



ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISATA DI PANTAI WISATA LOMBANG KABUPATEN SUMENEP

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana Fakultas Ilmu Administrasi pada
Universitas Brawijaya**

**HELMİYATI
NIM. 115030800111014**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PARIWISATA
MALANG
2018**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai
Wisata Lombang Kabupaten Sumenep

Disusun oleh : Helmiyati

NIM : 115030800111014

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Pariwisata

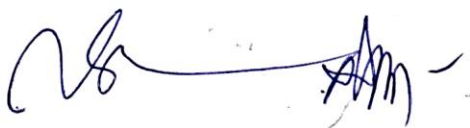
Konsentrasi/Minat : Pengembangan Destinasi

Malang, 12 Desember 2018

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota



Yusri Abdillah S.Sos, M.Si, Ph.D
NIP. 19741227 200312 1 002



Luchman Hakim S.Si, M.Agr.Sc, Ph.D
NIP. 19710808 199802 1 001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 28 Desember 2018

Skripsi atas nama : Helmiyati

Judul : Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata
Lombang Kabupaten Sumenep

Dan dinyatakan LULUS

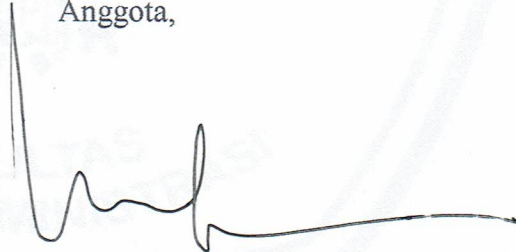
MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D
NIP. 19741227 200312 1 002

Anggota,



Luchman Hakim, S.Si., M.Agr.Sc., Ph.D
NIP. 19710808 199802 1 001

Anggota,



Edriana Pangestuti, M.Si., D.BA
NIP. 19770321 200312 2 001

Anggota,



Aniesa Samira Bafadhal, SAB., MAB
NIP. 19880706 201803 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 12 Desember 2018



Helmiyati

115030800111014

RINGKASAN

Helmiyati, 2018, **Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata Lumbang Kabupaten Sumenep**. Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D, Luchman Hakim, S.Si., M.Agr.Sc., Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: (1) Pengelolaan Pantai Wisata Lumbang saat ini; (2) Faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi penyusunan strategi pengembangan ekowisata di Pantai Wisata Lumbang; (3) Strategi yang sebaiknya diterapkan dalam mengembangkan ekowisata di Pantai Wisata Lumbang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Lokasi penelitian di Kabupaten Sumenep dan situs penelitian di Pantai Wisata Lumbang. Penelitian ini menggunakan wawancara dan Tanya jawab yang melibatkan kuesioner yang harus diisi oleh pihak terkait. Analisis data menggunakan analisis SWOT.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa: (1) Pantai Wisata Lumbang dikelola oleh pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep; (2) Faktor internal antara lain manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen. Faktor eksternal antara lain faktor ekonomi, teknologi, politik, sosial, budaya, iklim, dan lingkungan; (3) Kekuatan utama yang dihasilkan dari matrik IFAS adalah tempat wisata yang memiliki keunikan atau ciri khas dengan skor bobot sebesar 0,3804 dan kelemahan utama yang dihasilkan dari matrik IFAS adalah masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata dengan skor bobot 0,1732. Analisis matriks EFAS menghasilkan skor bobot 2,9016 yang mengindikasikan bahwa pengelola yakni berada di posisi rata-rata. Peluang utama yang dihasilkan dari matrik EFAS adalah adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata dengan skor bobot 0,3672 dan ancaman utama yang dihasilkan dari matrik EFAS adalah kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata dengan skor bobot 0,2724. Hasil Matriks IE menunjukkan bahwa pengelola berada pada sel strategi V (rata-rata) sehingga strategi yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola adalah menjaga dan mempertahankan.

Kata Kunci : Pengembangan Ekowisata dan Pantai Wisata Lumbang

SUMMARY

Helmiyati, 2018, **Analysis of Ecotourism Development Strategies at Lombang Tourism Beach, Sumenep Regency**. Yusri Abdillah, S.Sos., M.Sc., Ph.D, Luchman Hakim, S.Si., M.Agr.Sc., Ph.D.

This study aims to find out and explain: (1) Management of Lombang Tourism Beach at this time; (2) Internal and external factors that can influence the preparation of ecotourism development strategies in Lombang Tourism Beach; (3) Strategies that should be applied in developing ecotourism in Lombang Tourism Beach.

The type of research used is descriptive research with a qualitative-quantitative approach. Research locations in Sumenep Regency and research sites in Lombang Tourism Beach. This study uses interviews and frequently asked questions involving questionnaires that must be filled out by related parties. Analysis of the data using SWOT analysis.

The results of the SWOT analysis indicate that: (1) Lombang Tourism Beach is managed by the local government through the Sumenep Regency Tourism and Sports Culture Agency; (2) Internal factors consist of management, marketing, finance, production, research and development, and management information systems. External factors consist of economic, technological, political, social, cultural, climate and environmental factors; (3) The main strengths generated from the IFAS matrix is tourist attractions that have uniqueness or characteristics with a weight score 0.3804 and the main weakness that results from the IFAS matrix is poor coordination between managers and the local community in managing and developing tourism objects with weight score 0.1732. EFAS matrix analysis result show a weight score 2.9016 which indicates that the manager is in the average position. The main opportunity generated from the EFAS matrix is the support from the government to develop tourism products with a weight score 0.3672 and the main threat generated from the EFAS matrix is environmental damage caused by tourism activities with a score 0.2724. The IE Matrix results show that the manager is in cell V strategy (on average) so the strategy that should be carried out by the manager is to bold and maintain.

Keywords: Development of Ecotourism and Lombang Tourism Beach



**Karya sederhana ini Saya
persembahkan untuk Mama dan
Papa tercinta untuk cinta kasihnya
yang tiada batas.**



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep”**

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing utama dalam memberikan saran dan perbaikan demi terselesaikannya skripsi ini sekaligus Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Luchman Hakim, S.Si., M.Agr.Sc., Ph.D selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah memberikan saran dan masukan demi terselesaikannya skripsi ini sekaligus Ketua Jurusan Biologi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Brawijaya Malang.



4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan ilmu selama kegiatan perkuliahan dan juga di luar dari kegiatan perkuliahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Keluarga peneliti, Mama Siti Aisyah, Papa Moch. Syamsul Arifin, dan Cicik Rury Widayanti yang selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang, serta doa selama menjalani dan melewati masa perkuliahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Sahabat-sahabat peneliti di Malang terima kasih atas doa, saran, kritikan, bantuan, motivasi dan dukungan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Keluarga besar Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga yang telah memberikan peneliti kesempatan untuk melakukan penelitian.

8. Semua pihak baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 12 Desember 2018

Peneliti



DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
TANDA PERSETUJUANN SKRIPSI	iv
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	13
B. Pengertian Pariwisata	21
C. Pengertian Wisatawan	22
D. Permintaan Pariwisata	23
E. Penawaran Pariwisata	28
F. Ekowisata	30
G. Pengembangan Ekowisata	34
H. Manajemen Strategi	36
1. Formulasi Strategi	39
a. Pernyataan Visi dan Misi	40
b. Menetapkan Sasaran (<i>Goals</i>)	41
c. Menetapkan Tujuan (<i>Objectives</i>)	41
d. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan	42
1) Analisis Lingkungan Internal	42
a) Manajemen	42
b) Pemasaran	43
c) Keuangan atau Akuntansi	44
d) Produksi atau Operasi	44



e) Penelitian dan Pengembangan	45
f) Sistem Informasi Manajemen.....	46
2) Analisis Lingkungan Eksternal	47
a) Faktor Ekonomi	49
b) Faktor Teknologi	49
c) Faktor Politik	50
d) Faktor Demografi.....	50
e) Faktor Sosial-Budaya.....	51
f) Faktor Iklim.....	52
g) Faktor Lingkungan.....	53
h) Faktor Geografi.....	53
I. Analisis SWOT	54
J. Kerangka Penelitian	57

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	58
B. Fokus Penelitian.....	59
C. Lokasi dan Situs Penelitian.....	60
D. Sumber Data.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Instrumen Penelitian.....	63
G. Metode Analisis Data.....	64
1. Analisis Matriks <i>Internal Strategic Factor Analysis</i> (IFAS) dan Matriks <i>External Strategic Factor Analysis</i> (EFAS).....	64
a. Matriks <i>Internal Strategic Factor Analysis</i> (IFAS).....	64
b. Matriks <i>External Strategic Factor Analysis</i> (EFAS).....	66
2. Matriks Internal-Eksternal (IE).....	69
3. Matriks SWOT.....	71

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	73
1. Gambaran Umum Kabupaten Sumenep	73
a. Sejarah Kabupaten Sumenep.....	73
b. Kondisi Geografis Kabupate Sumenep.....	73
c. Potensi Kabupaten Sumenep.....	77
2. Gambaran Umum Kecamatan Batang-Batang	81
a. Letak, Luas, dan Batas Kecamatan Batang-Batang.....	81
b. Keadaan Alam Kecamatan Batang-Batang	81
c. Penduduk Kecamatan Batang-Batang	82
B. Gambaran Umum Situs Penelitian	82
1. Gambaran Umum Pantai Wisata Lombang.....	82
a. Visi dan Misi Pengelola Pantai Wisata Lombang	82



1) Visi dan Misi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga.....	83
2) Tugas, Fungsi, dan Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga.....	84
C. Wisata yang Ditawarkan Pantai wisata Lombang	87
D. Analisis Lingkungan Internal.....	92
1. Operasi Manajemen.....	92
2. Pemasaran.....	95
3. Keuangan.....	99
4. Produksi atau Operasi.....	101
5. Penelitian dan Pengembangan.....	106
6. Sistem Informasi Manajemen.....	107
E. Analisis Lingkungan Eksternal.....	109
1. Faktor Ekonomi.....	109
2. Faktor Teknologi.....	110
3. Faktor Politik.....	111
4. Faktor Sosial-Budaya.....	112
5. Faktor Iklim.....	114
6. Faktor Lingkungan.....	118
F. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Pengelola.....	120
1. Kekuatan Pengelola.....	120
2. Kelemahan Pengelola.....	124
G. Identifikasi Peluang dan Ancaman.....	127
1. Peluang.....	127
2. Ancaman.....	128
H. Analisis Matriks IFAS dan EFAS.....	130
1. Matriks IFAS.....	130
2. Matriks EFAS.....	133
I. Matriks IE.....	136
J. Analisis Matriks SWOT.....	137
1. Strategi <i>Strength-Opportunity</i> (SO).....	140
2. Strategi <i>Strength-Truth</i> (ST).....	141
3. Strategi <i>Weakness-Opportunity</i> (WO).....	142
4. Strategi <i>Weakness-Threats</i> (WT).....	144
K. Analisis dan Interpretasi Data.....	145
1. Analisis Data Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Penyusunan Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata Lombang.....	145
a. Analisa Faktor Lingkungan Internal yang Dapat Mempengaruhi Strategi Pengembangan.....	145
b. Analisa Faktor Lingkungan Eksternal yang Dapat Mempengaruhi Strategi Pengembangan.....	150
2. Analisis Data Strategi Pengembangan Ekowisata yang Sebaiknya Digunakan oleh Pengelola Pantai Wisata Lombang.....	155



DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Jumlah Wisatawan Mancanegara Tahun 2013-2015	1
2.	Penelitian Terdahulu	18
3.	Analisis Matriks IFAS	66
4.	Analisis Matriks EFAS	67
5.	Penilaian Bobot Strategis	69
6.	Matriks IE	70
7.	Matriks SWOT	71
8.	Beberapa Kawasan Wisata dan Budaya di Kabupaten Sumenep	78
9.	Data Jumlah Pengunjung Pantai wisata Lombang di Kabupaten Sumenep Tahun 2011-2015	90
10.	Banyaknya Curah Hujan dan Hari Hujan Rata-rata per Bulan Tahun 2010	116
11.	Rata-rata Penyinaran Matahari, Suhu Udara dan Penguapan, dan Arah Kecepatan Angin	117
12.	Identifikasi Kekuatan	123
13.	Identifikasi Kelemahan	126
14.	Identifikasi Peluang	128
15.	Identifikasi Ancaman	129
16.	Matriks IFAS Pantai Wisata Lombang	132
17.	Matriks EFAS Pantai Wisata Lombang	134
18.	Matriks IE	137
19.	Matriks Strategi Berdasarkan Analisis SWOT	138
20.	Peringkat Faktor Strategis Internal yang Dapat Mempengaruhi Penyusunan Strategi	146
21.	Peringkat Faktor Strategis Internal yang Dapat Mempengaruhi Penyusunan Strategi	151



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Elemen-Elemen Dasar dari Proses Manajemen.....	39
2.	<i>Onionskin Taxonomy</i>	48
3.	Digram Analisis SWOT.....	55
4.	Kerangka Penelitian.....	57
5.	Situs Penelitian.....	60
6.	Peta Kabupaten Sumenep.....	76
7.	Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan olahraga	86
8.	Digram Analisis SWOT.....	156



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Pedoman Wawancara.....	166
2.	Hasil Analisis SWOT.....	168
3.	Brosur Pantai Wisata Lombang.....	178
4.	Situs Penelitian.....	179



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang dalam beberapa dekade terakhir ini menjadi salah satu mesin penggerak perekonomian dunia. Pariwisata juga dikatakan sebagai katalisator dalam pembangunan, karena dampak yang diberikannya terhadap kehidupan perekonomian di negara yang dikunjungi wisatawan (Yoeti, 2008:25). Pariwisata saat ini sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia sehingga banyak orang melakukan perjalanan wisata untuk menyegarkan kembali pikiran dari aktivitas rutin sehari-hari dan juga untuk menjawab rasa keingintahuan terhadap hal baru. Hal inilah yang menyebabkan semakin banyak wisatawan melakukan wisata untuk mencari hal baru di luar lingkungan sekitarnya.

Pembangunan sektor pariwisata pada prinsipnya merupakan satu kesatuan dengan pembangunan nasional. Pembangunan sektor pariwisata memiliki peran signifikan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini sesuai dengan yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2010-2014 bahwa dari sisi ekonomi sektor pariwisata berkontribusi devisa dari kunjungan wisatawan mancanegara dan Produk Domestik Bruto (PDB) beserta komponen-komponennya. Secara aspek sosial, pariwisata berperan dalam penyerapan tenaga kerja, apresiasi seni, tradisi budaya dan bangsa, dan peningkatan jati diri bangsa. Dilihat dari sisi lingkungan,

pariwisata khususnya ekowisata dapat mengangkat produk dan jasa wisata serta kekayaan dan keunikan alam dan laut, dan alat yang efektif bagi pelestarian lingkungan alam dan seni budaya tradisional. Tidak heran sekarang ini setiap negara di dunia terutama di negara berkembang secara aktif mendorong pariwisata sebagai industri andalan penghasil devisa utama menggantikan komoditas yang diprediksi akan segera habis.

Indonesia merupakan sebuah bintang negara kepulauan terbesar di dunia yang terletak di kawasan Asia dengan tingkat kekayaan hayati tertinggi di dunia. Pemanfaatan kekayaan hayati dan budaya di kawasan ini telah menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata dunia (Hakim, 2004:35). Pernyataan ini didukung oleh data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bersama dengan Kementerian Pariwisata (kemenpar.go.id, 2017) yang ditunjukkan oleh tabel 1 bahwa pariwisata di Indonesia selama lima tahun terakhir terus mengalami kemajuan kunjungan wisatawan mancanegara.

Tabel 1 : Jumlah Wisatawan Mancanegara Tahun 2013-2017

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan dari Tahun Sebelumnya
1.	2013	8.802.129	9,42
2.	2014	9.435.411	7,19%
3.	2015	10.406.759	10,29%
4.	2016	11.519.275	9,66%
5.	2017	14.039.799	21,88%

Sumber : Kementerian Pariwisata Indonesia (2017)

Upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai target yang telah ditetapkan salah satunya adalah dengan menerapkan prinsip dari tata kelola atau manajemen kepariwisataan yang baik. Hal ini tidak terlepas dari adanya koordinasi yang baik

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

antara tiga pilar yang terkait yakni pemerintah, masyarakat, dan pihak swasta. Pemerintah erat kaitannya dengan pembangunan pariwisata melalui kebijakan-kebijakannya. Masyarakat lokal yang berperan sebagai tuan rumah perlu diberdayakan dan dilibatkan pada seluruh tahapan pengembangan pariwisata sesuai dengan kemampuannya. Adanya keterlibatan tersebut diharapkan terjadi hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara alam, budaya, dan kehidupan masyarakat setempat sehingga pariwisata mampu meningkatkan budaya dan alam serta sebaliknya dapat menumbuhkan kemajuan pariwisata di suatu daerah.

Pemanfaatan sumberdaya lokal yang optimal dengan mengembangkan pariwisata dengan konsep ekowisata merupakan salah satu bentuk upaya menerapkan prinsip tata kelola kepariwisataan yang baik. Dilihat dalam konteks ini wisata yang dilakukan memiliki bagian yang erat hubungannya dengan upaya-upaya konservasi, pemberdayaan ekonomi lokal dan mendorong respek yang lebih tinggi terhadap perbedaan kultur atau budaya (Satria, 2009:37). Barkauskiene dan Snieska (2013:450) berpendapat bahwa pada dasarnya prinsip-prinsip ekowisata fokus pada meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam mendukung perencanaan mengembangkan ekonomi, konservasi lingkungan, kesadaran terhadap sosial budaya dan berdasarkan daya tampung. Prinsip inilah yang mendasari perbedaan antara konsep ekowisata dengan model wisata konvensional yang telah ada sebelumnya.

Pergeseran konsep kepariwisataan dunia ke model ekowisata tidak hanya disebabkan sebagai respon terhadap meningkatnya isu-isu lingkungan yang

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya



Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

terjadi. Pergeseran ini juga terjadi disebabkan karena wisatawan akan selalu mencari pengalaman yang baru dan unik. Wisatawan saat ini tidak hanya menikmati *sun-sea and sand*, tetapi ingin lebih mengembangkan pengalaman saat mengunjungi destinasi, seperti menikmati eksotisme produk dan kreasi budaya, peninggalan sejarah serta lingkungan setempat (Nugroho, 2011:7). Peluang ini sebaiknya tidak diabaikan begitu saja akan tetapi dimanfaatkan secara maksimal untuk mampu menarik lebih banyak wisatawan mancanegara datang ke Indonesia.

Pertumbuhan pasar ekowisata di tingkat global tercatat jauh lebih tinggi dari pasar wisata secara keseluruhan. Berdasarkan laporan World Travel Tourism Council (WTTC) tahun 2000, pertumbuhan rata-rata ekowisata sebesar 10% per tahun. Angka tersebut lebih tinggi dibanding pertumbuhan rata-rata per tahun untuk pariwisata pada umumnya yakni sebesar 4,6% per tahun (Nugroho, 2011:3). Hal ini disebabkan banyak negara membuat promosi dan atraksi ekowisata besar-besaran dalam rangka meraup manfaat dan kesempatan dalam pasar ekowisata yang terus tumbuh.

Tahun 2002 adalah tahun dicanangkannya Tahun Ekowisata dan Pegunungan di Indonesia. Tahun ini juga banyak diselenggarakan *workshop* dan diskusi di berbagai daerah di Indonesia baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah hingga terumuskannya lima prinsip dasar pengembangan ekowisata di Indonesia yaitu pelestarian, pendidikan, pariwisata, perekonomian, dan partisipasi masyarakat setempat (Mahdayani, 2009:18). Sejak tahun 2002 tersebut, telah banyak contoh-contoh penerapan ekowisata sederhana yang dilakukan di berbagai daerah tujuan wisata di Indonesia. Salah satu contohnya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya



Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository
Repository
Repository
Repository

sembilan jenis yakni wisata alam, wisata religi, wisata sejarah, wisata buatan, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata kesehatan, wisata kuliner, dan geowisata. Lokasi Kabupaten Sumenep yang berbatasan langsung dengan laut sehingga wisata unggulannya adalah wisata alam. Salah satu produk wisata unggulan Kabupaten Sumenep adalah Pantai Wisata Lombang.

Pantai Wisata Lombang merupakan objek wisata alam yang menawarkan keunikan tersendiri. Pantai ini terletak di sebelah timur Sumenep, sekitar ± 30km dari Kota Sumenep tepatnya di Kecamatan Batang-Batang. Pantai Wisata Lombang memiliki keunikan dimana wisatawan akan disuguhi hamparan pasir putih yang luas dan di sepanjang pantai dirimbuni oleh pohon cemara udang yang terlihat seperti taman raksasa (sumenep.go.id). Tumbuhnya pohon Cemara Udang inilah yang menyebabkan Pantai Wisata Lombang berbeda dengan pantai yang lain di Indonesia, selain letaknya di sebelah utara pulau Madura sehingga ombaknya cukup tenang dan airnya jernih. Pada saat ini pengelolaan dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pantai Wisata Lombang dibawah naungan Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep.

Pantai Wisata Lombang dalam pengelolaannya sepenuhnya dikelola oleh instansi pemerintah tentunya manfaat secara ekonomi, sosial, dan budaya tidak dapat dirasakan oleh masyarakat setempat secara langsung. Begitu juga dengan kelestarian ekosistem di sekitar lingkungan pantai yang tidak diperhatikan secara maksimal. Partisipasi masyarakat merupakan langkah awal dalam upaya mengembangkan suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) untuk membangun

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository
Repository
Repository
Repository
Repository
Repository
Repository
Repository



Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository
Repository
Repository
Repository

kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat sebagai pendorong suksesnya program kebijakan pemerintah, terutama kebijakan pengelolaan pariwisata daerah.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang peneliti lakukan, ditemukan fakta bahwa keberadaan Pantai Wisata Lombang ini pernah mengalami konflik antara pemerintah daerah dengan masyarakat setempat terkait dengan kepemilikan lahan.

Lahan seluas satu hektar yang berada di kawasan Pantai Wisata Lombang diklaim sebagai lahan milik perseorangan. Konflik ini terjadi pada Mei 2009 hingga Juli 2011. Pada saat konflik ini terjadi Pantai Wisata Lombang ditutup untuk kegiatan wisata. Meskipun dibuka untuk kegiatan wisata pengelolaannya menjadi lebih buruk karena tidak adanya pengelolaan yang pasti. Pengunjung dipaksa untuk membayar tiket masuk di pintu gerbang kawasan Pantai Wisata Lombang namun ketika memasuki lokasi pantai pengunjung diminta membayar kembali dengan alasan kepemilikan lahan yang berbeda.

Konflik ini terselesaikan melalui jalur hukum dengan hasil pemerintah daerah memenangkan kasus ini yang menyatakan bahwa lahan Pantai Wisata Lombang merupakan aset daerah. Pemerintah daerah dinyatakan sah sebagai pemilik lahan di Pantai Wisata Lombang dalam putusan kasasi Mahkamah Agung yang menolak gugatan warga masyarakat setempat yang mengaku sebagai pemilik lahan di Pantai Wisata Lombang. Pengelolaannya kemudian diserahkan kepada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Pada awal pengelolaan oleh pemerintah daerah melalui dinas yang berwenang, pengunjung bebas masuk tanpa ditarik biaya karcis. Hal ini dikarenakan masih belum adanya peraturan yang pasti untuk mengelola Pantai Wisata Lombang pasca terjadinya konflik tersebut.

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository
Repository
Repository
Repository
Repository
Repository



non pemerintah diharapkan membangun suatu jaringan dan menjalankan suatu kemitraan yang baik sesuai peran dan keahlian masing-masing.

Ekowisata berbasis masyarakat merupakan usaha ekowisata yang menitikberatkan peran aktif komunitas. Hal ini juga berdasarkan prinsip dan kriteria ekowisata berbasis masyarakat yang dikemukakan oleh Dirjen Pengembangan Destinasi Pariwisata (2009:2) bahwa pada kenyataannya masyarakat memiliki pengetahuan tentang alam serta budaya yang menjadi potensi dan nilai jual sebagai daya tarik wisata, sehingga mutlak untuk melibatkan masyarakat. Pola ekowisata berbasis masyarakat mengakui hak masyarakat lokal dalam mengelola kegiatan wisata di kawasan yang mereka miliki secara adat ataupun sebagai pengelola.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, manajemen tata kelola untuk menjembatani antara pihak pemerintah, masyarakat lokal, dan swasta dalam mengelola Pantai Wisata Lombang supaya dapat berjalan dengan baik menarik untuk dianalisis. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam melalui penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan antara lain:

1. Bagaimana pengelolaan Pantai Wisata Lombang saat ini?

2. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi penyusunan strategi pengembangan ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep?

3. Apa strategi yang sebaiknya diterapkan dalam mengembangkan ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan bentuk pengelolaan Pantai Wisata Lombang saat ini.
2. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi penyusunan strategi pengembangan ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep.
3. Menyusun dan merekomendasikan strategi yang sebaiknya diterapkan dalam mengembangkan ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep.

D. Kontribusi Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki kontribusi sebagai berikut:

1. Aspek akademis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang pengembangan daya tarik wisata yang menerapkan konsep ekowisata.

b. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi atau pertimbangan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang akan mengambil tema penelitian yang sama.

2. Aspek praktis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumbang saran terhadap pengelola objek wisata Pantai Wisata Lombang yakni Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep dalam menerapkan straegi pengembangan ekowisata di Pantai Wisata Lombang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini digunakan untuk mempermudah gambaran mengenai isi penelitian ini. Adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memberikan deskripsi mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah pokok penelitian, meliputi pengertian pariwisata, pengertian wisatawan, permintaan pariwisata, penawaran pariwisata, ekowisata, pengembangan ekowisata, manajemen strategi, dan analisis

SWOT.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, seperti tentang jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan deskripsi dari objek wisata yang dijadikan sebagai lokasi penelitian, menjelaskan analisis lingkungan internal dan eksternal serta faktor-faktor internal dan eksternal yang ada di sekitar lingkungan objek wisata tersebut, dan hasil dari setiap tahap analisis yang digunakan untuk menentukan strategi yang akan dijalankan oleh pengelola.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti disertai dengan saran yang diharapkan dapat berguna untuk pengembangan selanjutnya.





BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan tema dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengarahkan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Penelitian terdahulu berfungsi untuk digunakan sebagai pedoman, dasar pertimbangan, maupun perbandingan bagi peneliti untuk memperoleh arah dan kerangka berfikir yang jelas. Berikut penelitian terdahulu yang dijadikan referensi antara lain:

1. Hary Rachmad Riyadi (2008)

Penelitian ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Pantai Parangtritis Pasca Gempa Bumi dan Tsunami di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi pariwisata Pantai Parangtritis pasca terjadinya tsunami dan gempa bumi serta menganalisis kondisi lingkungan eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran wisata Pantai Parangtritis. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi industri pariwisata Pantai Parangtritis pasca gempa bumi dan tsunami dalam kondisi yang kurang baik. Berdasarkan hasil analisis SWOT pada Matriks IFAS menunjukkan berada pada posisi rata-rata. Kekuatan utama terletak pada konsep

pengembangan wisata yang mulai terencana, sedangkan kelemahan utama terletak pada kurangnya pendanaan dari pihak luar. Matriks EFAS juga menunjukkan berada pada posisi rata-rata. Peluang utama yang dimiliki adalah kepemilikan gumuk pasir tipe *barchan* yang satu-satunya di Asia Tenggara, sedangkan ancaman terbesar adalah tingkat pendidikan masyarakat sekitar yang masih rendah. Jika dilihat dari persaingan industri diperoleh hasil bahwa kondisi persaingan industri pariwisata yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dalam lingkup DI Yogyakarta tidak terlalu berpengaruh terhadap perkembangan wisata di daerah tersebut. Adapun strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul yakni menjaga dan mempertahankan strategi yang sudah ada dari beberapa aspek yakni dari strategi harga, promosi, tempat, dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Persamaan pada penelitian peneliti adalah pendekatan dan metode penelitian yang digunakan serta membahas mengenai wisata pantai. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan masalah yang diangkat untuk diteliti.

2. Dian Satria (2009)

Penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Malang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi pengembangan ekowisata yang berbasis pada ekonomi lokal di Kabupaten Malang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dan metode pengelolaan data menggunakan metode reflektif.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa pulau Sempu merupakan kawasan cagar alam berupa pulau kecil yang langsung menghadap Samudra Hindia di satu sisi dan menghadap ke pulau Jawa dilainnya. Berdasarkan hasil analisis SWOT dihasilkan kekuatan utama dari penelitian ini adalah Pulau Sempu memiliki kekayaan alam dan pemandangan yang masih alami dan dapat menjadi keunggulan atau atraksi yang sangat menarik bagi wisatawan yang datang. Kelemahan utama dari penelitian ini peran pemerintah dan masyarakat untuk mengembangkan wilayah Pulau Sempu sebagai lokasi Ekowisata belum sepenuhnya berhasil, hal ini dilihat dari belum adanya program khusus untuk mengembangkan wilayah di kawasan Pulau Sempu ini menjadi lebih bernilai dan berbobot. Peluang utama yakni wisata Pulau Sempu dapat menjadi pilihan tempat Ekowisata yang menarik di wilayah Jawa Timur. Ancaman dari penelitian ini adalah pengembangan wilayah Sendang Biru untuk menjadi pelabuhan *cargo* Internasional yang dapat menjadi ancaman lingkungan. Adapun kebijakan yang dapat diambil dari pengembangan Ekowisata di Pulau Sempu adalah penguatan konsep ekowisata bagi pulau Sempu. Pengembangan ekowisata pun hendaknya dapat diselaraskan dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, serta tidak berbenturan dengan upaya konservasi yang telah dilakukan oleh pemerintah. Selain itu, pengembangan ekowisata semaksimal mungkin harus melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah secara optimal dalam setiap proses di dalamnya, hal ini dilakukan guna memberikan ruang yang luas bagi masyarakat setempat untuk menikmati keuntungan secara ekonomi dari pengembangan ekowisata di wilayah ini.

Persamaan pada penelitian peneliti adalah lokasi penelitian yang dipilih sama-sama wisata alam dengan konsep ekowisata dan metode penelitian yang digunakan dianalisis dengan metode analisis yang sama. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan pengelolaan metode penelitian.

3. Lailatul Qomariah (2009)

Penelitian ini berjudul “Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Taman Nasional Meru Betiri”. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk membuat suatu rancangan pengembangan ekowisata berbasis masyarakat di Blok Rajegwesi. Selain tujuan utama penelitian ini memiliki beberapa tujuan antara lain untuk mengetahui (a) potensi sumberdaya ekowisata yang terdapat di Blok Rajegwesi, (b) karakteristik masyarakat Blok Rajegwesi, (c) persepsi, motivasi, partisipasi dan minat masyarakat terhadap pengembangan ekowisata berbasis masyarakat serta (d) minat, persepsi dan motivasi pengunjung terhadap pengembangan ekowisata berbasis masyarakat. Pengambilan data responden masyarakat dan pengunjung dilakukan dengan metode wawancara dan kuesioner. Pengolahan data diolah menggunakan sistem tabulasi. Selanjutnya, data hasil tabulasi dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Sementara itu, rencana pengembangan ekowisata berbasis masyarakat di Rajegwesi dirumuskan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan sumberdaya ekowisata yang berada di Rajegwesi berupa Pantai Rajegwesi, Teluk Hijau, Teluk Damai, *Stone Beach*, Goa Jepang, dan habitat *Rafflesia* serta petilasan Ki Ageng Wilis.

Persepsi masyarakat terhadap kawasan yaitu mereka menganggap kawasan hutan TNMB adalah milik negara yang dikelola oleh PHPA. Namun masih ada yang menganggap kawasan hutan TNMB adalah milik masyarakat, hal ini menjadi potensi timbulnya konflik dalam pengelolaan kawasan TNMB. Sebagian besar masyarakat mendukung adanya pengembangan wisata di Rajegwesi, hal ini dilatarbelakangi oleh motivasi masyarakat untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya. Sedangkan bentuk partisipasi yang diinginkan masyarakat dalam kegiatan pengembangan ekowisata di Rajegwesi adalah masyarakat ingin secara langsung terlibat dalam setiap proses pelaksanaan kegiatan ekowisata dan menginginkan adanya *sharing profit*. Adapun motivasi pengunjung sebagian besar didominasi untuk melihat penyu di Sukamade dan menikmati keindahan alam di TNMB. Hal ini menunjukkan bahwa wisata yang bisa dikembangkan di Rajegwesi berdasarkan minat pengunjung dan potensi yang dimiliki Rajegwesi adalah wisata edukatif. Pengembangan ekowisata berbasis masyarakat yang dapat dilakukan di Rajegwesi yaitu bentuk ekowisata edukatif dengan program kegiatan yang ditawarkan adalah *Adventure at Rajegwesi* dan *Rajegwesi Beach Tour*. Peran masyarakat dalam program kegiatan tersebut terlihat dengan adanya bentuk partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan, pembuatan keputusan, pelaksanaan dan pembagian keuntungan ekonomi. Proses pembagian keuntungan ekonomi dilakukan sesuai kesepakatan yang telah ditentukan antara masyarakat dengan pengelola.

Persamaan pada penelitian peneliti adalah lokasi penelitian yang dipilih adalah wisata alam dengan konsep ekowisata. Perbedaannya adalah metode penelitian.

Tabel 2 : Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Hary Rachmad Riyadi (2008)	Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Pantai Parangtritis Pasca Gempa Bumi dan Tsunami di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta	Mengetahui kondisi pariwisata Pantai Parangtritis pasca terjadinya tsunami dan gempa bumi serta menganalisis kondisi lingkungan eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran wisata Pantai Parangtritis.	Analisis SWOT kualitatif	Kondisi industri pariwisata Pantai Parangtritis pasca gempa bumi dan tsunami dalam kondisi yang kurang baik. Hasil analisis SWOT pada Matriks IFAS menunjukkan berada pada posisi rata-rata. Kekuatan utama terletak pada konsep pengembangan wisata yang mulai terencana, sedangkan kelemahan utama terletak pada kurangnya pendanaan dari pihak luar. Matriks EFAS juga menunjukkan berada pada posisi rata-rata. Peluang utama yang dimiliki adalah kepemilikan gumuk pasir tipe <i>barchan</i> yang satu-satunya di Asia Tenggara, sedangkan ancaman terbesar adalah tingkat pendidikan masyarakat sekitar yang masih rendah. Jika dilihat dari persaingan industri diperoleh hasil bahwa kondisi persaingan industri pariwisata yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dalam lingkup DI Yogyakarta tidak terlalu berpengaruh terhadap perkembangan wisata di daerah tersebut. Adapun strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul yakni menjaga dan mempertahankan strategi yang sudah ada dari beberapa aspek yakni dari strategi harga, promosi, tempat, dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia.

Dian	Satria (2009)	Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal dalam Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Malang	Mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi pengembangan ekowisata yang berbasis pada ekonomi lokal di Kabupaten Malang	Analisis SWOT reflektif	Pulau Sempu merupakan kawasan cagar alam berupa pulau kecil yang langsung menghadap Samudra Hindia di satu sisi dan menghadap ke pulau Jawa dilainnya. Kekuatan utama adalah Pulau Sempu memiliki kekayaan alam dan pemandangan yang masih alami dan dapat menjadi keunggulan atau atraksi yang sangat menarik bagi wisatawan yang datang. Kelemahan utama yakni peran pemerintah dan masyarakat untuk mengembangkan wilayah Pulau Sempu sebagai lokasi Ekowisata belum sepenuhnya berhasil, hal ini dilihat dari belum adanya program khusus untuk mengembangkan wilayah di kawasan Pulau Sempu ini menjadi lebih bernilai dan berbobot. Peluang utama yakni wisata Pulau Sempu dapat menjadi pilihan tempat Ekowisata yang menarik di wilayah Jawa Timur. Ancaman dari penelitian ini adalah pengembangan wilayah Sendang Biru untuk menjadi pelabuhan <i>cargo</i> Internasional yang dapat menjadi ancaman lingkungan. Kebijakan yang dapat diambil dari pengembangan ekowisata di Pulau Sempu adalah penguatan konsep ekowisata bagi pulau Sempu. Pengembangan ekowisata hendaknya dapat diselaraskan dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, serta tidak berbenturan dengan upaya konservasi yang telah dilakukan oleh pemerintah. Selain itu, pengembangan ekowisata semaksimal mungkin harus melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah secara optimal dalam setiap proses di dalamnya.
2					

3	Lailatul Qomariah (2009)	Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Taman Nasional Meru Betiri	Tujuan utama penelitian ini adalah untuk membuat suatu rancangan pengembangan ekowisata berbasis masyarakat di Blok Rajegwesi.	Analisis SWOT tabulasi	sumberdaya ekowisata yang berada di Rajegwesi berupa Pantai Rajegwesi, Teluk Hijau, Teluk Damai, <i>Stone Beach</i> , Goa Jepang, dan habitat <i>Rafflesia</i> serta petilasan Ki Ageng Wilis. Persepsi masyarakat terhadap kawasan yaitu mereka menganggap kawasan hutan TNMB adalah milik negara yang dikelola oleh PHPA, sebagian menganggap milik masyarakat. Masyarakat mendukung adanya pengembangan wisata di Rajegwesi untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya. Motivasi pengunjung didominasi untuk melihat penyu di Sukamade dan menikmati keindahan alam di TNMB. Pengembangan ekowisata berbasis masyarakat yang dapat dilakukan di Rajegwesi yaitu bentuk ekowisata edukatif dengan program kegiatan yang ditawarkan adalah <i>Adventure at Rajegwesi</i> dan <i>Rajegwesi Beach Tour</i> .
---	--------------------------	--------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

B. Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata (*tourism*) baru muncul di masyarakat sekitar abad ke-18, khususnya sesudah Revolusi Industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji (Muljadi, 2012:7). Kata pariwisata sendiri berasal dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* artinya banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan *wisata* artinya perjalanan atau bepergian. Pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling.

Pariwisata secara luas juga diartikan sebagai kegiatan rekreasi diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain (Damanik dan Weber, 2006:1). Pariwisata dapat juga diartikan sebagai perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai upaya mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu (Spillane, 1987:21). Wahab dalam Yoeti (2008:114) juga memberikan penjelasan bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dengan tujuan mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya.

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 (Bab 1, Pasal 1, Ayat 3)

pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Di sisi lain WTO (World Tourism Organization) mendefinisikan pariwisata sebagai berbagai aktivitas yang dilakukan orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk dan tinggal di luar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan, bisnis, dan keperluan lain.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lainnya, dimulai dari seorang keluar dari rumah hingga kembali ketempat semula. Perjalanan yang dilakukan bersifat sementara dan bukan untuk mencari nafkah atau pekerjaan melainkan untuk berlibur dan dalam jangka waktu tertentu.

C. Pengertian Wisatawan

Pariwisata ada karena adanya wisatawan. Menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Sedangkan menurut UN.Convention Concerning Customs Facilities For Touring (1954), istilah wisatawan diberikan pengertian sebagai orang yang mengunjungi suatu negara secara dan tidak untuk keperluan bermigrasi dengan waktu tinggal setidaknya-tidaknya 24 jam dan selama-lamanya 6 bulan di tahun pertama. Dalam pemahaman pengertian wisatawan seperti yang telah dikemukakan sebelumnya,

kriteria batasan seorang wisatawan ditentukan berdasarkan pada dimensi waktu tinggal dan tujuan kunjungannya ke suatu destinasi. World Tourism Organization (WTO), memberikan batasan pengertian wisatawan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke suatu atau beberapa negara di luar tempat tinggal biasanya (*home base*), untuk periode kurang dari 12 (dua belas) bulan dan memiliki tujuan untuk melakukan berbagai aktifitas atau kegiatan wisata (Sunaryo, 2013:3).

Selanjutnya, dalam terminologi kepariwisataan di Indonesia istilah untuk orang yang melakukan perjalanan dibagi menjadi dua, yakni (1) wisatawan (*tourist*), yaitu mereka yang mengunjungi suatu daerah lebih dari 24 jam; dan (2) pelancong/pengunjung (*excursionist*), yaitu mereka yang tinggal di tujuan wisata kurang dari 24 jam.

D. Permintaan Pariwisata

Pada umumnya yang dimaksud permintaan adalah sejumlah barang atau produk yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu. Permintaan dalam ilmu ekonomi yang lebih umum diartikan sebagai keinginan seseorang (konsumen) terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkannya. Permintaan (*demand*) sebagai suatu konsep mengandung pengertian bahwa berlaku terhadap tiga variabel yang saling mempengaruhi, yaitu kualitas produk, harga, dan manfaat produk (Yoeti, 2008:109).

Yoeti (2008:119) menegaskan, permintaan dalam industri pariwisata terdiri atas beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaatnya bagi wisatawan. Fasilitas atau produk itu disediakan oleh perusahaan yang berbeda atau diperlukan oleh wisatawan dalam waktu yang berbeda-beda. Dengan kata lain, permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu diperlukan pada saat perjalanan wisata dilakukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, seperti DTW apa yang akan dikunjungi, atau hotel mana yang akan digunakan untuk menginap.

Menurut Spillane (1987:103), salah satu faktor yang sangat mempengaruhi permintaan adalah mobilitas. Mobilitas manusia timbul oleh berbagai macam dorongan kebutuhan atau kepentingan yang disebut dengan istilah motivasi, yang dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Dorongan kebutuhan dagang atau ekonomi.
2. Dorongan kebutuhan kepentingan politik.
3. Dorongan kebutuhan keamanan.
4. Dorongan kebutuhan kesehatan.
5. Dorongan kebutuhan pemukiman.
6. Dorongan kebutuhan kepentingan keagamaan.
7. Dorongan kebutuhan kepentingan pendidikan.
8. Dorongan kebutuhan minat kebudayaan.
9. Dorongan kebutuhan hubungan keluarga.
10. Dorongan kebutuhan untuk rekreasi.

Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. *Potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata. Sedangkan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu (Yoeti, 2008:123).

1. General Demand Factors

Menurut Yoeti (2008:123) secara umum, permintaan terhadap barang dan jasa industri pariwisata banyak bergantung dari hal-hal sebagai berikut:

a. *Purchasing Power*

Hal ini berkaitan dengan kemampuan membeli seseorang banyak ditentukan oleh pendapatan penghasilan yang erat kaitannya dengan tingkat hidup dan intensitas perjalanan yang dilakukan. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar kemungkinan seseorang melakukan perjalanan wisata yang diinginkan.

b. *Demographic Structure and Trends*

Besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk, serta struktur usia penduduk dapat mempengaruhi permintaan pariwisata. Jumlah penduduk yang banyak akan tetapi pendapatan perkapita yang kecil maka kesempatan melakukan perjalanan wisata juga semakin kecil. Usia penduduk yang masih muda dengan pendapatan relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya terhadap permintaan akan perjalanan wisata.

c. *Sosial and Cultural Factors*

Industrialisasi yang menyebabkan meningkatnya pendapatan dalam masyarakat dan pemerataan pendapatan masyarakat memungkinkan seseorang memiliki kesempatan melakukan perjalanan wisata untuk menghilangkan stress ataupun kejenuhan kerja.

d. *Travel Motivation and Attitudes*

Kondisi sosial dan budaya masyarakat sangat erat kaitannya dengan motivasi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata. Hubungan



kekeluargaan masyarakat yang erat mendorong untuk saling berkunjung satu dengan yang lain sehingga meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.

e. *Opportunities to travel and Tourism Marketing Intensity*

Hal ini biasanya berkaitan adanya *Meeting, Incentive, Convention* dan *Exhibition (MICE)* yang diadakan di daerah tertentu akan meningkatkan kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata. Perjalanan yang dilakukan tidak hanya karena biaya perjalanan yang ditanggung perusahaan, juga memberi kesempatan kepada keluarga ikut melakukan perjalanan wisata.

2. *Factors Determining Specific Demand.*

Faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi adalah sebagai berikut:

a. Harga

Harga merupakan faktor penting dalam industri jasa pariwisata. Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas yang diberikan. Faktor harga sangat menentukan dalam persaingan antara sesama penyedia jasa wisata. Calon wisatawan cenderung akan memilih harga paket wisata yang lebih murah apabila tidak terlalu banyak perbedaan dalam fasilitas yang diberikan.

b. Daya tarik wisata

Biasanya pemilihan daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata tersebut apakah sesuai dengan keinginan atau tidak. Misalnya daya tarik orang ingin



ke Yogyakarta karena ingin melihat candi Borobudur dan candi Prambanan, serta menyaksikan Sendratari Ramayana.

c. Kemudahan Berkunjung

Kemudahan aksesibilitas seperti tersedianya transportasi ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi dapat mempengaruhi pilihan wisatawan. Sepanjang dapat memberi kemudahan bagi wisatawan, DTW tersebut akan banyak dikunjungi.

d. Informasi dan Layanan Sebelum Kunjungan

Faktor *Tourist Information Service* sangat penting untuk diketahui oleh wisatawan karena dapat menjelaskan tempat mana yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang akan digunakan, waktu dan apa saja yang perlu dipersiapkan, dan sebagainya.

e. Citra

Wisatawan memiliki kesan dan impian tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Oleh sebab itu suatu objek wisata harus memiliki citra yang bagus di mata wisatawan.

Seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan suatu perjalanan atau tidak membutuhkan proses yang panjang. Hal ini diungkapkan oleh Yoeti (2008:128) bahwa “Proses pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata sifatnya lebih kompleks dibandingkan dengan pengambilan keputusan untuk membeli barang-barang mewah kebutuhan rumah tangga”. Lebih lanjut Yoeti (2008:130) menjelaskan bahwa setiap orang dalam mengambil keputusan dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, baik secara obyektif maupun

subyektif. Faktor internal, sampai sejauh mana calon wisatawan mengenal atau mengetahui DTW lain yang pernah dikunjungi termasuk pula harapan dan keinginan calon wisatawan. Faktor eksternal, adalah informasi yang yang diperoleh dari beberapa sumber, apakah dari brosur, iklan, akan tetapi yang paling mempengaruhi adalah informasi dari orang lain secara langsung.

E. Penawaran Pariwisata

Dalam ilmu ekonomi, penawaran (*supply*) diartikan sejumlah produk, barang atau komoditi yang tersedia dalam pasar yang siap dijual kepada konsumen yang membutuhkan. Pengertian penawaran dalam industri pariwisata meliputi semua macam produk dan pelayanan atau jasa yang dihasilkan oleh kelompok perusahaan industri pariwisata sebagai pemasok, yang ditawarkan baik kepada wisatawan secara langsung atau melalui agen perjalanan ataupun biro perjalanan wisata sebagai perantara (Yoeti, 2008:155).

Penawaran pariwisata meliputi produk dan jasa wisata. Produk wisata adalah semua produk yang diperuntukkan atau dikonsumsi seseorang selama melakukan kegiatan wisata. Jasa wisata adalah gabungan produk yang terangkum dalam atraksi, transportasi, akomodasi, dan hiburan (Freyer, 1993 dalam Damanik dan Weber, 2006:11). Potensi wisata adalah semua objek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan supaya dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Damanik dan Weber, 2006:11).

Damanik dan Weber (2006:11) menjelaskan elemen penawaran pariwisata sering disebut dengan *triple A's* yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, dan

amenitas. Atraksi dapat diartikan sebagai objek wisata (*tangible* atau *intangible*) yang memberikan kesenangan kepada wisatawan. Atraksi dapat dibagi tiga, yaitu alam, budaya, dan buatan. Aksesibilitas meliputi semua infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan dari, ke dan selama di daerah tujuan wisata, mulai dari darat, laut, dan udara. Akses ini tidak hanya menyangkut aspek kuantitas tetapi juga kualitas, ketepatan waktu, keselamatan, dan kenyamanan.

Aksesibilitas biasanya banyak membahas mengenai infrastruktur transportasi di negara atau daerah tujuan wisata. Apabila aksesibilitas di negara tujuan wisata baik maka wisatawan akan merasa nyaman berkeliling di negara tujuan wisata tersebut dan wisatawan tidak hanya terpusat pada daerah-daerah tertentu saja.

Faktor yang ketiga adalah amenitas, merupakan infrastruktur yang sebenarnya tidak langsung terkait dengan pariwisata namun sering menjadi bagian dari kebutuhan wisatawan. Seperti misalnya toko penjual buku panduan wisata, tempat penukaran uang asing, usaha persewaan, dan lain-lain

Semakin lengkapnya ketiga unsur di atas dalam produk pariwisata maka semakin kuat posisi penawaran dalam sistem kepariwisataan. Untuk memperkuat posisi tersebut maka kualitas produk yang ditawarkan harus diperhatikan. Pihak yang menilai mutu produk wisata adalah wisatawan yang menikmati produk wisata tersebut.

Lebih lanjut Damanik dan Weber (2006:13) menyebutkan bahwa kualitas produk terkait dalam empat hal yaitu keunikan, otentisitas, origanitas, dan keragaman. Keunikan disini diartikan sebagai kelangkaan dan daya tarik yang khas melekat pada suatu objek wisata. Originalitas atau keaslian mencerminkan



keaslian dan kemurnian, yakni seberapa jauh suatu produk tidak tercampur atau mengadopsi model atau nilai yang berbeda dari nilai aslinya. Otentisitas mengacu pada keaslian. Otentisitas sering dikaitkan dengan eksotisme budaya sebagai atraksi wisata. Keragaman atau diversitas produk artinya keanekaragaman produk dan jasa yang ditawarkan. Wisatawan harus diberikan banyak pilihan produk wisata dengan tingkat kualitas yang berbeda. Sebab dengan begitu, wisatawan dapat tinggal lebih lama dan menikmati atraksi yang bervariasi serta memperoleh pengalaman wisata yang lengkap.

F. Ekowisata

Banyak definisi yang menjelaskan tentang arti ekowisata. Namun, semua setuju bahwa ekowisata berbeda dengan wisata lainnya, karena sifatnya yang dikondisikan untuk mendukung kegiatan konservasi. Definisinya selalu memfokuskan pada “wisata yang bertanggung jawab terhadap lingkungan”.

Selanjutnya, banyak masukan dari para ahli untuk memperbaiki definisi tersebut.

Antara lain “memberikan dampak langsung terhadap konservasi kawasan”, “berperan dalam usaha-usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal”, “mendorong konservasi dan pembangunan berkelanjutan”, dan sebagainya (Wunder, 2000 dalam Hakim, 2004:52).

Ekowisata merupakan salah satu bentuk kegiatan wisata khusus. Bentuknya yang khusus itu menjadikan ekowisata sering dikatakan sebagai lawan dari wisata massal. Perbedaannya dengan wisata massal sebenarnya terletak pada karakteristik produk dan pasar. Ekowisata merupakan kegiatan wisata yang

menaruh perhatian besar terhadap kelestarian sumberdaya pariwisata. Masyarakat Ekowisata International mengartikan sebagai perjalanan wisata alam yang bertanggung jawab dengan cara mengkonservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (*responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people*) (The International Ecotourism Society (TIES), 2000).

Menurut Satria (2009:38), ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu lingkungan baik alam yang alami maupun buatan serta budaya yang ada yang bersifat partisipatif dan informatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial-budaya. Ekowisata memfokuskan pada tiga hal utama yaitu; keberlangsungan alam atau ekologi, memberikan manfaat ekonomi, dan secara psikologi dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat. Jadi, kegiatan ekowisata secara langsung memberi jalan kepada semua orang untuk melihat, mengetahui, dan menikmati pengalaman alam, intelektual dan budaya masyarakat lokal.

Berdasarkan definisi ekowisata tersebut di atas Damanik dan Weber (2006:37) menjelaskan bahwa ekowisata dapat dilihat dari tiga perspektif, yakni: pertama, ekowisata sebagai produk; kedua, ekowisata sebagai pasar; ketiga ekowisata sebagai pendekatan pengembangan. Sebagai produk, ekowisata merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam. Sebagai pasar, ekowisata merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan. Akhirnya sebagai pendekatan pengembangan, ekowisata merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah

lingkungan. Kegiatan wisata yang dilakukan ditekankan untuk bertanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan. Dalam kegiatannya bukan hanya wisatawan yang berperan penting akan tetapi pelaku wisata lain seperti *tour operator* dan juga masyarakat.

Wearing dan Neil (1999) dalam Hakim (2004:53) menjelaskan bahwa ide-ide ekowisata berkaitan dengan wisata yang diharapkan dapat mendukung konservasi lingkungan hidup. Dikarenakan tujuannya adalah untuk menciptakan suatu kegiatan industri wisata yang mampu memberikan peran dalam konservasi lingkungan hidup. Ekowisata seringkali dirancang sebagai wisata yang berdampak rendah (*Low Impact Tourism*). Ekowisata dikarakteristikkan dengan adanya beberapa hal berikut ini:

1. Adanya manajemen lokal dalam pengelolaan
2. Adanya produk perjalanan dan wisata yang berkualitas
3. Adanya penghargaan terhadap budaya
4. Pentingnya pelatihan-pelatihan
5. Bergantung dan berhubungan dengan sumberdaya alam dan budaya
6. Adanya integrasi pembangunan dan konservasi.

Dalam aktivitasnya, ekowisata memiliki parameter tersendiri. Adapun parameter ekowisata diungkapkan oleh Honey dalam bukunya yang berjudul *Ecotourism and Sustainable Development: Who owns Paradise* (1999), dalam Hakim (2004:54) dinyatakan sebagai berikut:

1. Perjalanan ke kawasan alamiah

Kawasan alamiah yang dimaksud adalah kawasan yang memiliki kekayaan hayati dan bentang alam yang indah, unik, dan kaya. Tempat alamiah juga dapat dikatakan sebagai lingkungan yang relatif belum terganggu dan

menunjukkan gambaran integritas komponen-komponennya yang secara visual itu ditangkap sebagai harmoni dan keindahan alam.

2. Dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan rendah

Dampak yang ditimbulkan biasanya berasal dari pengelola wisata, wisatawan, pengelola hotel, penginapan, restoran, dan sebagainya. Diharapkan dengan adanya kegiatan ekowisata dapat meminimalisir dampak yang ditimbulkan.

3. Membangun kepedulian terhadap lingkungan

Tujuan dasarnya untuk mempromosikan kekayaan hayati di habitat aslinya dan melakukan pendidikan konservasi secara langsung. Usaha ekowisata harus mampu membawa seluruh pihak yang terlibat dalam ekowisata mempunyai kepedulian terhadap konservasi lingkungan hidup.

4. Memberikan dampak keuntungan ekonomi secara langsung bagi konservasi

Ekowisata dengan sebuah mekanisme tertentu, harus mampu menyumbangkan aliran dana dari penyelenggaraannya untuk melakukan konservasi habitat, dengan tujuan utama yakni memelihara integritas fungsi-fungsi ekosistem dari destinasi wisata.

5. Memberikan dampak keuangan dan pemberdayaan masyarakat lokal

Masyarakat lokal haruslah mendapat manfaat dari kegiatan wisata yang dikembangkan terutama dalam hal ekonomi. Adanya bisnis pendukung di sekitar ODTW seperti toko cendramata, penginapan, restoran, dan lainnya harusnya dikelola oleh masyarakat lokal itu sendiri. Hal tersebut untuk menjamin keikutsertaan masyarakat lokal dalam pertumbuhan ekonomi setempat.

6. Adanya penghargaan terhadap budaya setempat

Budaya masyarakat lokal yang unik merupakan bagian dari atraksi wisata bagi wisatawan. Budaya yang ada tersebut harus mendapat penghargaan dan pelestarian, supaya kontribusinya bagi konservasi kawasan dapat memainkan peran.

7. Mendukung hak asasi manusia dan gerakan demokrasi

Pada dasarnya, masyarakat lokal merupakan masyarakat yang telah lama berinteraksi dengan lingkungan sekitar destinasi wisata. Beberapa kelompok masyarakat secara tradisional masih tergantung kepada sumber daya hutan, pesisir, dan laut. Melakukan sebuah regulasi dan diskusi-diskusi dengan masyarakat untuk menjamin pemanfaatan secara adil menjadi parameter yang tepat dan berguna untuk menilai keberhasilan ekowisata.

G. Pengembangan Ekowisata

Tuwo (2011:317) menjelaskan bahwa dalam merumuskan strategi pengembangan ekowisata maka sebelumnya harus dikaji terlebih dahulu berdasarkan kondisi lingkungan strategik yang berpengaruh. Kondisi lingkungan strategik tersebut mencakup faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat berpengaruh terhadap pengelolaan ekowisata.

Pengembangan ekowisata merupakan jawaban dari masalah lingkungan dan juga sangat menunjang pembangunan ekonomi, terutama ekonomi penduduk lokal. Horwich *et al.* (1995) dalam Rahmawati (2009:17) menyatakan bahwa

ekowisata yang benar harus didasarkan atas sistem pandang yang mencakup di dalamnya prinsip keseimbangan dan pengikutsertaan partisipasi masyarakat setempat dalam areal-areal potensial untuk pengembangan ekowisata. Ekowisata tersebut dapat dilihat sebagai usaha bersama antara masyarakat setempat dan pengunjung dalam usaha melindungi lahan-lahan (*Wildlands*), aset budaya dan biologi melalui dukungan terhadap pembangunan masyarakat setempat.

Lebih lanjut, Usman (1999) dalam Qomariah (2009:12) mengemukakan bahwa pengembangan ekowisata Indonesia, hal yang penting dan perlu diperhatikan adalah keikutsertaan masyarakat setempat dalam setiap kegiatan kepariwisataan. Konsep pengembangan wisata dengan melibatkan atau mendasarkan kepada peran serta masyarakat (*community based ecotourism*), pada dasarnya adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat yang tinggal di daerah-daerah yang menjadi objek dan daya tarik wisata untuk mengelola jasa-jasa pelayanan bagi wisatawan.

Muntasib *et al.* (2004) dalam Qomariah (2009:12) menyatakan beberapa prinsip dasar pengembangan ekowisata, yaitu:

1. Berhubungan atau kontak langsung dengan alam (*Touch with nature*);
2. Pengalaman yang bermanfaat secara pribadi dan sosial;
3. Bukan wisata massal;
4. Program-programnya membuat tantangan fisik dan mental bagi wisatawan;
5. Interaksi dengan masyarakat dan belajar budaya setempat;
6. Adaptif (menyesuaikan) terhadap kondisi akomodasi pedesaan; dan
7. Pengalaman lebih utama dibanding kenyamanan.

Page dan Rose (2002) dalam Hendrivo (2007:11) menuliskan aspek utama dari strategi pengembangan ekowisata adalah pentingnya mengidentifikasi sumber daya yang paling menentukan, mengidentifikasi dan mengisi produk, menetapkan



pintu gerbang regional, zona tujuan dan program utama. Kuncinya adalah terletak didalam semua aspek yang diperlukan untuk terus meningkatkan jumlah wisatawan yang tertarik akan kegiatan ekowisata. Selain itu tantangan untuk suatu daerah adalah memastikan bahwa permintaan ekowisata tidak melebihi sumber daya yang tersedia untuk pengembangannya.

H. Manajemen Strategi

Sebelum memahami lebih lanjut mengenai manajemen strategi maka kita harus memahami pengertian strategi. Banyak para ahli memberikan pemikirannya tentang pengertian strategi. Rangkuti dalam bukunya yang berjudul Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (2006:3) menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Di dalam buku ini pula, terdapat beberapa pengertian strategi menurut para ahli seperti Chandler (1962) yang menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Lebih lanjut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965) dalam Rangkuti (2006:3) menjelaskan bahwa strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, Porter (1994) menjelaskan strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Andrews (1980), Chaffe (1985) dalam Rangkuti (2003:4) menjelaskan strategi sebagai kekuatan motivasi untuk *stakeholder*, seperti *stakeholders*, *debtholders*,

manajer, karyawan, konsumen komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari berbagai pengertian strategi yang dijabarkan oleh para ahli tersebut bahwa strategi adalah suatu alat yang digunakan perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan dalam menciptakan keunggulan bersaing dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi juga memiliki keterkaitan dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya. Dengan demikian, kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa strategi berfokus pada pemutusan atas langkah yang sebaiknya diambil dan dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan keunggulan bersaing.

Setelah memahami pengertian strategi di atas David (2009:5) menjelaskan definisi manajemen strategis sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

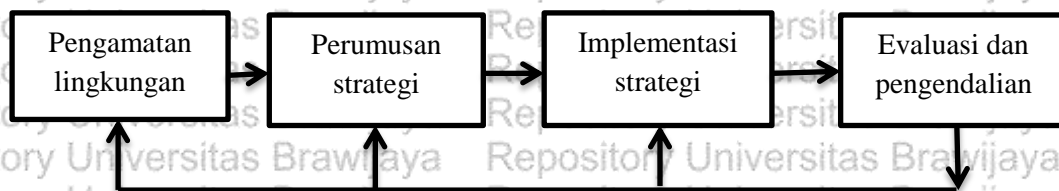
Hariadi (2003:3) menyatakan strategi manajemen adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi, dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai-nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi. Atas



dasar pengertian ini ada empat hal penting yang perlu diperhatikan yakni sebagai berikut:

1. Bahwa manajemen strategi merupakan suatu proses yang terdiri atas beberapa langkah terencana yang melibatkan manajemen dalam organisasi, mulai dari pimpinan tertinggi hingga karyawan terbawah;
2. Proses digunakan untuk merumuskan visi dan misi, menetapkan tujuan strategi dan memilih strategi yang cocok untuk mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang;
3. Proses digunakan sebagai landasan untuk menjalankan strategi demi menyediakan *customer value* terbaik;
4. Pelaksanaan strategi harus selalu dievaluasi untuk menilai apakah hasil yang dicapai sesuai dengan rencana dan perkembangan terbaru.

Selanjutnya Hariadi (2003:4) menjelaskan langkah-langkah yang perlu dijalankan suatu organisasi dalam menetapkan strategi manajemen, pada dasarnya meliputi tiga langkah utama yang saling berkaitan, yaitu pertama, perumusan strategi, kedua implementasi strategi, dan ketiga, evaluasi dan pengendalian strategi. Berbeda dengan Hariadi, Hunger dan Wheelen (2003:9) menjelaskan bahwa sebelum organisasi dapat memulai perumusan strategi, manajemen harus mengamati lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi kesempatan dan ancaman yang mungkin terjadi. Pengamatan lingkungan adalah pemantauan, pengevaluasian dan penyebaran informasi dari lingkungan eksternal kepada orang-orang kunci dalam organisasi. Pengamatan lingkungan adalah alat manajemen untuk menghindari kejutan strategis dan memastikan baik-buruk manajemen dalam jangka panjang. Adapun gambaran pengamatan lingkungan ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1 : Elemen-Elemen Dasar dari Proses Manajemen

Sumber: Hunger dan Wheelen (2003:11)

Namun pada penelitian ini tidak semua tahap proses manajemen dilakukan. Hanya ada dua proses yang akan dilakukan yakni pengamatan lingkungan dan perumusan strategi. Hal ini dilakukan karena pada penelitian ini peneliti hanya akan menyusun perumusan strategi yang dapat dijadikan pertimbangan oleh pihak pengelola yakni Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Sumenep untuk pengelolaan pariwisata yang sebaiknya diterapkan di Pantai Wisata Lombang sesuai dengan keadaan yang terjadi.

1. Formulasi Strategi (Perumusan Strategi)

Menurut Hunger dan Wheelen (2003:12) perumusan strategi merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perumusan strategi membantu sebuah organisasi mengumpulkan, menganalisis, serta mengorganisasi informasi.

Lingkungan usaha bisnis kepariwisataan seperti yang kita ketahui bahwa persaingan antara destinasi pariwisata adalah salah satu bentuk fenomena baru persaingan dalam dunia ekonomi bahkan termasuk perkembangan persaingan dari kehidupan manusia dalam sektor sosial, teknologi, budaya, dan politik

(Asch san Wolfe (2001) dalam Ritchie dan Crouch (2003:1). Berkaitan dengan hal tersebut, bisnis yang dimaksud disini adalah usaha bisnis kepariwisataan khususnya destinasi wisata. Ada beberapa langkah yang perlu dilakukan oleh pengelola daerah tujuan wisata (DTW) dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata yang berdaya saing, yaitu:

a. Pernyataan Visi dan Misi

Visi seringkali dipandang sebagai langkah pertama dari manajemen strategis. Visi adalah suatu pernyataan seperti apa suatu DTW dalam suatu periode waktu yang akan datang. Lebih tepatnya visi adalah suatu cita-cita atau suatu impian yang menginginkan suatu DTW mencapai suatu puncak prestasinya sehingga dapat membanggakan bukan saja bagi DTW-nya sendiri tetapi juga bagi masyarakatnya. Di Indonesia setiap daerah memiliki potensi pariwisata yang berbeda. Sehingga visi dan misi yang ditetapkan pun berbeda pula disesuaikan dengan potensi yang dimiliki daerah masing-masing. Biasanya Visi dan misi ini tercantum dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA), Yoeti (2005:32) menjelaskan bahwa visi sangat penting peranannya apabila suatu DTW menyusun Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA), karena visi bagi suatu DTW akan dipedomani selama periode RIPPDA berlangsung. Visi dapat menyatukan tekad untuk bekerja lebih keras dan dapat memotivasi karyawan bekerja lebih profesional, karena itu pada waktu menyusun RIPPDA visi merupakan sasaran jangka panjang yang perlu dicapai.

Selanjutnya, Yoeti (2005:30) menjelaskan misi sebenarnya adalah suatu pernyataan yang menyebutkan fungsi, tugas, dan peran sektor pariwisata dalam kehidupan perekonomian dan pembangunan, khususnya DTW yang tengah mengembangkan pariwisata di daerahnya sebagai suatu industri. Idealnya misi suatu DTW dapat didukung oleh suatu pernyataan tentang pandangan filosofi dan tujuan yang akan dicapai. Pandangan filosofi itu diharapkan dapat memberi nilai, menimbulkan kepercayaan dan dapat pula berfungsi sebagai garis besar pedoman yang perlu diikuti DTW dalam menjalankan fungsinya sebagai suatu DTW dalam menarik kunjungan wisatawan. Misi suatu organisasi, lembaga, atau DTW akan menjadi jelas bila dapat menjawab pertanyaan: “apa peran, fungsi, dan tugas organisasi atau lembaga pariwisata yang ada pada suatu DTW?”

b. Menetapkan Sasaran (*Goals*)

Sasaran berbeda dengan misi. Sasaran disusun justru untuk menuntun organisasi atau lembaga dalam mencapai atau melaksanakan misinya. Dalam konteks DTW, sasaran dapat diartikan sebagai pedoman bagi semua lini organisasi dan industri pariwisata. Sasaran juga dapat memberikan standar penilaian bagi kinerja organisasi dan DTW sekaligus (Yoeti, 2005:33).

c. Menetapkan Tujuan (*Objectives*)

Tujuan dapat diartikan sebagai sasaran yang sudah dipilih dan dimasukkan dalam bentuk operasional. Dalam konteks kepariwisataan, misalnya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada suatu DTW

sebesar 20%, maka pertanyaan yang muncul adalah “apakah peningkatan 20% itu cukup layak, apakah terlalu tinggi atau mungkin terlalu rendah?” (Yoeti, 2005:34). Selain itu, tujuan mengarahkan pengelola DTW ke arah yang diinginkan dalam batasan SWOT dalam perspektif arah strategik.

d. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

1) Analisis Lingkungan Internal

Analisis ini dilakukan untuk meninjau atau mengukur kekuatan dan kelemahan yang merupakan faktor-faktor keberhasilan (*Critical Success Factor*) dari sebuah destinasi wisata.

a) Manajemen

Pengelolaan (manajemen), menurut Leiper (1990) dalam Pitana dan Diarta (2009:80) merupakan seperangkat peranan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, atau bisa juga merujuk kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut. Fungsi-fungsi manajemen tersebut adalah *planning* (perencanaan), *directing* (mengarahkan), *organizing* (termasuk koordinasi), *controlling* (pengawasan).

Manajemen yang dimaksud disini adalah manajemen destinasi yang biasanya dilakukan oleh organisasi atau lembaga yang diberi kewenangan untuk mengelola destinasi. Pada tingkat daerah pengelolaan atas sumber daya pariwisata biasanya dilakukan oleh pemerintah daerah itu sendiri. Organisasi pengelolanya berupa perangkat daerah seperti Dinas Pariwisata. Perangkat daerah ini



memiliki wewenang dalam merumuskan, menyelenggarakan, membina, dan mengevaluasi urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas desentralisasi dan tugas pembantuan dalam bidang pariwisata. Sumberdaya yang dikelola bukan hanya sumber daya alam dan budaya, akan tetapi termasuk juga sumber daya manusia.

b) Pemasaran

Yoeti (2005:38) menjelaskan bahwa fungsi pemasaran dalam konteks pengelolaan DTW dapat dilakukan dengan dua langkah, yaitu: (1) mendefinisikan dan menganalisis pasar produk dan (2) target pemasaran. Mendefinisikan dan menganalisis pasar produk maksudnya adalah mengetahui wisatawan mana saja yang banyak tertarik dan berminat dengan produk industri pariwisata yang selama ini tersedia pada suatu DTW. Cara ini dapat mempertemukan wisatawan dengan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) wisatawan. Dalam melakukan analisis pasar produk hal yang perlu diingat adalah kelangsungan hidup produk dari waktu ke waktu, dan produk itu harus dibuat sedemikian rupa, dan juga produk itu perlu dikembangkan kedepannya.

Setelah organisasi berhasil mengidentifikasi pasar produk, tugas yang dianggap paling penting menentukan wisatawan mana yang akan dijaring untuk setiap pasar produk yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan dua cara: (1) Menetapkan dan merumuskan pasar terhadap produk yang tersedia pada DTW dan memberi arahan kepada



perusahaan-perusahaan industri pariwisata untuk mempersiapkan diri guna menyesuaikan produk, fasilitas, dan pelayanan sehubungan dengan *needs* dan *wants*. (2) Menyeleksi pasar yang diharapkan datang berkunjung ke DTW tersebut.

c) Keuangan atau Akuntansi

Kondisi keuangan seringkali dianggap sebagai satu ukuran tunggal untuk posisi kompetitif dan daya tarik keseluruhan suatu perusahaan atau organisasi. Menentukan kelemahan dan kekuatan keuangan suatu organisasi merupakan hal yang penting guna memformulasikan strategi secara efektif. Dalam industri pariwisata khususnya bagi pengelola destinasi, Ritchie dan Crouch (2003:213) menjelaskan yang dimaksud keuangan disini adalah bagaimana untuk mengelokasikan dana untuk mengembangkan destinasi ataupun cara untuk mendapatkan dana. Di beberapa destinasi seringkali dijumpai pihak pengelola bekerja sama dengan pihak swasta. Bentuk kerja sama yang dilakukan adalah pihak swasta sebagai penyedia sumber modal, dan pengajuan modal ini dilakukan oleh investor lokal industri pariwisata. Hal dilakukan oleh kedua organisasi sebagai peluang untuk menyediakan pelayanan yang bernilai tinggi.

d) Produksi atau Operasi

Fungsi produksi atau operasi dari suatu bisnis terdiri dari semua aktifitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa. Menurut

Yoeti (2008:67) pariwisata disebut sebagai industri jasa, karena masing-masing perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa (*service industry*), yang masing-masing bekerja sama menghasilkan produk (*good and services*) yang dibutuhkan wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya pada suatu DTW. Dalam ilmu ekonomi, cara berproduksi semacam ini biasa disebut sebagai "*product line*", masing-masing produk melengkapi produk yang lain untuk memberi kepuasan kepada wisatawan.

e) Penelitian dan Pengembangan

Area operasi yang kelima yang harus diperhatikan adalah kekuatan dan kelemahannya adalah penelitian dan pengembangan (litbang). David (2009:220) menyebutkan litbang dalam organisasi dapat memiliki dua bentuk dasar: (1) litbang internal, yakni organisasi atau pengelola menjalankan departemen litbangnya sendiri, dan (2) kontrak litbang, yakni organisasi atau pengelola merekrut peneliti atau agen independen untuk mengembangkan produk tertentu. Pendekatan yang banyak dipakai untuk mendapatkan litbang dari luar adalah dengan menjalankan *joint venture* dengan organisasi atau pengelola lain.

Dalam industri pariwisata khususnya destinasi wisata sebagai salah satu bentuk produk pariwisata saat ini diharuskan untuk mampu bersaing dengan destinasi yang lain dalam menjaring wisatawan.

Maka salah satu daya saingnya tergantung pada pengembangan produk, pengemasan dan inovasi untuk melayani perubahan pola konsumsi wisatawan (Richie dan Crouch, 2003:73). Selanjutnya, menurut Damanik (2013:156) perubahan pola konsumsi wisatawan terjadi karena wisatawan dan calon wisatawan mengalami perubahan persepsi dan pemaknaan yang cepat tentang kegiatan pariwisata. Kegiatan berwisata bukan lagi dimaknai semata-mata untuk mengisi waktu luang (*leisure*) dan kesenangan (*pleasure*), tetapi juga untuk mencari pengalaman yang beragam dan unik. Perubahan pola konsumsi wisatawan inilah yang mendorong pengelola destinasi wisata untuk terus melakukan pengembangan dan inovasi produk.

f) Sistem Informasi Manajemen

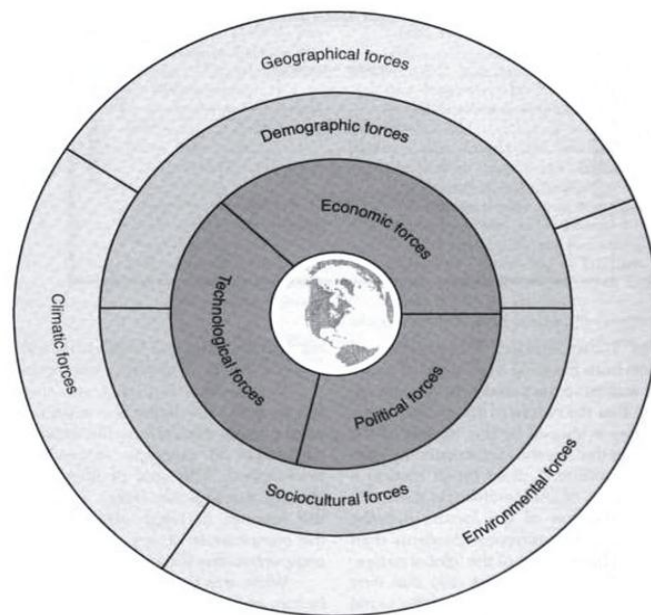
Informasi menghubungkan semua fungsi bisnis menjadi satu dan menyediakan landasan untuk semua keputusan manajerial. Informasi menunjukkan sumber utama dari kekuatan atau kelemahan kompetitif manajemen. Seiring dengan canggihnya penggunaan teknologi dalam kehidupan manusia termasuk dalam konteks pariwisata. Menurut Damanik (2013:44) kemajuan teknologi ini juga dikatakan sebagai parameter kemajuan dan daya saing suatu negara terutama bagi pengelola destinasi wisata dalam menyediakan informasi bagi wisatawan. Hampir semua proses perjalanan wisatawan dari tempat asalnya hingga tiba di tempat tujuan wisata dan pulang kembali ke tempat asal wisatawan tersebut. Misalnya reservasi tiket transportasi

yang digunakan, reservasi hotel tempat menginap bahkan informasi mengenai tempat wisata yang akan dituju semua menggunakan sistem informasi. Untuk itulah penting bagi pengelola destinasi wisata untuk menggunakan sistem informasi sebaik mungkin guna memberikan kemudahan bagi wisatawan.

2) Analisis Lingkungan Eksternal

Udaya, et al (2013:55) menjelaskan lingkungan eksternal yang dihadapi sebuah organisasi pada dasarnya dibagi menjadi tiga bagian, yaitu lingkungan jauh (*macro environment*), lingkungan industri (*industrial environment*), dan lingkungan operasional (*operational environment*). Ketiga faktor tersebut saling berhubungan dengan organisasi. Faktor tersebut secara bersama-sama merupakan variabel peluang dan ancaman. Oleh karena itu, lingkungan makro dapat mempengaruhi tingkat keuntungan organisasi dan keunggulan bersaingnya.

Dalam industri pariwisata, lingkungan makro juga terdiri dari kekuatan-kekuatan global yang dapat membentuk pariwisata dunia. (Ritchie dan Crouch, 2003:80) mencoba mengidentifikasi dan mengkategorikan kekuatan-kekuatan global dan kemudian memberikan pengertian dasar tantangan dan peluang untuk menciptakan bagi destinasi pariwisata yang sukses. Ritchie dan Crouch juga menggambarkan bentuk-bentuk kekuatan global dalam kerangka yang disebut dengan “*Onionskin Taxonomy*”.



Gambar 2 : Onionskin Taxonomy

Sumber: (Ritchie dan Crouch, 2003:80)

Gambar diatas menunjukkan ada berbagai lapisan yang berbeda yang mengelilingi sebuah destinasi. Lapisan terdalam terdapat tiga bentuk kekuatan yang dapat mempengaruhi perubahan dayaguna dan kesejahteraan destinasi secara langsung dalam jangka waktu yang pendek. Kekuatan itu terdiri dari, ekonomi, politik dan teknologi. Di lapisan berikutnya terdiri dari kekuatan yang cenderung lebih stabil dan lebih mudah diprediksi, yakni demografi dan sosial budaya. Di lapisan terluar, merupakan kekuatan yang cukup stabil dan lebih mudah diantisipasi yang terdiri atas iklim, geografis, dan lingkungan.

a) Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki dampak langsung terhadap daya tarik potensial dari beragam strategi. Faktor ekonomi terkait dengan karakteristik perekonomian di tempat suatu destinasi berada. Faktor ekonomi mempengaruhi pelaku usaha, baik dari segi biaya-biaya yang dikeluarkan, maupun daya beli konsumen. Hal tersebut dapat menciptakan tantangan khusus bagi destinasi untuk bersaing di posisi pasar pariwisata. Faktor-faktor yang harus diperhatikan tersebut antara lain tingkat pendapatan, tingkat inflasi, suku bunga, kebijakan fiskal pemerintah, harga dan sebagainya (Ritchie dan Crouch, 2003:85).

b) Faktor Teknologi

Perubahan teknologi yang cepat akan berdampak sangat besar bagi persaingan di segala bidang. Faktor ini merepresentasikan peluang dan ancaman besar yang harus dipertimbangkan dalam perumusan strategi. Kemajuan teknologi memiliki dampak terhadap kemampuan destinasi untuk bersaing, bahkan secara khusus dapat meningkatkan daya saing destinasi di daerah terpencil. Penggunaan teknologi melalui internet juga mengubah banyak wisatawan dalam mengakses informasi sebelum dan selama perjalanannya dan bahkan dapat memperhitungkan biaya pembelanjaan selama berlibur.

Dikarenakan perubahan teknologi yang sangat cepat inilah yang mengharuskan para manajer pengelola destinasi wisata untuk

meyakinkan bahwa mereka selalu menyediakan informasi terbaru kepada wisatawan (Ritchie dan Crouch, 2003:85).

c) Faktor Politik

Dunia politik merupakan salah satu bentuk perubahan kekuatan global yang dapat mengubah kemampuan daya saing destinasi wisata.

Perubahan pemerintahan baik lokal, regional, bahkan level nasional kadangkala membawa perubahan pada ideologi politik. Perubahan ideologi ini dapat berakibat pada perubahan fiskal, kebijakan lingkungan dan imigrasi.

Ritchie dan Crouch (2003:86) mengungkapkan hal ini dapat diatasi apabila seorang manajer pengelola destinasi memiliki kemampuan untuk bekerja sama dengan pemerintah dari berbagai jenjang yang memiliki kewenangan hukum dan program pemerintah yang dapat mengubah kemampuan daya saing destinasi wisata.

Seorang manajer juga harus mencoba untuk memberikan pengertian bahwa pariwisata mampu memberikan keuntungan bagi pemerintah daerah dan juga mampu menggerakkan sektor usaha yang lain.

d) Faktor Demografi

Foot dan Stoffman (2001) dalam Ritchie dan Crouch (2003:83) menjelaskan mengenai dampak besar dari demografis populasi dalam menetapkan hal penting bagi seseorang dan bagaimana mereka membuat keputusan. Fott dan Stoffman juga menjelaskan bahwa waktu luang yang dimiliki sesuai dengan perubahan usia populasi. Hal

ini juga memberikan penekanan kepada kebijakan pemerintah dan investor swasta untuk menghindari kesalahan dengan memahami perubahan usia populasi yang terjadi. Sebagai contoh, penduduk yang berusia 18-24 menyukai *event* olahraga sedangkan usia 46-64 tidak menyukainya. Bagi penyedia jasa wisata hal ini patut diperhatikan dalam menarik minat wisatawan terutama bagi wisatawan yang berusia sudah lebih dari 40 tahun. Foot dan Stoffman juga memprediksikan di masa depan bahwa ekowisata, industri kapal pesiar, perjudian dan kasino dipersiapkan untuk menghadapi pertumbuhan wisatawan yang berusia lebih dari 50 tahun.

e) Faktor Sosial-Budaya

Karakteristik budaya yang ada pada sebuah destinasi adalah bentuk nyata karakteristik yang tidak dapat diubah. Faktor sosial-budaya merupakan faktor yang stabil tetapi nampak mengalami perubahan secara signifikan pada pariwisata. Hal yang paling nyata adalah sistem nilai di suatu daerah, bagaimana mereka bekerja, bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dalam lingkup sosialnya, dan juga proses pembuatan makanan khasnya.

Komponen dasar dari sebuah budaya adalah bahasa asli yang digunakan oleh sebuah penduduk untuk berkomunikasi, setelah beberapa tahun tidak berubah tetapi mengalami perubahan yang luas.

Secara tradisional, ada banyak jumlah bahasa lokal yang digunakan secara relatif oleh kelompok kecil, suku, kaum, dan negara. Pada saat,



ini masyarakat dunia bergerak maju menjadi masyarakat yang global sehingga bahasa yang digunakan terbatas pada bahasa universal seperti bahasa Inggris, Spanyol, dan China. Dalam industri pariwisata selalu sensitif terhadap masalah bahasa, tidak hanya pada implikasi prakteknya tetapi yang sama penting adalah implikasi untuk memahami budaya tuan rumah yang didatangi. Selain budaya, makanan khas juga bagian yang tak terpisahkan dan merupakan bagian dari budaya dimana sebuah destinasi berada. Munculnya makanan cepat saji banyak menggeser nilai-nilai cita rasa makanan khas, dimana makanan cepat saji ini telah memasuki pasar sehingga memberikan perubahan bagi keberlangsungan makanan khas (Ritchie dan Crouch, 2003:84).

f) Faktor Iklim

Iklim yang ada pada suatu destinasi menurut Pearce dan Smith (1990) dalam Ritchie dan Crouch (2003:82) menunjukkan bahwa temperatur, jumlah curah hujan, lamanya sinar matahari dapat diprediksi menurut musim. Oleh sebab itu, operator wisata, investor, dan wisatawan dapat merencanakan pengembangan destinasi yang layak dan pilihan destinasi untuk berlibur.

Tidak semua pengunjung menyukai iklim yang sama dengan destinasi mereka. Ada tipe-tipe destinasi yang lebih disukai oleh pengunjung. Seperti misalnya, destinasi yang memiliki cuaca hangat dan cerah lebih disukai daripada destinasi yang memiliki cuaca dingin

dan suram. Berdasarkan hal ini penting untuk memperhatikan segmen pasar wisata sesuai dengan iklim yang diminati oleh wisatawan.

g) Faktor Lingkungan

Setiap pengelola destinasi wisata dihadapkan pada pertanyaan seberapa jauh pariwisata menyebabkan degradasi lingkungan dan apakah akibat degradasi ini menyebabkan penurunan daya tarik destinasi dan kualitas pengalaman yang didapatkan oleh wisatawan.

Ritchie dan Crouch (2003:82) mengungkapkan tantangan yang harus dihadapi adalah bagaimana meminimalisasi kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh pariwisata. Di waktu yang sama, peluang muncul sebagai bentuk dari kepedulian terhadap lingkungan yakni dengan mengembangkan pasar ekowisata, yang termasuk didalamnya adalah melihat kehidupan alam liar (baik darat maupun laut), dan juga perjalanan untuk pengetahuan lingkungan. Melihat dari sisi faktor lingkungan ini maka para pembuat kebijakan pariwisata membutuhkan kajian secara hati-hati hubungan industri pariwisata dengan tanggung jawab terhadap lingkungan yang seharusnya.

h) Faktor Geografi

Faktor geografis berhubungan dengan letak dimana destinasi berada. Ritchie dan Crouch (2003:83) mengatakan bahwa dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata faktor lokasi sangat penting perannya, karena dengan lokasi dapat memberikan penjelasan berbagai hal tentang gejala yang akan dipelajari. Lokasi



juga sangat menentukan berhasil atau tidaknya pembangunan dan pengembangan pariwisata, terkait dengan aspek jarak, biaya, kondisi jalan serta bagaimana mencapai lokasi tersebut. Lokasi dalam hal ini juga dapat diartikan sebagai lokasi relatif yaitu lokasi suatu tempat dipandang dari tempat atau daerah lain.

Berdasarkan analisis faktor eksternal yang dikemukakan oleh Ritchie dan Crouch (2003) terdapat delapan faktor yang mempengaruhinya. Akan tetapi pada penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penyusunan strategi sesuai dengan kondisi yang ada di lokasi dan situs penelitian.

I. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Menurut Rangkuti (2003), analisis *SWOT* adalah identifikasi 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 perencanaan strategis (*strategy planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal

ini dinamakan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk Analisis Situasi adalah Analisis *SWOT*.



Gambar 3 : Diagram Analisis SWOT

Sumber : Rangkuti (2003:19)

Kuadran I : Ini 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 oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan

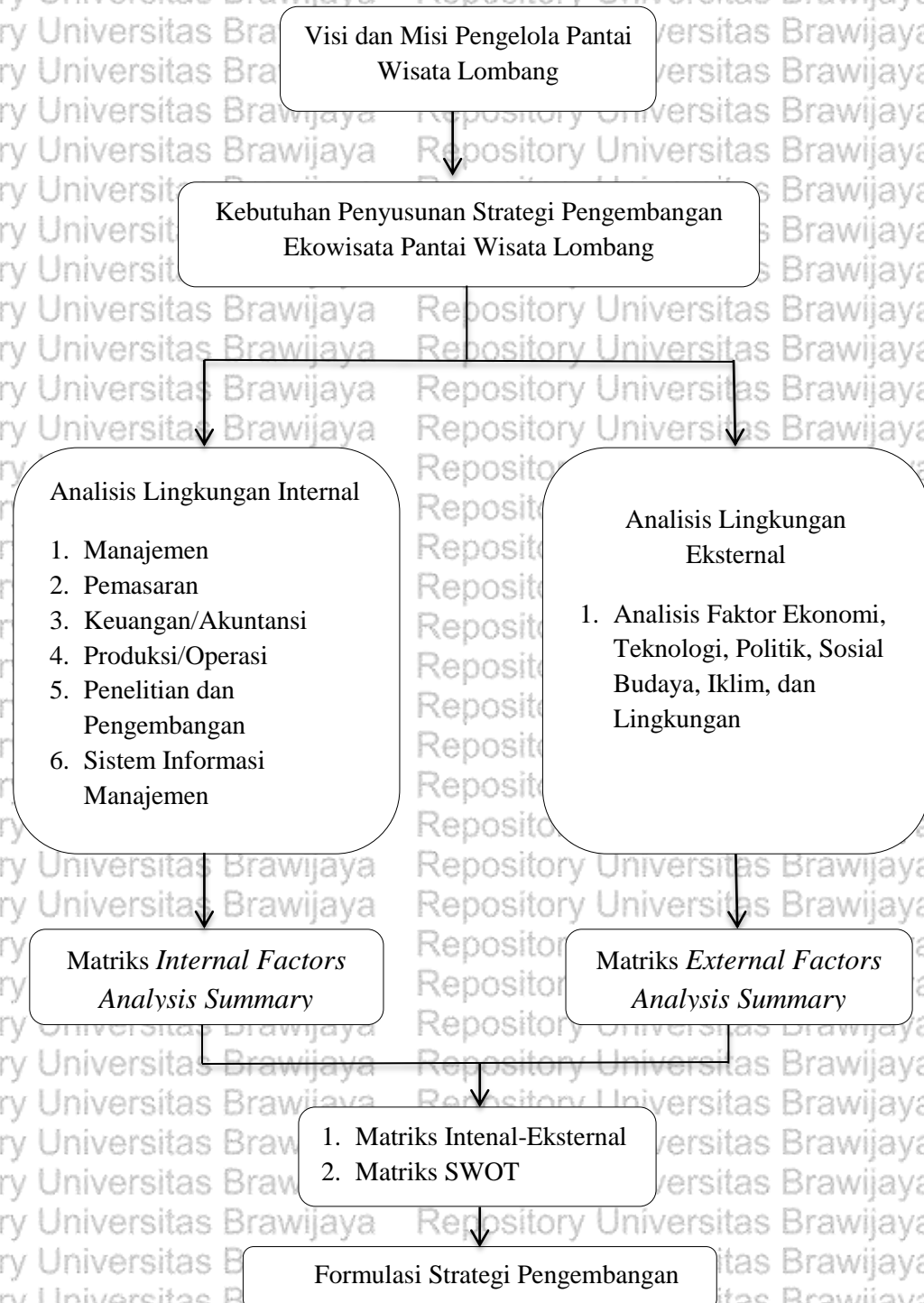
peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau jasa).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

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 (Rangkuti, 2003).

G. Kerangka Penelitian



Gambar 4 : Kerangka Penelitian

Sumber : Olahan Peneliti (2018)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian tentang Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep ini merupakan penelitian deskriptif. Menurut Nazir (2003:54) penelitian deskriptif merupakan suatu metode untuk meneliti kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran maupun peristiwa yang terjadi pada saat ini. Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui keadaan atau status tertentu dan berusaha menggambarkan fenomena sosial tertentu. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif atau kombinasi dengan model eksploratoris sekuensial. Peneliti menggunakan jenis penelitian karena menghubungkan antara metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap pertama, yang kemudian diikuti oleh pengumpulan dan analisis data kuantitatif pada tahap kedua yang didasarkan pada hasil-hasil tahap pertama (Creswell, 2012:317). Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin yang terjadi saat itu, dan juga pengumpulan informasi penelitian ini dilakukan pada saat tertentu dimana pengumpulan informasi bergantung pada kesediaan narasumber.

B. Fokus Penelitian

Iskandar (2009:89) menjelaskan bahwa fokus penelitian merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti untuk memudahkan proses penelitian. Penentuan fokus penelitian dilakukan dengan memilih fokus atau pokok permasalahan yang dipilih secara spesifik. Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Pengamatan lingkungan pengelola destinasi wisata baik lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) maupun lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Lingkungan internal pada penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh David (2009:5) yakni faktor-faktor strategis intenal berfokus pada manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan manajemen, serta sistem informasi manajemen. Sedangkan pada lingkungan eksternal pada penelitian ini adalah teori dari Ritchie dan Crouch (2003:80) yang mengidentifikasi faktor eksternal antara lain faktor ekonomi, teknologi, politik, sosial-budaya, iklim, dan lingkungan.
2. Menganalisis lingkungan internal dan eksternal dengan pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT yang digunakan adalah analisis situasi yang dijelaskan oleh Rangkuti (2003:19)
3. Memformulasikan strategi pengembangan ekowisata sesuai dengan hasil dari analisis internal dan eksternal. Formulasi strategi pada penelitian ini menggunakan teori Rangkuti (2003:31).

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Penentuan lokasi dan situs penelitian merupakan suatu kegiatan yang sangat menentukan terhadap proses pengambilan data. Lokasi penelitian adalah tempat peneliti menangkap kejadian sebenarnya dari objek penelitian. Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Sumenep. Secara geografis Kabupaten Sumenep membentang antara 113°32'54"-116°16'48" Bujur Timur dan di antara 4°55'-7°24' Lintang Selatan. Alasan peneliti memilih Kabupaten Sumenep adalah karena Kabupaten Sumenep merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki banyak daya tarik wisata terutama wisata alam dan budaya. Beberapa tahun terakhir ini daya tarik wisata di Kabupaten Sumenep mulai banyak diminati oleh wisatawan baik dari dalam maupun dari luar Madura. Melihat peluang ini pemerintah daerah juga sudah mulai mengembangkan industri pariwisata untuk bersaing menjadi salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Timur.



Gambar 5 : Situs Penelitian

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

Situs penelitian terletak di Pantai Wisata Lombang, yang merupakan salah satu destinasi andalan Kabupaten Sumenep. Terletak di Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep. Selanjutnya yaitu kantor Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep, tepatnya di Jl. Dr. Soetomo, 5 Kabupaten Sumenep sebagai pihak pengelola. Situs penelitian ini diambil berdasarkan pihak-pihak yang dapat menjadi narasumber.

D. Sumber Data

Secara umum data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yakni sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer, yaitu yang langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber data dari jenis data primer untuk penelitian adalah hasil wawancara langsung dan kuesioner yang diisi oleh pihak terkait yang menangani bagian yang bersangkutan dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Adapun pihak yang menjadi informan yakni:
 - a. Bapak Sukaryo selaku Kepala Bidang Pariwisata
 - b. Bapak Anwar selaku Kepala UPT Pantai Wisata Lombang
 - c. Ibu Fadilatuz Zahroh selaku Seksi Pengembangan Destinasi
2. Sumber Data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Sumber data sekunder diperoleh dari Kantor Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep selaku pengelola destinasi wisata. Adapun sumber data sekunder yang diperoleh antara lain:
 - a. Data Kunjungan Wisatawan ke Pantai Wisata Lombang tahun 2011-2015

b. Rencana Strategis Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep tahun 2011-2015

c. Rencana Strategis Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep tahun 2016-2021

d. Laporan Kejadian Pantai Wisata Lombang tahun 2009

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu tahapan penelitian yang menentukan tingkat keakuratan hasil penelitian. Sesuai dengan sumber data dan tujuan penelitian, maka penyusunan penelitian ini menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Tanya jawab disini melibatkan pula kuesioner yang harus diisi oleh pihak terkait untuk mendapatkan angka perhitungan yang nantinya diolah pada Analisis Matriks SWOT dan kemudian digunakan untuk perumusan strategi.

2. Observasi Lapang

Observasi atau pengamatan merupakan pengumpulan data dengan mengamati melalui panca indra peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke kawasan Pantai Wisata Lombang supaya peneliti mendapat gambaran yang jelas mengenai bagaimana manajemen tata kelola yang sedang berjalan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data melalui bahan-bahan tertulis, seperti telaah pada buku-buku, laporan-laporan, dokumen-dokumen mengenai objek penelitian secara umum.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti guna mengumpulkan data terhadap masalah yang diteliti. Instrumen penelitian diperlukan untuk mendukung proses pengumpulan data dan juga memperoleh data yang diinginkan. Instrumen dalam penelitian ini antara lain:

1. Peneliti sendiri, melakukan penelitian akan dilakukan oleh peneliti sendiri, data akan terkumpul dengan menggunakan panca indra untuk mengamati segala fenomena yang terjadi di lapangan
2. Pedoman wawancara, digunakan sebagai panduan dalam melakukan wawancara kepada narasumber mengenai objek yang diteliti. Pedoman ini disertai dengan lembar pedoman kuesioner yang berupa pengisian angka bobot dan rating pada tabel Analisis SWOT.
3. Perangkat pembantu, misalnya buku catatan dan handphone yang digunakan untuk mencatat informasi yang diperoleh, merekam, dan mendokumentasikan foto selama penelitian di lapangan.

G. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini perangkat analisis data yang akan digunakan adalah dengan menggunakan analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Metode ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan matriks IFAS dan EFAS.

Matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Data faktor internal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan beberapa fungsional pengelola destinasi wisata misalnya dari aspek manajemen, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, sistem informasi, dan produksi.

Matriks *External Factors Analysis Summary* (EFAS) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi. Data faktor eksternal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan persoalan ekonomi, budaya, sosial, lingkungan, demografi, politik, hukum, pemerintahan, teknologi, dan persaingan pasar.

1. Analisis Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

a. Matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS)

Matriks IFAS digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsionalitas bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut (David, 2009:229).

Adapun tahapan untuk membuat matriks IFAS sebagai berikut:

- 1) Menulis semua kelemahan dan kekuatan, kekuatan di daftar terlebih dahulu lalu dilanjutkan kelemahan.
- 2) Memberi bobot terhadap daftar yang telah dibuat untuk menunjukkan tingkat relatif tingkat kepentingan faktor dalam menunjukkan kesuksesan. Rentang bobot 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total bobot yang diberikan kepada semua faktor baik kekuatan maupun kelemahan harus sama dengan satu.
- 3) Menentukan rating tiap faktor yang menunjukkan keefektifan strategi suatu organisasi saat ini dalam merespon faktor-faktor tersebut pada kolom ketiga. Untuk matriks IFAS, 1 = sangat lemah, 2 = lemah, 3 = kuat, 4 = sangat kuat. Kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2. Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot di langkah 2 berbasis industri.
- 4) Mengalikan bobot setiap faktor dengan ratingnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
- 5) Menjumlahkan skor-skor tersebut sehingga diperoleh total skor pembobotan. Skor total berkisar antara 1,0 sebagai titik terendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total dibawah 2,5 menunjukkan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Tabel 3 : Analisis Matriks IFAS

Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating/Peringkat	Rata-rata Tertimbang
Kekuatan			
1.			
2.			
Kelemahan			
1.			
2.			
Total			

Sumber : David (2009)

b. Matriks *External Factors Analysis Summary* (EFAS)

Matriks EFAS memungkinkan para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan (David, 2009:158).

Adapun tahapan untuk membuat matriks EFAS sebagai berikut:

- 1) Menulis semua peluang dan ancaman (EFAS) dari pengelola. Peluang didaftar terlebih dahulu, lalu dilanjutkan ancaman.
- 2) Memberi bobot terhadap daftar yang telah dibuat untuk menunjukkan tingkat relatif tingkat kepentingan faktor dalam menunjukkan kesuksesan. Rentang bobot 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total bobot yang diberikan kepada semua faktor baik peluang maupun ancaman harus sama dengan satu.
- 3) Menentukan rating tiap faktor yang menunjukkan keefektifan strategi suatu organisasi saat ini dalam merespon faktor-faktor tersebut. Untuk matriks EFAS, 1 = responnya di bawah rata-rata, 2 = responnya rata-rata,

3 = responnya di atas rata-rata, 4 = responnya sangat bagus. Baik peluang maupun ancaman dapat menerima rating 1, 2, 3, atau 4.

4) Mengalikan bobot setiap faktor dengan ratingnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.

5) Menjumlahkan skor-skor tersebut sehingga diperoleh total skor pembobotan. Skor total berkisar antara 1,0 sebagai titik terendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 menunjukkan bahwa organisasi merespon sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Skor bobot total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi organisasi tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul.

Tabel 4 : Analisis Matriks EFAS

Faktor Kunci Eksternal	Bobot	Rating/Peringkat	Rata-rata Tertimbang
Peluang			
1.			
2.			
Ancaman			
1.			
2.			
Total			

Sumber : David (2009)

Kinnear dan Taylor (1987:313) menjelaskan penentuan bobot setiap variabel dilakukan dengan mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal pengelola kepada pihak manajemen. Pembobotan bertujuan untuk mengkuantifikasi faktor-faktor yang telah dianalisis. Maka dari itu, penentuan

bobot untuk matriks IFAS dan matriks EFAS dilakukan dengan menggunakan metode *Paired Comparison Scales*.

Rentang nilai bobot yang digunakan adalah satu sampai tiga. Aturan yang digunakan dalam pengisian kolom adalah :

1 = jika indikator horizontal *kurang* penting daripada indikator vertikal

2 = jika indikator horizontal *sama* penting daripada indikator vertikal

3 = jika indikator horizontal *lebih* penting daripada indikator vertikal

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus :

$$A_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Keterangan : A_i = Bobot variabel ke- i

X_i = Nilai variabel ke- i

$I = 1, 2, 3, \dots, n$

n = jumlah faktor (internal atau eksternal)

Tabel 5 : Penilaian Bobot Faktor Strategis

Faktor Penentu	A	B	C	D	Total	Bobot
A						X1	A1
B						X2	A2
C						X3	A3
D						X4	A4
....					
Total						Xn	1,00

Sumber : Kinnear dan Taylor (1987)

2. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE merupakan penggabungan matriks IFAS dan EFAS. Skor total IFAS pada matriks IE terletak pada sumbu horizontal, sedangkan skor total EFAS terletak pada sumbu vertikal. Pada setiap sumbu baik vertikal ataupun horizontal, memiliki 3 penilaian skor antara lain pada sumbu IFAS Skor antara 1,00 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal pengelola destinasi wisata lemah, Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan posisi sedang, dan skor 3,00 sampai dengan 4,00 menunjukkan posisi internal yang kuat. Begitu pula dengan sumbu EFAS skor 1,00 hingga 1,99 menunjukkan respon pengelola rendah terhadap faktor eksternal, skor 2,00 hingga 2,99 menunjukkan respon sedang, sedangkan skor 3,00 hingga 4,00 menunjukkan respon pengelola tinggi terhadap faktor eksternal. Adapun Matriks IE dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 6 : Matriks IE

Total Rata-rata Tertimbang EFAS	Total Rata-rata Tertimbang IFAS		
	Kuat 3,0	Sedang 2,0	Lemah 1,0
4,0 Tinggi	I	II	III
3,0 Sedang	IV	V	VI
2,0 Rendah	VII	VII	IX
1,0			

Sumber: David (2009)

Matrik ini dibagi menjadi tiga daerah utama yang menunjukkan tiga strategi berbeda, yaitu sebagai berikut:

- 1) Strategi untuk organisasi yang masuk dalam sel I, II, IV dapat digambarkan sebagai “tumbuh dan kembangkan”. Strategi yang mungkin paling sesuai adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasikan ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
- 2) Strategi untuk organisasi yang masuk dalam sel III, V, VII dapat dikelola dengan cara terbaik dengan strategi “jaga dan pertahankan”; penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang umum digunakan untuk divisi tipe ini.
- 3) Strategi untuk organisasi yang masuk dalam sel VI, VIII, dan IX adalah “tuai atau divestasi”. Strategi umum yang dipakai adalah strategi divestasi, diversifikasi konglomerat dan strategi likuidasi. Organisasi yang berhasil

mampu mencapai portofolio bisnis yang diposisikan dalam atau sekitar sel I dalam matriks IE.

3. Matriks SWOT

Salah satu metode atau alat analisis yang digunakan untuk menyusun deskripsi tentang faktor-faktor strategi pengelola destinasi wisata adalah SWOT Matriks. Menurut Rangkuti (2003:31) matriks ini dinilai mampu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh pengelola harus disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi.

Tabel 7: Matriks SWOT

IFAS	Strength (S) • Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) • Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
EFAS	STRATEGI SO • Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T)	STRATEGI ST • Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2003)

Keterangan:

1. IFAS = *Internal Factors Analysis Summary*
2. EFAS = *External Factors Analysis Summary*
3. Strategi SO

Memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya

4. Strategi ST

Menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

5. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

6. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.





BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Sumenep

a. Sejarah Kabupaten Sumenep

Sumenep (bahasa Madura: Songènèb) adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa Timur. Nama Songènèb sendiri dalam arti etimologinya merupakan Bahasa Kawi atau Jawa Kuno dan jika diterjemahkan mempunyai makna sebagai berikut : Kata “Sung” mempunyai arti sebuah relung atau cekungan atau lembah, dan kata “ènèb” yang berarti endapan yang tenang, maka jika diartikan lebih dalam lagi Songènèb atau Songenep (dalam bahasa Madura) mempunyai arti "lembah atau cekungan yang tenang". Penyebutan Kata Songènèb sendiri sebenarnya sudah populer semenjak Kerajaan Singosari berkuasa di pulau Jawa, Madura dan sekitarnya. Setiap tanggal 31 Oktober diperingati hari jadi Kabupaten Sumenep. Tanggal tersebut ditetapkan berdasarkan pada hari pelantikan Arya Wiraraja sebagai Adipati pertama yang jatuh pada tanggal 31 Oktober 1269 M. (sumenep.go.id).

b. Kondisi Geografis Kabupaten Sumenep

Kabupaten Sumenep memiliki luas wilayah 2.093,45 km² dan populasi 1.079.322 jiwa (Sumenep dalam Angka, 2010). Kabupaten Sumenep merupakan kabupaten yang terletak di wilayah paling timur dari

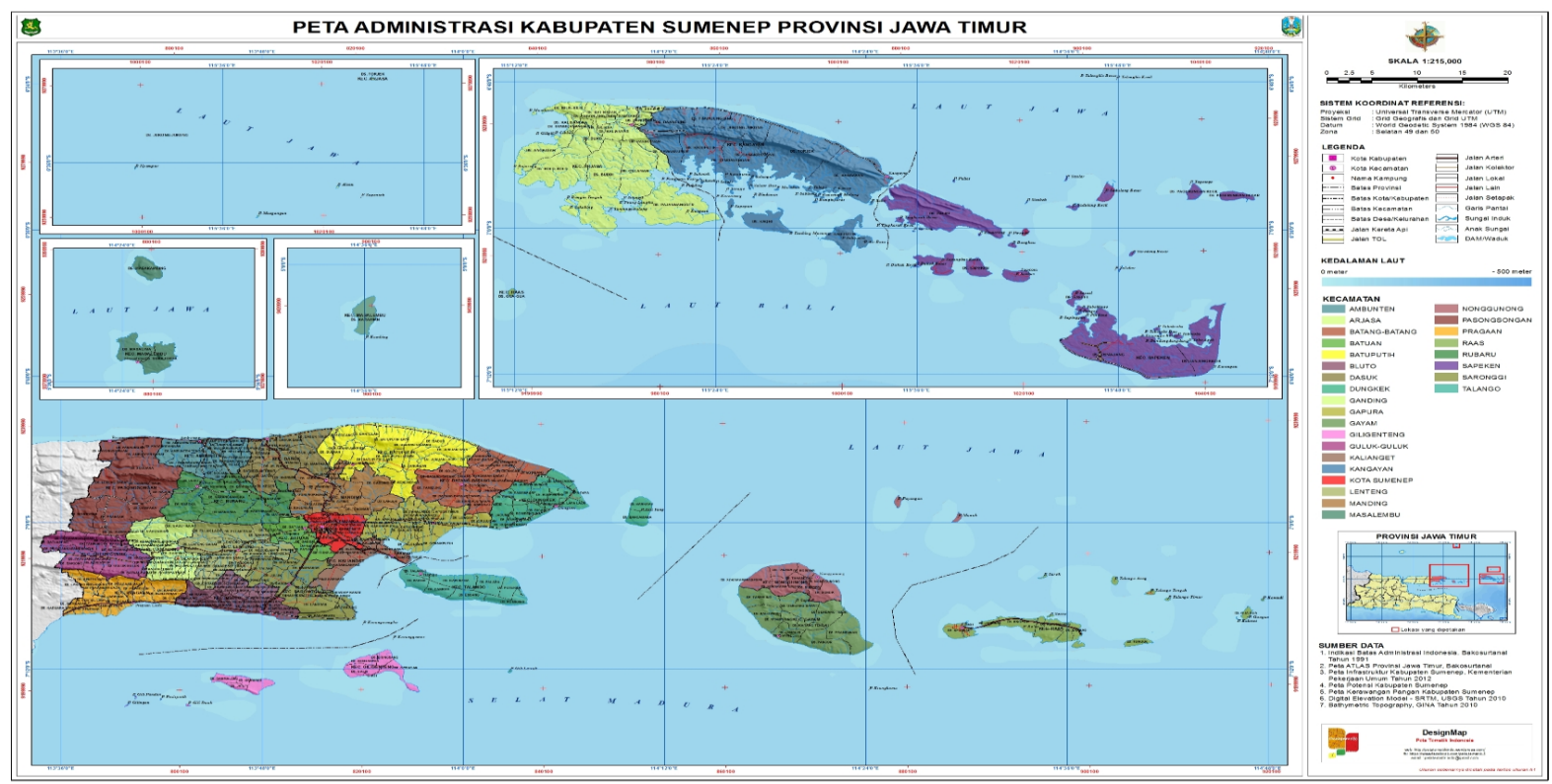
Pulau Madura. Letak geografis Kabupaten Sumenep berada di antara 113°32'54"-116°16'48" Bujur Timur dan di antara 4°55'-7°24' Lintang Selatan. Batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah utara : Laut Jawa
- Sebelah selatan : Selat Madura
- Sebelah barat : Kabupaten Pamekasan
- Sebelah timur : Laut Flores

Berdasarkan Peraturan Bupati Sumenep Nomor 11 Tahun 2006 tentang Luas Wilayah Administrasi Pemerintah Kabupaten Sumenep dijelaskan bahwa luas daratan dan kepulauan Kabupaten Sumenep adalah 2.093,46 km² atau 4,44% dari luas wilayah daratan Provinsi Jawa Timur sebesar 47.130,15 km². Sedangkan luas wilayah perairan (laut) adalah 50.000 km² atau 45,14 % dari luas perairan (laut) di Provinsi Jawa Timur sebesar 110.764,28 km². Secara geografis wilayah Kabupaten Sumenep terbagi menjadi dua bagian yaitu daratan dan kepulauan. Bagian daratan luasnya 1.146,93 km² atau sekitar 54,79%. Bagian daratan ini terbagi menjadi 18 (delapan belas) kecamatan. Sedangkan bagian wilayah kepulauan luasnya 946,53 km² atau sekitar 45,21%. Wilayah kepulauan di Kabupaten Sumenep memiliki 126 pulau atau 55,02 % dari jumlah pulau di Provinsi Jawa Timur yaitu 229 pulau, terdiri dari 48 pulau berpenghuni, 78 pulau tidak berpenghuni dan sudah bernama semua. Pulau-pulau di Kabupaten Sumenep tersebar di 10 kecamatan yaitu satu kecamatan di daratan (Kecamatan Dungkek) dan 9 kecamatan di kepulauan terdiri dari

Kecamatan Giligenting, Talango, Nonggunong, Gayam, Raas, Arjasa, Kangayan, Sapeken dan Kecamatan Masalembu. Untuk proses penamaan pulau-pulau telah dilaksanakan Lokakarya Identifikasi dan Penamaan Pulau-Pulau Tanpa Nama di Kabupaten Sumenep pada tahun 2006. Pulau terjauh yang berada di wilayah Kabupaten Sumenep paling Utara adalah Pulau Karamian (berada di Kecamatan Masalembu). Jaraknya kurang lebih 151 mil laut dari pelabuhan Kalianget, berarti lebih dekat dengan Pulau Kalimantan (Propinsi Kalimantan Selatan). Sedangkan pulau yang berada paling timur wilayah Kabupaten Sumenep adalah pulau Sakala. Pulau ini berada di Kecamatan Sapeken berjarak kurang lebih 165 mil laut dari pelabuhan Kalianget yang berarti lebih dekat dengan Pulau Sulawesi (lebih jelasnya lihat di gambar 6).





Gambar 6 : Peta Kabupaten Sumenep

Sumber: sumenep.go.id

c. Potensi Wisata Kabupaten Sumenep

Kabupaten Sumenep merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki banyak potensi wisata baik daratan maupun kepulauan. Kabupaten Sumenep dengan kondisi alam yang sangat indah seperti panorama pantai, panorama bawah tanah (gua-gua), panorama bawah laut (taman laut) dan sumber mata air. Didukung pula adanya peninggalan sejarah berupa keraton, museum keraton dan makam raja-raja Islam, serta kekayaan seni budaya keterampilan tangan rakyatnya berupa seni batik, seni ukir atau pahat, makanan dan jamu tradisional, dapat mengarahkan Kabupaten Sumenep menjadi daerah tujuan wisata di Jawa Timur.

Pemerintah Kabupaten Sumenep pada mulanya membagi potensi dan objek destinasi wisata menjadi enam yakni wisata alam, wisata sejarah dan ziarah, wisata bahari, wisata konservasi, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Akan tetapi dengan adanya program pemerintah Kabupaten Sumenep yakni “Pencanangan Tahun Kunjungan Wisata Sumenep 2018”, potensi dan objek destinasi wisata dibagi menjadi sembilan jenis yakni wisata alam, wisata religi, wisata sejarah, wisata buatan, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata kesehatan, wisata kuliner, dan geowisata.

Kawasan pengembangan masing-masing jenis wisata yang ada di Kabupaten Sumenep terdiri dari : (a) Wisata alam meliputi Kecamatan Batang-batang, Dasuk Talango, Masalembu, Saronggi, Pragaan, Sumenep, Arjasa, Kangayan, Guluk-guluk, Ganding, Kalianget, Dungkek, Pasongsongan, Talango, dan Giligenting; (b) Wisata sejarah dan wisata



religi meliputi Kecamatan Sumenep, Guluk-guluk, Ganding, Kalianget, Lenteng, Manding, Pasongsongan dan Talango; (c) Wisata kesehatan meliputi kecamatan Dungkek; (d) Wisata kuliner meliputi Kecamatan Sumenep, Arjasa, Manding, Lenteng, Ganding dan Kalianget; (e) Wisata budaya dan kesenian meliputi Kecamatan Sumenep, Saronggi, Bluto, Ambuten, Talango, Gayam, Masalembu, dan Pasongsongan dan (f) Wisata minat khusus meliputi Kecamatan Sumenep, Pragaan, Guluk-guluk, Lenteng, Kalianget, Dungkek, dan Bluto.

Tabel 8 : Beberapa Kawasan Wisata dan Budaya di Kabupaten Sumenep

No.	Objek Wisata	Jenis Wisata	Lokasi
1	Pantai Lombang	Alam	Desa Lombang, Kecamatan Batang-batang
2	Pantai Slopeng	Alam	Kecamatan Dasuk
3	Rumah Kasur Pasir	Alam	Desa Legung Timur, Legung Barat, dan Dapenda di Kec. Batang-batang
4	Pemandian Air Kermata	Alam	± 7 km arah selatan kota Sumenep, Kec. Saronggi
5	Pemandian Batuan	Alam	Desa Batuan, Kec. Sumenep
6	Sumber Air Panas	Alam	Desa Brumbung, Kec. Batang-batang
7	Gua Payudan	Alam	± 30 km arah barat kota Sumenep Kec. Guluk-guluk
8	Gua Koneng	Alam	Kec. Arjasa di Pulau Kangean
9	Pulau Mamburit	Alam	Kec. Arjasa di Pulau Kangean
10	Pulau Gili Labak	Alam	Desa Kombang, Kec. Talango
11	Taman Laut Saor	Alam	Pulau Saor, Kec. Sapeken
12	Keraton Sumenep	Budaya/Sejarah	Kota Sumenep
13	Masjid Agung	Sejarah/Religi	Desa Kebun Agung, Barat laut Kota Sumenep
14	Asta Tinggi	Sejarah/Religi	Kec. Batuan
15	Asta Sayyid Yusuf	Religi	Kec. Talango
16	Asta Panongan	Religi	Desa Panaongan, Kec. Pasongsongan
17	Asta Katandur	Religi	Desa Bangkal, Timur laut Sumenep
18	Asta Angga Seto	Religi	Desa Kebun Dadap Timur, Kec. Saronggi
19	Asta Adipoday	Religi	Desa Camplong, Kec. Gayam Pulau Sapudi
20	Asta Joko Tole	Religi	Desa Sasa, Kec. Manding
21	Asta K. Faqih	Religi	Desa Lembung Barat, Kec. Lenteng

Lanjutan Tabel 8 Kawasan Wisata dan Budaya di Kabupaten Sumenep

22	Kerapan Sapi	Budaya	Beberapa kecamatan
23	Upacara Adat Nyadar	Budaya	Kec. Saronggi
24	Upacara Adat Petik Laut	Budaya	Kec. Bluto dan Saronggi
25	Macopat	Budaya	Beberapa kecamatan
26	Topeng Dalang Madura	Budaya	Kec. Gapura
27	Rumah Taneyan Lanjeng	Budaya	Kec. Lenteng
28	Pantai Badur	Alam	Desa Badur, Kec. Batu Putih
29	Situs Benteng VOC	Sejarah	Desa Kalimok, Kec. Kalianget
30	Situs Batu Gong	Sejarah	Desa Pancor Kec. Gayam
31	Pemandian Tirta Sumekar Indah (TSD)	Buatan	Desa Torbang, Kec. Batuan
32	Water Park Sumekar	Buatan	Desa Kasengan, Kec. Rubaru
33	Tambak Garam	Minat Khusus	Kec. Kota Sumenep dan Kalianget
34	Sentra Batik	Minat Khusus	Kec. Bluto
35	Pembuatan Ukir-ukiran	Minat Khusus	Kec. Pragaan
36	Pembuatan Perahu	Minat Khusus	Kec. Arjasa, Guluk-guluk, Lenteng, Ambunten, Gapura, Kota Sumenep, dsb
37	Pembuatan Keris	Minat Khusus	Kec. Bluto
38	Pulau Giliyang (Kandungan Oksigen)	Kesehatan	Pulau Giliyang, Kec. Dungkek

Sumber : Data diolah (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep, 2014).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Kabupaten Sumenep memiliki banyak potensi wisata dari wisata alam, sejarah, budaya, religi, kesehatan, dan minat khusus. Banyaknya wisata yang ada di Kabupaten Sumenep tersebut dapat diklasifikasikan menjadi daerah tujuan wisata yang telah dikembangkan dan belum dikembangkan. Objek wisata yang telah dikembangkan adalah Pantai Wisata Lombang, Pantai Slopeng, Asta Tinggi, Asta Sayyid Yusuf, Museum dan Keraton Sumenep, Selebihnya masih berupa potensi yang belum terkelola baik oleh pemerintah maupun swasta.

Selama ini wisatawan yang berkunjung mayoritas wisatawan nusantara. Wisata religi menempati posisi teratas dalam meraup kunjungan

wisatawan. Tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sumenep dipengaruhi oleh sejarah Kabupaten Sumenep yakni berupa makam-makam Raja yang pernah berkuasa. Biasanya wisata religi ini merupakan rangkaian wisata Wali Lima. Sebenarnya bukan tidak mungkin objek wisata lain untuk mendapat perhatian dari wisatawan tidak hanya wisatawan nusantara bahkan wisatawan mancanegara.

Perlu upaya yang tepat dalam mengembangkan potensi pariwisata daerah di Kabupaten Sumenep. Salah satu upaya meningkatkan pariwisata Kabupaten Sumenep dapat diarahkan pada pengembangan pemasaran, penataan wilayah dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan demikian upaya yang dilakukan dimaksudkan untuk mengoptimalkan sumberdaya yang ada baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Sektor kepariwisataan perlu dikembangkan di daerah-daerah yang memiliki potensi wisata. Objek-objek yang sudah ada dipertahankan, serta perlu adanya perluasan untuk kawasan wisata alam. Sementara itu kawasan budaya atau sejarah tetap dipertahankan sebagai bagian dari kekayaan budaya Kabupaten Sumenep. Apabila pembangunan sektor pariwisata ke depan terus meningkat bukan hal yang tidak mungkin jika ke depan potensi wisata dan objek wisata yang tersebar di wilayah Kabupaten Sumenep dapat dikenal dan dikunjungi tidak hanya oleh masyarakat setempat melainkan masyarakat yang berada di luar wilayah Kabupaten Sumenep.

2. Gambaran Umum Kecamatan Batang-Batang

a. Letak, Luas, dan Batas Kecamatan Batang-Batang

Kecamatan Batang-Batang terletak sekitar 25 km sebelah timur daya dari ibukota Kabupaten Sumenep dan dapat ditempuh sekitar satu jam perjalanan menggunakan kendaraan bermotor. Luas wilayah Kecamatan Batang-Batang seluas 80,36 km². Secara administratif Kecamatan Batang-Batang memiliki 16 desa. Pantai Wisata Lombang berada di wilayah Desa Lombang, Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep.

Wilayah Kecamatan Batang-Batang secara administratif berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah Utara, Kecamatan Gapura di sebelah Selatan, Kecamatan Batu Putih di sebelah Barat, Kecamatan Dungkek di sebelah Timur.

b. Keadaan Alam Kecamatan Batang-Batang

Keadaan permukaan tanah di Kecamatan Batang-Batang termasuk dataran rendah. Iklim di Kecamatan Batang-Batang bervariasi dengan suhu maksimal 32^o Celcius dan suhu minimum 21^o Celcius, sedangkan curah hujan rata-rata di Kecamatan Batang-Batang sebesar 37,1 mm per tahun dengan jumlah hari hujan yang terbanyak 109,9 hari. Penyinaran matahari paling tinggi terjadi pada bulan Agustus, September, dan Oktober. Pada bulan Agustus matahari sebesar 100% memancarkan sinarnya. Sedangkan bulan September dan Oktober masing-masing sebesar 96,1% dan 99,%. Pada bulan-bulan inilah cuaca yang baik untuk berwisata pantai dikarenakan

cuaca yang cerah sehingga wisatawan dapat melakukan banyak kegiatan wisata pantai.

c. Penduduk Kecamatan Batang-Batang

Jumlah penduduk Kecamatan Batang-Batang pada tahun 2009 sebanyak 53.835 orang dengan kepadatan penduduk sebesar 670 orang/km².

Penduduk terdiri dari 25.329 orang laki-laki dan 28.506 orang perempuan.

Sebagian besar mata pencaharian penduduk Kecamatan Batang-Batang adalah sebagai petani dan nelayan (Sumenep dalam Angka, 2010).

B. Gambaran Umum Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Pantai Wisata Lombang

a. Visi dan Misi Pengelola Pantai Wisata Lombang

Pantai Wisata Lombang dikelola oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep. Kantor Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep terletak di jalan Dr. Soetomo no.5 Kabupaten Sumenep, dengan memiliki satu kantor Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang berada di kawasan Pantai Wisata Lombang.

Berdasarkan Peraturan Bupati Sumenep Nomor 28 Tahun 2008 tentang Tugas dan Fungsi Organisasi perangkat Daerah pasal 98 ayat 1 disebutkan bahwa Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep merupakan unsur pelaksana otonomi daerah bidang kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggungjawab kepada Bupati

melalui Sekretaris Daerah. Dalam pengelolaannya Pantai Wisata Lombang tidak memiliki visi dan misi yang spesifik. Visi dan misi yang dijadikan pedoman adalah visi dan misi yang dijalankan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep.

1) Visi dan Misi di Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep

(a) Visi

Pernyataan Visi Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep sebagai berikut:

“Terwujudnya Sumenep makin sejahtera dengan pemerintahan yang bersih, mandiri, agamis, nasionalis, transparan, adil dan professional melalui pelestarian nilai-nilai budaya dalam rangka upaya meningkatkan kualitas sumberdaya manusia untuk mendukung tercapainya prestasi pemuda dan olahraga serta tercapainya Kabupaten Sumenep sebagai daerah tujuan wisata yang berbhinneka”

Penjelasan Makna Visi

Peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi sehingga pendapatan masyarakat, pendapatan daerah meningkat melalui pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan, pelestarian dan pengembangan adat istiadat, budaya daerah, pelestarian lingkungan hidup, pengembangan objek daya tarik wisata (ODTW) dan peningkatan promosi serta mendukung peran pemuda dalam berolahraga untuk mampu mengukir prestasi sehingga dapat terwujud masyarakat Sumenep yang sejahtera dan mampu mengembangkan segenap potensinya dengan dilandasi nilai religi dan kultural.

(b) Misi

Adapun Pernyataan Misi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep sebagai berikut:

1. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas perencanaan program dan kegiatan yang berkelanjutan, terstruktur, transparan, akuntabel, bersifat koordinatif, partisipatif serta meningkatkan kualitas dan profesionalisme sumber daya aparatur.
2. Meningkatkan pembinaan dan partisipasi masyarakat dalam pelestarian seni dan budaya.
3. Meningkatkan kualitas promosi, pengelolaan dan pelayanan budaya pariwisata, pemuda dan olahraga dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Meningkatkan peran dan partisipasi generasi muda dalam setiap aspek kegiatan pembangunan.
5. Meningkatkan pembinaan dan pengembangan olahraga dan atlet-atlet yang berbakat dan berprestasi.

b. Tugas, Fungsi, dan Struktur Organisasi di Dinas Kebudayaan

Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep

1) Tugas Pokok

Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga mempunyai tugas pokok merumuskan, menyelenggarakan, membina dan mengevaluasi urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas desentralisasi dan tugas pembantuan pada bidang kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga meliputi bidang kebudayaan, bidang pariwisata, bidang pemuda dan bidang olahraga.

2) Fungsi

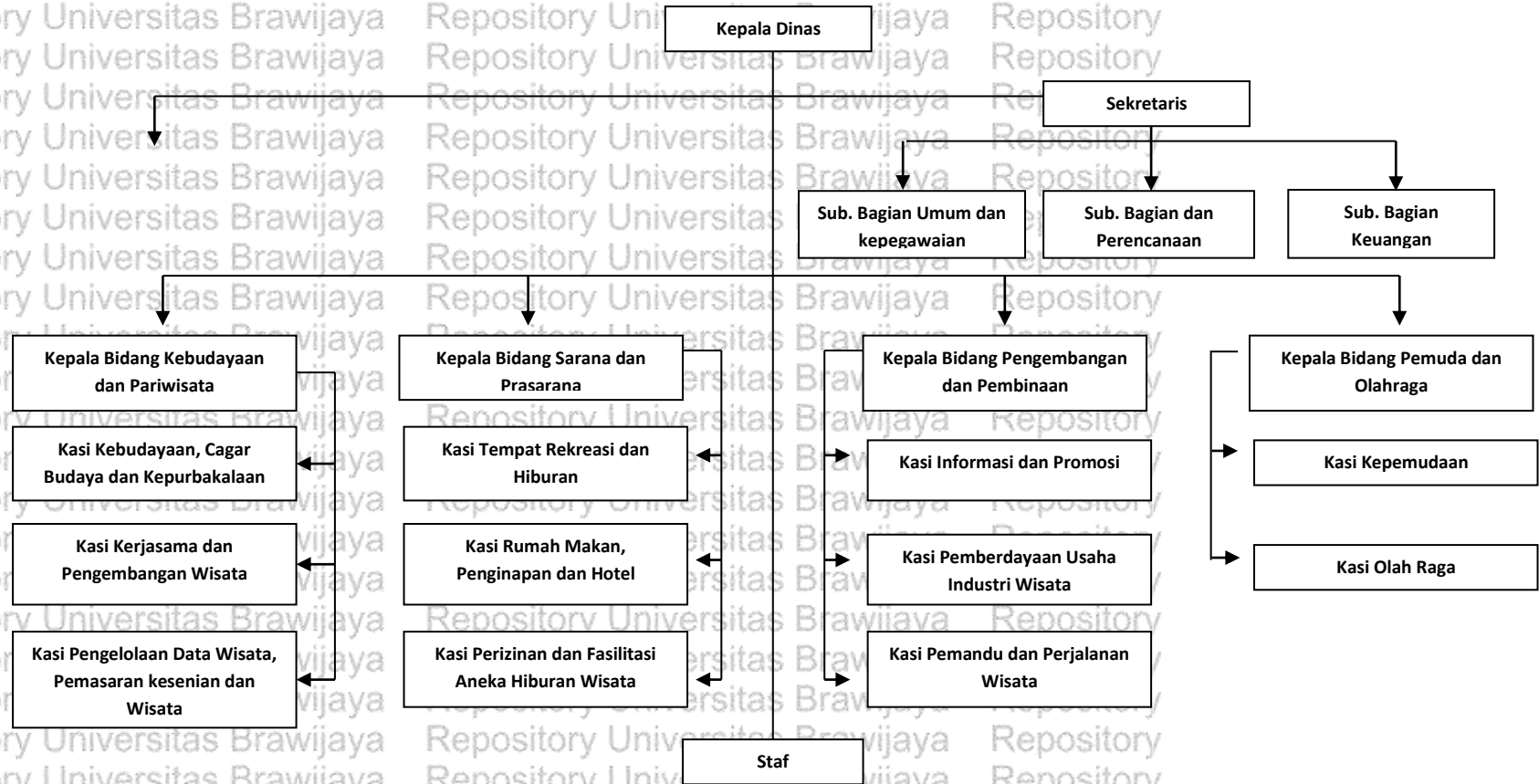
Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut, Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan kebijakan teknis, Penyusunan dan pengkoordinasian program kerja pelaksanaan tugas dalam bidang kebudayaan, bidang pariwisata, bidang pemuda dan bidang olahraga.
2. Perencanaan kebijaksanaan dan pelaksanaan kegiatan kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga;
3. Penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah dan pelayanan umum bidang kebudayaan, bidang pariwisata, bidang pemuda, bidang olahraga.
4. Pembinaan dan pelaksanaan tugas bidang kebudayaan, bidang pariwisata, bidang pemuda, bidang olahraga.
5. Penyelenggaraan administrasi kesekretariatan.
6. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

3) Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep adalah sebagai berikut:





Gambar 7 : Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep

Sumber: Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep (Sesuai Peraturan Bupati Sumenep Nomer 28 Tahun 2008)

C. Daya Tarik dan Pengelolaan Pantai Wisata Lombang

Pemerintah Kabupaten Sumenep awalnya membagi potensi dan objek destinasi wisata menjadi enam yakni wisata alam, wisata sejarah dan ziarah, wisata bahari, wisata konservasi, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Akan tetapi dengan adanya program pemerintah Kabupaten Sumenep yakni “Visit Sumenep Year 2018”, potensi dan objek destinasi wisata dibagi menjadi sembilan jenis yakni wisata alam, wisata religi, wisata sejarah, wisata buatan, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata kesehatan, wisata kuliner, dan geowisata.

Produk wisata Pantai Wisata Lombang digolongkan kedalam wisata alam.

Pantai Wisata Lombang terletak di Kecamatan Batang-Batang sekitar 30 km ke arah timur daya dari pusat kota Kabupaten Sumenep. Tepatnya di Desa Lombang, Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. Pantai ini dapat ditempuh selama satu jam perjalanan dari pusat kota Kabupaten Sumenep menggunakan kendaraan bermotor. Secara administratif Pantai Wisata Lombang berbatasan langsung dengan Laut Jawa di sebelah Utara, Kecamatan Gapura di sebelah Selatan, Kecamatan Batu Putih di sebelah Barat, Kecamatan Dungek di sebelah Timur.

Pantai Wisata Lombang adalah satu satu pantai yang paling sering dikunjungi dan termasuk pantai yang paling populer di kalangan wisatawan.

Pantai Wisata Lombang ini pertama kali dibuka pada tahun 1976 dan pada tahun 1985 lahan Pantai Wisata Lombang diambil alih oleh pemerintah Kabupaten Sumenep. Selanjutnya, Pantai Wisata Lombang ini secara resmi dikelola oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep yang

dalam pelaksanaan teknisnya ditangani oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Pantai Wisata Lombang yang dikepalai oleh Bapak Anwar.

Pada Mei 2009 hingga Juli 2011 Pantai Wisata Lombang sempat ditutup karena adanya masalah sengketa lahan. Sengketa ini terjadi antara pemerintah Kabupaten Sumenep dengan penduduk sekitar di kawasan Pantai Wisata Lombang. Lahan pantai yang telah lama sejak orde baru merupakan aset wisata Kabupaten Sumenep diakui oleh beberapa masyarakat di sekitar Pantai Wisata Lombang. Masyarakat yang mengaku memiliki lahan tersebut merasa membayar pajak dengan SPPT (Surat Pembayaran Pajak Tanah) yang mereka pegang. Para pemilik lahan mengaku bahwa hingga tahun 2009 belum menerima ganti rugi dari pemerintah Kabupaten Sumenep sejak dikelola tahun 1985. Sementara itu, Pemerintah Kabupaten Sumenep justru menunjukkan akta kepemilikan, bahwa tanah wisata tersebut adalah milik pemerintah Kabupaten Sumenep. Hal ini dibenarkan oleh pernyataan dari Bapak Anwar selaku kepala UPTD Pantai Wisata Lombang melalui wawancara.

“beberapa tahun lalu memang pernah ada konflik antara pemerintah daerah dengan masyarakat sekitar. Salah satu penduduk mengaku kalau lahan sekitar satu hektar itu milik pribadi dia dengan menunjukkan akta kepemilikan. Dia merasa kalau lahan pantai yang dibuka untuk tempat wisata miliknya dan pemda tidak pernah memberikan ganti rugi atas lahan itu. Ada pula tuntutan dari masyarakat sekitar supaya membangun tempat wisata yang bernuansa islami. Masyarakat ingin dilibatkan karena pemerintah tidak mengemas wisata pantai ini sesuai dengan adat istiadat masyarakat”.

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa masyarakat sekitar juga merasa dirugikan dengan pembangunan wisata pantai. Selain tidak dilibatkan dalam pengelolaannya, pemerintah juga dirasa tidak mengemas wisata pantai sesuai dengan adat istiadat warga setempat, melainkan banyak kegiatan yang

bertolak belakang dengan budaya lokal terutama yang berkaitan dengan kegiatan keagamaan. Masyarakat di lingkungan Pantai Wisata Lombang dikenal sebagai masyarakat agamis sehingga mereka menolak pengembangan wisata yang tidak sesuai dengan norma agama. Bapak Anwar juga menjelaskan penyelesaian kasus ini melalui jalur hukum sebagai solusi bersama.

“Akhirnya kasus berlanjut pemda mengambil langkah tengah melalui jalur hukum atas kepemilikan lahan tersebut. Selama konflik ini berlangsung pantai Lombang ditutup untuk kegiatan wisata. Masyarakat sana sendiri yang menutup akses untuk menuju pantai. Sekian bulan akhirnya kasus selesai pemerintah daerah memenangkan kasus ini dengan hasil bahwa tanah sengketa tersebut merupakan tanah negara. Awalnya masyarakat belum menerima hasil putusan ini akhirnya kasus mereda kami membuka kembali kegiatan wisata pantai disana”.

Wawancara tersebut menjelaskan bahwa pemerintah Kabupaten Sumenep memenangkan persidangan. Lahan tersebut dimenangkan oleh pihak pemerintah karena lahan tersebut merupakan tanah negara bukan milik perseorangan.

Sehingga tidak benar jika pemerintah dituding mengambil lahan milik masyarakat. Namun, dari hasil putusan sidang ini tidak langsung diterima oleh masyarakat. Masih terjadi konflik disana-sini hingga akhirnya pemerintah membuka kembali Pantai Wisata Lombang pada September 2011.

Sejak dibuka kembali pada September 2011 Pantai Wisata Lombang tidak sepi pengunjung malah jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat setiap tahunnya. Namun pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 15,33% dari tahun 2013. Tahun berikutnya yakni tahun 2015 mengalami peningkatan kunjungan wisatawan yang sangat signifikan yakni sebesar 97,99%. Berikut merupakan gambaran tabel kunjungan wisatawan ke Pantai Wisata Lombang dari tahun 2011-2015:

Tabel 9 : Data Jumlah Pengunjung Pantai Wisata Lombang di Kabupaten Sumenep Tahun 2011-2015

No.	Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Pengunjung
1.	2011	6	18.100	18.106
2.	2012	0	33.250	33.250
3.	2013	0	37.360	37.360
4.	2014	95	31.536	31.631
5.	2015	131	62.494	62.625

Sumber : Disbudparpora Kabupaten Sumenep (2016)

Sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Sumenep Pantai Wisata Lombang memiliki keunggulan yang tidak ditemui di pantai lain di Indonesia. Pantai Wisata Lombang memiliki hamparan pasir putih dengan tekstur pasir yang padat menghampar luas sepanjang 12 km di sepanjang pantai. Pasir putih ini menjadi salah satu tempat favorit bagi para wisatawan yang berkunjung ke pantai ini. Beberapa aktifitas yang biasa dilakukan adalah bermain pasir sepanjang pantai atau hanya sekedar menggambar dan menulis di atas pasir, kemudian diabadikan melalui foto. Dalam wawancara Bapak Anwar juga memaparkan keunggulan yang dimiliki Pantai Wisata Lombang

“Cemara Udang menjadi ciri khas pantai ini bahkan sudah menjadi ikon. Kalau biasa ke pantai itu panas kena terik matahari kalau disini malah jadinya adem soalnya pohon ini tumbuh sepanjang pantai. Kalau mau berenang atau sekedar main pantai disini juga aman soalnya pantai ini ombaknya tenang dan airnya jernih. Kalau mau menyusuri pantai tapi hemat tenaga bisa pakai jasa sewa kuda. Ada masyarakat yang menyewakan kuda bagi pengunjung”.

Pantai ini memiliki ciri khas yakni dikelilingi oleh pohon Cemara Udang dengan tinggi rata rata empat meter. Pohonnya mirip dengan pohon cemara hanya saja posisinya membungkuk menyerupai posisi Udang maka diberi nama pohon

tersebut Cemara Udang. Pohon tersebut mengelilingi hampir di seluruh tepi pantai. Dengan adanya pepohonan ini membuat suasana pantai semakin sejuk dengan semilir angin dan udara yang segar.

Pantai Wisata Lombang memiliki ombak yang tidak begitu besar, sehingga aman untuk berenang maupun aktifitas lain seperti *snorkeling*. Apabila ingin berenang, di lokasi pantai telah disediakan tempat untuk menyewa perlengkapan renang seperti ban pelampung. Selain itu wisatawan juga dapat menikmati laut biru yang mempesona dengan menyewa perahu yang disediakan oleh nelayan setempat. Wisatawan akan disugahi pemandangan indah ketika di tengah laut, yaitu keindahan hamparan pohon Cemara Udang yang terlihat seperti taman raksasa dari kejauhan. Selain wisata air dan pasir pengunjung juga dapat menikmati sekeliling pantai dengan menunggang kuda. Ada beberapa penduduk yang menyediakan jasa tunggangan kuda dengan tarif tertentu.

Pantai Wisata Lombang memiliki fasilitas sangat memadai, di lokasi wisata terdapat kamar bilas yang dapat digunakan untuk membilas badan setelah berenang di pantai. Selain itu, para pengunjung juga dapat bersantai sambil menikmati keindahan pantai di gazebo-gazebo yang dibangun di bawah pohon Cemara Udang. Fasilitas lain yang ada di Pantai Wisata Lombang ini adalah terdapat warung-warung untuk menikmati santapan khas penduduk setempat seperti Es Kelapa Muda, Rujak Lontong Madura dan lain-lain. Terakait fasilitas yang tersedia juga dijelaskan dalam wawancara dengan Bapak Anwar.

“Fasilitas yang disediakan sudah memadai disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung. Gazebo itu dibangun sepanjang pantai supaya pengunjung betah dan nyaman menikmati pantai Lombang ini. Pemda juga masih terus berusaha



berbenah untuk meningkatkan fasilitas yang lebih baik lagi bagi pengunjung. Tiket masuk yang dibayarkan itu nantinya akan dialokasikan untuk hal tersebut”.

Daya tarik lain yang dimiliki Pantai Wisata Lombang adalah merupakan pantai yang sering mengadakan *event* pertunjukan budaya oleh masyarakat setempat. Pertunjukan yang sering ditampilkan adalah musik tradisional Saronen. Selain itu, Pantai Wisata Lombang juga seringkali dipilih menjadi tempat untuk mengadakan *event* berskala regional hingga nasional. Wisatawan yang berkunjung ke Pantai Wisata Lombang dikenakan biaya masuk sebesar Rp 10.000,- untuk dewasa.

D. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal merupakan identifikasi dan evaluasi aspek-aspek pengelola yang terdiri dari enam aspek menurut David (2009:5) antara lain: manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta operasi sistem informasi manajemen.

Pengidentifikasi aspek-aspek tersebut untuk mengetahui faktor-faktor strategis internal pengelola seperti kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pengelola.

Faktor-faktor strategis internal tersebut yang menjadi landasan bagi pengelola untuk menentukan strategi yang akan digunakan oleh pengelola.

1. Operasi Manajemen

Manajemen yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep mengikuti sistem manajemen yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sehingga segala peraturan yang digunakan mengacu pada landasan hukum formal yang telah ditetapkan. Perencanaan

yang dilaksanakan oleh pihak pengelola tersusun pada Rencana Strategis (Renstra) Dinas yang mengacu pada Renstra Kabupaten Sumenep. Di dalam

Renstra tertuang visi, misi, tujuan dan sasaran dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep. Selain itu juga terdapat program-program yang akan dijalankan oleh Dinas selama lima tahun periode.

Pernyataan ini diungkapkan oleh Bapak Sukaryo selaku kepala Bidang Pariwisata melalui wawancara.

“Setiap lima tahun semua Dinas memang membuat Renstra yang mengacu pada Renstra Kabupaten. Sehingga segala perencanaan dan kebijakan yang akan dilakukan semua tertuang di dalam Renstra tersebut. Setiap Pergantian Bupati maka akan berubah pula Renstra yang disusun disesuaikan dengan peraturan yang dikeluarkan oleh Kepala Daerah baru. Sumberdaya manusia yang terdapat di Dinas ini juga sudah memadai meskipun statusnya memang belum PNS semua”.

Sumber daya manusia merupakan kekuatan sentral untuk mendukung terlaksananya program dan kegiatan yang dibebankan pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep. Sumberdaya manusia yang terdapat pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep berjumlah 117 orang. Jumlah pegawai yang berstatus sebagai pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 50 orang, pegawai honorer atau kontrak berjumlah 65 orang, dan petugas keamanan sebanyak dua orang. Sebanyak 60 orang yang diperbantukan di Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga terbagi antara 58 orang sebagai tenaga kebersihan dan penjaga di lokasi wisata serta sarana dan prasarana olahraga, dua orang sebagai petugas keamanan kantor.

Secara kuantitas, sumberdaya manusia pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep sudah tercukupi. Namun masih lemahnya pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh aparatur sehingga pihak Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep secara berkala menjalani pelatihan untuk meningkatkan keterampilannya. Baik yang diadakan oleh pihak Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep sendiri, maupun yang diadakan oleh pihak swasta maupun perguruan tinggi. Selain itu juga mengikutsertakan aparat Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep dalam pendidikan perjenjangan seperti Diklat keahlian dan Diklat perjenjangan karir.

Selaku pegawai negeri sipil, maka aspek kesejahteraan mangacu kepada aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pada sistem penggajian, setiap pegawai mendapatkan gaji pokok bulanan, tunjangan keluarga, tunjangan struktural dan fungsional, tunjangan prestasi kerja, asuransi kesehatan (askes), dan uang pensiunan, serta tunjangan khusus yang disesuaikan dengan jabatan masing-masing pegawai.

Selain itu, Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep melakukan evaluasi kerja yang dilakukan dengan periode waktu yang berbeda. Secara personal, aspek penilaian kinerja dinilai berdasarkan DP3 (Daftar Penilaian Pelaksanaan Pekerjaan) Pegawai Negeri Sipil yang dilakukan setiap tahun. Kriteria aatau indikator yang dinilai adalah kesetian, prestasi kerja, tanggung jawab, ketaatan, kejujuran, kerjasama,



prakarsa, dan kepemimpinan. Hasil dari DP3 ini akan mempengaruhi perjalanan karir personal yang dinilai baik dari segi promosi jabatan maupun kenaikan gaji. DP3 ini diisi secara rahasia oleh pejabat penilai yang telah ditentukan.

2. Pemasaran

Sesuai dengan visi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep yaitu dengan mewujudkan Kabupaten Sumenep sebagai daerah tujuan wisata yang berbhinneka, maka pembangunan pariwisata dan kebudayaan daerah perlu terus dikembangkan menjadi sektor andalan sumber pendapatan daerah. Sektor pariwisata diharapkan mampu meningkatkan kegiatan ekonomi sehingga pendapatan masyarakat, pendapatan daerah meningkat melalui pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan, pelestarian dan pengembangan adat istiadat, budaya daerah, dan pelestarian lingkungan hidup.

Dilihat dalam hal produk wisata pihak pengelola mengembangkan kawasan wisata untuk ditawarkan kepada wisatawan. Diantaranya wisata alam, wisata religi, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, wisata minat khusus, wisata kesehatan, wisata kuliner, dan geowisata. Produk wisata bahari digolongkan kedalam wisata alam. Pantai Wisata Lombang merupakan objek wisata alam yang menawarkan keistimewaan-keistimewaan tersendiri.

Keistimewaan yang dimiliki oleh Pantai Wisata Lombang antara lain: (1) Pantai yang bagus untuk melihat terbitnya matahari, (2) Pantainya landai dengan air yang jernih serta ombak yang tenang membuat kesan eksotis dan

menentramkan bagi pengunjung, (3) Ditumbuhi pohon Cemara Udang yang tampak bagaikan taman raksasa (4) Tersedia banyak gazebo untuk menikmati keindahan pantai maupun taman Cemara Udang, (5) Jalan menuju lokasi pantai berupa jalan aspal yang mulus (6) Terdapat panggung hiburan yang biasa digunakan untuk *event* festival pantai tertentu, (7) Terdapat penyewaan kuda untuk menikmati pantai, (8) Lokasi pantai juga dekat dengan kearifan lokal masyarakat Rumah Kasur Pasir.

Faktor-faktor pendukung wisata pantai di Pantai Wisata Lombang sebenarnya masih belum berkembang dengan baik dari sisi sumberdaya manusia maupun sarana dan prasarana. Hal ini dapat dilihat dari aktifitas pengunjung yang hanya dapat menikmati pemandangan alam saja dikarenakan fasilitas-fasilitas wisata yang masih terbatas. Padahal jika dilihat dari potensi alamnya sangat memungkinkan untuk dikembangkan menjadi wisata pantai yang dapat memberikan berbagai pengalaman wisata kepada pengunjung. Hal ini disampaikan oleh Bapak Anwar dalam wawancara berikut.

“Tarif masuk per orang Rp 10.000,- itu sudah termasuk parkir dan retribusi lainnya. Jadi itu parkir kendaraan tidak perlu bayar lagi. Fasilitas yang disediakan boleh digunakan oleh semua pengunjung. Namun bila pengunjung ingin menikmati atraksi wisata tambahan seperti berkuda atau naik perahu itu memang harus bayar lagi kepada masyarakat sekitar yang menyewakan jasa tersebut”.

Berdasarkan wawancara tersebut pihak pengelola hanya mengenakan karcis masuk. Karcis masuk yang dikenakan tersebut terdiri atas tarif retribusi objek wisata, retribusi parkir, retribusi sampah, premi asuransi dan retribusi kendaraan. Setiap pengunjung dikenakan tiket masuk sebesar Rp 10.000,-. Pada karcis masuk terdapat premi asuransi yang merupakan bentuk

perindungan kepada wisatawan yang berada di kawasan Pantai Wisata Lembang. Selain itu, terdapat juga beberapa warung yang menyediakan berbagai makanan dan minuman yang dikelola oleh penduduk sekitar pantai. Kelemahan yang dimiliki oleh pantai ini disampaikan oleh Bapak Anwar melalui wawancara berikut.

“Pengunjung yang datang kesini biasanya liburan keluarga atau setelah ada acara di kota. Kita belum memiliki paket wisata khusus di pantai ini karena keterbatasan fasilitas pendukung seperti belum tersedianya penginapan dekat daerah sini, belum banyak juga kerja sama dengan agen travel. Padahal kalau ada fasilitas pendukung dan kerjasama maka bisa banyak lagi orang yang berlibur kesini”.

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa pihak pengelola tidak memiliki paket wisata khusus dalam hal produk wisata, sedangkan konsep wisata yang dijalankan oleh pihak pengelola selama ini yaitu wisata alam. Sehingga produk wisata yang ditawarkan oleh pihak pengelola adalah wisata pantai saja. Padahal jika sistem paket wisata dijalankan kemungkinan *“length of stay”* (lamanya waktu berkunjung atau menginap) dari para pengunjung dapat bertambah seperti adanya kerjasama antara pihak pengelola dengan jasa-jasa *travel agent*, usaha penginapan, perusahaan transportasi maupun warga sekitar dalam rangka menyuguhkan atraksi-atraksi wisata yang membuat wisatawan dapat memperpanjang liburan di objek wisata tersebut.

Upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah dengan gencar melakukan promosi baik di dalam maupun luar Kabupaten Sumenep. Pihak pengelola juga menggunakan beberapa bauran promosi untuk mempromosikan produk wisatanya, seperti (1) periklanan (*advertising*), bentuk media yang digunakan oleh pihak pengelola

adalah koran, radio, papan billboard, dan melalui website dengan situs wisatasumenep.com, (2) promosi penjualan dengan menyebarkan *brosur*, *leaflet*, *booklet* dan VCD pada saat pameran atau *event* yang diselenggarakan serta diikuti pihak pengelola, (3) kehumasan (*public relation*), dalam setiap kegiatan pameran atau *event*, pihak pengelola mengundang media untuk meliput objek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Sumenep, serta (4) melakukan *roadshow* ke daerah-daerah yang memiliki wisatawan potensial. Pernyataan ini disampaikan oleh Ibu Zahroh melalui wawancara berikut.

“Kita sudah mengoptimalkan pemasaran produk wisata supaya bisa meningkatkan kunjungan wisatawan dengan cara memasang iklan di media cetak dan eletronik, calon wisatawan juga bisa mendapatkan info wisata melalui website milik Dinas. Penyebaran brosur juga dilakukan pada saat ada acara pariwisata yang kita ikuti. Kita juga sering ikut berbagai macam even-even pariwisata yang memungkinkan. Setiap tahun kita juga mengadakan even-even rutin acara pariwisata untuk bisa menjangkau wisatawan lebih luas”.

Hasil wawancara juga menjelaskan bahwa selain upaya-upaya berupa bauran promosi, pihak pengelola juga melakukan kegiatan-kegiatan promosi diantaranya:

- 1) Penyelenggaraan *event* kepariwisataan, antara lain : Festival Tong-tong, Kerapan Sapi, Sapi Sono’, Musik Saronen, Jaran Serek, Upacara Tradisional Petik Laut, Festival Pesisir Utara, Upacara Adat Nyadar, Pemilihan Kacong Tor Cebbing sebagai Duta Wisata, dan Prosesi Hari Jadi Kabupaten Sumenep yang jatuh setiap tanggal 31 Oktober.
- 2) Menyelenggarakan dan mengikuti pameran-pameran baik didalam maupun luar Kabupaten Sumenep, diantaranya: Pameran Majapahit Travel Fair di Surabaya, Nusa Dua Bali Festival 2015, Festival Pesisir Utara 2016 di

Situbondo, Surabaya Great Expo, dan lain-lain.

3) Penyebaran *brosur*, *leaflet*, *booklet* dan VCD tentang Pantai Wisata

Lombang yang disebarakan pada saat *event* atau pameran.

Produk wisata alam seperti pantai tidak dapat didistribusikan sebagaimana produk barang. Sehingga hal yang dapat didistribusikan adalah informasi-informasi mengenai Pantai Wisata Lombang. Semakin canggihnya teknologi internet juga memudahkan pihak pengelola untuk memasarkan produk wisatanya dengan lebih luas hingga ke mancanegara. Hal ini penting karena sampai saat ini, jaringan pemasaran pariwisata secara luas masih belum berkembang. Secara keseluruhan, pemasaran wisata yang telah dilakukan oleh pihak pengelola sudah cukup baik, baik dari segi harga maupun promosi. Akan tetapi dari segi produk masih perlu pengembangan sehingga produk wisata yang ditawarkan dapat lebih bervariasi dan lebih bernilai.

3. Keuangan

Pengelolaan keuangan pada pihak pengelola dilakukan oleh Sub Bagian Keuangan yang dipimpin oleh Kepala Sub Bagian Keuangan yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep. Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan rencana anggaran, pengelolaan administrasi keuangan dan fasilitasi kebendaharaan.

Sebagai lembaga yang merupakan bagian dari pemerintahan, Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep mendapatkan dana dari APBD Kabupaten, APBD Propinsi, dan APBN. Pada



tahun 2016 sesuai dengan Laporan Ringkasan Anggaran APBD tahun 2016, APBD Kabupaten Sumenep sebesar Rp 2.161.238.108.200,00. Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumenep pada tahun 2016 hingga tanggal 18 November mencapai 97,7% dari target sebesar Rp171,1 miliar terealisasi sebesar Rp167,3 miliar. PAD tersebut didapat dari Pajak daerah yang terealisasi Rp14,7 miliar atau 81,5% dari target Rp18,091 miliar. Kemudian Retribusi daerah terealisasi Rp18,5 miliar atau 107% dari target Rp17,3 miliar. Ditambah dari hasil pengelolaan kekayaan daerah terealisasi Rp15,07 miliar atau 98% dengan target Rp15,3 miliar. Dan juga dari lain-lain pendapatan asli daerah yang sah dengan target Rp120,35 miliar dan terealisasi Rp118,88 miliar atau 98%.

Menurut laporan dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga target PAD sektor Pariwisata pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar Rp 20 juta dibandingkan tahun 2015 yakni sebesar Rp 264 juta.

Sebelumnya juga naik Rp 44 juta dari tahun 2014 yang ditarget Rp 220 juta.

Dari puluhan objek wisata di Kabupaten Sumenep, hanya ada tiga tempat yang resmi dikelola pemerintah daerah dan menjadi sumber PAD, yaitu Pantai Wisata Lombang, Pantai Slopeng dan Museum Keraton Sumenep.

Total PAD pada tahun 2016 dari sektor pariwisata sebesar Rp. 312.703.000,00 (112,04%). Jumlah tersebut sangat kecil bila dibandingkan dengan jumlah tempat wisata di Kabupaten Sumenep. Sehingga untuk

mendongkrak PAD dari sektor pariwisata maka Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga akan menaikkan tarif tiket masuk tempat wisata sebesar



100% dari sebelumnya. Sedangkan jika dilihat lebih rinci retribusi Pantai Wisata Lombang terhadap PAD sektor pariwisata pada tahun 2016 ditarget Rp.

78.446.000, dan terealisasi sebesar Rp. 78.495.000 (100,06%). Pernyataan ini disampaikan oleh Bapak Anwar saat wawancara berlangsung

“Alhamdulillah kalau PAD Pantai Wisata Lombang tahun kemarin terealisasi 100% lebih dan itu sudah melampaui target PAD yang ditetapkan. PAD dari pariwisata di Kabupaten Sumenep ini masih tergolong kecil jika dibandingkan dengan jumlah tempat wisata karena semua masih belum dikelola. Pantai Wisata Lombang ini kan yang menjadi unggulan sehingga diharapkan untuk menghasilkan PAD yang banyak. PAD ini nantinya juga akan digunakan untuk anggaran biaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Sumenep. Apalagi tahun 2018 itu akan dialokasikan dana sebesar empat miliar menyambut acara Visit Sumenep Year.”

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga menyediakan anggaran sebesar Rp 4 miliar untuk menyambut Visit Sumenep Year 2018. Anggaran ini memang tergolong sedikit jika dilihat dari banyak hal yang harus dipersiapkan oleh pemerintah, namun jumlah ini sudah disesuaikan dengan kondisi keuangan APBD.

4. Produksi atau Operasi

Produk wisata yang ditawarkan oleh pihak pengelola bersumber dari alam yang berada di kawasan Pantai Wisata Lombang. Keistimewaan alam yang terdapat di kawasan Pantai Wisata Lombang yang dapat dinikmati oleh pengunjung yakni Pantai Wisata Lombang merupakan pantai yang bagus untuk melihat terbitnya matahari, pantainya landai dengan air yang jernih serta ombak yang tenang sehingga aman untuk aktivitas berenang wisatawan, dilengkapi dengan penyewaan kuda untuk menikmati pantai. Selain itu, terdapat pohon Cemara Udang yang tampak bagaikan taman raksasa dari

kejauhan. Pohon Cemara Udang ini menjadi ikon dan juga ciri khas Pantai Wisata Lombang karena pohon ini tidak ditemukan di pantai lain di Indonesia.

Kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan antara lain berenang, berperahu, memancing, berkeliling dengan kuda dan tentunya menikmati panorama alam yang ada. Produk wisata lain yang terdapat di kawasan Pantai Wisata Lombang yakni wisata kuliner dengan tersedianya beberapa warung makanan dan minuman. Di kawasan Pantai Wisata Lombang masih belum tersedia kios-kios pakaian dan souvenir. Hal ini masih terus didiskusikan antara pihak pengelola dengan masyarakat sekitar. Direncanakan kedepannya akan segera dibangun kios-kios pakaian dan souvenir yang diproduksi langsung oleh masyarakat sekitar. Sehingga dengan adanya kegiatan pariwisata dapat meningkatkan daya kreativitas dan pendapatan masyarakat. Pernyataan ini disampaikan oleh Bapak Anwar melalui wawancara berikut.

“Pantai Wisata Lombang ini kan termasuk wisata alam yang memiliki berbagai macam keunggulan jika dilihat dari jenis pantai yang biasa kita lihat. Adanya pohon Cemara Udang itu memang sudah menjadi ciri khas, air lautnya nya jernih dan juga berombak tenang aman untuk pengunjung. Pemda sebagai pengelola juga sudah berusaha untuk mengemas produk wisata ini dengan sebaiknya-baiknya. Kami membangun berbagai fasilitas yang memadai untuk pengunjung. Memang masih banyak kekuarangan yakni belum adanya kios-kios penjual souvenir hasil dari kerajinan masyarakat sekitar sini. Pihak pemerintah masih akan membicarakan ini dengan masyarakat sekitar”.

Aktivitas pengelolaan pariwisata Pantai Wisata Lombang secara penuh berada di bawah Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep namun dalam pelaksanaan teknisnya ditangani oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Pantai Wisata Lombang. Kantor UPTD berada di Pantai Wisata Lombang dikepalai oleh Bapak Anwar dan merupakan

bagian dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep.

Produk wisata berdasarkan sifat dan karakteristiknya sangat berbeda dengan produk barang. Produk wisata tidak dapat dibawa ke tempat wisatawan berada sehingga produk wisata tersebut harus dinikmati di tempat dimana produk tersebut tersedia. Selain itu, proses produksi dari produk wisata juga berbeda dengan proses produksi dari produk barang. Produk wisata diproduksi bersamaan dengan waktu produk tersebut dikonsumsi oleh wisatawan. Oleh karena itu, aktifitas produksi dari produk wisata alam Pantai Wisata Lombang adalah saat wisatawan datang dan menikmati objek wisata yang ditawarkan seperti berenang, berperahu, berkeliling pantai dengan jalan kaki maupun berkuda, atau hanya sekedar menikmati keindahan pantai. Sehingga apa yang diperoleh oleh wisatawan setelah ”mengkonsumsi” produk wisata adalah pengalaman.

Produk wisata alam seperti pantai sangat tergantung pada kualitas lingkungan dimana aktifitas wisata tersebut berada. Sehingga, untuk mempertahankan kualitas lingkungan tersebut, pihak pengelola harus mampu menjaga, mengembangkan dan menata objek wisata sebaik mungkin. Selain itu, pentingnya membangun kerjasama yang baik antara pihak pengelola dengan masyarakat sekitar. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Anwar dalam wawancara berikut.

“Namanya wisata alam pastinya kualitas lingkungan itu penting. Sekarang pengunjung tidak mungkin bersedia berkunjung kalau kualitas lingkungan buruk. Mereka pasti akan mencari pantai yang lain. Sebenarnya ini juga tantangan bagi kami pihak pengelola untuk menjaga kualitas lingkungan

supaya tidak tercemar. Kami juga butuh partisipasi dari masyarakat lokal di sekitar untuk menjaga kualitas lingkungan di sekitar pantai. Hal ini kan juga untuk keberlangsungan wisata pantai ke depannya”.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dilihat bahwa sebenarnya pantai merupakan salah satu produk wisata yang menjadi daya tarik utama bagi pangsa pasar ekowisata, sehingga kualitas, keberlanjutan akan pengembangannya, serta peninggalan sejarahnya sangat penting untuk pembangunan ekowisata. Pada dasarnya pengetahuan tentang alam dan budaya serta kawasan daya tarik wisata, dimiliki oleh masyarakat setempat. Oleh karena itu pelibatan masyarakat menjadi mutlak, mulai dari tingkat perencanaan hingga pada tingkat pengelolaan. Guna mewujudkan kesadaran masyarakat sekitar dalam pengembangan ekowisata pantai, perlu adanya suatu upaya yang dilakukan supaya kesadaran masyarakat akan pengembangan ekowisata meningkat. Upaya tersebut dimulai dari menumbuhkan kesadaran dan peran aktif masyarakat sekitar dalam kegiatan ekowisata pantai.

Selanjutnya upaya yang dapat dilakukan pihak pengelola yakni mengarahkan masyarakat sekitar mengenai dampak positif yang akan diperoleh dari suatu pengembangan ekowisata pantai. Hal ini dapat dilakukan dengan memperlihatkan potensi yang ada pada kawasan ekowisata yang dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap alam, nilai-nilai peninggalan sejarah dan budaya, serta memberikan nilai tambah kepada pengunjung dan masyarakat setempat dalam bentuk pengetahuan dan pengalaman. Nilai tambah ini mempengaruhi perubahan perilaku dari pengunjung, masyarakat dan pengelola industri pariwisata supaya sadar dan lebih menghargai alam, nilai-

nilai peninggalan sejarah dan budaya. Selain itu, secara ekonomi, pengembangan ekowisata memberi keuntungan bagi masyarakat lokal di sekitar lokasi tujuan ekowisata, seperti menyediakan kesempatan kerja dan mendorong perkembangan usaha-usaha baru. Dengan pengelolaan yang terpadu, ekowisata juga berpotensi menggerakkan ekonomi nasional dan mensejahterakan masyarakat di sekitar kawasan ekowisata.

Pengembangan ekowisata pantai ini dirasa penting karena kualitas lingkungan harus dijaga secara berkelanjutan. Salah satu ekosistem yang harus dijaga di Pantai Wisata Lombang adalah pohon Cemara Udang. Masyarakat sekitar pantai banyak memanfaatkan pohon ini menjadi bonsai dan kemudian dijual kepada pengunjung. Bonsai ini banyak diminati oleh pengunjung terutama yang berasal dari mancanegara. Hal ini tentu saja mengkhawatirkan dari sisi lingkungan. Akan tetapi, karena kurangnya pengetahuan masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan budidaya bonsai ini menjadi biasa dan juga dibiarkan saja oleh pihak pengelola.

Aktifitas wisata merupakan suatu proses mengkonsumsi produk wisata. Dalam aktivitas wisata, fasilitas yang tersedia di kawasan wisata sangat penting. Fasilitas yang tersedia di Pantai Wisata Lombang antara lain : (1) Lapangan parkir yang cukup luas; (2) Warung makanan dan; (3) Mushola, Toilet dan Rest Area; (4) Pondok-pondok dan Gazebo sepanjang pantai (5) Tempat Sampah yang tersebar di sepanjang pantai (6) Panggung Hiburan; dan (7) Penyewaan Kuda, dan juga perahu. Sayangnya, di kawasan Pantai Wisata Lombang belum tersedia penginapan baik yang dikelola oleh pihak swasta



maupun masyarakat setempat. Jadi, jika ada wisatawan yang ingin menginap maka harus ke pusat kota yang berjarak sekitar 30 km atau dapat mendirikan tenda di sekitar pantai.

5. Penelitian dan Pengembangan

Pihak pengelola Pantai Wisata Lombang, dalam hal ini Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep masih belum memiliki divisi litbang (penelitian dan pengembangan) dalam strukturnya. Walaupun demikian, pihak pengelola berusaha untuk meningkatkan kualitas kepariwisataan daerah, mengembangkan sumberdaya manusia dalam aparatur Dinas, serta mengembangkan jaringan kemitraan dalam kepariwisataan melalui program-program kerja yang sesuai dengan misi yang diemban.

Dalam membuat program-program kerja yang ditujukan untuk mengembangkan kualitas pariwisata pantai wisata tersebut, pihak pengelola mengadakan kerjasama dengan institusi, lembaga, dan pihak-pihak lain yang berkompeten di bidangnya untuk melakukan pendampingan. Hal ini bertujuan supaya ide-ide atau gagasan, baik yang berasal dari pihak internal pengelola maupun diluar pengelola dapat menjadi sebuah solusi terbaik dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi pihak pengelola dan dapat menemukan alternatif-alternatif strategis dalam menarik perhatian atau minat konsumen terhadap pariwisata Pantai Wisata Lombang. Berikut kutipan wawancara dengan Bapak Anwar mengenai penelitian dan pengembangan

“Pemda sebenarnya tidak memiliki divisi penelitian dan pengembangan. Namun Kami memfasilitasi dan membantu bagi pihak yang ingin melakukan



penelitian bagi mahasiswa ataupun peneliti lainnya di kawasan Pantai Wisata Lombang maupun kawasan lainnya. Kami berharap hasil dari penelitian tersebut dapat bermanfaat bagi pengelola”.

Langkah lain yang terkait dengan penelitian dan pengembangan dijelaskan di atas adalah memfasilitasi dan memberikan kemudahan bagi setiap pihak yang bermaksud untuk mengadakan penelitian di kawasan Pantai Wisata Lombang maupun kawasan lainnya seperti mahasiswa, peneliti dan lainnya. Dengan harapan, hasil penelitian tersebut nantinya dapat bermanfaat bagi pihak pengelola.

Menyambut Visit Sumenep Year 2018 pemerintah Kabupaten Sumenep telah membentuk enam kelompok kerja (pokja) yang akan menyiapkan segala bentuk persiapannya yakni Pokja Tampilan Wisata, Pokja Destinasi Wisata, Pokja Infrastruktur, Pokja Media Promosi, Pokja Produk Unggulan dan Souvenir, Pokja Kerjasama dan Investasi. Pokja ini dibentuk untuk nantinya bekerja dan membuat program sesuai dengan konsentrasi. Kemudian, nantinya akan diadakan rapat internal pokja dimana setiap program yang dibuat oleh setiap pokja tersebut akan dipadukan dengan pokja yang lain sehingga bisa diaplikasikan dalam Visit Sumenep Year 2018.

6. Sistem Informasi Manajemen

Memasuki era globalisasi sekarang ini penerapan sistem informasi berbasis teknologi internet sudah menjadi bagian dari tiap instansi pemerintah.

Hal ini dikarenakan dengan adanya penerapan sistem informasi berbasis teknologi internet diharapkan pihak pengelola dapat memperoleh informasi-informasi tambahan yang berguna dalam meningkatkan kinerja pihak

pengelola. Sebagai contoh dengan adanya teknologi internet pihak pengelola dapat mengetahui keinginan dan kecenderungan konsumen saat ini dalam berwisata, selain itu adanya informasi tentang keadaan pariwisata, khususnya wisata pantai, saat ini juga bisa menjadi masukan-masukan yang positif bagi pihak pengelola dalam membuat suatu kebijakan-kebijakan pengelolaan.

Pihak pengelola juga telah memiliki website sendiri yakni www.wisatasumenep.com. Dengan adanya situs tersebut, diharapkan pihak pengelola dapat memberikan informasi-informasi yang diinginkan oleh masyarakat luas khususnya wisatawan mengenai pariwisata yang berada di Kabupaten Sumenep terutama Pantai Wisata Lombang. Teknologi internet juga mendukung kinerja dari pihak pengelola dalam rangka promosi pariwisata untuk menjangkau wisatawan mancanegara. Sampai saat ini, sarana komunikasi yang ada pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep sudah mencukupi baik secara kuantitas maupun kualitas. Berikut wawancara dengan Ibu Zahroh mengenai pemaparan tersebut.

“Kami sudah memanfaatkan sistem informasi sebaik mungkin. Kami menyediakan website wisata yang digunakan untuk promosi dan juga memberikan informasi mengenai berbagai tempat wisata dan informasi akomodasi yang bisa diakses oleh calon wisatawan dimanapun. Kalau sekarang pakai internet info kan bisa langsung cepat didapat. Website ini tersedia dalam dua bahasa juga jadi bisa mempermudah kalau ada wisatawan mancanegara yang cari info wisata tentang Sumenep”.

Adanya persepsi yang salah tentang masyarakat Madura membuat publik atau calon wisatawan yang berasal dari luar pulau Madura enggan untuk datang berwisata ke pulau Madura, terutama ke Kabupaten Sumenep yang secara geografis terletak di ujung timur pulau Madura. Hal ini menjadi tantangan

tersendiri bagi pengelola untuk merubah pola pikir wisatawan tentang orang Madura. Perlu menyebar luaskan informasi ke publik bahwa Madura aman untuk dikunjungi. Masyarakat Madura juga menyambut dengan senang hati wisatawan yang berkunjung. Melalui sistem informasi ini pihak pengelola juga dapat membuat pemasaran pariwisata yang menggambarkan keunggulan pariwisata daerah beserta keadaan wisata saat ini.

E. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal pengelola dapat memberi informasi mengenai faktor-faktor strategis eksternal yang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi yang akan digunakan pengelola untuk kedepannya. Faktor-faktor strategis eksternal tersebut berupa peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh bagi pengelola dalam menunjang keberhasilan di masa yang akan datang. Faktor-faktor strategis eksternal tersebut dapat diketahui dari analisis lingkungan eksternal terhadap beberapa faktor yang berpengaruh menurut Ritchie dan Crouch (2003:80) yang terdiri dari enam aspek sebagai berikut:

1. Faktor Ekonomi

Berlakunya sistem otonomi daerah memberikan kesempatan pada setiap daerah untuk mengembangkan potensi daerah yang dimilikinya. Tidak terkecuali Kabupaten Sumenep. Namun sistem otonomi daerah yang telah ditetapkan pemerintah membuat daerah-daerah yang kondisi keuangan atau perekonomian daerah masih belum kuat, menjadi agak sulit mengembangkan daerahnya. Hal ini dikarenakan keterbatasan dana yang disebabkan karena

sedikitnya PAD yg diterima di tiap-tiap daerah tersebut terutama daerah yang memang bukan tujuan wisata. Hal ini secara otomatis mengakibatkan pelaksanaan rencana pengembangan daerah menjadi terhambat. Berikut kutipan wawancara dengan Bapak Sukaryo mengenai faktor ekonomi.

“Otonomi daerah sebenarnya sangat memudahkan untuk pemda dalam mengelola sumberdaya yang ada tapi namun di sisi lain juga terdapat hambatan dalam mengelola sumberdaya terutama yang dihadapi oleh kabupaten Sumenep adalah masalah alokasi dana. Kabupaten Sumenep memang bukan tujuan wisata di Jawa Timur sehingga PAD yang dihasilkan oleh sektor pariwisata juga tidak terlalu banyak. Alokasi dana untuk pengembangan didapat dari anggaran daerah setiap tahunnya disesuaikan dengan PAD yang dihasilkan. Belum ada investor juga yang bersedia untuk menanamkan modal di sektor pariwisata di kabuapten Sumenep. Kalaupun ada hanya skala kecil”

Hambatan lain saat ini adalah belum padunya kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta dalam membangun industri pariwisata. Kabupaten Sumenep salah kabupaten yang memiliki hambatan keterbatasan dana karena hanya mengandalkan alokasi dana dari PAD. Sampai saat ini masih belum adanya kerjasama pihak pemerintah dengan pihak swasta dalam mengelola industri pariwisata di Kabupaten Sumenep.

2. Faktor Teknologi

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan wisata. Tidak hanya itu, perkembangan teknologi informasi seperti internet sangat membantu para pelaku usaha wisata khususnya pihak pengelola Pantai Wisata Lombang untuk melakukan promosi dan memberikan informasi wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan hingga ke pelosok dunia. Berikut kutipan wawancara dengan Ibu Zahroh mengenai faktor teknologi.

“semakin canggihnya teknologi sangat membantu untuk menyebarluaskan informasi wisata. Apalagi sekarang kan ada berbagai media sosial juga yang biasa diakses banyak orang terutama anak muda. Dari situ juga informasi dan promosi pariwisata secara tidak langsung cepat menyebar”.

Sejalan dengan perkembangan teknologi internet, pihak pengelola sudah memanfaatkan semaksimal mungkin perkembangan tersebut. Pihak pengelola telah memiliki website yang menyediakan berbagai informasi pariwisata Kabupaten Sumenep. Website ini tersedia dalam dua bahasa, yakni bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Dengan adanya website yang dikelola ini (www.wisatasumenep.com), pihak pengelola mengharapkan jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara meningkat. Khususnya ke Pantai Wisata Lombang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Sumenep.

3. Faktor Politik

Pemerintah memegang peranan penting dalam setiap peraturan dan kebijakan kepariwisataan yang dikeluarkan. Kondisi politik yang tenang dan stabil merupakan prasyarat perkembangan usaha dan bisnis, termasuk industri pariwisata. Dalam kondisi yang tidak aman dan nyaman untuk investasi tentu saja investor tidak akan datang. Hal ini sejalan dengan kondisi wisatawan.

Keamanan suatu daerah atau negara dan stabilnya kondisi politik akan mendukung kedatangan dan hadirnya wisatawan yang lebih banyak. Maka dari itu, pemerintah memegang peranan penting dalam menjamin keamanan dan kenyamanan suatu destinasi wisata untuk dikunjungi wisatawan.

Pemerintah Kabupaten Sumenep mulai serius dalam membangun dan mengembangkan sektor pariwisata, yakni dengan mencanangkan tahun 2018



sebagai tahun kunjungan Wisata atau Visit Sumenep 2018. Rancangan atau konsep ini sudah ada sejak beberapa waktu lalu dan terus dimatangkan oleh pemerintah. Melalui Tahun Kunjungan Wisata Sumenep 2018 pemerintah daerah ingin menjadikan Sumenep sebagai destinasi wisata unggulan, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bapak Sukaryo dalam wawancara juga menjelaskan kesiapan dalam menyambut wisatawan sebagai berikut.

“Mulai tahun 2014 pemda sudah mulai serius untuk mengembangkan industri pariwisata di Kabupaten Sumenep. Kami akhirnya sepakat tahun 2018 sebagai tahun kunjungan wisata atau Visit Sumenep Year sehingga berbagai upaya dilakukan terutama untuk memastikan keamanan dan kenyamanan untuk menyambut datangnya wisatawan. Banyak orang ragu datang ke Sumenep tapi Kami pastikan kalau kami masyarakat Sumenep siap untuk menerima wisatawan”

Rencana yang disebutkan di atas juga merupakan uji komitmen bagi semua unsur di pemerintah daerah, termasuk warga setempat sehingga semua unsur yang terkait harus bahu-membahu dan saling mengisi untuk menyiapkan, merealisasikan, dan menyukseskan program tersebut. Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga selaku pihak yang terkait tidak dapat berjalan dengan sendiri sehingga perlu secara intensif berkomunikasi dan berkoordinasi dengan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) lainnya untuk menyiapkan Tahun Kunjungan Wisata Sumenep 2018. Program tersebut butuh persiapan yang matang dan rinci supaya semua potensi kendala sudah dapat diantisipasi sebelum direalisasikan.

4. Faktor Sosial-Budaya

Kabupaten Sumenep merupakan kabupaten yang kaya akan budaya dan kearifan lokal. Baik itu yang merupakan warisan turun-temurun atau kekayaan alam yang ada di sekitar Kabupaten Sumenep. Tidak hanya kaya akan potensi alam, potensi budaya berupa kesenian daerah juga menjadi daya tarik tersendiri. Menurut catatan yang ada sampai dengan tahun 2010 kabupaten Sumenep memiliki sejumlah kesenian yang banyak tersebar di berbagai wilayah. Jenis kesenian yang sampai saat ini masih cukup bertahan di kabupaten Sumenep antara lain; seni hadrah, orkes melayu, band, ketoprak, gambus, karawitan, saronen, samman, pesinden, ojung, topeng dalang, macopat, samroh, sandur, sanggar drama, sanggar tari, sanggar lukis, tong-tong dan sebagainya. Penjelasan tentang Sosial-budaya disampaikan oleh Bapak Sukaryo yakni.

“Kabupaten Sumenep ini kan kabupaten yang sarat akan sejarah dan budaya. Jadi masih banyak kesenian daerah yang sering ditampilkan apalagi kalau ada acara penting seperti musik Saronen, hadrah, macopat, sampai tari-tarian. Kesenian ini sebagian juga masih dipengaruhi oleh peninggalan sejarah keraton zaman dulu. Setiap tahun itu kan ada Hari Jadi Kabupaten Sumenep setiap tanggal 31 Oktober banyak menampilkan upacara tradisional seperti prosesi pengangkatan Arya Wiraraja. Setelah itu disusul oleh penampilan seni dan budaya. Hal ini terus dilakukan oleh pemerintah bersama masyarakat sebagai salah satu upaya untuk terus melestarikan kesenian dan kebudayaan yang ada”.

Berdasarkan penjelasan di atas disebutkan bahwa selain kesenian daerah, terdapat pula upacara-upacara tradisional yang masih rutin dilakukan oleh masyarakat seperti upacara adat Nyadar, upacara adat Cahe, petik laut, dan acara yang paling besar adalah Prosesi Hari Jadi Kota Sumenep. Prosesi hari jadi kota Sumenep merupakan acara yang paling dinanti dan diselenggarakan

secara rutin oleh pemerintah kabupaten Sumenep dalam rangka memperingati hari jadi Sumenep yang jatuh pada tanggal 31 Oktober. Prosesi hari jadi ini biasanya disuguhkan cerita teatrikal tentang pengangkatan Arya Wiraraja sebagai Adipati Sumenep yang pertama dan dipadukan juga dengan pagelaran seni dan pawai budaya.

Kabupaten Sumenep dikenal juga dengan sebutan Yogyakarta-nya Jawa Timur karena peninggalan kerajaan pada zaman dahulu berupa bekas keraton dan benda-benda peninggalan yang masih terawat baik. Pengaruh adat keraton juga mempengaruhi tutur bahasa masyarakatnya. Masyarakat Sumenep diakui sebagai masyarakat yang paling halus tutur katanya dibandingkan dengan masyarakat Madura lainnya.

Atraksi budaya lain yang juga dinanti oleh masyarakat adalah Karapan Sapid an Sapi Sono'. Karapan sapi lebih dikenal daripada Sapi Sono'. Karapan Sapi tidak hanya terkenal di Madura tetapi hampir seluruh Indonesia. Karapan Sapi adalah atraksi wisata berupa balap Sapi yang sangat menarik untuk ditonton. Sapi yang ikut setra adalah Sapi pilihan. Karapan Sapi biasa diadakan pada bulan Agustus-Desember. Sedangkan Sapi Sono' adalah kontes kecantikan sapi betina. Sapi betina akan didandani layaknya pengantin kemudian berjalan berlengak-lengkok dengan dibantu sang pawang dan diiringi musik Saronen. Selain dandanan dan penampilan sapi yang dilombakan adalah kesehatan sapi itu sendiri. Adanya kesenian daerah, peninggalan sejarah, dan atraksi wisata pendukung juga menjadi salah satu pendukung pariwisata di Kabupaten Sumenep.

5. Faktor Iklim

Secara umum kondisi geografi kabupaten Sumenep dilihat dari curah hujan tidak jauh berbeda dengan tempat lain. Curah hujan paling tinggi terjadi pada bulan Januari, yaitu 98,5. Gejala alam akhir-akhir ini agak sulit diprediksi sehingga curahan hujan paling tinggi tidak berurutan berdasarkan bulan. Data tahun 2010 menunjukkan selain curah hujan paling tinggi di bulan Januari, juga terjadi pada bulan Mei, yaitu 67,5. Pada bulan Juli curah hujan menurun menjadi 0,1. Sementara pada bulan berikutnya cenderung mengalami penurunan sampai bulan Oktober.

Gejala alam yang sulit diprediksi mengakibatkan pada musim kemarau tetapi masih terjadi turun hujan. Secara umum musim kemarau terjadi pada bulan Agustus-Oktober, sebab dalam kurun waktu tersebut turun hujan tidak terjadi. Menurut catatan tahun 2010, rata-rata turun hujan sejumlah 109,9 hari. Curah hujan paling tinggi terjadi pada bulan Januari dan Mei. Rata-rata jumlah hari hujan paling tinggi juga terjadi pada Januari dan Mei. Pada bulan Januari rata-rata hujan sebanyak 273,7 sementara pada bulan Mei sebanyak 171,3 jumlah hari hujan. Bapak Sukaryo dalam wawancara menjelaskan kondisi iklim sebagai berikut.

“Kita kan tidak ada yang bisa meprediksi perubahan alam. Apalagi kalau mau wisata pantai itu kan harus dilihat dulu cuacanya seperti apa. Kalau cuacanya bagus kan wisatawan dapat berwisata dengan maksimal. Jadi direncanakan dulu sebaiknya kapan pergi berwisatanya. Takutnya malah kena hujan sama angin kencang”.

Penyinaran matahari paling tinggi terjadi pada bulan Agustus, September, dan Oktober. Pada bulan Agustus matahari sebesar 100%

memancarkan sinarnya. Sedangkan bulan September dan Oktober masing-masing sebesar 96,1% dan 99,%. Sebaliknya sinar matahari agak terganggu sehingga tidak maksimal, terjadi pada bulan Februari. Bulan Februari matahari hanya memancarkan sinarnya sebesar 56%, sementara itu pada bulan Desember sebesar 62,6%.

Tabel 10 : Banyaknya Curah Hujan Dan Hari Hujan Rata-Rata Per Bulan Tahun 2010

No.	Bulan	Curah Hujan	Jumlah Hari Hujan	Rata-rata (mm)
1.	Januari	98,5	273,7	8,8
2.	Februari	19,5	77,1	3,5
3.	Maret	8,0	29,6	1,0
4.	April	50,5	149,0	5,0
5.	Mei	67,5	171,3	7,4
6.	Juni	38,5	62,6	2,2
7.	Juli	0,1	-	-
8.	Agustus	-	-	-
9.	September	-	-	-
10.	Oktober	-	-	-
11.	November	21,2	55,3	6,1
12.	Desember	30,1	98,7	3,4
	Rata-rata	37,1	109,9	4,2

Sumber: Sumenep dalam Angka (2010)

Meskipun matahari memancarkan sinarnya dengan persentase relatif tinggi pada bulan Agustus, September dan Oktober, bukan berarti pada bulan-bulan itu suhu udara berada pada titik paling tinggi. Sebab menurut catatan yang ada suhu udara paling tinggi terjadi pada bulan Oktober, yaitu mencapai 29,6 derajat celsius. Sementara itu pada bulan Januari suhu udara menunjukkan titik terendah dibandingkan dengan bulan lainnya yakni sebesar 27,3 derajat

celcius. Sebaliknya pada bulan Agustus matahari memancarkan sinarnya 100% justru suhu udara hanya sebesar 27,7%.

Data geografi lain adalah kecepatan angin. Di kabupaten Sumenep ada tiga bulan di mana kecepatan angin terkategori paling tinggi, yaitu pada bulan Juni, Juli, Agustus dan September. Pada bulan Juli kecepatan angin memperlihatkan angka tertinggi yakni 8,4 knot sedangkan bulan September kecepatan angin mencapai 7,1 knot. Sementara pada bulan Maret, November dan Desember adalah waktu kecepatan angin paling rendah dibanding pada bulan-bulan lainnya.

Tabel 11 : Rata-Rata Penyinaran Matahari, Suhu Udara, Penguapan, dan Arah Kecepatan Angin

No	Bulan	Penyinaran Matahari (%)	Suhu Udara (°C)	Penguapan (mm)	Arah Angin	Kecepatan Angin
1.	Januari	64,6	27,3	269,4	CALM	7,1
2.	Februari	56,0	24,5	268,2	BL	7,1
3.	Maret	76,8	27,8	177,1	CALM	2,9
4.	April	79,4	27,6	143,7	CALM	4,4
5.	Mei	75,8	27,9	115,3	T	6,5
6.	Juni	92,5	26,9	124,9	T	7,7
7.	Juli	88,6	27,6	121,3	T	8,4
8.	Agustus	100,0	27,7	128,7	T	7,1
9.	September	96,1	27,8	128,1	T	7,3
10.	Oktober	99,0	29,6	139,7	T	5,8
11.	November	92,3	28,7	175,5	CALM	3,6
12.	Desember	62,3	28,6	175,5	CALM	3,6

Sumber: Sumenep dalam Angka (2010)

Kedaaan cuaca dapat dilihat dari tiga hal, yaitu temperatur, kelembaban dan tekanan udara. Memperhatikan data yang tersedia pada tahun 2010

memperlihatkan bahwa temperatur paling tinggi mencapai 29,6⁰ C, yang terjadi pada bulan Oktober. Sedangkan temperatur paling rendah mencapai 24,5⁰ C yang terjadi pada bulan Februari. Sementara itu penyinaran matahari maksimum atau tertinggi mencapai 100%, yang terjadi pada bulan Agustus dan pada bukan Oktober mencapai 99,0%. Penyinaran matahari terendah sebesar 56%, yang terjadi pada bulan Februari.

6. Faktor Lingkungan

Faktor alam dan lingkungan ternyata menjadi faktor penting dalam wisata pantai. Kualitas lingkungan menjadi perhatian utama para pengelola suatu daerah tujuan wisata. Pemeliharaan terhadap kualitas lingkungan menjadi syarat mutlak bagi daya tahan terhadap kompetisi pemilihan tujuan wisata oleh wisatawan. Wisatawan akan memilih tujuan wisata yang memiliki kualitas lingkungan yang baik. Jika kualitas suatu daerah tujuan wisata menurun, maka tempat wisata tersebut cenderung diabaikan (Luchman, 2004:116).

Faktor lingkungan dan alam memiliki pengaruh signifikan bagi calon wisatawan untuk memilih suatu daerah menjadi sebagai daerah tujuan wisata. Namun, di sisi lain tidak dapat dipungkiri juga bahwa aktifitas pariwisata di suatu kawasan akan menimbulkan dampak terhadap alam dalam derajad tertentu. Hal inilah yang harus diperhatikan supaya pembangunan pariwisata tidak berdampak negatif bagi lingkungan dan alam (Pitana dan Diarta, 2009:203).

Meskipun kesadaran sebagian masyarakat di sekitar Pantai Wisata Lombang terhadap peningkatan kualitas wisata masih tergolong rendah, akan



tetapi ada pula orang-orang yang peduli terhadap perkembangan wisata tersebut. Sebagai contoh adanya lembaga non profit yakni Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang berdiri sejak tahun 2005 dan diketuai oleh Bapak H.Masdawi. Pokdarwis ini merupakan perkumpulan masyarakat pecinta alam yang berusaha melestarikan keberadaan Pantai Wisata Lombang supaya kondisinya tidak rusak karena adanya aktifitas pariwisata.

Pokdarwis ini juga membantu pemerintah untuk mempromosikan akan keberadaan Pantai Wisata Lombang meskipun masih belum dalam lingkup yang luas. Selain itu, anggota dari Pokdarwis juga tidak segan untuk menjadi sukarelawan bagi wisatawan yang membutuhkan bantuan sejauh tidak bertentangan dengan norma dan adat istiadat yang berlaku. Biasanya mereka juga bersedia memberikan tumpangan menginap bagi wisatawan yang membutuhkan tempat menginap karena memang sampai saat ini belum tersedia penginapan. Pernyataan ini disampaikan oleh Bapak Sukaryo dalam wawancara berikut.

“Kesadaran masyarakat lokal memang kurang terhadap pelestarian lingkungan di sekitar pantai. Tapi bukan berarti semuanya tapi masih ada yang peduli sehingga mereka itu membentuk pokdarwis. Pokdarwis ini dibentuk oleh masyarakat sendiri yang menaruh perhatian terhadap kualitas lingkungan di sekitar Pantai Wisata Lombang. Mereka menyadari bahwa aktifitas pariwisata di daerah mereka itu akan berakibat pada kerusakan lingkungan. meskipun masih skala kecil tapi kami pemerintah mendukung penuh kegiatan positif yang mereka lakukan. Bagi wisatawan yang butuh bantuan bisa menghubungi pokdarwis ini. Biasanya mereka juga akan membantu wisatawan yang butuh tempat menginap soalnya disini belum ada penginapan jadi kalau mau ngep ya harus numpang di rumah penduduk dekat situ”.

Mengingat Pokdarwis ini tergolong masih sedikit maka pihak pengelola yakni pemerintah tetap mendukung setiap kegiatan positif yang dilakukan



kelompok tersebut baik dari segi material maupun dari segi spiritual. Hal ini dikarenakan mereka adalah bagian besar dalam peningkatan kualitas daerah tujuan wisata dan diharapkan dapat menyebar keseluruh warga masyarakat sekitar daerah tujuan wisata.

Ancaman terbesar dari perkembangan wisata di Pantai Wisata Lombang adalah pemanfaatan pohon Cemara Udang yang terlalu berlebihan. Banyak masyarakat sekitar pantai membudidayakan pohon Cemara Udang untuk dijadikan tanaman bonsai. Tanaman bonsai ini akan banyak ditemui oleh wisatawan mulai dari pintu masuk yang terbagi menjadi dua jalur hingga dekat lokasi parkir kendaraan. Sepanjang 800 meter di kanan kiri jalan berjejer tanaman bonsai yang sengaja dibudidaya untuk dipasarkan dan dijual kepada wisatawan.

F. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Pengelola

1. Kekuatan Pengelola

Kekuatan dari pihak pengelola jika dilihat dalam hal operasi manajemen maka pengelola sudah memiliki sistem manajemen yang jelas, karena pihak pengelola merupakan lembaga pemerintah. Sebagai salah satu lembaga pemerintah, Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep memiliki visi, misi, tujuan dan sasaran yang jelas pula. Untuk mencapai misi dan tujuan tertentu, pihak pengelola menyusun suatu program-program yang akan ditindaklanjuti dengan penyusunan perencanaan pembangunan tahunan. Selain itu, jika dilihat dari sumber daya manusia sesuai

dengan yang tersusun dalam struktur organisasi pada Dinas telah tercukupi, yakni berjumlah 117 orang.

Dilihat dari segi produk, Pantai Wisata Lombang menawarkan keistimewaan-keistimewaan alam dengan ciri khas yang dimilikinya. Tumbuhnya pohon Cemara Udang telah menjadikan Pantai Wisata Lombang menjadi lebih menarik karena pohon tersebut menjadi daya tarik sekaligus penghias keindahan pantai. Kelebihan lain yang terdapat di kawasan Pantai Wisata Lombang yaitu tersedianya fasilitas-fasilitas yang memadai seperti adanya lapangan parkir yang cukup luas, warung makanan, mushola, toilet, pondok dan gazebo sepanjang pantai, panggung hiburan, penyewaan kuda dan perahu.

Kekuatan pengelola dari segi pemasaran terletak pada harga retribusi masuk yang relatif murah. Tiket masuk ini sudah termasuk dengan asuransi bagi pengunjung. Selain itu, lokasi wisata yang tidak begitu jauh dari pusat kota sehingga mudah dijangkau dan didukung oleh aksesibilitas ke tempat wisata yang telah memadai berupa jalan beraspal yang mulus dilengkapi dengan petunjuk jalan yang jelas.

Kelebihan lain adalah lokasi objek wisata yang dekat dengan lingkungan masyarakat yang sarat akan tradisi dan budaya masyarakat Madura yang masih dijaga hingga saat ini. Masyarakat sekitar seringkali mengadakan acara pertunjukan musik tradisional seperti musik Saronen, tari kekkek, tari topeng, dan aneka atraksi lainnya yang menambah daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Pertunjukan musik tradisional ini tidak hanya ditampilkan saat



acara lokal saja, tetapi *event* yang diadakan oleh pemerintah daerah juga seringkali diadakan di sekitar lingkungan Pantai Wisata Lombang yang juga melibatkan masyarakat sekitar dalam pertunjukannya.

Kelebihan lain masyarakat sekitar Pantai Wisata Lombang yang tidak akan ditemukan di tempat lain adalah kebiasaan unik yang dimiliki masyarakatnya, yang bahkan dinyatakan sebagai adat istiadat yang sudah dilakukan turun temurun. Kebiasaan unik ini adalah tidur di atas pasir. Sekitar tiga km dari pantai terdapat tiga desa yang seluruh penduduknya tidur di atas kasur pasir. Ketiga desa tersebut yakni Desa Dapenda, Desa Legung Timur, dan Desa Legung Barat. Pasir yang digunakan adalah pasir yang diambil di dekat Pantai Wisata Lombang. Sebelum digunakan pasir akan diayak untuk memastikan tidak ada batu atau benda berbahaya lain di dalamnya. Pasir kemudian dijemur supaya tidak basah atau lembab. Selain itu pasir yang dipakai juga akan diganti selang beberapa waktu digunakan.

Meskipun banyak beranggapan bahwa masyarakat Madura tipikal masyarakat yang berwatak keras, namun nyatanya anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar. Dapat dirasakan keramahan masyarakatnya ketika berkunjung ke Pantai Wisata Lombang maupun ke tiga desa kasur pasir. Mereka akan membantu pengunjung menyediakan penginapan bagi siapa saja yang ingin menginap. Memang belum ada penginapan yang disediakan untuk khusus untuk pengunjung tetapi pengunjung dapat mendatangi masyarakat sekitar karena mereka banyak yang bersedia memberikan tempat untuk menginap. Bagi pengunjung yang ingin merasakan bagaimana rasanya tidur di

atas kasur pasir, maka langsung dapat mendatangi salah satu desa tersebut. Masyarakat disana dengan senang hati akan mempersilahkan pengunjung untuk mencoba kasur pasir di rumah mereka.

Tabel 12 : Identifikasi Kekuatan

No.	Kekuatan	Keterangan
1.	Retribusi masuk murah	Tiket masuk Rp 10.000,- per orang.
2.	Tempat wisata yang memiliki keunikan atau ciri khas	Tumbuhnya pohon Cemara Udang menjadi ciri khas Pantai Wisata Lombang.
3.	Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	Akses menuju lokasi objek wisata berupa jalan beraspal mulus disertai petunjuk jalan yang jelas.
4.	Fasilitas kebutuhan wisata memadai	Fasilitas yang dibutuhkan wisatawan selama berkunjung tersedia mulai dari warung makanan dan minuman, toilet, mushola, dan berbagai kebutuhan wisata lainnya.
5.	Masyarakat lokal yang ramah	Masyarakat lokal tidak segan untuk membantu pengunjung yang membutuhkan bantuan terutama dalam penyediaan tempat menginap.
6.	Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata	Sering diadakan pertunjukan musik tradisional seperti musik Saronen, tari Kekkek, dan tari Topeng. Sekitar 3 km dari lokasi Pantai masyarakat lokal memiliki kebiasaan unik tidur di atas kasur pasir.
7.	Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	Supaya mampu meningkatkan kesadaran dan peran aktif masyarakat dalam menjaga dan mengembangkan objek wisata.

Sumber : Olahan Peneliti (2017)

2. Kelemahan Pengelola

Kelemahan pihak pengelola yakni terletak pada minimnya anggaran dari pemerintah setiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena kecilnya PAD yang dihasilkan dari sektor pariwisata padahal jumlah tempat wisata di Kabupaten Sumenep cukup banyak. Untuk mengatasi masalah ini pemerintah pada tahun 2017 telah menaikkan tarif tiket masuk ke berbagai tempat wisata. Selain itu, untuk mensukseskan program *Visit Sumenep Year 2018* pemerintah telah menyediakan anggaran sebesar Rp 4 miliar. Kurangnya pendanaan dari pihak luar juga merupakan kelemahan terbesar yang dimiliki oleh pihak pengelola. Pemerintah daerah selaku pengelola sampai saat ini masih belum menjalin kerja sama dengan pihak swasta dalam hal mengembangkan kawasan wisata. Sedangkan kerjasama ini juga diperlukan mengingat ini setiap kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas objek wisata pasti memerlukan dana yang cukup besar dalam pelaksanaannya.

Kelemahan berikutnya dilihat dari faktor pemasaran yakni kurang maksimalnya strategi promosi. Hal ini terlihat dari pasar yang dituju masih skala regional, belum adanya sistem paket wisata, dan kurangnya kerjasama antara pihak pengelola dengan jasa agen *tour and travel*, usaha penginapan dan restoran, untuk memperluas pemasaran. Sistem periklanan yang masih sederhana dan terkesan kurang menarik. Saat ini media promosi tidak hanya berupa iklan yang sederhana berupa brosur tapi lebih pada promosi yang “Go Digital”. Sehingga perlu untuk memanfaatkan sebaik mungkin kecanggihan teknologi untuk promosi wisata dalam skala yang lebih besar.

Kelemahan yang terkait dengan sumberdaya manusia adalah masih lemahnya keterampilan dan pengetahuan aparatur dalam bidang pariwisata. Hal ini masih menjadi kendala bagi pihak pengelola dalam pengembangan kepariwisataan, meskipun jumlah sumberdaya manusia yang ada sudah mencukupi namun kemampuan sumberdaya manusia masih kurang.

Masih lemahnya pelaksanaan koordinasi antara pihak pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata. Sejatinya, pengetahuan tentang alam dan budaya serta kawasan daya tarik wisata, dimiliki oleh masyarakat setempat. Sehingga, melibatkan masyarakat setempat menjadi penting, mulai dari tingkat perencanaan hingga tingkat pengelolaan. Pemerintah perlu untuk menjalin kerjasama dengan masyarakat setempat dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata. Upaya pemerintah dapat dimulai dengan menumbuhkan kesadaran dan peran aktif masyarakat sekitar dalam kegiatan ekowisata pantai.

Selanjutnya upaya yang dapat dilakukan pihak pengelola yakni menjelaskan kepada masyarakat sekitar mengenai dampak positif yang akan diperoleh dari suatu pengembangan ekowisata pantai. Hal ini dapat dilakukan dengan memperlihatkan potensi yang ada pada kawasan ekowisata yang dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap alam, nilai-nilai peninggalan sejarah dan budaya, serta memberikan nilai tambah kepada pengunjung dan masyarakat setempat dalam bentuk pengetahuan dan pengalaman. Selain itu, secara ekonomi, pengembangan ekowisata memberi keuntungan bagi masyarakat lokal di sekitar lokasi tujuan ekowisata, seperti menyediakan



kesempatan kerja dan mendorong perkembangan usaha-usaha baru. Tidak hanya menyediakan makanan dan minuman tapi merambah pada usaha lain.

Misalnya usaha cinderamata atau souvenir yang dapat dibuat dari hasil kreatifitas masyarakat lokal.

Pengembangan ekowisata pantai ini juga bermanfaat untuk menjaga kualitas lingkungan secara berkelanjutan. Salah satu ekosistem yang harus dijaga di Pantai Wisata Lombang adalah pohon Cemara Udang. Masyarakat sekitar pantai banyak memanfaatkan pohon ini menjadi bonsai dan kemudian dijual kepada pengunjung. Bonsai ini banyak diminati oleh pengunjung terutama yang berasal dari mancanegara. Hal ini tentu saja mengkhawatirkan dari sisi lingkungan. Akan tetapi, karena kurangnya pengetahuan masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan budidaya bonsai ini menjadi biasa dan juga dibiarkan saja oleh pihak pengelola.

Tabel 13 : Identifikasi Kelemahan

No.	Kelemahan	Keterangan
1.	Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	Kecilnya PAD yang dihasilkan sektor pariwisata sehingga dana yang dikeluarkan untuk sektor pariwisata juga minim.
2.	Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	Awalnya Kabupaten Sumenep memang bukan merupakan kota wisata sehingga pelayanan kepariwisataan daerah harus terus dibenahi supaya mampu menjadi kota tujuan wisata.
3.	Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata	Kurangnya jalinan kerjasama antara masyarakat lokal sebagai tuan rumah dan juga pemerintah daerah selaku pengelola. Efek dari adanya objek wisata juga

		tidak memberi pengaruh banyak terhadap masyarakat lokal.
4.	Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	Sumberdaya manusia yang ada sudah memenuhi namun kemampuan dan keterampilan dalam bidang pariwisata masih kurang.
5.	Belum tersedianya toko cendramata	Pengunjung yang berwisata seringkali mencari tempat oleh-oleh. Toko cinderamata juga dapat digunakan sebagai wadah untuk menjual hasil kreatifitas masyarakat.
6.	Promosi wisata yang kurang maksimal	Promosi yang dilakukan masih skala regional dan kurang memanfaatkan kecanggihan teknologi yang saat ini sangat efektif dalam memasarkan suatu objek wisata.

Sumber : Olahan Peneliti (2017)

G. Identifikasi Peluang dan Ancaman

1. Peluang

Peluang yang dimiliki oleh pihak pengelola antara lain (1) Mampu melestarikan budaya, (2) Tidak ada ancaman gempa/tsunami, (3) Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian, (4) Perkembangan teknologi informasi yang mendukung, (5) Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata, (6) Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata, (7) Trend ekowisata yang semakin diminati wisatawan.

Tabel 14 : Identifikasi Peluang

No.	Peluang	Keterangan
1.	Mampu melestarikan budaya	Adanya pengembangan pariwisata melalui ekowisata diharapkan mampu untuk melestarikan budaya masyarakat setempat.
2.	Tidak ada ancaman gempa/tsunami	Lokasi objek wisata yang berada di laut utara dengan ombak yang tenang akan lebih memberikan rasa aman akan adanya ancaman bencana kepada pengunjung.
3.	Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	Pariwisata jika dikembangkan dengan baik akan memiliki dampak positif baik secara langsung maupun tidak langsung.
4.	Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	Pesatnya perkembangan informasi dapat dijadikan peluang yang baik untuk meningkatkan promosi objek wisata ke pasar yang lebih luas.
5.	Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	Pemerintah daerah mulai serius dalam membangun sektor industri pariwisata salah satunya yakni dengan adanya program Visit Sumenep 2018
6.	Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata	Banyak tanggapan positif dari wisatawan yang berkunjung sebaiknya dijadikan peluang supaya pengelola terus menjaga bahkan meningkatkan fasilitas di objek wisata.
7.	Trend ekowisata yang semakin dinikmati wisatawan	Wisatawan yang selalu mencari pengalaman baru dan unik, tidak hanya sekedar datang dan menikmati objek wisata.

Sumber : Olahan Peneliti (2017)

2. Ancaman

Ancaman yang dimiliki oleh pihak pengelola antara lain (1) Kurangnya citra positif pariwisata di Madura, (2) Kerusakan lingkungan yang diakibatkan

oleh aktifitas pariwisata, (3) Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata, (4) Varasi produk yang ditawarkan oleh pesaing, (5) Belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju objek wisata, (6) Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata.

Tabel 15 : Identifikasi Ancaman

No.	Ancaman	Keterangan
1.	Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	Masyarakat Madura seringkali dikenal sebagai masyarakat yang berperangai kasar sehingga menimbulkan rasa enggan untuk berwisata ke Madura.
2.	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	Aktifitas wisata jika tidak diimbangi dengan plestraian lingkungan maka tidak tercipta pariwisata yang berkelanjutan.
3.	Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	Menjadi ancaman karena terbatasnya dana dari pemerintah selaku pengelola untuk mengembangkan objek wisata.
4.	Varasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	Variasi produk yang ditawarkan pesaing akan memberikan banyak pilihan bagi wisatawan. Lebih terancam lagi apabila pesaing mengemas produk dengan lebih menarik.
5.	Belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju objek wisata	Wisatawan yang tidak membawa kendaraan pribadi akan kesulitan untuk mencapai lokasi objek wisata.
6.	Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata.	Rendahnya kesadaran masyarakat dalam menjaga objek wisata dapat menyebabkan kerusakan lingkungan.

Sumber : Olahan Peneliti (2017)

H. Analisis Matriks IFAS dan EFAS

1. Matriks IFAS

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dapat disimpulkan bahwa pihak peneglola, dalam hal ini Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep secara internal dapat dikatakan dalam kondisi sedang. Hal ini dapat dilihat dari nilai total skor yaitu sebesar 2,778.

Pada tabel 16 dapat dilihat bahwa kekuatan utama pihak pengelola adalah tempat wisata yang memiliki keunikan atau ciri khas dengan skor 0,3804.

Tumbuhnya pohon Cemara Udang di sepanjang pantai menjadi ciri khas tersendiri bagi Pantai Wisata Lombang. Faktor kedua adalah memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata dengan skor 0,3676. Masyarakat lokal di sekitar pantai merupakan masyarakat yang masih mejunjung tinggi adat istiadat yakni dengan rutin mengadakan pertunjukan kesenian tradisional dan masih menjaga tradisi mereka turun-temurun tidur di atas kasur pasir. Faktor ketiga adalah Pantai Wisata Lombang merupakan pantai potensial untuk pengembangan ekowisata dengan skor 0,3178. Hal ini dapat dilihat dari potensi pantai jika dikelola dengan baik yakni dengan memadukan keindahan pantai dengan kearifan lokal yang dimiliki masyarakat setempat maka sangat berpotensi untuk pengembangan ekowisata pantai yang dapat memberikan nilai lebih, baik bagi pengunjung maupun masyarakat lokal.

Faktor keempat adalah aksesibilitas menuju tempat wisata yang memadai dengan skor sebesar 0,2948. Hal ini ditunjang oleh kondisi jalan raya yang beraspal mulus dari pusat kota menuju Pantai Wisata Lombang. Faktor kelima

adalah fasilitas kebutuhan wisatawan memadai dengan skor sebesar 0,2624.

Fasilitas yang disediakan oleh pengelola berupa lahan parkir yang luas, warung makanan dan minuman, Mushola, toilet, pondok-pondok dan gazebo yang merupakan fasilitas yang disediakan untuk pengunjung. Faktor keenam adalah masyarakat lokal yang ramah dengan skor sebesar 0,1890. Masyarakat lokal sebagai tuan rumah dimana ramah tamah sangat penting dalam menyambut setiap pengunjung yang datang. Faktor ketujuh adalah retribusi masuk yang murah dengan skor sebesar 0,1539. Dengan tarif masuk yang murah, Pantai Wisata Lombang dapat dijangkau oleh masyarakat dari semua golongan ekonomi.

Kelemahan utama pihak pengelola adalah masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata dengan skor sebesar 0,1732. Faktor ini memang menjadi tantangan bagi pihak pengelola supaya mampu bekerja sama dengan masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata. Faktor kedua adalah promosi wisata yang kurang maksimal dengan skor sebesar 0,1533. Hal ini terlihat dari promosi wisata yang dilakukan masih skala regional, yakni di sekitar pulau Madura saja. Pengelola perlu memperluas jaringan promosi objek wisata dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Faktor ketiga adalah sumberdaya masih tergolong masih rendah dengan skor sebesar 0,1499. Hal ini dapat dilihat dari masih terbatasnya pengetahuan pengelola yang menyeluruh tentang bisnis di bidang pariwisata khususnya ekowisata.

Tabel 16 : Matriks IFAS Pantai Wisata Lombang

Faktor Penentu	Rata-rata Bobot	Rata-rata Rating	Skor
Kekuatan			
A. Retribusi masuk murah	0,0513	3	0,1539
B. Tempat wisata yang memiliki keunikan atau ciri khas	0,0951	4	0,3804
C. Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	0,0737	4	0,2948
D. Fasilitas kebutuhan wisata memadai	0,0715	3,67	0,2624
E. Masyarakat lokal yang ramah	0,0630	3	0,1890
F. Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata	0,0919	4	0,3676
G. Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	0,0866	3,67	0,3178
Kelemahan			
H. Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	0,0662	2	0,1324
I. Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	0,0794	1,67	0,1326
J. Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata	0,0866	2	0,1732
K. Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	0,0898	1,67	0,1499
L. Belum tersedianya toko cendramata	0,0534	1,33	0,0710
M. Promosi wisata yang kurang maksimal	0,0918	1,67	0,1533
Total	1		2,778

Berikutnya faktor keempat adalah belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah dengan skor sebesar 0,1326. Hal ini disebabkan karena pelayanan kepariwisataan daerah juga melibatkan peran serta banyak pihak mulai dari kebersihan, ketertiban, dan keamanan. Faktor kelima adalah minimnya anggaran dari pemerintah setiap tahun dengan skor 0,1324.

Minimnya anggaran ini dikarenakan hasil PAD dari sektor pariwisata sedikit

jika dibandingkan dengan jumlah obyek wisata yang ada di Kabupaten Sumenep. Faktor keenam adalah belum tersedianya toko cendramata dengan skor 0,0710. Faktor ini memang tidak terlalu berpengaruh, namun fasilitas wisata berupa toko cendramata sering dicari oleh pengunjung jika berkunjung ke suatu objek wisata.

2. Matriks EFAS

Berdasarkan hasil analisis matriks EFAS, diperoleh jumlah skor rata-rata untuk faktor eksternal sebesar 2,9016. Nilai ini memperlihatkan bahwa kemampuan pihak pengelola dalam merespon peluang dan ancaman berada dalam level rata-rata.

Pada tabel 17 terlihat bahwa adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata adalah peluang yang sangat baik dalam mengembangkan suatu objek wisata. Faktor ini memiliki skor paling tinggi yakni 0,3672. Peluang kedua yang dapat dimanfaatkan oleh pihak pengelola yaitu perkembangan teknologi informasi yang mendukung dengan skor 0,3460.

Perkembangan teknologi semakin memudahkan pihak pengelola untuk menyebarkan informasi wisata begitu juga dengan calon wisatawan akan semakin mudah untuk mengakses informasi wisata. Peluang ketiga adalah mampu melestarikan budaya dengan skor 0,2781. Budaya merupakan salah satu sumber daya pariwisata yang dimiliki oleh masyarakat lokal yang tidak dimiliki oleh pelaku pariwisata lainnya sehingga melalui program pengembangan yang tepat budaya lokal mampu dilestarikan. Faktor keempat adalah adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian

dengan skor 0,2562. Baik secara langsung maupun tidak, kegiatan pariwisata dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kesejahteraan perekonomian masyarakat di sekitar objek wisata. Faktor kelima adalah trend ekowisata yang semakin diminati wisatawan dengan skor 0,1912. Hal ini didasari pada trend wisatawan yang akan selalu mencari pengalaman baru, unik, dan lebih mengembangkan pengalaman saat mengunjungi suatu objek wisata. Faktor keenam adalah opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata dengan skor 0,1860. Opini atau tanggapan positif yang berasal dari wisatawan dapat mendorong calon wisatawan yang lain untuk datang berkunjung. Faktor ketujuh adalah tidak ada ancaman gempa atau tsunami dengan skor 0,1281. Hal ini berhubungan dengan rasa aman yang dirasakan oleh pengunjung ketika berada di objek wisata.

Tabel 17 : Matriks EFAS Pantai Wisata Lombang

Faktor Penentu	Rata-rata Bobot	Rata-rata Rating	Skor
Peluang			
A. Mampu melestarikan budaya	0,0758	3,67	0,2781
B. Tidak ada ancaman gempa atau tsunami	0,0427	3	0,1281
C. Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	0,0854	3	0,2562
D. Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	0,0865	4	0,3460
E. Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	0,0918	4	0,3672
F. Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap obyek wisata	0,0662	3	0,1860
G. Trend ekowisata yang semakin diminati wisatawan	0,0716	2,67	0,1912

Ancaman			
H. Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	0,0662	2	0,1324
I. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	0,0908	3	0,2724
J. Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	0,0716	2,67	0,1922
K. Varasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	0,0747	2,67	0,1994
L. Belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju objek wisata	0,0897	2	0,1794
M. Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata	0,0865	2	0,1730
Total	1		2,9016

Sedangkan faktor-faktor yang menjadi ancaman bagi pihak pengelola antara lain ancaman kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata dengan skor 0,2724. Meningkatnya aktifitas pariwisata dapat menyebabkan degradasi lingkungan jika tidak diimbangi dengan program konservasi alam yang tepat. Ancaman kedua yakni variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing dengan skor 0,1994. Banyaknya variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing membuat wisatawan memiliki banyak pilihan sehingga dapat menjadi ancaman apabila pesaing memiliki jenis produk yang sama namun dikemas dengan lebih menarik. Ancaman ketiga yakni belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata dengan skor 0,1922. Pengembangan objek wisata selama ini dipegang penuh oleh pemerintah daerah dengan dana yang terbatas.

Berikutnya, yakni faktor keempat adalah belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju objek wisata dengan skor 0,1794. Hal ini dapat menjadi ancaman karena ketersediaan transportasi umum dapat melancarkan arus wisatawan. Faktor kelima masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata dengan skor 0,1730. Hal ini menjadi ancaman bagi pihak pengelola karena dapat menyebabkan kerusakan di lingkungan objek wisata. Faktor keenam adalah kurangnya citra positif pariwisata di Madura dengan skor 0,1324. Masyarakat luar Madura seringkali menganggap orang Madura berperangai kasar dan suka carok sehingga menimbulkan rasa enggan untuk berwisata ke Madura.

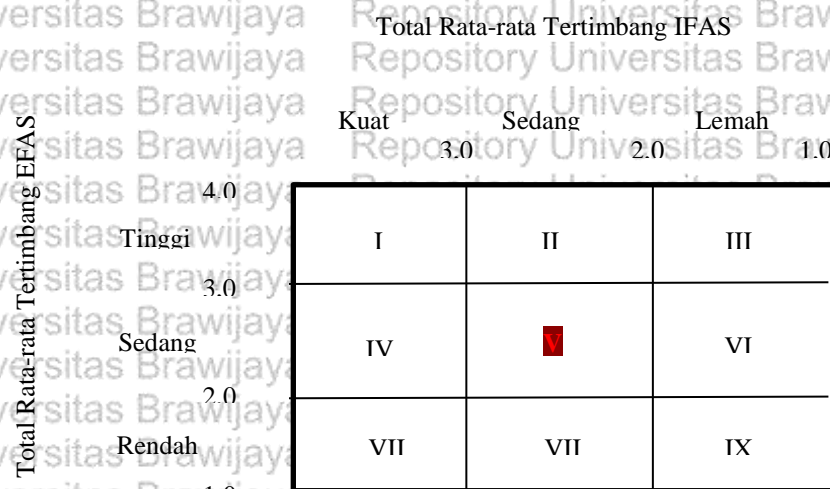
I. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Setelah melalui matriks IFAS dan EFAS sebagai tahap masukan, dilanjutkan dengan matriks IE sebagai tahap pencocokan dari penentuan strategi yang akan digunakan. Pada tahap ini menggunakan hasil pembobotan dari matriks IFAS dan EFAS. Nilai matriks IFAS sebesar 2,778 yang menunjukkan kondisi internal pengelola tergolong rata-rata dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki. Sedangkan nilai matriks EFAS sebesar 2,9016 yang menunjukkan bahwa pengelola memiliki kemampuan yang sedang dalam merespon peluang dan ancaman yang ada.

Berdasarkan nilai matriks tersebut, maka dapat diketahui bahwa pengelola berada pada sel strategi V pada matriks IE. Sel strategi tersebut menunjukkan bahwa strategi yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola, yaitu menjaga dan

mempertahankan (*bold and maintain*). Strategi yang paling banyak dipakai oleh pengelola ODTW yang berada pada sel strategi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Tabel 18 : Matriks IE



J. Analisis Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT menggunakan data yang diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS, yaitu berupa faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat pada matriks IFAS dan EFAS. Data tersebut digunakan untuk merumuskan berbagai alternatif strategi berdasarkan model analisis matriks SWOT. Perumusan alternatif strategi tersebut dilakukan dengan cara menggabungkan faktor internal dan faktor eksternal yang pada akhirnya menghasilkan empat strategi utama, yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*), strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi ST (*Strength-Threats*), dan strategi WT (*Weaknesses-Threats*).

Tabel 19 : Matriks Strategi Berdasarkan Analisis SWOT

	IFAS	Kekuatan	Kelemahan
EFAS	<div style="font-size: 4em; transform: rotate(45deg); opacity: 0.5;">/</div>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat wisata yang memiliki keunikan atau ciri khas 2. Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata 3. Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata 4. Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai 5. Fasilitas kebutuhan wisata memadai 6. Masyarakat lokal yang ramah 7. Retribusi masuk murah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata 2. Promosi wisata yang kurang maksimal 3. Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah 4. Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah 5. Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun 6. Belum tersedianya toko cendramata
Peluang		<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata 2. Perkembangan teknologi informasi yang mendukung 3. Mampu melestarikan budaya 4. Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian 5. Trend ekowisata yang semakin diminati wisatawan. 6. Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata 7. Tidak ada ancaman gempa atau tsunami 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang memiliki ciri khas dilengkapi dengan fasilitas wisata yang memadai dengan harga yang terjangkau. (S1,S4 ,S5, S7, O1,O6) 2. Mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang memiliki objek wisata pendukung serta melibatkan masyarakat dalam pengembangannya. (S2,S3,S6,O1,O3,O4,O5,O6) 3. Mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang mudah dijangkau, dengan lingkungan masyarakat yang ramah dan aman untuk dikunjungi. (S4,S5,O4,O2,O5,O7)

<p style="text-align: center;">Ancaman</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata 2. Varasi produk yang ditawarkan oleh pesaing 3. Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata 4. Belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju obyek wisata 5. Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata 6. Kurangnya citra positif pariwisata di Madura 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penyuluhan pada masyarakat sekitar terkait program wisata yang menyangkut pentingnya pelestarian alam dan lingkungan. (S2,S3,S6,T1,T5) 2. Mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk memberikan informasi lebih luas tentang kualitas produk wisata yang memiliki keunggulan disertai dengan atraksi pendukungnya. (S1,S2,S3,S6,T1,T2,T6) 3. Menjalin kerja sama dengan agen perjalanan dalam bentuk paket wisata yang memudahkan dan memberikan kenyamanan kepada wisatawan. (S1,S5,S7,T3,T4,T6) 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas objek wisata dengan memberikan kemudahan bagi pihak swasta dalam mendirikan suatu usaha jasa wisata terutama yang bergerak dalam UMKM. (W3,W4,W5,W6,T3,T4) 2. Mengembangkan jaringan pariwisata melalui pameran dan even-even kepariwisataan. (W2,W4,T2,T3,T6) 3. Memberikan pendidikan dan pelatihan secara rutin dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan aparatur di bidang pariwisata dan juga mendukung aktifitas/kegiatan yang dilakukan masyarakat lokal baik berupa dukungan materian maupun spiritual. (W1,W3,W4,T3,T5)
---------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. Strategi *Strength-Opportunity* (SO)

Strategi SO adalah strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan analisis dari kekuatan dan peluang yang diperoleh, maka strategi yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola dalam hal ini Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep adalah mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang memiliki ciri khas dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dengan harga yang terjangkau. Banyaknya keistimewaan yang dimiliki oleh Pantai Wisata Lombang dan didukung dengan oleh fasilitas yang memadai untuk menunjang kebutuhan pengunjung selama berwisata tanpa harus mengeluarkan banyak biaya karena retribusi masuk murah tetapi pengunjung sudah dapat menikmati semua fasilitas yang telah tersedia di objek wisata. Harga yang murah merupakan suatu keunggulan yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola, karena berkaitan dengan tingkat daya saing yang dimiliki.

Strategi kedua yang dapat dilakukan pihak pengelola adalah mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang memiliki objek wisata pendukung serta mengikutsertakan masyarakat dalam pengembangannya. Adanya objek wisata pendukung berupa kearifan lokal dan pertunjukan kesenian daerah yang berasal dari hasil kebudayaan atau tradisi masyarakat sekitar yang masih lestari untuk itulah diharapkan pihak pengelola dapat merangkul dan mendukung masyarakat sekitar untuk terlibat dalam kegiatan pengembangan pariwisata.

Strategi ketiga adalah mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang mudah dijangkau dengan lingkungan masyarakat yang ramah dan aman untuk dikunjungi. Melihat lokasi Pantai Wisata Lombang yang tidak jauh dari ibu kota Sumenep dan didukung oleh aksesibilitas yang memadai ke objek wisata dapat memudahkan pengunjung untuk berkunjung. Hal ini juga didukung oleh masyarakat sekitar objek wisata yang ramah dan merupakan lingkungan wisata yang aman dikunjungi.

2. Strategi *Strength-Threats* (ST)

Strategi ST adalah strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang datang dari luar. Adapun alternatif strategi yang dapat diambil oleh pengelola yakni memberikan penyuluhan dan melibatkan masyarakat sekitar terkait program wisata menyangkut pentingnya alam dan pelestarian lingkungan. Hal ini dimaksudkan supaya timbul kesadaran masyarakat akan arti pentingnya kelestarian lingkungan wisata untuk menciptakan pariwisata yang berkelanjutan, mengingat aktifitas pariwisata dapat memberikan *multiplayer effect* yang amat besar bagi perekonomian masyarakat.

Strategi kedua yang dapat diambil adalah mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk memberikan informasi lebih luas tentang kualitas produk wisata yang memiliki keunggulan disertai dengan atraksi pendukungnya. Kemudahan dalam mengakses informasi kapan saja dan dimana saja dapat dijadikan kekuatan untuk menyebarkan informasi keunggulan produk wisata yang dimiliki lebih luas dengan akses yang mudah

bagi calon wisatawan. Informasi ini juga dapat mencakup menjawab pertanyaan yang diajukan oleh calon wisatawan mengenai kelebihan dan kekurangan objek wisata sehingga mereka tidak merasa ragu untuk berkunjung.

Strategi ketiga yakni menjalin kerja sama dengan agen perjalanan dalam bentuk paket wisata yang memudahkan dan memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Hal ini juga mendukung kebijakan dalam menjaring wisatawan dalam cakupan area yang lebih luas. Wisatawan yang datang ke kabupaten Sumenep mayoritas berasal dari daerah lain pulau Madura saja sehingga dengan menjalin kerja sama dengan agen perjalanan cakupan wisatawannya meluas ke luar pulau Madura. Melalui agen perjalanan maka perjalanan wisatawan yang berasal dari luar kota akan menjadi lebih mudah apalagi menyangkut penyediaan transportasi menuju objek wisata yang semuanya kan disediakan oleh oleh agen perjalanan mengingat sampai sekarang salah satu kendalanya adalah belum tersedianya angkutan transportasi umum dari kota menuju objek wisata.

3. Strategi *Weakness-Opportunity* (WO)

Strategi WO adalah strategi mengatasi kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan pemanfaatan peluang tersebut, maka didapatkan alternatif strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan yakni memaksimalkan kerjasama pemerintah dengan masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat melalui program pelatihan keterampilan. Adanya dampak positif terhadap perekonomian masyarakat melalui kegiatan

pariwisata maka pemerintah daerah selaku pengelola objek wisata harus dapat merangkul masyarakat salah satunya dengan memberikan pelatihan supaya masyarakat tersebut termotivasi untuk menjadi masyarakat sadar wisata. Bentuk kegiatan pelatihan yang dapat dilakukan adalah pelatihan membuat kerajinan tangan atau souvenir khas yang biasanya banyak dicari pengunjung.

Strategi kedua yang dapat dilakukan adalah mengembangkan strategi promosi yang berorientasi nasional dan internasional dengan memanfaatkan teknologi informasi dan bekerjasama dengan pihak lain yang terkait dalam jaringan pemasaran wisata. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat merupakan suatu peluang yang harus dimanfaatkan oleh pihak pengelola dalam memasarkan produknya. Melalui pemanfaatan teknologi internet, informasi tentang objek wisata dapat menjangkau skala yang lebih luas.

Strategi berikutnya adalah mengembangkan jenis wisata pantai dengan menerapkan strategi pengembangan ekowisata. Melihat dari potensi alam dan didukung oleh kearifan lokal masyarakat sekitar yang masih terjaga dengan baik maka sebaiknya langkah yang pengelola lakukan adalah melalui pemberdayaan masyarakat melalui program pengembangan ekowisata. Melalui ekowisata, masyarakat dapat menjadi tuan rumah di daerahnya sendiri tidak hanya menyediakan kebutuhan pengunjung berupa penyediaan makanan dan minuman, kerajinan atau souvenir, tapi juga tempat menginap bagi pengunjung. Ditambah saat ini wisatawan tidak hanya datang untuk menikmati pemandangan pantai saja, tetapi ingin mengembangkan pengalaman saat mengunjungi suatu objek wisata.

4. Strategi *Weakness-Threats* (WT)

Strategi WT adalah strategi yang dibentuk untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi yang dapat diambil yakni meningkatkan kualitas objek wisata dengan memberikan kemudahan bagi pihak swasta dalam mendirikan suatu usaha jasa wisata terutama yang bergerak dalam UMKM. Dengan adanya kemudahan akses bagi pihak swasta untuk membuka usaha jasa wisata diharapkan dapat meningkatkan kualitas wisata terutama pengadaan sarana wisata yang tidak semuanya dapat dipenuhi oleh pihak pemerintah daerah selaku pengelola karena keterbatasan anggaran dana.

Strategi WT berikutnya adalah mengembangkan jaringan pariwisata melalui pameran dan *event* kepariwisataan. Adanya persaingan ketat di dalam industri pariwisata, mengharuskan pihak pengelola untuk memperluas jaringan melalui keikutsertaan dalam pameran-pameran wisata di berbagai daerah seperti Majapahit Travel Fair di Surabaya, Festival Pesisir Utara, Nusa Dua Bali Festival, dan *event* lainnya. Melalui pameran dan even pengelola juga dapat memperkenalkan wisata unggulan Madura lebih luas yang selama ini tidak banyak diketahui masyarakat luar.

Strategi WT yang terakhir adalah memberikan pendidikan dan pelatihan secara rutin dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan aparatur di bidang pariwisata dan juga mendukung akitifitas atau kegiatan yang dilakukan masyarakat lokal baik berupa dukungan materian maupun spiritual.

Pemerintah selaku pengelola objek wisata, maka hal-hal yang berkaitan dengan kualitas dan kuantitas sumberdaya manusia haruslah mencukupi dan memadai.



Hal ini bertujuan supaya pengelolaan objek wisata dapat berjalan sesuai sebagaimana mestinya sesuai dengan visi dan misi yang diemban. Selain itu adanya dukungan dari pemerintah kepada masyarakat diharapkan kreativitas masyarakat akan semakin meningkat.

K. Analisis dan Interpretasi Data

1. Analisa Data Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Penyusunan Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata Lombang

a. Analisa Faktor Lingkungan Internal yang Dapat Mempengaruhi Penyusunan Strategi Pengembangan

Analisis terhadap lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada sumber daya dan proses pengelolaan yang dimiliki pengelola. Guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada lingkungan internal perusahaan, maka peneliti memakai analisis lingkungan internal menurut David (2009). Dari hasil analisis ini didapatkan faktor-faktor strategis internal yang akan diolah dengan menggunakan matrik IFAS untuk melihat skor bobot dari tiap-tiap faktor yang dapat mempengaruhi penyusunan strategi pengembangan ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabuapeten Sumenep.

Faktor-faktor strategis internal yang dihasilkan melalui analisis lingkungan internal didapatkan dari tiga belas faktor strategis internal yang



terdiri dari tujuh faktor kekuatan dan enam faktor kelemahan. Ketiga belas faktor strategis internal tersebut diberi peringkat untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh tiap faktor pada penyusunan strategi. Berikut tabel yang menunjukkan peringkat dari kesebelas faktor strategis internal.

Tabel 20 : Peringkat Faktor Strategis Internal yang Dapat Mempengaruhi Penyusunan Strategi Matriks

	Faktor Penentu	Skor Bobot	Peringkat
	Kekuatan		
1.	Tempat wisata yang memiliki keunikan atau ciri khas	0,3804	1
2.	Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata	0,3676	2
3.	Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	0,3178	3
4.	Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	0,2948	4
5.	Fasilitas kebutuhan wisata memadai	0,2624	5
6.	Masyarakat lokal yang ramah	0,1890	6
7.	Retribusi masuk murah	0,1539	7
	Kelemahan		
8.	Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata	0,1732	8
9.	Promosi wisata yang kurang maksimal	0,1533	9
10.	Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	0,1499	10
11.	Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	0,1326	11
12.	Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	0,1324	12
13.	Belum tersedianya toko cendramata	0,0710	13

Hasil nilai peringkat yang terdapat pada tabel di atas berdasarkan hasil analisis matrik IFAS. Hasil peringkat menunjukkan seberapa besar pengaruh tiap faktor terhadap penyusunan strategi dimana peringkat pertama menunjukkan kekuatan utama dan peringkat kedelapan menunjukkan kelemahan utama. Kekuatan utama dan kelemahan utama yang berada di peringkat pertama dan peringkat kedelapan menunjukkan bahwa kekuatan dan kelemahan ini besar pengaruhnya bagi manajemen strategis dalam melakukan penyusunan strategi pengembangan ekowisata.

Bila melihat dari kekuatan utama pengelola berdasarkan hasil analisis matrik IFAS dan nilai peringkat pada tabel diatas, yaitu tempat wisata yang memiliki ciri khas menjadikan Pantai Wisata Lombang ini memiliki keunggulan dalam bersaing dengan pantai lain-lainnya. Kekuatan utama ini menunjukkan bahwa adanya ciri khas yang berupa tumbuhnya pohon Cemara Udang di sepanjang pantai menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Hal ini perlu dijaga karena suatu objek wisata yang memiliki daya tarik tersendiri akan menjadikan objek wisata tersebut sebagai pilihan bagi wisatawan untuk dijadikan tujuan wisata. Pernyataan ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Yoeti (2008:123) bahwa biasanya pemilihan daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata tersebut sehingga ada daya tarik wisatawan mengunjungi suatu objek wisata karena alasan tertentu. Ditambah lagi, unsur daya tarik wisata yang dimiliki oleh Pantai Wisata Lombang merupakan bagian dari *triple A's*

yakni unsur atraksi yang diungkapkan oleh Damanik dan Weber (2006:11). Atraksi ini dibagi tiga, yakni alam, budaya, dan buatan. Daya tarik yang dimiliki oleh Pantai Wisata Lombang merupakan atraksi yang berupa alam menjadikan atraksi yang ditampilkan berupa hamparan tumbuhan Cemara Udang di sepanjang pantai mampu memberikan pengalaman kesenangan bagi wisatawan pengunjung. Kekuatan utama yang dimiliki ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan strategi pengembangan ekowisata.

Selain memiliki kekuatan, pengelola juga memiliki kelemahan. Kelemahan yang dimiliki pengelola terdiri dari enam faktor, tetapi kelemahan utama dari pengelola ialah masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata. Kelemahan utama ini memang menjadi tantangan bagi pihak pengelola supaya mampu bekerja sama dengan masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata. Masyarakat lokal sebagai salah satu *stakeholders* memiliki kepentingan yang sama dengan pemerintah dalam pembangunan pariwisata.

Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah perlu diberdayakan dan dilibatkan pada seluruh tahapan pengembangan pariwisata sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Pernyataan ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Barkauskine dan Snieska (2013:450) bahwa meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam mendukung perencanaan mengembangkan ekonomi, konservasi lingkungan, kesadaran



terhadap sosial budaya merupakan prinsip dasar fokus ekowisata. Prinsip ini menjadi dasar yang membedakan konsep ekowisata dengan model wisata konvensional yang telah ada sebelumnya. Pengembangan ekowisata merupakan salah satu dari tiga perspektif yang diungkapkan oleh Damanik dan Weber (2006:37) yakni sebagai salah satu pendekatan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan dimana kegiatan pariwisata yang dilakukan ditekankan untuk bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lokal dan pelestarian lingkungan.

Selain koordinasi, kelemahan pengelola juga terdapat pada keterampilan pemasaran pengelola dimana pengelola masih kurang gencar melakukan promosi karena kapabilitas manajemen dimana pengelola masih belum bisa mengelola sistem pemasaran dengan baik, promosi yang dilakukan masih skala regional saja. Pengelola perlu memperluas jaringan promosi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi karena saat ini promosi sudah berbasis *go digital*. Ini sesuai dengan teori dari Yoeti (2008:128) bahwa informasi yang didapatkan dari promosi suatu objek wisata akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan. Calon wisatawan akan mencari tahu informasi dan mengenal lebih dulu objek wisata yang akan dikunjungi.

Keseluruhan kelemahan yang dimiliki oleh pengelola perlu diatasi dengan baik supaya pengelola dapat bersaing dengan unggul dalam

persaingan industri pariwisata yang semakin ketat dengan menghasilkan produk wisata yang berkualitas tinggi.

b. Analisa Faktor Lingkungan Eksternal yang Dapat Mempengaruhi Penyusunan Strategi Pengembangan

Analisis lingkungan eksternal pengelola adalah isu-isu lingkungan strategis yang dianggap memiliki probabilitas tinggi untuk terjadi dan probabilitas tinggi untuk mempengaruhi pengelola (Hunger dan Wheelen, 2003:117). Analisis lingkungan eksternal adalah dengan menganalisis Faktor-faktor strategis eksternal berupa peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh bagi pengelola dalam menunjang keberhasilan di masa yang akan datang kemudian memasukkannya dalam perumusan strategi Ritchie dan Crouch (2003:80).

Guna membantu pengelola Pantai wisata Lombang dalam menyusun kemudian menentukan strategi apa yang sebaiknya digunakan oleh pengelola, maka peneliti melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dengan menggunakan analisis lingkungan eksternal menurut Ritchie dan Crouch (2003). Peneliti menemukan ada tiga belas faktor strategis eksternal yang dapat mempengaruhi penyusunan strategi. Dari ketiga belas faktor strategis eksternal, tujuh faktor pertama adalah peluang yang terdapat di sekitar lingkungan eksternal dan enam faktor sisanya adalah ancaman yang dapat mengganggu posisi pengelola. Berikut tabel yang menunjukkan peringkat dari besar pengaruh tiga belas faktor strategis eksternal terhadap penyusunan strategi.

Tabel 21 : Peringkat Faktor Stratgeis Internal yang Dapat Mempengaruhi Penyusunan Strategi Matriks

	Faktor Penentu	Skor Bobot	Peringkat
	Kekuatan		
1.	Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	0,3672	1
2.	Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	0,3460	2
3.	Mampu melestarikan budaya	0,2781	3
4.	Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	0,2562	4
5.	Trend ekowisata yang semakin diminati wisatawan	0,1912	5
6.	Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata	0,1860	6
7.	Tidak ada ancaman gempa atau tsunami	0,1281	7
	Kelemahan		
8.	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	0,2724	8
9.	Variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	0,1994	9
10.	Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	0,1922	10
11.	Belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju objek wisata	0,1794	11
12.	Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata	0,1730	12
13.	Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	0,1324	13

Nilai peringkat yang terdapat pada tiap-tiap faktor di tabel di atas berdasarkan hasil skor bobot analisis matrik EFAS. Faktor yang menempati peringkat pertama merupakan peluang utama yang berada di

lingkungan eksternal pengelola, sedangkan ancaman utama terdapat pada faktor yang berada di peringkat kedelapan. Peluang utama dan ancaman utama yang berada di peringkat pertama dan peringkat kedelapan menunjukkan bahwa peluang dan ancaman ini besar pengaruhnya bagi manajemen strategis dalam melakukan penyusunan strategi pengembangan ekowisata.

Peluang utama pengelola adalah bahwa adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata adalah peluang yang sangat baik dalam mengembangkan suatu objek wisata. Dukungan ini dapat berupa kebijakan-kebijakan yang dibuat ataupun dukungan berupa dana untuk digunakan dalam mengembangkan objek wisata. Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan Ritchie dan Crouch (2003:213) dalam industri pariwisata khususnya bagi pengelola destinasi adalah alokasi dana yang digunakan untuk mengembangkan ataupun cara untuk mendapatkan dana tersebut. Di beberapa destinasi seringkali ditemukan oihak pengelola bekerja sama dnegan pihak swasta, baik kerja sama berupa pendanaan ataupun pengelolaan. Adapun pengelolaan Pantai Wisata Lombang ini dilakukan oleh pemerintah daerah sendiri melalui Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Dana yang digunakan untuk pengelolaan berasal dari APBD.

Selain peluang dalam analisis lingkungan eksternal terdapat ancaman yang harus dihadapi oleh pengelola. Ancaman utama pengelola yang didapatkan melalui analisis matrik EFAS, yaitu kerusakan lingkungan



yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata. Meningkatnya aktifitas pariwisata dapat menyebabkan degradasi lingkungan jika tidak diimbangi dengan program konservasi alam yang tepat. Pernyataan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ritchie dan Crouch (2003:82) bahwa tantangan yang harus dihadapi adalah bagaimana meminimalisasi kerusakan lingkungan yang diakibatkan pariwisata. Untuk mengatasi hal ini muncul suatu bentuk dari kepedulian terhadap lingkungan yakni dengan mengembangkan ekowisata.

Adanya peluang utama dan ancaman utama tidak berarti menunjukkan bahwa hanya faktor-faktor tersebut yang memiliki pengaruh sangat besar. Salah satunya ialah faktor perkembangan teknologi informasi yang mendukung yang terdapat pada peluang yang ada di sekitar lingkungan pengelola. Faktor ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Ritchie dan Crouch (2003:85) dimana salah satu peluang yang menguntungkan dalam lingkungan pengelola adalah perubahan teknologi yang cepat. Sebagaimana telah diketahui bahwa saat ini perkembangan teknologi begitu pesat, terutama teknologi dalam keperluan komunikasi dan informasi, yang mana hal ini juga menunjukkan bahwa adanya perubahan teknologi dari tahun ke tahun. Situasi seperti ini tentunya sangat menguntungkan bagi pengelola karena bila pengelola mengikuti perubahan teknologi dengan cara memberikan kemudahan bagi calon wisatawan dalam mengakses informasi mengenai Pantai Wisata Lembang. Hal ini akan membuat target pasar wisata semakin luas dan meningkatkan

kunjungan wisatawan. Beruntungnya, pengelola dapat menangkap peluang ini dengan membuat *website* resmi dan memanfaatkan *social media* sehingga bila ada wisatawan yang menginginkan informasi mengenai Pantai Wisata Lombang baik informasi mengenai harga tiket masuk, fasilitas, dan lain-lainnya, dapat mengakses informasi tersebut melalui *website* dan *social media*. Meskipun *website* yang dimiliki masih sangat sederhana namun sudah tersedia dalam dua bahasa yakni bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Faktor strategis eksternal lainnya adalah adanya ancaman variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing dan belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju objek wisata. Kedua faktor ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Yoeti serta Damanik dan Weber. Damanik dan Weber (2006:11) menyatakan bahwa akan menjadi ancaman yang tidak menguntungkan bagi pengelola apabila tidak mampu menyediakan produk wisata dan aksesibilitas yang memadai. Yoeti (2008:123) juga berpendapat kemudahan berkunjung seperti tersedianya transportasi ke daerah tujuan wisata akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor strategis eksternal tersebut sangat mengancam keberadaan produk wisata. Situasi ini perlu ditangani pengelola dengan cara mengemas dan meningkatkan produk wisata sebaik mungkin, baik meningkatkan fasilitas maupun aksesibilitas. Sedangkan cara menghadapi persaingan dalam industri pariwisata adalah dengan menawarkan produk wisata yang berbeda dengan produk wisata

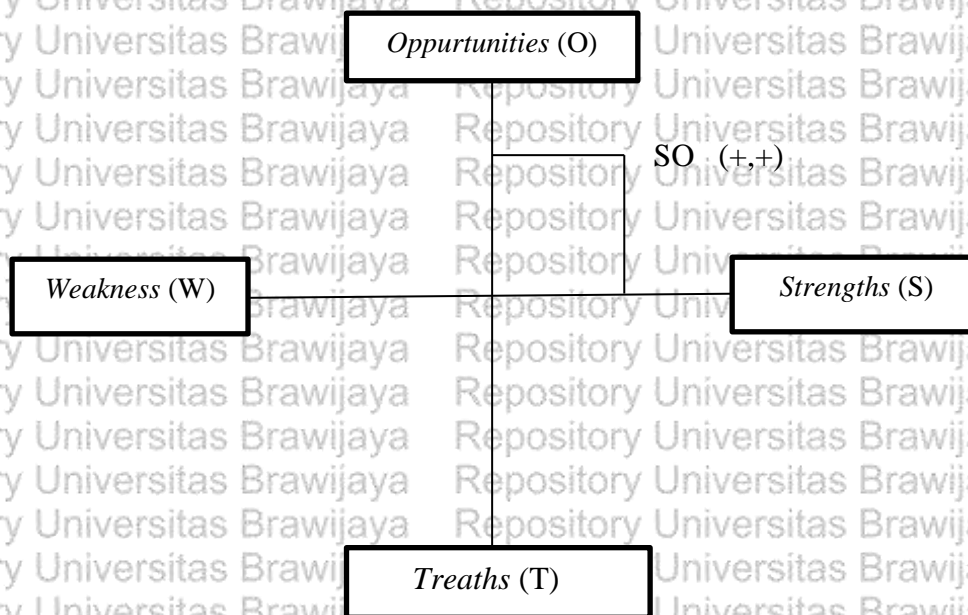
yang ditawarkan oleh pesaing (Yoeti, 2008:109). Bila cara seperti ini teratur dilakukan, maka pengelola akan memperoleh keunggulan sementara serta produk inovatif secara berkesinambungan yang dapat membantu pengelola dalam menjaring wisatawan yang menginginkan produk wisata terbaik.

2. Analisa Data Strategi Pengembangan Ekowisata yang Sebaiknya Digunakan oleh Pengelola Pantai Wisata Lombang

Setelah mengidentifikasi faktor strategis internal dan eksternal pengelola, maka tahap selanjutnya adalah menyusun dan menentukan strategi yang akan digunakan oleh pengelola. Dalam melakukan penyusunan strategi, sebelumnya ada tahap pencocokan dengan menggunakan matrik IE dimana data untuk melakukan analisis matrik IE ini didapatkan dari hasil skor bobot analisis matrik IFAS dan EFAS. Berdasarkan analisis matrik IE, kondisi pengelola saat ini sedang berada di sel V, yaitu menjaga dan mempertahankan yang mana pada sel ini strategi yang paling banyak dipakai ialah penetrasi pasar dan pengembangan produk (David, 2009:345).

Selanjutnya melakukan penyusunan alternatif strategi dengan menggunakan matrik SWOT. Data yang digunakan dalam melakukan penyusunan alternatif strategi pada matrik SWOT berasal dari faktor-faktor strategis internal dan eksternal dari matrik IFAS dan EFAS yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berada di lingkungan eksternal dan internal pengelola. Akan tetapi, penyusunan alternatif strategi pada matrik SWOT juga harus menyesuaikan dengan hasil analisis dari matrik

IE dimana strategi yang akan digunakan harus memiliki unsur penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil yang didapatkan dari analisis matrik SWOT, terdapat dua belas alternatif strategi yang dapat dijalankan pengelola. Dua belas alternatif strategi tersebut dapat dilihat pada halaman 141. Adapun hasil analisis matriks SWOT dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar 8 : Diagram Analisis SWOT

Sumber : Rangkuti (2003:19)

Berdasarkan hasil analisis matriks analisis SWOT yang ditunjukkan oleh gambar diagram analisis SWOT di atas bahwa hasil penelitian ini berada pada kuadran I sehingga strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Pengelola dapat menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini berupa strategi *Strength-Opportunity* (SO).

Berdasarkan analisis dari kekuatan dan peluang yang diperoleh, maka strategi yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola dalam hal ini Dinas

Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep adalah mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang memiliki ciri khas dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dengan harga yang terjangkau.

Banyaknya keistimewaan yang dimiliki oleh Pantai Wisata Lombang dan didukung dengan oleh fasilitas yang memadai untuk menunjang kebutuhan pengunjung selama berwisata tanpa harus mengeluarkan banyak biaya karena retribusi masuk murah tetapi pengunjung sudah dapat menikmati semua fasilitas yang telah tersedia di objek wisata. Harga yang murah merupakan suatu keunggulan yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola, karena berkaitan dengan tingkat daya saing yang dimiliki. Strategi ini didasari dari teori yang dikemukakan oleh Yoeti (2008:123) mengenai *factors determining specific demand* yang menyebutkan bahwa harga, daya tarik wisata, kemudahan berkunjung, informasi serta layanan sebelum berkunjung, dan citra merupakan faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi.

Strategi kedua yang dapat dilakukan pihak pengelola adalah mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang memiliki objek wisata pendukung serta mengikutsertakan masyarakat dalam pengembangannya.

Adanya objek wisata pendukung berupa kearifan lokal dan pertunjukan kesenian daerah yang berasal dari hasil kebudayaan atau tradisi masyarakat sekitar yang masih lestari untuk itulah diharapkan pihak pengelola dapat



merangkul dan mendukung masyarakat sekitar untuk terlibat dalam kegiatan pengembangan pariwisata. Strategi ini didasari oleh prinsip dasar ekowisata yang dijelaskan oleh Damanik dan Weber (2006:37) yang melihat ekowisata dalam tiga perspektif yakni: pertama, ekowisata sebagai produk; kedua, ekowisata sebagai pasar; ketiga ekowisata sebagai pendekatan pengembangan. Sebagai produk, ekowisata merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam dan budaya. Sebagai pasar, ekowisata merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan dan budaya. Terakhir sebagai pendekatan pengembangan, ekowisata merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan. Kegiatan wisata yang dilakukan ditekankan untuk bertanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan dan budaya.

Strategi ketiga adalah mempertahankan posisi sebagai tempat wisata yang mudah dijangkau dengan lingkungan masyarakat yang ramah dan aman untuk dikunjungi. Melihat lokasi Pantai Wisata Lombang yang tidak jauh dari ibu kota Sumenep dan didukung oleh aksesibilitas yang memadai ke objek wisata dapat memudahkan pengunjung untuk berkunjung. Hal ini juga didukung oleh masyarakat sekitar objek wisata yang ramah dan merupakan lingkungan wisata yang aman dikunjungi. Strategi ini didasari oleh teori yang dijelaskan Ritchie dan Crouch (2003:85) faktor lokasi yang mudah dijangkau, didukung oleh masyarakat yang ramah akan memberikan peranan yang penting dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Hal ini juga berguna bagi pengelola untuk menentukan pembangunan dan pengembangan pariwisata.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Analisis Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Wisata Lombang Kabupaten Sumenep” dengan menggunakan alat analisis matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, dan matriks SWOT, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Analisis matriks IFAS menghasilkan skor bobot 2,778 yang mengindikasikan bahwa pengelola yakni Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep berada di posisi rata-rata. Artinya pengelola telah memiliki posisi internal yang kuat. Faktor-faktor lingkungan internal pengelola yang dapat mempengaruhi penyusunan strategi terbagi menjadi dua, yaitu kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama yang dihasilkan dari matrik IFAS adalah tempat wisata yang memiliki keunikan atau ciri khas dengan skor bobot sebesar 0,3804 dan kelemahan utama yang dihasilkan dari matrik IFAS adalah masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata dengan skor bobot 0,1732.
2. Analisis matriks EFAS menghasilkan skor bobot 2,9016 yang mengindikasikan bahwa pengelola yakni berada di posisi rata-rata. Faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penyusunan strategi terbagi menjadi dua juga, yaitu peluang dan ancaman. Peluang utama yang dihasilkan dari matrik EFAS adalah adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata

dengan skor bobot 0,3672 dan ancaman utama yang dihasilkan dari matrik EFAS adalah kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata dengan skor bobot 0,2724.

3. Berdasarkan nilai matriks IFAS dan EFAS, maka dapat diketahui bahwa pengelola berada pada sel strategi V pada matriks IE. Sel strategi tersebut menunjukkan bahwa strategi yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola, yaitu menjaga dan mempertahankan (*bold and maintain*). Strategi yang paling banyak dipakai untuk pengelola yang berada pada sel strategi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

B. Saran

Berdasarkan hasil beberapa analisis yang telah dilakukan serta kesimpulan yang diperoleh, berikut saran yang dapat diberikan untuk ke depannya adalah:

1. Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga
 - a. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep selaku pengelola harus mampu untuk mempertahankan nilai internal yang dapat memberikan pengaruh positif bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Sumenep.
 - b. Kegiatan promosi dapat dilakukan tidak hanya melalui media cetak tetapi lebih memanfaatkan perkembangan teknologi digital yang ada untuk meningkatkan promosi dan mampu menjangkau wisatawan lebih luas lagi.

c. Perlu adanya Tupoksi (Tugas, Pokok, dan Fungsi) yang jelas dan tertulis secara prosedur bagi tiap-tiap bidang sehingga dapat menjalankan tugasnya dengan maksimal.

2. Pemerintah Kabupaten Sumenep

a. Membangun sarana dan prasarana untuk meningkatkan kualitas industri pariwisata terutama aksesibilitas menuju obyek wisata untuk mempermudah wisatawan mengajangkannya terutama saat musim hujan.

b. Lebih memperhatikan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan pariwisata. Salah satunya dengan melibatkan masyarakat secara langsung terhadap kegiatan-kegiatan yang menunjang pengembangan pariwisata yang dilakukan pemerintah.

3. Masyarakat

a. Optimalisasi peran serta masyarakat sekitar Pantai Wisata Lombang sehingga mampu menjadi masyarakat pariwisata yang mandiri, aktif, serta melakukan pengembangan melalui ide-ide kreatif dan kebudayaan sebagai kearifan lokal tidak hanya bergantung pada pemerintah.

b. Pembentukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) guna mewedahi aspirasi masyarakat supaya saling memiliki rasa bertanggung jawab atas daya tarik dan sumber daya wisata. Pembentukan Pokdarwis ini dibentuk atas dasar inisiatif masyarakat sehingga perlu adanya motivasi dan dorongan lebih untuk dapat membuka wawasan masyarakat.

4. Penelitian Selanjutnya

- a. Karena adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan di Pantai wisata Lombang sehingga dapat menganalisis dan mengevaluasi tingkat keberhasilan strategi yang sudah dipakai sebelumnya.
- b. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan mengenai kajian kelayakan investasi di Kabupaten Sumenep terhadap potensi wisata yang ada sehingga dapat berguna sebagai penarik investor untuk menanamkan modal dalam pengembangan potensi wisata di Kabupaten Sumenep.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin. 2011. 'Pengembangan Ekowisata Pantai dalam Memasuki Bisnis Rekreasi Berbasis Masyarakat dan Ekologi', (<https://agustinkpm.wordpress.com/2011/05/24/pengembangan-ekowisata-pantai-dalam-memasuki-bisnis-rekreasi-berbasis-masyarakat-dan-ekologi/>) diakses pada tanggal 24 Mei 2011.

Badan Pusat Statistik. 2018. Statistik Pariwisata Indonesia. Badan Pusat Statistik : Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2017. Sumenep Dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep.

Barkauskiene, Kristina dan Snieska, Vytautas. 2013. Ecotourism as An Integral Part of Sustainable Tourism Development. *Journal of Economics and Management*, 18(3).

Creswell, J.W. 2012. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Cetakan Kedua. Terjemahan. Pustaka Pelajar : Yogyakarta.

Damanik, J. dan H. F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) UGM dan ANDI : Yogyakarta.

Damanik, Janianton. 2013. *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta.

David, Fred R. 2009. *Strategic Management* (Manajemen Strategis Konsep). Diterjemahkan oleh Dono Sunardi. Salemba Empat : Jakarta.

Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, 2009. Prinsip dan Kriteria Ekowisata Berbasis Masyarakat. Kerjasama Direktorat Produk Pariwisata Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dan WWF Indonesia : Jakarta.

Hakim, Luchman. 2004. *Dasar-Dasar Ekowisata*. Bayumedia Publishing : Malang.

Hariadi, Bambang. 2003. *Strategi Manajemen*. Bayumedia Publishing : Malang.

Hendriwo. 2007. *Rencana Pengembangan Ekowisata dan Analisis Investasi Proyek di Wana Wisata Curug Kembar Batu Layang Perum Perhutani KPH Bogor*. Skripsi. Fakultas Kehutanan. Bogor : Institut Pertanian Bogor.



Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika : Jakarta.

Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Strategic Manajemen*, Edition 5. 1996. Addison-Wesley Publishing Company Inc. Diterjemahkan oleh Julianto Agung. *Manajemen Strategis*. Andi : Yogyakarta.

Iskandar. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Gaung Persada.

Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga : Jakarta.

Mahdayani, Wiwik. 2009. *Ekowisata: Panduan Dasar Pelaksanaan*. UNESCO Office : Jakarta.

Muljadi, A.J 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Nugroho, Iwan. 2011. *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta.

Pitana, I.Gede dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. ANDI : Yogyakarta.

Porter, E. Porter. 1994. *Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Binarupa Aksara : Jakarta.

Qomariah, Lailatul. 2009. *Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Taman Nasional Meru Betiri (Studi Kasus Blok Rajegwesi SPTN I Sarongan)*. Skripsi. Fakultas Kehutanan. Bogor : Institut Pertanian Bogor.

Rahmawati, Ani. 2009. *Studi Pengelolaan Kawasan Pesisir untuk Kegiatan Wisata Pantai (Studi Kasus Pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan Jawa Timur)*. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Bogor : Institut pertanian Bogor.

Rangkuti Freddy. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Rencana Strategis Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep Tahun 2011-2015. Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep.

Rencana Strategis Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep Tahun 2016-2021. Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep.



Riyadi, Hari Rahmad. 2009. *Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Pantai Parangtritis Pasca Gempa Bumi dan Tsunami di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Kelautan. Bogor : Institut Pertanian Bogor.

Ritchie, J. R. B., dan G. I. Crouch. 2003. *The Competitive Destination, A Sustainable Tourism Perspective*. Cabi Publishing : Cambridge.

RPJMN 2010-2014. 2010. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Menengah Nasional. Peraturan Presiden No.5 tahun 2010. Bappenas : Jakarta.

Satria, Dian. 2009. Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol.3 No.1 37-47.

Spillane, James J. 1987. *Ekonomi Pariwisata*. Kanisius : Yogyakarta.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media : Yogyakarta.

Tuwo, Ambo. 2011. *Pengelolaan Ekowisata Pesisir dan Laut*. Brillan International : Surabaya.

Udaya, Jusuf, Wennadi, Luky Y, dan Lembana, Devi A.A. (2013). *Manajemen Strategik*, Graha Ilmu : Yogyakarta.

UU No. 10. 2009. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Kemeterian Sekretariat Negara : Jakarta.

Yoeti, Oka. A. 2008. *Ekonomi Pariwisata Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Kompas : Jakarta.

_____. 2005. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Pradnya Paramita : Jakarta.



Lampiran 1

Pedoman Wawancara

1. Sejak kapan Pantai Wisata Lombang dikelola sebagai objek wisata?
2. Bagaimana awal pengelolaan Pantai Wisata Lombang?
3. Bagaimana bentuk program dan kebijakan pengembangan Pantai Wisata Lombang ini?
4. Apakah benar seperti berita yang Saya baca bahwa beberapa tahun yang lalu pernah terjadi konflik lahan antara pemerintah dengan masyarakat sekitar?
5. Bagaimana cara menyelesaikan kasus tersebut?
6. Sebenarnya apa yang menjadi ciri khas atau daya tarik utama dari Pantai Wisata Lombang ini?
7. Apakah fasilitas yang ada di Pantai Wisata Lombang sudah memadai?
8. Fasilitas apa yang masih belum ada di Pantai Wisata Lombang?
9. Bagaimana terkait dengan sumberdaya manusia dalam pengelolaan Pantai Wisata Lombang ini?
10. Berapa tarif wisatawan yang berkunjung ke Pantai Wisata Lombang?
11. Wisatawan seperti apa yang biasanya berkunjung ke Pantai Wisata Lombang?
12. Bagaimana cara pihak pengelola dalam melakukan promosi Pantai Wisata Lombang?
13. Dana yang digunakan untuk pengembangan Pantai Wisata Lombang bersumber dari mana?
14. Bagaimana cara pengelola dalam menjaga kualitas lingkungan di sekitar Pantai Wisata Lombang?
15. Apakah ada divisi khusus dalam mengembangkan Pantai Wisata Lombang ini?
16. Bagaimana cara untuk mempermudah wisatawan mencari informasi terkait tentang Pantai Wisata Lombang?
17. Apakah dengan perubahan teknologi membantu dalam memasarkan Pantai Wisata Lombang?

18. Selain wisata alam, apakah ada daya tarik lain yang bisa mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung Pantai Wisata Lombang?
19. Apakah perubahan cuaca dan iklim memperngaruhi terhadap pola berkunjung wisatawan?
20. Bagaimana kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat lokal dalam mengembangkan produk wisata Pantai Wisata Lombang ini?
21. Apakah ada paguyuban khusus di sekitar Pantai Wisata Lombang?
22. Kalau ada bagaimana peran serta mereka dalam pengembangan Pantai Wisata Lombang?



Lampiran 2 : Hasil Analisis SWOT

Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategis Internal (Responden 1)

Faktor Strategis Internal		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	Total	Bobot	Rating
Kekuatan																	
A	Retribusi masuk murah		1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	14	0,0449	3
B	Tempat wisata yang memiliki keunikan/ciri khas	3		2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	28	0,0897	4
C	Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	3	2		2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	28	0,0897	4
D	Fasilitas kebutuhan wisata memadai	3	2	2		2	2	2	3	2	2	2	2	2	26	0,0833	4
E	Masyarakat lokal yang ramah	3	2	1	2		1	1	1	2	2	1	2	1	19	0,0609	3
F	Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata	3	2	2	2	3		2	3	2	2	2	3	2	28	0,0897	4
G	Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	3	2	2	2	3	2		3	2	2	2	3	2	28	0,0897	4
Kelemahan																	
H	Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	2	1	2	1	3	1	1		1	1	1	3	1	18	0,0577	2
I	Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	3	1	1	2	2	2	2	3		2	2	3	2	25	0,0812	1
J	Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata	3	2	2	2	2	2	2	3	2		2	3	2	27	0,0865	2
K	Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2		3	2	28	0,0897	2
L	Belum tersedianya toko cendramata	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1		1	15	0,0481	1
M	Promosi wisata yang kurang maksimal	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3		28	0,0897	2
Total		34	20	20	22	29	20	20	30	23	21	20	33	20	312	1	

Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategis Internal (Responden 2)

Faktor Strategis Internal		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	Total	Bobot	Rating
Kekuatan																	
A	Retribusi masuk murah		1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	0,0514	3
B	Tempat wisata yang memiliki keunikan/ciri khas	3		3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	33	0,1061	4
C	Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	1	1		3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	0,0450	4
D	Fasilitas kebutuhan wisata memadai	1	1	1		1	1	3	3	1	1	1	1	1	16	0,0514	3
E	Masyarakat lokal yang ramah	3	1	3	3		1	1	3	1	1	1	1	1	20	0,0643	3
F	Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung obek wisata	3	3	3	3	3		3	2	2	2	2	3	3	32	0,1029	4
G	Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	3	1	3	1	3	1		2	2	3	3	3	1	26	0,0836	3
Kelemahan																	
H	Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	3	2	3	1	1	2	2		3	1	1	3	1	23	0,0739	2
I	Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	3	1	3	3	3	2	2	1		3	1	3	1	26	0,0836	2
J	Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan obek wisata	3	1	3	3	3	2	1	3	1		3	3	1	27	0,0868	2
K	Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	3	1	3	3	3	2	1	3	3	1		3	3	29	0,0932	1
L	Belum tersedianya toko cendramata	3	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1		2	20	0,0643	2
M	Promosi wisata yang kurang maksimal	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	1	2		29	0,0932	1
Total		32	15	34	32	27	16	22	25	22	21	19	27	19	311	1	

Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategis Internal (Responden 3)

Faktor Strategis Internal		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	Total	Bobot	Rating
Kekuatan																	
A	Retribusi masuk murah		1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	18	0,0575	3
B	Tempat wisata yang memiliki keunikan/ciri khas	3		2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	28	0,0895	4
C	Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	3	2		2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	27	0,0865	4
D	Fasilitas kebutuhan wisata memadai	3	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	25	0,0799	3
E	Masyarakat lokal yang ramah	2	2	2	2		1	2	1	2	2	1	2	1	20	0,0639	3
F	Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata	2	2	2	2	3		2	2	2	2	2	3	2	26	0,0831	4
G	Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	3	2	2	2	2	2		2	3	2	2	3	2	27	0,0865	3
Kelemahan																	
H	Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	2	1	2	2	3	2	2		1	1	1	3	1	21	0,0671	2
I	Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	2	1	1	2	2	2	1	3		2	2	3	2	23	0,0735	2
J	Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata	3	2	2	2	2	2	2	3	2		2	3	2	27	0,0865	2
K	Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2		3	2	27	0,0865	2
L	Belum tersedianya toko cendramata	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1		1	15	0,0479	1
M	Promosi wisata yang kurang maksimal	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3		29	0,0926	2
Total		30	20	21	23	28	22	21	27	26	21	21	33	20	313	1	

Rata-rata Bobot dan Rating Faktor Strategis Internal

Faktor Strategis Internal	Bobot			Rata-rata Bobot	Rating			Rata-rata Rating	
	Responden 1	Responden 2	Responden 3		Responden 1	Responden 2	Responden 3		
Kekuatan									
A	Retribusi masuk murah	0,0449	0,0514	0,0575	0,0513	3	3	3	3
B	Tempat wisata yang memiliki keunikan/ciri khas	0,0897	0,1061	0,0895	0,0951	4	4	4	4
C	Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	0,0897	0,0450	0,0865	0,0737	4	4	4	4
D	Fasilitas kebutuhan wisata memadai	0,0833	0,0514	0,0799	0,0715	4	3	3	3,67
E	Masyarakat lokal yang ramah	0,0609	0,0643	0,0639	0,0630	3	3	3	3
F	Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata	0,0897	0,1029	0,0831	0,0919	4	4	4	4
G	Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	0,0897	0,0836	0,0865	0,0866	4	3	3	3,67
Kelemahan									
H	Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	0,0577	0,0739	0,0671	0,0662	2	2	2	2
I	Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	0,0812	0,0836	0,0735	0,0794	1	2	2	1,67
J	Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata	0,0865	0,0868	0,0865	0,0866	2	2	2	2
K	Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	0,0897	0,0932	0,0865	0,0898	2	1	2	1,67
L	Belum tersedianya toko cendramata	0,0481	0,0643	0,0479	0,0534	1	2	1	1,33
M	Promosi wisata yang kurang maksimal	0,0897	0,0932	0,0926	0,0918	2	1	2	1,67

Matriks IFAS Pantai Wisata Lumbang

Faktor Penentu	Rata-rata Bobot	Rata-rata Rating	Skor
Kekuatan			
A. Retribusi masuk murah	0,0513	3	0,1539
B. Tempat wisata yang memiliki keunikan/ciri khas	0,0951	4	0,3804
C. Aksesibilitas menuju tempat wisata yang sudah memadai	0,0737	4	0,2948
D. Fasilitas kebutuhan wisata memadai	0,0715	3,67	0,2624
E. Masyarakat lokal yang ramah	0,0630	3	0,1890
F. Memiliki kebudayaan lokal yang unik yang dapat mendukung objek wisata	0,0919	4	0,3676
G. Pantai potensial untuk pengembangan ekowisata	0,0866	3,67	0,3178
Kelemahan			
H. Minimnya anggaran dari pemerintah tiap tahun	0,0662	2	0,1324
I. Belum meningkatnya pelayanan kepariwisataan daerah	0,0794	1,67	0,1326
J. Masih lemahnya koordinasi antara pengelola dengan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata	0,0866	2	0,1732
K. Sumberdaya manusia yang tergolong masih rendah	0,0898	1,67	0,1499
L. Belum tersedianya toko cendramata	0,0534	1,33	0,0710
M. Promosi wisata yang kurang maksimal	0,0918	1,67	0,1533
Total	1		2,778

Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategis Eksternal (Responden 1)

Faktor Strategis Eksternal		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	Total	Bobot	Rating
Peluang																	
A	Mampu melestarikan budaya		3	2	2	2	3	3	3	1	1	2	2	2	26	0,0833	4
B	Tidak ada ancaman gempa/tsunami	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	0,0385	3
C	Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	2	3		2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	27	0,0865	2
D	Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	2	3	2		2	3	2	3	2	2	2	2	2	27	0,0865	4
E	Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	2	3	2	2		3	2	3	2	3	3	2	2	29	0,0929	4
F	Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata	1	3	1	1	1		1	2	1	1	1	1	1	15	0,0480	3
G	Trend ekowisata yang semakin diminati oleh wisatawan	1	3	2	2	2	3		3	1	1	2	1	1	22	0,0705	3
Ancaman																	
H	Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	1	3	1	1	1	2	1		1	1	1	1	1	15	0,0480	2
I	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	3	3	2	2	2	3	3	3		2	3	2	2	30	0,0962	3
J	Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	3	3	2	2	1	3	3	3	2		2	2	2	28	0,0897	3
K	Variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	2	3	2	2	1	3	2	3	1	2		2	2	25	0,0801	3
L	Tidak adanya transportasi umum dari kota menuju objek wisata	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2		2	28	0,0897	2
M	Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2		28	0,0897	2
Total		22	36	21	21	19	33	26	33	18	20	23	20	20	312	1	

Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategis Eksternal (Responden 2)

Faktor Strategis Eksternal		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	Total	Bobot	Rating
Peluang																	
A	Mampu melestarikan budaya		3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	18	0,0577	3
B	Tidak ada ancaman gempa/tsunami	1		1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	16	0,0513	3
C	Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	1	3		2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	25	0,0801	4
D	Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	3	3	2		2	2	3	3	1	3	3	1	1	27	0,0865	4
E	Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	3	3	2	2		2	3	2	2	3	3	2	2	29	0,0929	4
F	Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata	3	3	2	2	2		3	2	2	3	3	2	2	29	0,0929	3
G	Trend ekowisata yang semakin diminati oleh wisatawan	1	3	2	1	1	1		1	1	2	2	1	2	18	0,0577	2
Ancaman																	
H	Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	3	3	2	1	2	2	3		2	3	2	1	2	26	0,0833	2
I	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	3	2	2	3	2	2	3	2		2	2	2	2	27	0,0865	3
J	Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	3	2	2	1	1	1	2	1	2		2	2	2	21	0,0673	3
K	Variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	3	3	1	1	1	1	2	2	2	2		1	1	20	0,0641	2
L	Tidak adanya transportasi umum dari kota menuju objek wisata	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3		3	30	0,0962	2
M	Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1		26	0,0833	2
Total		30	33	23	21	19	19	30	22	21	27	28	18	22	312	1	

Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategis Eksternal (Responden 3)

Faktor Strategis Eksternal		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	Total	Bobot	Rating
Peluang																	
A	Mampu melestarikan budaya		3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	27	0,0865	4
B	Tidak ada ancaman gempa/tsunami	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	0,0385	3
C	Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	2	3		2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	28	0,0897	3
D	Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	2	3	2		2	3	2	3	2	2	2	2	2	27	0,0865	4
E	Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	2	3	2	2		3	2	3	2	3	2	2	2	28	0,0897	4
F	Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata	1	3	1	1	1		1	2	1	2	2	2	1	18	0,0577	3
G	Trend ekowisata yang semakin diminati oleh wisatawan	2	3	2	2	2	3		2	2	3	2	2	2	27	0,0865	3
Ancaman																	
H	Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	1	3	1	1	1	2	2		1	3	2	2	2	21	0,0673	2
I	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	2	3	2	2	2	3	2	3		3	2	2	2	28	0,0897	3
J	Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	2	3	1	2	1	2	1	1	1		2	1	1	18	0,0577	2
K	Variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	25	0,0801	3
L	Tidak adanya transportasi umum dari kota menuju objek wisata	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2		2	26	0,0833	2
M	Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2		27	0,0865	2
Total		21	26	20	21	20	30	21	27	20	30	23	22	21	312	1	

Rata-rata Bobot dan Rating Faktor Strategis Eksternal

	Faktor Strategis Eksternal	Bobot			Rata-rata Bobot	Rating			Rata-rata Rating
		Responden 1	Responden 2	Responden 3		Responden 1	Responden 2	Responden 3	
	Peluang								
A	Mampu melestarikan budaya	0,0833	0,0577	0,0865	0,0758	4	3	4	3,66
B	Tidak ada ancaman gempa/tsunami	0,0385	0,0513	0,0385	0,0427	3	3	3	3
C	Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	0,0865	0,0801	0,0897	0,0854	2	4	3	3
D	Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	0,0865	0,0865	0,0865	0,0865	4	4	4	4
E	Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	0,0929	0,0929	0,0897	0,0918	4	4	4	4
F	Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata	0,0480	0,0929	0,0577	0,0662	3	3	3	3
G	Trend ekowisata yang semakin diminati oleh wisatawan	0,0705	0,0577	0,0865	0,0716	3	2	3	2,67
	Ancaman								
H	Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	0,0480	0,0833	0,0673	0,0662	2	2	2	2
I	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	0,0962	0,0865	0,0897	0,0908	3	3	3	3
J	Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	0,0897	0,0673	0,0577	0,0716	3	3	2	2,67
K	Variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	0,0801	0,0641	0,0801	0,0747	3	2	3	2,67
L	Tidak adanya transportasi umum dari kota menuju obyek wisata	0,0897	0,0962	0,0833	0,0897	2	2	2	2
M	Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata	0,0897	0,0833	0,0865	0,0865	2	2	2	2

Matriks EFAS Pantai Wisata Lombok

Faktor Penentu	Rata-rata Bobot	Rata-rata Rating	Skor
Peluang			
A. Mampu melestarikan budaya	0,0758	3,67	0,2781
B. Tidak ada ancaman gempa/tsunami	0,0427	3	0,1281
C. Adanya dampak positif dari kegiatan wisata terhadap perekonomian	0,0854	3	0,2562
D. Perkembangan teknologi informasi yang mendukung	0,0865	4	0,3460
E. Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengembangkan produk wisata	0,0918	4	0,3672
F. Opini atau tanggapan positif wisatawan terhadap objek wisata	0,0662	3	0,1860
G. Trend ekowisata yang semakin diminati wisatawan	0,0716	2,67	0,1912
Ancaman			
H. Kurangnya citra positif pariwisata di Madura	0,0662	2	0,1324
I. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata	0,0908	3	0,2724
J. Belum adanya investor yang menanamkan modalnya di sektor pariwisata	0,0716	2,67	0,1922
K. Varasi produk yang ditawarkan oleh pesaing	0,0747	2,67	0,1994
L. Belum tersedianya transportasi umum dari kota menuju objek wisata	0,0897	2	0,1794
M. Masih lemahnya kesadaran masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan objek wisata	0,0865	2	0,1730
Total	1		2,9016

Lampiran 3 : Brosur Pantai Wisata Lombang

SUMENEP

PANTAI LOMBANG

Hamparan pasir putih nan luas yang dirimbuni pohon cemara udang nampak bagaikan laman rakasa. Pantai utara pulau Madura yang ombaknya cukup tenang dan airnya yang nampak jernih ini membuat kesan tersendiri bagi pengunjungnya. Lokasinya mudah dijangkau dengan kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi. Bejarak 30 Km sebelah timur kota Sumenep.

MADURA - EAST JAVA

LOMBANG BEACH

This board open beach lies around 30 kilometers east of sumenep town. Backed by banks of casuarinas trees, there is parking area and stalls selling snacks and fresh coconuts, you can also buy bonsai trees raised by local villagers.

TIC
TOURISM INFORMATION CENTER

+ 62 87750001999 (IBU MIMIN)
+ 62 8179303130 (IBU TITIN)
+ 62 81779330648 (ADI)

REPOSITORY.UB.AC.ID

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



REPOSITORY.UB.AC.ID

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



REPOSITORY.UB.AC.ID

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 4 : Situs Penelitian



Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya



Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya



Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya