nelayan tidak mendapat ikan atau tidak musim ikan, maka para nelayan tersebut menyewakan perahunya ke wisatawan atau pengunjung untuk berlayar mengelilingi laut sekitar pantai. Adanya nelayan menyewakan perahunya, maka nelayan tersebut bisa mendapatkan penghasilan walaupun tidak mendapatkan ikan di laut.

l) Lahan Parkir

Adanya tempat parkir di Pantai Wisata Camplong sangat memudahkan wisatawan untuk parkir dan tidak dikenakan biaya parkir atau gratis. Ketika musim libur tiba atau datang lahan parkir ini tidak memadai atau cukup, maka warga sekitar memberikan lahan parkir darurat yang berada di halaman rumah, terutama pada saat lebaran ketupat datang banyak pengunjung yang berlibur di Pantai Wisata Camplong.



Gambar 13. Lahan Parkir

4.4 Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Dengan Menggunakan Analisis SWOT

4.4.1 Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal yang merupakan menganalisis dari sekitar pantai dan lingkungan Pantai Wisata Camplong ini digunakan untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan yang terdapat di Pantai Wisata Camplong. Analisis faktor internal di Pantai Wisata Camplong, antara lain:

a) Kekuatan (*Strengths*)

1. Lokasi Pantai Wisata Camplong yang strategis

Letak lokasi Pantai Wisata Camplong sudah strategis, karena berada dipinggir jalan yang biasanya dilewati bus, angkutan umum, mobil pribadi, travel, truck dan sebagainya. Apabila dari Kabupaten Sampang menuju Kabupaten Pamekasan atau sebaliknya pasti akan melewati kawasan Pantai Wisata Camplong.

2. Dukungan masyarakat terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong

Dengan adanya Pantai Wisata Camplong di Desa Dharma ini mendapat banyak dukungan dari masyarakat sekitar, karena masyarakat sekitar bisa mendapatkan penghasilan yang lebih ketika tidak terjadi musim ikan. Selain menjadi pedagang disekitar Pantai Wisata Camplong, masyarakat sekitar juga ada yang menjadi karyawan atau karyawan hotel.

3. Fasilitas yang memadai

Fasilitas Pantai Wisata Camplong ini dikatakan sudah memadai karena terdapat hotel, restaurant, area bermain, gazebo, mushola atau tempat ibadah, panggung pertunjukan, toko souvenir, pedagang makanan atau minuman, 3 (tiga) titik kamar mandi atau toilet dan lahan parkir.

4. Pemandangan wisata yang masih alami

Daya tarik paling utama adalah panorama pantai masih alami dan memiliki butiran pasir yang bersih, halus dan mempunyai pepohonan yang rindang, sehingga membuat suasana menjadi sejuk dan nyaman ketika pengunjung atau wisatawan berada di Pantai Wisata Camplong.

b) Kelemahan (*Weakness*)

1. Petugas Keamanan

Pantai Wisata Camplong ini kurang memiliki petugas keamanan yang berjaga disana, seperti kurangnya petugas parkir, satpam dan petugas pantai (*life guard*), sehingga keamanan di Pantai Wisata Camplong kurang terjaga.

2. Loker Masuk

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan di Pantai Wisata Camplong, diperoleh hasil bahwa keadaan loket masuk yang dibuat oleh pengelola pantai kurang berfungsi dengan baik, karena masih banyak pengunjung yang masuk menggunakan jalan pintas yang langsung menuju pantai, sehingga pengelola mengalami kerugian dari segi loket masuk dan parkir.

3. Tingkat Pendidikan Masyarakat Masih Rendah

Menurut hasil dari laporan tingkat pendidikan yang ada di Kantor Kecamatan Camplong, bahwa tingkat pendidikan di Desa Dharma masih kurang, karena masih banyak masyarakat yang belum tamat sekolah, apalagi masyarakat di Desa Dharma masih belum menempuh pendidikan D1 maupun yang sudah tamat D1, sehingga menyebabkan SDM yang mengelola pantai kurang maksimal.

4. Promosi

Pengelola Pantai Wisata Camplong melakukan promosi dengan cara mengirimkan 1-3 mobil ke Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian,

seharusnya pihak pengelola dan pemerintah bergabung untuk melakukan promosi dengan cara media cetak ataupun media elektronik.

Tabel 9. Matriks Faktor Internal Pada Pantai Wisata Camplong

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
□ Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1.	Lokasi Pantai Wisata Camplong yang strategis	0.10	2	0.20
2.	Dukungan masyarakat terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong	0.10	2	0.20
3.	Fasilitas yang memadai	0.15	3	0.45
4.	Pemandangan wisata yang masih alami	0.15	4	0.60
Jumlah		0.50	-	1.45
□ Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1.	Petugas keamanan	0.10	4	0.40
2.	Loket Masuk	0.10	2	0.20
3.	Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah	0.15	3	0.45
4.	Promosi	0.15	3	0.45
Jumlah		0.50	-	1.50
Total		1.00	-	2.95

Berdasarkan Tabel 9. diatas didapatkan matriks hasil analisis faktor internal pada Pantai Wisata Camplong diperoleh skor pada faktor kekuatan sebesar 1.45 dan skor pada faktor kelemahan sebesar 1.50, sehingga dapat diketahui pada pengembangan Pantai Wisata Camplong dari faktor internal adalah faktor kelemahan lebih berpengaruh dibandingkan faktor kekuatan.

4.4.2 Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal yang merupakan menganalisis dari sekitar pantai dan lingkungan Pantai Wisata Camplong untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman yang terdapat di Pantai Wisata Camplong. Dan ini analisis hasil dari faktor internal di Pantai Wisata Camplong, sebagai berikut:

a) **Peluang (*Opportunities*)**

1. Perkembangan teknologi informasi

Pada jaman sekarang yang serba canggih, tentunya sudah banyak perubahan-perubahan yang berada dibidang teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi dan informasi bisa berdampak positif bagi wisatawan atau pengunjung yang akan berwisata ke Pantai Wisata Camplong sebagai referensi. Perkembangan teknologi dan informasi ini dapat memberi dampak besar untuk mengurangi biaya pemasaran.

2. Meningkatkan Perekonomian

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola dan masyarakat sekitar, dengan adanya pariwisata di Pantai Wisata Camplong ini memberikan peluang perekonomian yang meningkat terhadap masyarakat. Disisi lain, pengelola juga mendapatkan pemasukan yang lebih, apabila wisatawan atau pengunjung melimpah atau banyak yang berkunjung di Pantai Wisata Camplong.

3. Pantai Wisata Camplong dapat Dinikmati oleh Semua Kalangan dan usia

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuisioner, bahwa Pantai Wisata Camplong bisa dinikmati oleh semua kalangan dari yang berpendapatan menengah keatas ataupun menengah kebawah karena tiket masuknya yang cukup terjangkau. Selain itu, juga dapat dinikmati oleh semua usia mulai dari yang bayi atau balita sampai yang dewasa. Anak-anak yang berwisata dipantai bisa berenang, bermain pasir di pantai dan juga bisa bermain ayunan sederhana, ayunan modern, seluncur, layang-layang dan lain-lain. Orang tua dapat bersantai sambil menikmati keindahan pantai dan menikmati bekal bawaan, sedangkan para remaja bisa berfoto-foto menikmati pantai dengan mengajak teman-teman sebayanya. Biasanya Pantai Wisata Camplong ini juga dipakai foto *preweingd* atau pernikahan.

4. Kepuasan Pengunjung atau Wisatawan

Sudah banyak wisatawan yang merasa puas dengan adanya Pantai Wisata Camplong ini, sehingga wisatawan atau pengunjung membawa teman atau kerabat mereka untuk berkunjung ke Pantai Wisata Camplong. Kebanyakan pengunjung mendapatkan informasi dari blog-blog yang mengatakan seseorang sudah pernah berkunjung di Pantai Wisata Camplong.

b) **Ancaman (Threats)**

1. Persaingan Industri Wisata Semakin Meningkat

Karena adanya pesaing industri wisata yang meningkat di daerah lain, seperti Pantai Slopeng yang ada di Kabupaten Sumenep yang menyajikan pemandangan yang tidak kalah indah dari Pantai Wisata Camplong yang bisa berdampak besar bagi pihak pengelola dan masyarakat sekitar, maka akan berkurangnya pengunjung atau wisatawan yang berminat untuk berkunjung ke Pantai Wisata Camplong, sehingga pendapatan yang dihasilkan oleh kedua pihak akan berkurang.

2. Perilaku pengunjung atau wisatawan

Akibat perilaku pengunjung/wisatawan yang banyak atau pesat bisa mengakibatkan kerusakan pantai, sehingga pantai menjadi kotor dan dapat mengancam rusaknya kelestarian sumberdaya alam. Salah satu penyebabnya yaitu saat acara seni dan hiburan rakyat yang diadakan di Pantai Wisata Camplong.

3. Kebersihan Pantai Wisata Camplong

Kondisi kebersihan yang ada di perairan air laut kurang bersih masih adanya sampah, dikarenakan adanya sampah bawaan dari luar perairan air laut, bukan karena dari wisatawan atau pengunjung Pantai Wisata Camplong sendiri.

4. Kondisi Alam Yang Tidak Menentu

Dengan adanya kondisi alam yang tidak menentu mengakibatkan angin kencang dan ombak yang cukup tinggi yang dapat membawa sampah-sampah di sepanjang Pantai Wisata Camplong, sehingga mengganggu pemandangan alam.

Tabel 10. Matriks Faktor Eksternal Pada Pantai Wisata Camplong

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
□ Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1.	Perkembangan teknologi informasi	0.10	3	0.30
2.	Meningkatkan Perekonomian	0.10	3	0.30
3.	Pantai Wisata Camplong dapat dinikmati oleh semua kalangan dan usia	0.15	3	0.45
4.	Kepuasan pengunjung/wisatawan	0.15	4	0.60
Jumlah		0.50	-	1.65
□ Ancaman (<i>Thearts</i>)				
1.	Persaingan industri wisata semakin meningkat	0.10	2	0.20
2.	Perilaku Pengunjung/Wisatawan	0.15	3	0.45
3.	Kebersihan Pantai Wisata Camplong	0.15	4	0.60
4.	Kondisi alam yang tidak menentu	0.10	2	0.20
Jumlah		0.50	-	1.45
Total		1.00	-	3.10

Berdasarkan Tabel 10, diatas didapatkan matriks hasil analisis faktor eksternal pada Pantai Wisata Camplong diperoleh skor pada faktor peluang sebesar 1.65 dan skor pada faktor ancaman sebesar 1.45, sehingga dapat diketahui pada pengembangan Pantai Wisata Camplong dari faktor eksternal adalah faktor peluang lebih berpengaruh daripada faktor ancaman.

4.4.3 Perumusan Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis faktor internal dan faktor eksternal, maka didapatkan analisis strategi pengembangan dengan melihat adanya faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

yang bisa berpengaruh terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong. Dan ini hasil analisis matrik SWOT dapat dilihat pada Tabel 11.



Tabel 11. Matriks SWOT Pada Pantai Wisata Camplong

<p>IFAS</p> <p>EFA S</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lokasi Pantai Wisata Camplong yang strategis 2) Dukungan masyarakat terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong 3) Fasilitas yang memadai 4) Pemandangan wisata yang masih alami 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Petugas keamanan 2) Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah 3) Locket Masuk
<p>OPPORTUNIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Perkembangan teknologi informasi 2) Meningkatkan Perekonomian 3) Pantai Wisata Camplong dapat dinikmati oleh semua kalangan dan usia 4) Kepuasan pengunjung/wisatawan 	<p>Strategi S – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mengikutsertakan masyarakat sekitar untuk meningkatkan pengembangan Pantai Wisata Camplong 2) Mempertahankan kondisi Pantai Wisata Camplong 3) Menjaga fasilitas yang ada di lokasi wisata 4) Menjaga kealamian wisata 	<p>Strategi W – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Meningkatkan adanya kegiatan promosi 2) Meningkatkan keamanan dari segi tukang parkir, penjaga pantai dan satpam 3) Melakukan sosialisasi tentang pentingnya pendidikan bagi masyarakat maupun pengelola
<p>TREATHS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Persaingan industri wisata semakin meningkat 2) Perilaku Pengunjung/Wisatawan 3) Kebersihan Pantai Wisata Camplong 4) Kondisi alam yang tidak menentu 	<p>Strategi S – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Meningkatkan adanya kegiatan promosi 2) Memberikan sanksi bagi pengunjung yang merusak fasilitas pantai 3) Mengikutsertakan dalam kebersihan lokasi wisata 4) Meningkatkan fasilitas wisata 	<p>Strategi W – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memberi papan peringatan untuk menjaga fasilitas-fasilitas yang ada 2) Memperketat penjagaan pada locket masuk

Berdasarkan hasil pengelolaan faktor internal dan faktor eksternal pada Pantai Wisata Camplong didapatkan hasil skor masing-masing faktor sebagai berikut :

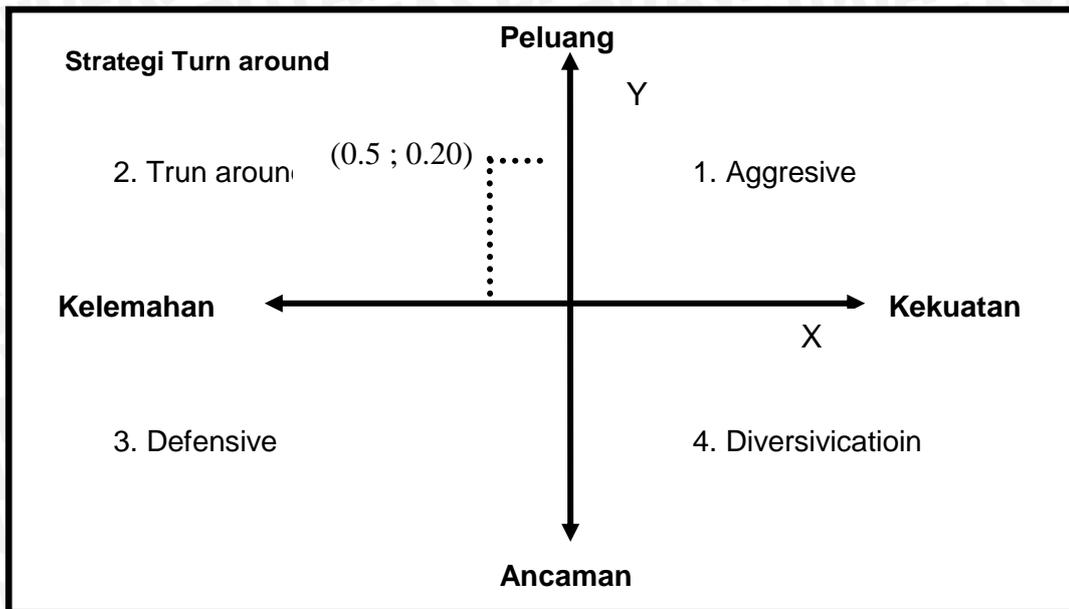
- 1) Skor untuk faktor kekuatan = 1.45
- 2) Skor untuk faktor kelemahan = 1.50
- 3) Skor untuk faktor peluang = 1.65
- 4) Skor untuk faktor ancaman = 1.45

Menentukan titik koordinat pada strategi pengembangan Pantai Wisata Camplong, maka dilakukan perhitungan terhadap faktor internal dan faktor eksternal dengan diagram analisis SWOT. Pada sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan pada sumbu vertikal (y) sebagai faktor eksternal (peluang-ancaman). Nilai koordinat X dan Y untuk Pantai Wisata Camplong dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Nilai Koordinat X dan Y Pada Pantai Wisata Camplong

Koordinat	Pantai Wisata Camplong
X	$1.45 - 1.50 = -0.5$
Y	$1.65 - 1.45 = 0.2$

Berdasarkan diagram analisis SWOT, nilai-nilai koordinat untuk Pantai Wisata Camplong pada sumbu horizontal (x) sebesar -0.5 dan pada sumbu vertikal sebesar 0.20. gambar diagram analisis SWOT (*Matriks Grand Strategy*) dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 14. Diagram Analisis SWOT (Matriks Grand Strategy)

Berdasarkan diagram analisis SWOT (Matriks Grand Strategy) diketahui bahwa berdasarkan hasil skoring yang dilakukan terhadap faktor internal dan faktor eksternal diperoleh nilai koordinat yang terletak pada kuadran 2 (*Turn Around*). Menurut Rangkuti (2004), bahwa perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 2 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik, antara lain sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan adanya kegiatan promosi

Pantai Wisata Camplong sudah terkenal di kalangan wisatawan domestik, tetapi masih kalah dengan Pantai Lombang dan Pantai Slopeng di Sumenep, namun karena letak Pantai Wisata Camplong yang lebih dekat dengan pusat kota dan memiliki akses yang gampang, membuat wisatawan lebih tertarik ke Pantai Wisata Camplong.

2) Meningkatkan keamanan dari segi tukang parkir, penjaga pantai dan satpam
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Pantai Wisata Camplong sudah terdapat lahan parkir yang cukup memadai, tetapi pelayanannya kurang baik, ditunjukkan dengan beberapa kali adanya keluhan dari wisatawan, sehingga perlu adanya pelatihan khusus bagi petugas bagi petugas yang bertugas sebagai keamanan.

3) Melakukan sosialisasi tentang pentingnya pendidikan bagi masyarakat maupun pengelola

Pendidikan sangatlah penting bagi keberlangsungan Pantai Wisata Camplong, karena pihak pengelola Pantai Wisata Camplong mengambil tenaga kerja untuk mengelola pantai tersebut. Dari masyarakat sekitar Pantai Wisata Camplong, sehingga perlu adanya peningkatan pendidikan guna meningkatkan mutu sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki dan dengan meningkatkan sumber daya manusia (SDM), maka akan adanya peningkatan dan minat wisatawan yang datang ke Pantai Wisata Camplong.

4.5 Strategi Pengelolaan

Strategi pengelolaan yang dilakukan oleh pihak pengelola Pantai Wisata Camplong sudah mendekati maksimal, karena fasilitas-fasilitas yang ada di Pantai Wisata Camplong sudah hampir terlaksanakan. Tetapi masih ada yang perlu diperhatikan oleh pihak pengelola Pantai Wisata Camplong, seperti: petugas keamanan (satpam, tukang parkir dan penjaga pantai) masih belum terlihat adanya di Pantai Camplong.

Selain itu, perlu adanya pengawasan terhadap daerah sekeliling pantai wisata karena masih seringnya ditemui warga atau pengunjung yang masuk tidak melalui loket masuk, melainkan masuk melewati jalan tembusan atau jalan kecil yang berada di sebelah Pantai Wisata Camplong. Padahal harga tiket masuk ke

Pantai Wisata Camplong itu cukup terjangkau, yaitu hanya Rp 3.000, tetapi masih ada yang masuk melewati jalan pintas atau jalan tembusan.

Hasil dari pendapatan tersebut pihak pengelola lebih mengembangkan dan mengelola hotel atau tempat penginapan, karena jika pengunjung masuk melalui hotel atau penginapan akan memberikan pendapatan atau keuntungan yang lebih dari pantai, dan keindahan Pantai Wisata Camplong itu membuat nilai lebih yang dimiliki. Hotel atau tempat penginapan yang disediakan oleh pihak pengelola terdapat beberapa fasilitas, diantaranya ada tempat rapat atau untuk berdiskusi para orang-orang penting dan restaurant atau tempat makan yang bisa dinikmati oleh para penginap atau pengunjung yang bermalam di Pantai Wisata Camplong. Sehingga, untuk kedepannya diperlukan adanya strategi pengelolaan yang lebih maksimal dalam pengelolaan tempat wisata ini, terutama dalam mengelola fasilitas-fasilitas yang ada di Pantai Wisata Camplong, agar tercapai hasil yang lebih baik sesuai dengan apa yang diinginkan.

4.6 Strategi Promosi

Media periklanan dilakukan oleh Pantai Wisata Camplong untuk memperkenalkan pantai baik berupa barang ataupun jasa bisa mendapatkan perhatian kemudian dikenal dan akhirnya timbul keinginan dari media untuk mencoba mempromosikan.

Pengembangan produk-produk yang ada di Pantai Wisata Camplong tersebut tidak lepas untuk menarik dan meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan, dan adanya perhatian pada pemasaran pariwisata dititikberatkan pada penciptaan promosi pariwisata yang efektif dengan pendekatan kemitraan swasta dan pemerintah. Oleh sebab itu, promosi pariwisata harus dikelola dengan baik agar menciptakan permintaan pariwisata.

Pihak pengelola Pantai Wisata Camplong mempunyai strategi pemasaran tersendiri untuk mempromosikan Pantai Wisata Camplong yang setiap minggunya mengirim 1-3 mobil ke Surabaya untuk melakukan promosi. Seharusnya pihak pengelola tidak hanya melakukan promosi itu saja, melainkan juga promosi lewat media cetak (brosur, pamflet, poster, papan reklame dan spanduk). Selain itu, pihak pengelola dan pemerintah bergabung untuk mempromosikan Pantai Wisata Camplong, supaya wisatawan/pengunjung banyak yang minat untuk datang ke Pantai Wisata Camplong.

4.7 Kontribusi Pantai Wisata Camplong

4.7.1 Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Bidang Pariwisata Pantai Wisata Camplong Terhadap Kabupaten Sampang

Pendapatan Asli Daerah adalah hak semua daerah yang diakui sebagai penambahan nilai kekeayaan bersih dalam periode anggaran tertentu. Pada UU No 32 Tahun 2004 tentang pemerintah, bahwa pendapatan daerah berasal dari penerimaan dari dana perimbangan pusat dan daerah, juga yang berasal daerah itu sendiri yaitu pendapatan asli daerah serta lain-lain pendapatan yang sah.

Untuk mendapatkan hasil kontribusi Pantai Wisata Camplong terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kontribusi Pantai} = \frac{\text{Jumlah Pendapatan dari Pantai Wisata Camplong}}{\text{Jumlah Keseluruhan Pendapatan Asli Daerah (PAD)}} \times 100\%$$

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak pengelola Pantai Wisata Camplong, bahwa rata-rata pendapatan hotel dan pantai setiap bulannya adalah sebesar Rp 60.000.000,00. Jadi pendapatan pada tiap tahunnya kurang lebih adalah sebesar Rp 720.000.000,00. Kontribusi Pantai

Wisata Camplong terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sampang pada tahun 2012 dan 2013 adalah sebagai berikut :

- Kontibusi Pantai Wisata Camplong Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2012 adalah :

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi Pantai Wisata Camplong} &= \frac{720.000.000}{56.460.008.475} \times 100\% \\ &= 1,27\% \end{aligned}$$

- Kontibusi Pantai Wisata Camplong Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2013 adalah :

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi Pantai Wisata Camplong} &= \frac{720.000.000}{69.785.886.358} \times 100\% \\ &= 1,03\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh hasil pada tahun 2012 Pantai Wisata Camplong memberikan kontribusi sebanyak 1,27% dari total Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp 56.460.008.475,00 dan pada tahun 2013 Pantai Wisata Camplong memberikan kontribusi sebanyak 1,03% dari total Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp 69.785.886.358. Hal ini membuktikan bahwa tinggi rendahnya minat wisatawan/pengunjung yang datang ke objek wisata sangat mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan oleh Pantai Wisata Camplong untuk diberikan kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD).

4.7.2 Pengaruh Strategi Pengembangan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Dari adanya pengembangan pariwisata di Pantai Wisata Camplong dapat mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) terutama di bidang pariwisata. Apabila penunjang/wisatawan meningkat akan menghasilkan pendapatan yang melimpah, tetapi apabila pengunjung atau wisatawan sedikit akan mengurangi

pendapatan. Sehingga pihak pengelola Pantai Wisata Camplong memberikan kontribusi ke Pendapatan Asli Daerah (PAD) tergantung dari banyak atau tidaknya pengunjung/wisatawan yang datang berkunjung ke Pantai Wisata Camplong. Banyaknya pengunjung yang adatang pada musim liburan, acara Wisata Budaya Tase, dan pada saat lebaran ketupat (H+7 setelah lebaran idul fitri).

Besar atau kecilnya pemasukan dari sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) berpengaruh positif, walaupun prosentasenya tidak begitu besar, namun tetap memiliki nilai yang signifikan untuk pemasukan daerah. Diharapkan dengan banyaknya wisatawan yang datang, maka semakin besar pula pemasukan yang didapat daerah.



5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang terdapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Kabupaten Sampang Jawa Timur, sebagai berikut:

- 1) Faktor eksternal yang terdapat di Pantai Wisata Camplong dari peluang adalah perkembangan teknologi informasi, meningkatkan perekonomian, pantai wisata camplong dapat dinikmati oleh semua kalangan dan usia dan kepuasan pengunjung/wisatawan. Dari ancaman adalah persaingan industri wisata semakin meningkat, perilaku pengunjung/wisatawan, kebersihan pantai wisata camplong dan kondisi alam yang tidak menentu. Faktor internal yang terhadap di Pantai Wisata Camplong dari kekuatan adalah lokasi Pantai Wisata Camplong yang strategis, dukungan masyarakat terhadap pengembangan Pantai Wisata Camplong, fasilitas yang memadai dan pemandangan wisata yang masih alami. Dari kelemahan adalah petugas keamanan, loket masuk dan tingkat pendidikan masyarakat masih rendah.
- 2) Berdasarkan dari analisis SWOT strategi pengembangan yang diterapkan di Pantai Wisata Camplong Kabupaten Sampang Jawa Timur terdapat pada kuadran 2 (*Weakness-Opportunities*), yaitu sebagai berikut:
 1. Meningkatkan adanya kegiatan promosi
 2. Meningkatkan keamanan dari segi tukang parkir, penjaga pantai dan satpam
 3. Melakukan sosialisasi tentang pentingnya pendidikan bagi masyarakat maupun pengelola
- 3) Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan hasil pada tahun 2012 Pantai Wisata Camplong memberikan kontribusi sebanyak 1,27%, sedangkan pada tahun 2013 Pantai Wisata Camplong memberikan kontribusi sebanyak 1,03%. Dari jumlah prosentase

kontribusi ditahun 2012 dan tahun 2013 ini mengalami penurunan sebesar 0,24%, tetapi besar atau kecilnya pemasukan dari sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) berpengaruh positif, walaupun prosentasenya tidak begitu besar. Namun tetap memiliki nilai yang signifikan untuk pemasukan daerah. Diharapkan dengan banyaknya wisatawan yang datang, maka semakin besar pula pemasukan yang didapat daerah.

5.2 Saran

Adapun saran yang terdapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk sebagai pertimbangan adalah:

1. Pengelola harus benar-benar mengawasi seluruh karyawan yang bekerja disana, terutama pada lokasi tiket masuk yang kadang tidak ada penjaganya.
2. Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai Strategi Pengembangan Pantai Wisata Camplong Kabupaten Sampang Jawa Timur, agar pengelolaan wisata di Indonesia berjalan lebih baik lagi, terutama pada tempat wisata yang masih berada di pelosok desa.

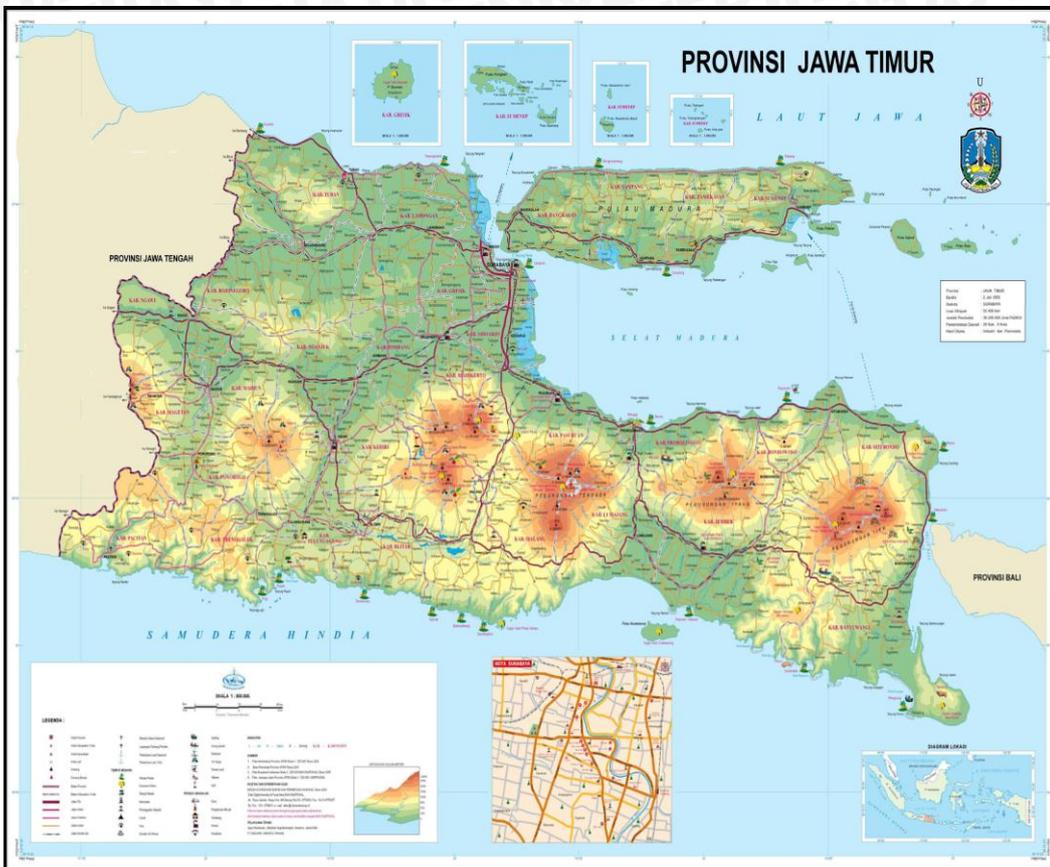
DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Y. 2009. **Pengelolaan Obyek Wisata Tlatar Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali**. Tugas Akhir. Fakultas Ilmu Sosial Dan Budaya. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Chatamallah, M. 2005. **Strategi “Public Relations” Dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus Dengan Pendekatan “Marketing Public Relations” Di Provinsi Banten)**. Mediator. Vol. 9, No. 2. Desember 2008.
- Ciptana, A. G. 2002. **Persepsi, Sikap Dan Peran serta Nelayan Dan Pemandu Wisata Bahari Dalam Pelestarian Lingkungan Pantai**. Tesis Magister Ilmu Lingkungan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Damani, J dan Weber, H. F. 2006. **Perencanaan Ekowisata (Dari Teori ke Aplikasi)**. Andi Offset. Yogyakarta.
- Hadinoto, 1996. **Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata**. UI-Press. Jakarta.
- Jamil dan Winahjoe. 1992. **Dasar-Dasar Riset Pemasaran**. Media Widya Mandala. Yogyakarta.
- Marzuki. 1986. **Metodologi Riset**. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Muakhor, A. 2008. **Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes Sebagai Objek Wisata Unggulan**. http://eprints.undip.ac.id/4469/1/Adam_Muakhor.pdf. Tugas Akhir. Fakultas Teknik. Universitas Diponegoro. Semarang. Diakses pada tanggal 03 Oktober 2013. Pukul 12.15 WIB.
- Murniatmo, G. 1994. **Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Daerah Istimewa Yogyakarta**. Yogyakarta.
- Nazir, M. 2005. **Metodologi Penelitian**. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Oktavia,S dan Setyowati, N, W. 2011. **Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kawasan wisata Danau Napabale di Desa Lohia Kecamatan Lohia Kabupaten Muna Provinsi Sulawesi Tenggara)**. Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis. Vol. 2, No. 2, Oktober 2011, Hlm 273-289.
- Pieris, J. 1988. **Strategi Kelautan (Pengembangan Kelautan Dalam Prespektif Pembangunan nasional)**. Sinar Harapan. Jakarta.
- Rahmawati. 2009. **Pola Perkembangan Fasilitas Wisata Kota Bukit Tinggi Tahun 1994-2004**. Laporan Skripsi. Universitas Indonesia. Depok.
- Ratrisari, D dan Wahyono, H. 2002. **Kontribusi Obyek Wisata Di Kota Yogyakarta Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)**.Jurnal Tata Loka. Vol. 5, No. 1, Januari 2002.
- Rangkuti, F. 2004. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riduwan. 2002. **Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian**. Alfabeta. Bandung.
- Riduansyah, M. 2003. **Kontribusi Pajak Daerah Dan Retibusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Dan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah (Apbd) Guna Mendukung Pelaksanaan Otonomi Daerah (Studi Kasus Pemerintah Darah Kota Bogor)**. Makara. Sosial Humaniora. Vol. 7, No. 2, Desember 2003.
- Roos, G. F. 1998. **Psikologi Pariwisata**. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.

- Rukmana, C. S. 2013. **Studi Potensi Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Sampang**. Jurnal Teknik Pomits. Vol. 2, No. 1.
- Sari, E. S. 1993. **Audience Research (Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa)**. Andi Offset Yogyakarta. Yogyakarta.
- Satria, D. 2009. **Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentaskan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang**. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 3, No. 1, Mei 2009, Hlm 37-47.
- Suharsaputra. 2012. **Metode Penelitian (kuantitatif, kualitatif dan tindakan)**. Refika Aditama. Bandung.
- Soebagyo. 2012. **Strategi Pengembangan Pariwisata Di Indonesia**. <http://www.liquidity.stiead.ac.id/wp-content/uploads/2012/10/8-Soebagyo-Liquidity-STIEAD.pdf>. Jurnal Liquidity. Vol 1, No.2, Juli-Desember 2012. Hlm 153-158. Diakses pada tanggal 03 Oktober 2013. Pukul 12.15 WIB.
- Soedarmaji dan Syarifudin. 2002. **Metodelogi Penelitian**. Mandar Maju. Bandung.
- Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian (Kuantitatif Kualitatif Dan R&D)**. Alfabeta. Bandung.
- Spillane, J.J 1987. **Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya**. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 1997 tentang Pajak Daerah. 2013. Citra Umbara. Bandung.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah. 2013. Citra Umbara. Bandung.
- Wahab, S. 1976. **Pemasaran Pariwisata**. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Winardi. 1992. **Promosi dan Reklame**. Mandar Maju. Bandung.
- Yoeti, O. A. 1982. **Pengantar Ilmu Pariwisata**. Angkasa. Bandung.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Jawa Timur



Lampiran 2. Peta Pulau Madura



Kabupaten
Sampang

Lokasi Pantai Wisata Camplong



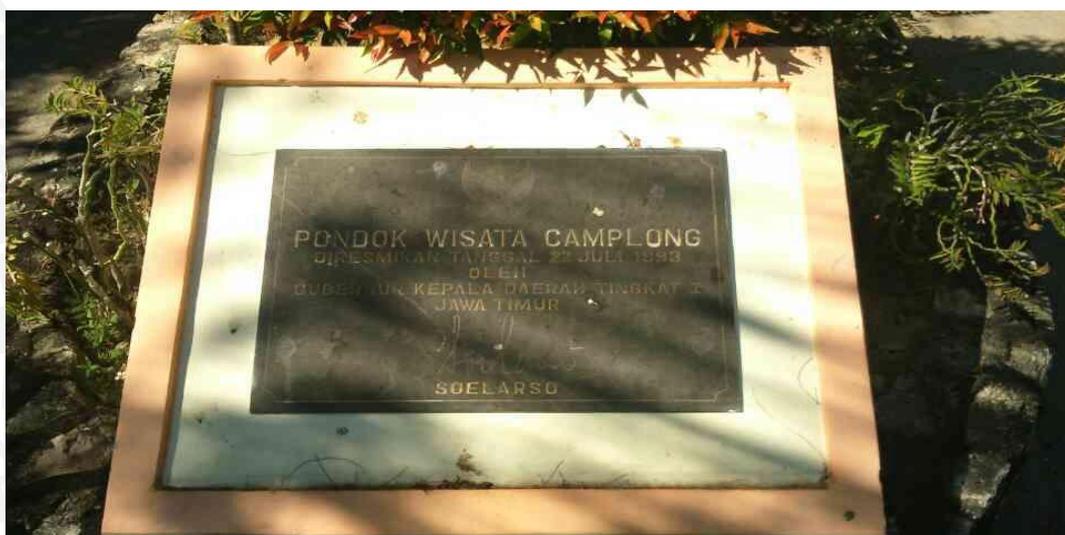
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Papan Nama Hotel



Gapura Selamat Datang



Monumen Peremian



Jalan Menuju Pantai



Area Bermain



Bagian Utara Pantai Wisata Camplong



Bagian Barat Pantai Wisata Camplong



Pengunjung Menikmati Pemandangan Pantai Wisata Camplong



Bagian Timur Pantai Wisata Camplong



Pengunjung yang bermain di pantai



Pengunjung yang masuk melewati jalan pintas



Penyebaran Angket (Questionair) dan wawancara