



STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PANTAI PATHEK DI KABUPATEN SITUBONDO

Strategy for Pathek Beach Tourism Development in Situbondo Regency

SKRIPSI

Oleh:

Faisal Nur Faliyandri

130810201016

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PANTAI PATHEK DI KABUPATEN SITUBONDO

Strategy for Pathek Beach Tourism Development in Situbondo Regency

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

Faisal Nur Faliyandri

130810201016

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JEMBER

2020

KEMENTERIAN, PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Faisal Nur Faliyandri
Nim : 130810201016
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Wisata Pantai Pathek Di Kabupaten Situbondo.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika saya ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, _ _ 2020

Yang menyatakan,

Faisal Nur Faliyandri

NIM. 130810201016

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Wisata Pantai Pathek Di Kabupaten Situbondo.
Nama Mahasiswa : Faisal Nur Faliyandri
NIM : 130810201016
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : __ 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M.
NIP. 19780525 200312 2 002

Drs.Marmono Singgih, M.Si.
19660904 199002 1 001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S-1 Manajemen

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M.

NIP. 19780525 200312 2 002

JUDUL SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PANTAI PATHEK DI KABUPATEN SITUBONDO.

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Faisal Nur Faliyandri

Nim : 130810201016

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal

___ 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr.Bambang Irawan, M.Si.

NIP. 196103171988021001 : (.....)

Sekretaris : Fajar Destari, S.E., M.M.

NIP. 197912062015042001 : (.....)

Anggota : Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.S.

NIP. 196102091986031001 : (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad S.E., M.M., Ak., CA.

NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Puji Syukur kehadiran Allah SWT telah memberikan rahmat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Terima kasih kepada Ibu Widi Faliyanti dan Bapak Mohammad Saleh kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan, memberi semangat serta motivasi, dukungan dalam bentuk materi maupun non-materi dan pengorbanan yang tak terhingga dalam hidup sehingga sampai dititik saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Terimakasih kepada Ibu Ika Barokah Suryaningsih sebagai dosen pembimbing utama yang telah sabar membimbing saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga kebaikan Ibu dibalas oleh Allah SWT.
4. Terimakasih kepada Bapak Marmono Singgih selaku dosen pembimbing anggota yang telah memberikan arahan serta solusi atas kendala yang saya alami selama proses menyelesaikan skripsi, Semoga kebaikan Bapak dibalas oleh Allah SWT.
5. Almamater tercinta yang saya banggakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

MOTTO

“Bermanfaatlah, karena sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”

(Nabi Muhammad SAW)

“Allah SWT does not intend to make difficulty for you, but He intends to purify you and complete His favor upon that you may be grateful.”

(Quran 5:6)

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo; Faisal Nur Faliyandri; 130810201016; 2020; halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kabupaten Situbondo memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan pariwisata, salah satunya Pariwisata Pantai Pathek yang perlu pengembangan dari berbagai pihak khususnya dinas terkait. Kemampuan masyarakat masih belum mencukupi untuk mengelola potensi yang ada secara maksimal dampaknya masih kotornya Pantai Pathek dan berbagai aturan yang tidak menguntungkan masyarakat dan tempat wisata. Hal ini disebabkan karena belum adanya strategi yang mencakup pemanfaatan potensi-potensi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA).

Maka tujuan penelitian ini untuk mencari strategi pengembangan Wisata Pantai Pathek. Penelitian mengambil topik ini karena kawasan Wisata Pantai Pathek yang berada di Desa Gelung memiliki potensi wisata serta sarana prasarana yang mendukung sehingga kebutuhan masyarakat lebih sejahtera. Sebagai salah satu alternatif strategi pengembangan wisata.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian ini adalah alternatif strategi pengembangan wisata Pantai Pathek. Lokasi penelitian di Kabupaten Situbondo, Kecamatan Panarukan, Desa Gelung. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan informan sehingga data dapat dianalisis. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan dan menggunakan triangulasi dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis faktif internal dan eksternal pada pengembangan kawasan Wisata Pantai Pathek di Desa Gelung. Hasil penelitian memperoleh alternatif strategi seperti Membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana wisata. Mengadakan Akomodasi Pariwisata. Mengembangkan Atraksi Wisata. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan lebih bagus untuk menarik pengunjung sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek wisata. Melakukan pemberdayaan, penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya masyarakat Sadar Wisata. Pengoptimalan Potensi Alam. Pengembangan dan pembangunan. Mengadakan pendamping objek wisata. a Peningkatan kualitas tenaga kerja.

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo; Faisal Nur Faliyandri; 130810201016; 2020; halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kabupaten Situbondo memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan pariwisata, salah satunya Pariwisata Pantai Pathek yang perlu pengembangan dari berbagai pihak khususnya dinas terkait. Kemampuan masyarakat masih belum mencukupi untuk mengelola potensi yang ada secara maksimal dampaknya masih kotornya Pantai Pathek dan berbagai aturan yang tidak menguntungkan masyarakat dan tempat wisata. Hal ini disebabkan karena belum adanya strategi yang mencakup pemanfaatan potensi-potensi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA).

Maka tujuan penelitian ini untuk mencari strategi pengembangan Wisata Pantai Pathek. Penelitian mengambil topik ini karena kawasan Wisata Pantai Pathek yang berada di Desa Gelung memiliki potensi wisata serta sarana prasarana yang mendukung sehingga kebutuhan masyarakat lebih sejahtera. Sebagai salah satu alternatif strategi pengembangan wisata.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian ini adalah alternatif strategi pengembangan wisata Pantai Pathek. Lokasi penelitian di Kabupaten Situbondo, Kecamatan Panarukan, Desa Gelung. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan informan sehingga data dapat dianalisis. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan dan menggunakan triangulasi dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis faktif internal dan eksternal pada pengembangan kawasan Wisata Pantai Pathek di Desa Gelung. Hasil penelitian memperoleh alternatif strategi seperti Membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana wisata. Mengadakan Akomodasi Pariwisata. Mengembangkan Atraksi Wisata. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan lebih bagus untuk menarik pengunjung sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek wisata. Melakukan pemberdayaan, penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya masyarakat Sadar Wisata. Pengoptimalan Potensi Alam. Pengembangan dan pembangunan. Mengadakan pendamping objek wisata. a Peningkatan kualitas tenaga kerja.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Saya sangat menyadari dalam penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan saya sebagai penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu saya sebagai penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
3. Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Utama dan bapak Drs.Marmono Singgih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan motivasi, semangat, bimbingan, saran yang bermanfaat, serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
5. Dr. Bambang Irawan, M.Si., Fajar Destari, S.E., M.M., Drs. Didik Pujo Musmedi, M.S., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan bimbingan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Diana Sulianti K Tobing, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan selama proses belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
7. Terutama dan paling penting terimakasih kepada orang tua saya, Ibu Widi Faliyanti dan Mohammad Saleh yang telah sabar dan menucurkan keringatnya membiayai kuliah yang yang seharusnya selesai beberapa tahun lalu.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayahNya kepada semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 14 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	
1.2 Rumusan Masalah	
1.3 Tujuan Penelitian	
1.4 Manfaat Penelitian	
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	
2.1.1 Pengertian Pariwisata	
2.1.1.1 Kawasan Wisata	
2.1.1.2 Obyek dan Daya Tarik Wisata	
2.1.1.3 Saran dan Prasarana Kepariwisataaan	
2.1.1.4 Pengembangan Pariwisata	
2.1.1.5 Pengelolaan Pariwisata	

2.1.2 Manajemen Strategi	
2.1.2.1 Perencanaan Strategi	
2.1.2.2 Strategi	
2.1.3 Analisis SWOT	
2.2 Penelitian Terdahulu	
2.3 Kerangka Berfikir	
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	
3.2 Objek Penelitian	
3.3 Sumber Data	
3.3.1 Data Primer	
3.3.2 Data Sekunder	
3.4 Metode Pengumpulan Data	
3.4.1 Wawancara	
3.4.2 Observasi	
3.4.3 Dokumentasi	
3.5 Teknik Menguji Keabsahan Data	
3.6 Metode Analisis Data	
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	
4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Situbondo	
4.1.2 Gambaran Umum Pariwisata Kabupaten Situbondo	
4.1.3 Gambaran Umum Pantai Pathek	
4.2 Analisis Data	
4.2.1 <i>Stengths</i> (Kekuatan)	
4.2.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan)	
4.2.3 <i>Opprtunities</i> (Peluang)	
4.2.4 <i>Threats</i> (Ancaman)	
4.2.5 Analisis Faktor Internal	

4.2.5.1 <i>Strengths</i> (Kekuatan)	
4.2.5.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan)	
4.2.6 Analisis Faktor Exsternal	
4.2.6.1 <i>Opportunities</i> (Peluang)	
4.2.6.2 <i>Threats</i> (Ancaman)	
4.3 Pembahasan Strategi Pengembangan Pantai Pathek	
4.3.1 Strategi SO (<i>Strength and Opportunities</i>)	
4.3.2 Strategi WO (<i>Weaknesses and Opportunities</i>)	
4.3.3 Strategi ST (<i>Strength and Treats</i>)	
4.3.4 Strategi WT (<i>Weaknesses and Treats</i>)	
BAB 5. Kesimpulan dan Saran	
5.1 Kesimpulan	
5.2 Saran	
5.2.1 Untuk Pemerintah	
5.2.2 Untuk Masyarakat	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Tempat Wisata di Kabupaten Situbondo	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	
Tabel 4.1 Pemerintahan Kabupaten Situbondo	
Tabel 4.2 Sebaran Obyek Wisata di Kabupaten Situbondo	
Tabel 4.3 Matrik Analisis SWOT Pengembangan Pantai Pathek	

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1	
Gambar 2	

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peningkatan jumlah destinasi dan investasi dalam pembangunan pariwisata, telah mengubah pariwisata sebagai penggerak untuk kemajuan sosio-ekonomi suatu negara melalui penerimaan devisa, penciptaan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha, serta pembangunan infrastruktur. Organisasi pariwisata dunia (*World Tourism Organization*) UNWTO memperkirakan wisatawan internasional akan mencapai 1,8 miliar pada tahun 2030 dengan tingkat pertumbuhan kunjungan pertahun sebesar 3,3 persen. Oleh sebab itu, banyak negara di dunia berpacu dan berbenah diri untuk membangun industri pariwisatanya. Indonesia sendiri memiliki berbagai macam potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya sehingga menghasilkan berbagai macam keindahan alam dan satwa yang menjadi destinasi wisata. Sejalan dengan penjelasan ini pariwisata setiap daerah di Indonesia perlu dikembangkan untuk menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

UU No. 9 Tahun 2015 menjadi landasan yang memberikan kekuasaan pada daerah untuk mengembangkan seluruh kekayaannya. Pendapatan dari otonomi pariwisata ini nantinya akan dikembangkan sendiri oleh pemerintah daerah untuk peningkatan ekonomi tanpa harus semua tergantung pada pemerintah pusat. Dengan adanya otonomi pengembangan pariwisata daerah ini, pemerintah daerah secara implisit mempunyai tugas dan tuntutan untuk mengembangkan semua sumber daya alamnya. Bukan hanya itu saja, dengan pengembangan sumber daya alam diharapkan juga pemerintah daerah dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan harapan agar masyarakat di daerah menjadi masyarakat yang mandiri. Semua penjelasan ini sehingga peningkatan sumber daya alam dan sumber daya manusia bermuara pada kenaikan grafik kesejahteraan masyarakat di daerah. Seperti halnya pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Situbondo sendiri.

Kabupaten Situbondo merupakan daerah dengan luas 1.670 km sehingga potensi pengembangan sumber daya alam sangat terbuka luas. Kelebihan itu telah disadari oleh pemerintahan Kabupaten Situbondo pada sektor pariwisatanya. Dengan merealisasikan strategi pengembangan pariwisata, pemerintah Kabupaten menyusun Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2016-2021. Adapun rencana strategi itu dapat dilihat pada uraian secara garis besar tentang kebijakan makro pembangunan pariwisata Kabupaten Situbondo yang berupa pelaksanaan program, kegiatan, rencana sasaran yang ingin dicapai pada tahun 2016-2021. Implikasi dari usaha itu semua sehingga Kabupaten Situbondo melalui Dinas pariwisatanya mendapat berbagai penghargaan seperti Penghargaan Anugerah Wisata Jawa Timur 2018 atas komitmennya dan kepedulian yang tinggi dalam mengembangkan sektor pariwisata, lalu pada acara

“East Java Culture and Tourism Award” pada tahun 2019 untuk kategori daya tarik wisata alam. Prestasi tersebut memberikan motivasi pada Kabupaten Situbondo untuk terus berinovasi dan mengembangkan sumber daya alam sebagai pariwisata sehingga membangun suatu *brand image* bahwa Kabupaten Situbondo layak menyandang daerah pariwisata. Dari banyaknya wisata yang dikembangkan oleh pemerintah kabupaten Situbondo, dibawah ini beberapa wisata yang ada di Situbondo.

Tabel 1.1 Tempat Wisata di Kabupaten Situbondo

Nama Wisata	Keterangan	Tempat
Kampung Kerapu	Pantai dan Keramba Kerapu	Desa Klatakan, Kecamatan Kendit
Kampung Blekok	Pantai dan Tumbuhan Bakau	Desa Klatakan, Kecamatan Kendit
Pantai Pasir Putih	Pantai dan Pemandangan Alam	Kecamatan Bungatan
Pantai Pathek	Pantai	
Pantai Tamporah	Pantai	Desa Banyuglugur, Kecamatan Besuki
Waduk Bajul Mati	Danau dan Pegunungan	Desa Wonorejo, Kecamatan Banyuputih
Pantai Bama Baluran	Pantai dan Padang Rumput	Taman Nasional Baluran
Bekol Savannah	Padan rumput dan Bateng	Desa Sumberwaru, Kecamatan Bayuputih
Puncak Rengganis Argopuro	Pegunungan dan Pemandangan Alam	Desa Baderan, Kabupaten Situbondo
Air Terjun Talempong	Pegunungan dan Air Terjun	Desa Talempong, Kecamatan Banyuglugur
Waduk Pitaloka	Waduk	Desa Peleyen, Kecamatan Kapongan
Monumen 1000 km Anyer Panarukan	Monumen Bersejarah	Desa Wringin Anon, Kecamatan Panarukan.
Karang Kenek	Budaya, Pemandangan alam, dan Kolam	Desa Olean, Kabupaten Situbondo

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Situbondo, 2020

Berdasarkan pada Tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa Kabupaten Situbondo banyak memiliki wisata alam yang sangat bagus untuk dikembangkan, salah satunya ialah Pantai Pathek. Wisata Pantai Pathek Situbondo adalah salah satu tempat wisata .yang berada di desa Gelung, kecamatan Panarukan, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur, Indonesia. Karenanya, pantai Pathek ini juga dikenal dengan nama Pantai Pathek. Lokasi geografisnya yang berada di jalur pantura, membuat Pantai Pathek kerap disinggahi para pengendara untuk sekedar beristirahat sambil melihat suasana pantai yang teduh.Tempat wisata pantai ini menjadi spot favorit bagi para pemancing tradisional untuk melempar pancing. Dengan teknik merendam setengah badan di pantai, para pemancing tradisional banyak terlihat di siang hari. Menurut pengakuan salah seorang pemancing, hasil tangkapan ikan yang mereka dapat biasanya digunakan untuk konsumsi pribadi.nnSebagai pantai nelayan, Pantai Pathek menjadi lokasi bersandar banyak perahu nelayan. Di sore hari, pemandangan pantai ini didominasi oleh aktivitas para nelayan yang ingin mencari ikan diperairan Selat Madura.

Meskipun dikenal sebagai pantai nelayan, Pantai Pathek juga dilengkapi oleh berbagai fasilitas penunjang wisata, seperti penginapan dan rumah makan dengan sensasi terapung. Selain itu, Pantai Pathek juga dilengkapi pendopo di sepanjang garis pantainya. Menikmati kuliner khas pesisir sambil merasakan keteduhan Pantai Pathek menjadi salah satu kegiatan favorit yang banyak dilakukan pengunjung. Tidak mengherankan jika Pantai Pathek diharapkan menjadi salah satu alternatif destinasi wisata yang mengangkat nama Kabupaten Situbondo dikanca Nasional maupun Internasional. Akan tetapi harapan terkadang berbeda terbalik dengan kenyataan dilapangan. Harapan Pantai Pathek menjadi salah satu destinasi wisata yang indah dan bisa dinikmati seluruh lapisan masyarakat sangatlah kurang sekali. Hal ini dapat dilihat dari dari berbagai analisis empiris dilakukan oleh penulis.

Pertama, analisis dari berbagai macam jurnal yang ada yang menyebutkan bahwa Pantai Pathek masih bermasalah dengan sampah (Listriyana & Pahlewi, 2019), pohon yang tumbang dan dibiarkan (Khairiah, Safrida, & Zainun, 2019), kegiatan yang mengarah pada hal yang negatif (Firmansyah, 2014, pengelolaan ekonomi yang kurang baik (Sulistiyansih & Sumarno, 2018). Kedua, analisis observasi awal penulis yang memasuki Pantai Pathek. Dapat penulis saksikan sendiri bahwa meskipun disekitar pinggir jalan pantai terdapat pendopo dan gazebo, namun penataannya tidak terlalu rapi, masih banyak sampah yang berserakan di pinggir-pinggir jalan dan pantai. Juga ketika masyarakat duduk di gazebo tidak ada motivasi untuk membuang sampah pada tempatnya. Dari kedua analisis empiris diatas membuktikan bahwa pengembangan wisata Pantai Pathek masih sangat kurang dibuktikan dengan berbagai permasalahan sampah dan motivasi masyarakat sekitar Pantai Pathek sendiri.

Dari uraian diatas bahwa masih lemahnya masyarakat dan pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam berperan penting dalam mengembangkan objek wisata Pantai Pathek. Dengan demikian diperlukannya strategi guna memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki dan mempertimbangkan pengaruh eksternalnya untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang begitu komperhensif. Yang dimaksud dalam hal ini adalah strategi terkait dengan pengembangan objek wisata Pantai Pathek agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Atas dasar inilah perlu adanya strategi untuk menganalisis kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman Pantai Pathek untuk menghasilkan strategi pengembangannya. Analisis yang digunakan ialah SWOT yang didalamnya terdapat strategi SO,WO,ST, dan WT. Keempat strategi kemudian dibandingkan dengan rencana strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Situbondo. Berdasarkan latarbelakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “ Strategi Pengembangan Pantai Pathek Kabupaten Situbondo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, maka secara ringkas masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut ;

1. Bagaimana strategi pengembangan obyek wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo?
2. Bagaimana lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan), dan lingkungan eksternal (hambatan dan peluang) dalam pengembangan Wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan obyek wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo.
2. Untuk menganalisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan), dan lingkungan eksternal (hambatan dan peluang) dalam pengembangan Wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan yang dapat mendukung bagi peneliti maupaun pihak lain yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama.

2. Bagi Objek Wisata

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pemerintah daerah khususnya pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Situbondo dalam upaya pengembangan strategi kawasan objek wisata Pantai Pathek.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pariwisata

Pariwisata menurut Yoeti (1996:21) adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain, dengan tujuan bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan tersebut. Sementara Marpaung (2002:13) mendefinisikan pariwisata sebagai berikut:

Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktifitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang ditujukan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan pariwisata merupakan suatu kegiatan yang melibatkan orang-orang dalam melakukan perjalanan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan maksud untuk menikmati perjalanan dengan keinginan yang beraneka ragam.

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 telah menjelaskan definisi dasar kepariwisataan sebagai berikut:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Pengusaha.
- e. Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

2.1.1.1 Kawasan Wisata

Berdasarkan UU No.9 Tahun 1990 dijelaskan bahwa kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata. Menurut Inskeep (1991: 77) kawasan wisata sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/relaksasi, pendalaman suatu pengalaman/ kesehatan). Dari

pengertian tersebut dapat diartikan kawasan wisata adalah suatu kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan jasa wisata.

Menurut Oka A.Yoeti (1996:165) bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata tergantung pada aspek 3A yaitu *attraction* (atraksi) ,*accessibility* (mudah dicapai) , *aminties* (fasilitas).

- a. *Attraction*, yakni segala sesuatu baik itu berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata. Hal ini antara lain meliputi daya tarik keindahan alam, pantai, gunung, atraksi wisata budaya, kebiasaan dan cara hidup masyarakat, keunikan alam, budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang dan sebagainya.
- b. *Accessibility* atau aksesibilitas, artinya kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi. Hal ini sangat mempengaruhi keputusan calon wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.
- c. *Aminities*, adalah berbagai fasilitas yang memberikan fasilitas kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata. Adapun sarana-sarana penting yang berkaitan dengan perkembangan pariwisata antara lain akomodasi hotel, restoran, layanan informasi, sikap masyarakat, keamanan dan lain-lain.

2.1.1.2 Objek dan Daya Tarik Wisata

Obyek wisata adalah tempat atau kedudukan yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan (Departemen Pariwisata, Pos, Telekomunikasi 1995:3). Sedangkan menurut Yoeti (1985:185) obyek wisata (*tourist attraction*) adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang-orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Dalam hal ini obyek wisata merupakan salah satu bagian dari berbagai macam yang termasuk produk wisata, dimana obyek wisata merupakan hal yang utama dari sebuah daerah tujuan wisata, karena obyek pada umumnya memiliki daya jual tersendiri, dimana masing-masing obyek wisata memiliki kekuatan-kekuatan karakter atau daya tarik tersendiri yang mampu menarik wisatawan. Hal-hal yang dapat menarik orang untuk berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata, diantaranya adalah

- a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta (*Natural Amenties*), yang termasuk didalamnya: iklim, pemandangan, flora dan fauna;
- b. Hasil ciptaan manusia (*man made supply*), termasuk dalam kelompok ini adalah: benda-benda bersejarah, kebudayaan dan keagamaan (*historical, cultural, and religious*).

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 5).

2.1.1.3 Sarana dan Prasarana Kepariwisata

Adapun yang dimaksud sarana kepariwisataan (*Tourism Superstructures*) adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan (Yoeti, 1982:184). Sarana kepariwisataan terbagi atas tiga bagian penting yaitu: sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap kepariwisataan, dan sarana penunjang kepariwisataan.

a. Sarana pokok kepariwisataan (*Main Tourism Superstructures*)

Merupakan perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Termasuk kedalam kelompok ini adalah: Travel agent dan tour operator, perusahaan- perusahaan angkutan wisata, Hotel dan jenis akomodasi lainnya, bar, restoran, serta rumah makan lainnya, obyek Wisata dan atraksi Wisata.

b. Sarana Pelengkap Kepariwisata (*Supplementing Tourism Superstructures*)

Merupakan tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat para wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata.

c. Sarana penunjang kepariwisataan (*Supporting Tourism Superstructures*)

Yang dimaksud dengan sarana penunjang kepariwisataan adalah fasilitas- fasilitas yang menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan wisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjunginya.

Lalu, menurut Yoeti (1996:189) yang dimaksud dengan prasarana (*infrastructures*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Lothar A. Kreck dalam Yoeti (1996:186), membagi prasarana kepariwisataan menjadi 2 (dua) kelompok yaitu

a. Prasarana Perekonomian (*Economic Infrastructures*), yang dapat dibagi atas; transportasi, prasarana komunikasi, kelompok yang termasuk “*utilities*” Yang termasuk kelompok ini adalah: penerangan, listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, dan sumber energi, dan sistem perbankan.

b. Prasarana Sosial (*Social Infrastructures*) Yang dimaksud dengan prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk kedalam kelompok ini adalah pendidikan (*school system*), pelayanan

kesehatan (*health services Facilities*), faktor Keamanan (*safety*), petugas yang langsung melayani wisatawan (*goverman apparatus*)

2.1.1.4 Pengembangan Pariwisata

Menurut Suwanto (1997: 88-89) pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna dan berguna. Pengembangan pariwisata menurut Nuryanti (2004: 45) adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan *matching* dan *adjustment* yang terus menerus antara sisi *supply* dan *demand* kepariwisataan yang tersedia untuk mencapai misi yang telah ditentukan. Selain itu Suwanto (1997:74) menyebutkan beberapa bentuk produk pariwisata alternatif yang berpotensi untuk dikembangkan, yaitu: Pariwisata budaya (*cultural tourism*), ekowisata (*ecotourism*), pariwisata bahari (*marine tourism*), pariwisata petualangan (*adventure tourism*), pariwisata agro (*agrotourism*), pariwisata pedesaan (*village tourism*), gastronomi (*culinary tourism*), pariwisata spiritual (*spiritual tourism*) dan lainnya.

Menurut Yoeti (2008:33-34), ada alasan utama pengembangan pariwisata, yaitu:

- a. Alasan ekonomis. Pengembangan pariwisata akan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang cukup luas bagi penduduk setempat. Secara langsung dengan dibangunnya sarana dan prasarana kepariwisataan di daerah itu maka tenaga kerja akan banyak disedot oleh berbagai macam proyek pembangunan. Selain itu secara tidak langsung, akan timbul permintaan baru akan hasil-hasil pertanian, peternakan, perkebunan, industri rumah tangga, kerajinan kecil serta pendidikan untuk melayani wisatawan yang datang.
- b. Alasan non-ekonomis. Wisatawan yang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata salah satu motivasinya adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam dan adat istiadat serta kebiasaan penduduk setempat. Hal ini akan menyebabkan timbulnya hasrat dan keinginan untuk memelihara semua aset wisata tersebut.
- c. Untuk menghilangkan kepicikan berpikir, mengurangi salah pengertian, dapat mengetahui tingkah laku orang lain yang datang berkunjung, terutama bagi masyarakat dimana proyek kepariwisataan itu dibangun.

2.1.1.5 Pengelolaan Pariwisata

Prinsip dari penyelenggaraan tata kelola kepariwisataan yang baik menurut Bambang Sunaryo (2013:77) pada intinya adalah adanya koordinasi dan sinkronisasi program antar pemangku kepentingan yang ada serta pelibatan partisipasi aktif yang sinergis (terpadu dan saling menguatkan) antara pihak pemerintah, swasta/industri pariwisata, dan masyarakat setempat yang terkait.

Secara teoritis pola manajemen dari penyelenggaraan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan akan dapat dengan mudah dikenali melalui berbagai ciri penyelenggaraan yang berbasis pada prinsip-prinsip sebagai berikut

a. Partisipasi Masyarakat Terkait

Masyarakat setempat harus mengawasi atau mengontrol pembangunan kepariwisataan yang ada dengan ikut terlibat dalam menentukan visi, misi, dan tujuan pembangunan kepariwisataan, mengidentifikasi, sumber-sumber daya yang akan dilindungi, dikembangkan dan dimanfaatkan untuk pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata.

b. Keterlibatan segenap pemangku kepentingan

Para pelaku dan pemangku kepentingan yang harus terlibat secara aktif dan produktif dalam pembangunan kepariwisataan meliputi kelompok dan institusi LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat Pariwisata) , kelompok sukarelawan, Pemerintah Daerah, Asosiasi industri wisata, Asosiasi bisnis dan pihak-pihak lain yang berpengaruh dan berkepentingan serta yang akan menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan.

2.1.2 Manajemen Strategi

Manajemen strategi sebagai suatu proses meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahapan utama proses manajemen strategi, dan evaluasi kinerja menurut Pearce & Robbins (2003:11-16) dalam Kuncoro (2005:13) memperlihatkan tahapan proses manajemen strategi, yaitu:

- a. Analisis lingkungan, meliputi deteksi dan evaluasi konteks organisasi, lingkungan eksternal dan internal organisasi
- b. Formulasi strategi, mencakup desain dan pilihan strategi yang sesuai.
- c. Implementasi strategi, adalah proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan dengan tindakan nyata.
- d. Evaluasi strategi, adalah proses mengevaluasi bagaimana strategi diimplementasikan dan sejauh mana mempengaruhi kinerja.

Sedangkan menurut Fred R. David (2010 : 06), proses manajemen strategi terdiri atas 3 tahapan yaitu sebagai berikut :

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi – strategi alternatif, dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan. Keputusan perumusan strategi mendorong suatu organisasi untuk komit pada produk, pasar, sumber daya, dan teknologi spesifik selama kurun waktu yang lama. Perumusan strategi menentukan keunggulan kompetitif jangka panjang. Menurut J. David Hunger & Thomas L. Wheelen(2003: 12) perumusan strategi adalah pengembangan rencana panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi,

menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi-strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan. Sedangkan menurut J. David Hunger & Thomas L. Wheelen (2003:17) implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijaksanaan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau system manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Sebagai perencanaan operasional, implementasi strategi sering melibatkan keputusan sehari-hari dalam alokasi sumber daya.

c. Evaluasi atau Penilaian Strategi

Evaluasi atau Penilaian strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategi. Manajer harus tahu kapan ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik; penilaian atau evaluasi strategi merupakan cara utama untuk memperoleh informasi semacam ini. Semua strategi terbuka untuk dimodifikasi di masa yang akan datang karena berbagai faktor eksternal dan internal terus menerus berubah. 3 aktivitas paling mendasar dari penilaian strategi adalah peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, pengukuran kinerja, pengambilan langkah korektif.

Sedangkan menurut J. David Hunger & Thomas L. Wheelen (2003:19) evaluasi adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil kerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Walaupun evaluasi dan pengendalian merupakan elemen akhir yang utama dari manajemen strategis, elemen itu juga dapat menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhannya untuk dimulai kembali.

2.1.2.1 Perencanaan Strategi

Menurut Texas Workforce Commission (2005:09) perencanaan strategi atau *strategic planning* terdiri dari kata yaitu : perencanaan (*planning*) serta strategis (*strategic*). Perencanaan menetapkan arah untuk sesuatu. Biasanya, kita mulai dengan hasil yang diinginkan dan bekerja mundur untuk mengidentifikasi apa yang akan menghasilkan hasil tersebut dan strategis diartikan metode untuk mencapai tujuan dan sasaran. Perencanaan strategis memungkinkan organisasi untuk membuat keputusan mendasar yang memandu mereka ke visi mengembangkan masa depan. Sedangkan Bryson (2004:07) menjelaskan bahwa perencanaan strategis adalah upaya kuat untuk

menghasilkan keputusan dan tindakan mendasar yang membentuk dan membimbing seperti apa sebuah organisasi (atau entitas lainnya), apa yang dilakukannya, dan mengapa melakukannya.

Jadi, pada intinya perencanaan strategi merupakan suatu upaya yang akan mengarahkan organisasi pada pencapaian-pencapaian strategis sesuai visi organisasi pada masa sekarang maupun masa depan. Menurut Bryson (2004:08) adapun prinsip-prinsip perencanaan strategis adalah sebagai berikut:

- a. Perencanaan strategis lebih memfokuskan pada pengidentifikasian dan pemecahan isu-isu.
- b. Perencanaan strategis lebih menekankan penilaian terhadap lingkungan di dalam dan diluar organisasi.
- c. Perencanaan strategis tidak menafikkan peran stakeholders dalam memajukan organisasi.
- d. Perencanaan strategis menerapkan sekali prioritas dalam beberapa masalah yang dihadapi.
- e. Perencanaan strategis selalu menganalisa SWOT (*strength, weakness, opportunity, threath*).
- f. Visi dan misi organisasi tidak statis, dalam artian ia bisa berubah manakala sudah tidak sesuai lagi dengan keadaan zaman.

2.1.2.2 Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani, *strategeia* (*stratus* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi merupakan cara terbaik yang dijalankan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Chandler (1962) dalam Rangkuti (1997:3) merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang.

Willian Stanton dalam Amirullah dan Sri Budi (2002:4) mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Suatu strategi yang baik tidak akan berhasil apabila tidak diikuti dengan kebijaksanaan dan taktik yang tepat. Menurut Coulter (2002:7) dalam Kuncoro (2005:12) strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan. Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah:

- a. *Goal-directed actions*, yaitu aktivitas yang menunjukkan apa yang diinginkan dan bagaimana mengimplementasikannya;
- b. Mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.

2.1.3 Analisis SWOT

Menurut Udaya, dkk (2013: 40) Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan atau

organisasi. Melalui analisis ini pemimpin atau manajer dapat menciptakan tujuan sepiantas (overview) secara cepat mengenai situasi strategik organisasi.

a. Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan merupakan sumber atau kemampuan yang dikuasai atau yang tersedia bagi perusahaan dan memberikan keuntungan dibandingkan dengan para pesaingnya dalam melayani kebutuhan para pelanggan. Umumnya, daerah kekuatan berkaitan dengan keunggulan dari para pegawai atau berdasarkan sumber daya (*rescources based*).

Dalam hal ini yang menjadi kekuatan dari Pantai Pathek adalah pemandangan yang indah, tempat berenang yang aman, fasilitas yang cukup memadai dengan tersedianya penginapan/hotel restoran, tempat ibadah dll.

b. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam salah satu sumber daya atau kemampuan (*capability*) organisasi dibandingkan dengan para pesaingnya yang menciptakan kerugian dalam usaha memenuhi kebutuhan para pelanggan secara efektif. Dalam hal ini kelemahan dari Pantai Pathek yaitu penempatan pedagang kaki lima yang belum tertata dengan baik, rawan terjadi kemacetan dan pengelolaan sampah yang masih buruk serta keberadaan perahu nelayan yang terparkir sembarang.

c. Peluang (*opportunities*)

Peluang merupakan situasi yang menguntungkan didalam lingkungan organisasi. Kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi merupakan sebuah peluang. Begitu pula perubahan-perubahan di dalam peraturan-peraturan pemerintah pusat atau setempat dan perubahan-perubahan yang terjadi di bidang teknologi,serta perbaikan hubungan antara pembeli dan penjual dapat merupakan sebuah peluang.

Peluang dari Pantai Pangandaran adalah dengan kekuatan yang dimiliki, bisa mendatangkan investor-investor dari luar sehingga dapat di manfaatkan oleh Pemerintah Daerah untuk menunjang pengelolaan pariwisata Pantai Pathek.

d. Ancaman(*threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menyenangkan di dalam sebuah lingkungan. Ancaman adalah rintangan utama terhadap posisi saat ini atau posisi yang diinginkan perusahaan atau organisasi. Masuknya pesaing-pesaing baru, pertumbuhan besar yang tersendat, kekuatan tawar-menawar dari para pemasok atau pemakai utama, perubahan teknologi, serta peraturan-peraturan yang baru dapat merupakan ancaman terhadap keberhasilan perusahaan atau organisasi.

Analisis SWOT digunakan karena beberapa manfaat sebagaimana disebutkan dalam Nur'aini (2016: 12) bahwa SWOT bermanfaat untuk:

- a. Membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus menjadi dasar sebuah analisis persoalan
- b. Mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, serta mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman
- c. Membantu kita “membedah” organisasi dari empat sisi yang menjadi dasar dalam proses identifikasinya dan dengan analisis ini kita dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan atau tidak terlihat sama sekali
- d. Dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi saat itu

Dapat disimpulkan bahwa dengan penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memberikan hasil analisis yang cukup tajam serta dapat menjadi instrumen dengan melihat faktor-faktor yang menjadi landasan atau dasar dalam penyusunan strategi yang terbaik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang strategi pengembangan pariwisata sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa penelitian antara lain :

Pertama, penelitian yang dilakukan Char-lee Moyle, Brent Moyle, dan Henri Burgers (2020) dengan judul “*Enterpreneurial Strategies and Tourism Industry Growth*”. Penelitian ini bertujuan menyelidiki hubungan antara strategi kewirausahaan dan pertumbuhan industri. Sampling digunakan pada database 481 dokumen strategi perencanaan. Hasil penelitian menyebutkan industri pariwisata berkembang dikarenakan para pengusaha memprediksi pertumbuhan sumber daya manusia dan program inkubasi pariwisata.

Kedua, Penelitian yang dilakukan Omer Faruk Aladag, Mehmet Ali Koseoglu, Biran King, dan Fuad Mehraliyev (2020), dengan judul “*Strategy Implementation Research in Hospitality and Tourism: Current Status and Future Potential*”. Artikel ini menggunakan tinjauan litelatur terhadap 139 artikel pada 42 jurnal selama 1988-2019. Hasil menunjukkan ada enam pertanyaan umum yang didapat dari hasil mereview seperti pada artikel peneliti.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Chia-Li Lin (2019) dengan judul “*The Analysis of Sustainable Development Strategies for Industrial Tourism Based on IOA-NRM Approach*”. Tujuan penelitian ini untuk mencoba pendorong fasilitas pelayanan berdasarkan pariwisata industri. Analisisnya menggunakan IPA (Important-Performance Analysis) untuk membantu mengevaluasi keputusan layanan produk. Hasil penelitian menyebutkan IOA-NRM (*Innovation Opportunity Analysis-Network Relation Map*) dapat digunakan untuk mengidentifikasi strategi jasa atau usaha industri konvensional untuk menentukan nilai pasar.

Keempat, penelitian yang dilakukan Filipa Brandao, Zelia Breda, dan Carlos Costa (2019) dengan judul “*Innovation and Internationalization as Development Strategies for Coastal Tourism Destinations: The Role of Organizational Networks*”. Data relasional yang diperoleh dianalisis dengan analisis sosiometri Perangkat lunak UCINET 6.0. Hasil penelitian ini menjelaskan *Social Network Analysis (SNA)* dapat digunakan untuk merancang strategi dan inovasi berdasarkan jaringan internasional dengan meningkatkan daya saing.

Kelima, penelitian yang dilakukan David Priilaid, Roy Ballantyne, dan Jan Packer (2020) dengan judul *A “Blue Ocean” Strategy for Developing Visitor Wine Experiences: Unlocking Value in The Cape Region Tourism Market*. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptis dengan pendekatan kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa strategi yang efektif untuk mengembangkan pariwisata kawasan Cape dengan mencicipi anggur dan makan malam bersama pasangan.

Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Kartika Wisyasmi (2012) dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengelolaan pariwisata bahari di Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak”. Analisis yang didapatkan dari skripsi ini adalah analisis SWOT. Hasil menunjukkan, strategi SO ialah memanfaatkan lingkungan alam. Strategi WO ialah bekerjasama dengan pihak terkait. Strategi ST ialah menjaga potensi alam. Strategi WT ialah perbaikan jalan untuk mempermudah transportasi

Ketujuh, penelitian yang dilakukan Rosvita Flaviana Osin, Irawinne Rizky Wahyu Kusuma, dan Dewa Ayu Suryawati (2019), dengan judul penelitian tentang “Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT)”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis SWOT untuk menemukan strategi yang tepat. Hasil menunjukkan bahwa kondisi Internal berada pada peringkat rata-rata dengan nilai (2,75) dan dalam kondisi Eksternal berada pada posisi tinggi dengan nilai (3,12). Berdasarkan Matrix Internal-Eksternal tersebut

Kedelapan, penelitian yang dilakukan Agus Hardiyanto, Irwan Soejanto, dan Intan Berlianty (2018), dengan judul penelitian “Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata di Sentra Pengrajin Keris”. Analisis yang digunakan ialah SWOT. Hasil penelitian diketahui faktor internal yang dimiliki yaitu suasana khas pedesaan, melihat proses pembuatan keris, pemandangan alam yang indah, keramahan masyarakat, terdapat bangunan bersejarah. Sedangkan faktor eksternal yaitu melestarikan budaya Jawa, meyerap tenaga kerja, pemanfaatan teknologi untuk media promosi, kesan positif dari wisatawan yang pernah berkunjung, perluasan segmen wisatawan dari berbagai minat seperti fotografi, pendidikan atau penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode atau Analisis	Hasil Penelitian
1	Char-lee Moyle, Brent Moyle, dan Henri Burgers (2020)	<i>Enterpreneurial Strategies and Tourism Industry Growth</i>	Pendekatan statistik frekuensi	Industri pariwisata berkembang dikarenakan para pengusaha memprediksi pertumbuhan sumber daya manusia dan program inkubasi pariwisata
2	Omer Faruk Aladag, Mehmet Ali Koseoglu, Biran King, dan Fuad Mehraliyev (2020)	<i>Strategy Implementation Research in Hospitality and Tourism: Current Status and Future Potential</i>	Tinjauan litelatur terhadap 139 artikel pada 42 jurnal selama 1988-2019	Hasil menunjukkan ada enam pertanyaan umum yang didapat dari hasil mereview seperti pada artikel peneliti.
3	Chia-Li Lin (2019)	<i>The Analysis of Sustainable Development Strategies for Industrial Tourism Based on IOA-NRM Approach</i>	IPA (Important-Performance Analysis) untuk membantu mengevaluasi keputusan layanan produk.	Hasil penelitian menyebutkan IOA-NRM (<i>Innovation Opportunity Analysis-Network Relation Map</i>) dapat digunakan untuk mengidentifikasi strategi jasa atau usaha industri konvensional untuk menentukan nilai pasar.
4	Filipa Brandao, Zelia Breda, dan Carlos Costa (2019)	<i>Innovation and Internationalization as Development Strategies for Coastal Tourism Destinations: The Role of Organizational Networks</i>	Analisis sosiometri Perangkat lunak UCINET 6.0.	Hasil penelitian ini menjelaskan <i>Social Network Analysis (SNA)</i> dapat digunakan untuk merancang strategi dan inovasi berdasarkan jaringan internasional dengan meningkatkan daya saing.
5	David Priilaid, Roy Ballantyne, dan Jan Packer (2020)	<i>A "Blue Ocean" Strategy for Developing Visitor Wine Experiences: Unlocking Value in The Cape Region Tourism Market</i>	Analisis deskriptis dengan pendekatan kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa strategi yang efektif untuk mengembangkan pariwisata kawasan Cape dengan mencicipi anggur dan makan malam bersama pasangan.
6	Kartika Wisyasmii (2012)	Strategi Pengelolaan pariwisata bahari di Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak	Analisis SWOT	Hasil menunjukkan, strategi SO ialah memanfaatkan lingkungan alam. Strategi WO ialah bekerjasama dengan pihak terkait. Strategi ST ialah menjaga potensi alam. Strategi WT ialah perbaikan jalan untuk mempermudah transportasi
7	Rosvita Flaviana Osin, Irawinne Rizky Wahyu Kusuma, dan Dewa Ayu Suryawati (2019)	Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT)	Analisis SWOT	Kondisi Internal berada pada peringkat rata-rata dengan nilai (2,75) dan dalam kondisi Eksternal berada pada posisi tinggi dengan nilai (3,12). Berdasarkan Matrix Internal-Eksternal tersebut
8	Agus Hardiyanto, Irwan Soejanto, dan Intan Berlianty (2018)	Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata di Sentra Pengrajin Keris	Analisis SWOT	Faktor internal yang dimiliki yaitu suasana khas pedesaan, melihat proses pembuatan keris, h. Sedangkan faktor eksternal yaitu

Sumber: Moyle dan Burgers (2020); Aladaq et al (2020); Lin (2019); Costa et al (2019); Packer et al (2020); Wisyasmı (2012); Suryawati et al (2019); Berlianty (2018)

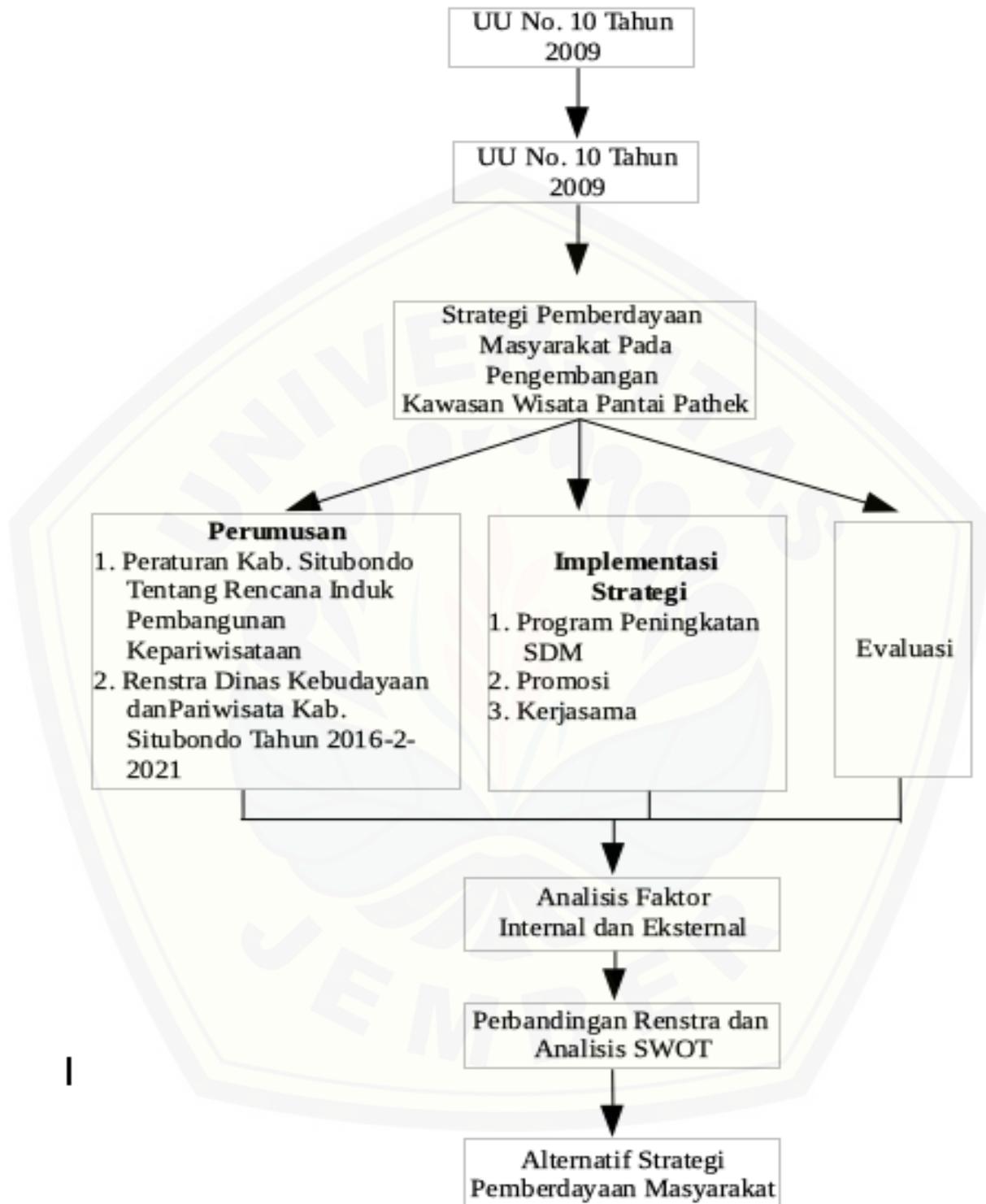
Berdasarkan analisis empiris dari berbagai sumber jurnal Internasional bereputasi dan Nasional dapat dianalisis mana kebaruaran (*novelty*) dari penelitian ini. Dari berbagai artikel jurnal Internasional dapat dijelaskan bahwa tidak ada satupun pendekatan dan analisis yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan (Aladaq et al., 2020; Molye, & Burgers, 2020; Packer et al., 2020; Costa et al., 2019; Lin, 2019). Akan berbagai penelitian diatas dapat dijadikan pendukung kuat untuk penelitian yang akan dilakukan tentang bagaimana para pemimpin sangat memberi pengaruh yang kuat terhadap perkembangan suatu wisata (Burgers, 2020), identifikasi awal sangat diperlukan untuk membuat suatu strategi pengembangan pariwisata (Costa et al., 2019; Lin, 2019). Sehingga analisis suatu strategi yang didalamnya terdapat dukungan internal dan eksternal sangat diperlukan untuk mengembangkan suatu tempat wisata.

Maka dari itu Analisis SWOT sangat tepat untuk digunakan dalam mengembangkan suatu pariwisata. Penjelasan ini didukung penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti yang menggunakan analisis SWOT (Suryawati et al., 2019; Berlianty, 2018; Wisyasmı, 2012). Namun dari beberapa penelitian itu yang dapat menjadi pembeda ialah tempat dan pendekatan yang digunakan. Pendekatan yang digunakan sebagian besar oleh para peneliti ialah kuantitatif dengan analisis SWOT.

Dari penjelasan diatas secara konstruktif dapat ditarik suatu ide penelitian yang memiliki dukungan sumber yang kuat dan kebaruaran yang ada, dengan judul “Strategi Pengembangan Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo”.

2.5 Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Masyhuri dan Zainuddin (2008:13) penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris. Sedangkan Moleong (2007:6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Usman dan Akbar (2009:130) penelitian kualitatif diuraikan dengan kata-kata sebagaimana yang didapatkan dari informan, apa adanya sesuai dengan kenyataan, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa yang melatarbelakangi informan berperilaku, direduksi, ditriangulasi, disimpulkan dan diverifikasi.

Dari uraian di atas penelitian ini menggunakan tipe deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena atau kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari obyek wisata Pantai Pathek secara holistik dengan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa sehingga menghasilkan suatu penggambaran atas fenomena yang terjadi. Maka dari itu analisis yang digunakan untuk alternatif pemberdayaan Pantai Pathek ini melalui analisis SWOT.

3.2 Objek Penelitian

Dalam menetapkan lokasi penelitian, peneliti harus mempertimbangan tentang sejauh mana peneliti mengenali daerah lokasi penelitian dan tentunya waktu serta biaya yang diperlukan sebagai bahan pertimbangan. Dalam hal ini peneliti memilih lokasi penelitian di Kabupaten Situbondo. Selanjutnya, peneliti menetapkan lokasi penelitian di Kantor Pemerintahan Kabupaten Situbondo (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Kantor Desa Gelung Kecamatan Panarukan) serta terjun langsung pada objek wisata Pantai Pathek di Kabupaten Situbondo.

Pariwisata Pantai Pathek merupakan salah satu sektor unggulan yang menghasilkan PAD bagi daerah, Kabupaten Situbondo sendiri merupakan daerah otonomi yang dituntut untuk mandiri dalam melakukan pembangunan di sektor pariwisata. Dengan kondisi Kabupaten Situbondo sekarang, tentu banyak yang harus dibenahi oleh Pemerintah Daerah, terutama wisata Pantai Pathek yang merupakan salah satu icon bagi Kabupaten Situbondo yang tentu harus diperhatikan pengembangannya terlebih dengan potensi pariwisata yang dimiliki Pantai Situbondo, hal ini dapat ditinjau dari kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang terdapat di Pantai Pathek. Untuk alasan itulah peneliti memilih lokasi penelitian di Kabupaten Situbondo.

Waktu penelitian dilakukan dengan batas waktu penelitian selama 1 bulan yaitu pada tanggal 7 Juli 2020 hingga 7 Agustus 2020, dimana dalam kurun waktu tersebut penelitian akan terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengeksplorasi berbagai informasi kepada informan yang sudah dituju sebagai yang diteliti.

3.3 Sumber Data

Dalam penelitian, data menjadi hal yang sangat dibutuhkan oleh peneliti untuk menunjang pemecahan masalah. Dengan dikumpulkannya suatu data yang didapat dari berbagai sumber atau informan maka data itu dapat diolah untuk menjawab masalah penelitian atau tujuan dari penelitian. Seperti yang dikatakan oleh Lofland dan Lofland dalam Moleong (2007:57), menjabarkan tentang sumber data yang harus diperoleh pada penelitian kualitatif yaitu kata-kata dan tindakan lalu selebihnya data tambahan seperti dokumen-dokumen. Maka pada penelitian ini terdapat dua sumber data yang akan diperoleh oleh peneliti, yaitu;

3.3.1 Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Menurut Arikunto (2010:22), menjelaskan tentang data primer yang merupakan informasi berbentuk verbal atau kalimat-kalimat yang diucapkan oleh informan secara lisan, bahkan informasi nonverbal seperti perilaku dari sumber yang terpercaya juga dapat dimasukkan pada sumber penelitian. Maka dapat dipahami bahwa data primer disini merupakan data berupa kalimat yang didapat atau diperoleh dari informan melalui wawancara langsung. Informan disini bisa perorangan juga bisa kelompok.

3.3.2 Data Sekunder

Kebalikan dari data primer, data sekunder ini merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang sudah ditentukan. Maksud dari ditentukan ialah data yang sesuai dengan tema penelitian agar sumber data yang dikaji tidak keluar dari keilmuan peneliti dan tema penelitian. Seperti yang dijelaskan oleh Arikunto (2010:22), data sekunder merupakan data yang berasal dari dokumen pendukung dari berbagai sumber fisik atau elektronik yang sesuai dengan tema penelitian. Maka data sekunder pada penelitian ini ialah dokumen-dokumen pendukung seperti Rencana Strategis (Renstra) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Situbondo tahun 2019-2020, Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Situbondo, dan kunjungan wisata per objek di Wisata Kabupaten Situbondo tahun 2019-2020, dan profil Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan beberapa teknik yaitu:

3.4.1 Wawancara

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) wawancara adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam komunikasi langsung yang berbentuk sejumlah pertanyaan lisan yang diajukan

oleh penguumpul data (interviewer) sebagai pencari informasi yang dijawab secara lisan oleh informan (interviewer) secara singkat wawancara didefinisikan sebagai alat pengumpulan data berupa tanya jawab antara pihak pencari informasi dan sumber informasi yang berlangsung secara lisan. Dalam hal ini wawancara yang dilakukan berfokus strategi pengembangan pariwisata Pantai Pathek ditinjau dari kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada.

3.4.2 Pengamatan (Observasi)

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) Pengamatan adalah kegiatan yang meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu obyek penelitian dengan menggunakan seluruh indra. Dalam kegiatan ini, dilakukan pencatatan yang sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak atau yang dirasakan indra mengenai gejala-gejala yang muncul pada obyek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengobservasi kondisi pantai atau fenomena- fenomena yang terdapat di sekitar Pantai Pathek seperti faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dari Pantai Pathek sebagai bahan utama dalam merumuskan suatu strategi pengembangan pariwisata Pantai Pathek.

3.4.3 Dokumentasi

Dengan menggunakan dokumentasi maka hasil observasi dan wawancara akan lebih akurat karena dokumentasi didukung dengan berisikan catatan yang sudah berlalu, bisa berupa foto, tulisan, gambar, karya dan sebagainya. Dalam hal ini, peneliti menggunakan beberapa dokumentasi seperti, Profil Desa Gellung, Rancangan RIPPARDA Kabupaten Situbondo tahun 2019, UMKM Desa Gellung tahun 2019 dan beberapa foto dokumentasi.

3.5 Teknik Menguji Keabsahan Data

Data yang diperoleh peneliti merupakan unsur penting yang perlu dijaga keabsahannya. Penelitian merupakan cara yang dilakukan seseorang untuk memperoleh kebenaran terhadap suatu masalah, sehingga keabsahan data yang diperoleh harus benar-benar valid dan dapat dipercaya kebenarannya. Ada beberapa teknik keabsahan menurut Moleong (2002:178) terdiri dari ketekunan pengamatan, triangulasi, pemeriksaan sejawat.

Pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti memilih menggunakan teknik triangulasi dengan alasan agar penelitian dapat memiliki derajat keabsahan dan tingkat validasi yang lebih akurat sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Moleong (2002:178) memaparkan triangulasi adalah berupaya untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dengan sumber lain melalui berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan. Adapun triangulasi yang dilakukan dengan tiga macam teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber data, metode, dan teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan cara:

- a) Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan^[1]_{SEP}.
- b) Mengeceknnya dengan berbagai sumber data^[1]_{SEP}.

c) Memanfaatkan berbagai metode pengecekan kepercayaan data^[11] dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengecekan data melalui beberapa sumber lain dengan melakukan wawancara ke beberapa informan.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan memberi kode/tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab (Imam Gunawan, 2013:209). Sementara menurut Bogdan & Biklen (dalam Moleong, 2007:248) merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola, mengadakan sintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, membuat keputusan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Menurut buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Jember (2011:24), teknik analisis data berisi uraian tentang cara mengkaji dan mengolah data mentah sehingga mampu menjadi sebuah informasi yang jelas terkait cara analisisnya.

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah Analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strenghts*) dan Kelemahan (*weakness*) (Rangkuti, 2006: 18-19).

Alat yang digunakan untuk menentukan alternatif strategi pengembangan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik analisis SWOT menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi.

Tabel 2.1 Matrik SWOT

IFAS	<u>Stengths (S)</u> Temukan faktor-faktor kekuatan internal	<u>Weaknesses (W)</u> Temukan faktor-faktor kelemahan internal
EFAS		
<u>Oppotunites (O)</u> Temukan faktor peluang eksternal	<u>Strategi SO</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>Strategi WO</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk dimanfaatkan
<u>Threaths (T)</u> Temukan faktor peluang eksternal	<u>Strategi ST</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<u>Strategi WT</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2006

Berikut penjelasan mengenai strategi SO, ST, WO, WT:

a. Strategi SO

SO merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Apabila di dalam kajian terlihat peluang-peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Dua elemen sektor pariwisata eksternal dan internal yang baik ini tidak boleh dilepaskan begitu saja, tetapi akan menjadi isu utama pengembangan. Meskipun demikian dalam proses pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan, kondisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha untuk keunggulan komparatif tersebut.

b. Strategi ST

ST merupakan strategi dalam menggunakan yang dimiliki dalam mengatasi ancaman. Strategi ini mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi peluang bagi pengembangan selanjutnya. Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

WO merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari ebrbagai peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sektor untuk menangkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan secara hati-hati untuk memilih dan menerima peluang tersebut. Khususnya dikaitkan dengan keterbatasan

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada bab sebelumnya telah diuraikan tentang hasil penelitian serta pembahasannya. Dari hasil pembahasan tersebut dapat diperoleh kesimpulan yaitu

- a. Kebijakan dari Pemerintah Kabupaten Situbondo sehingga dapat dilakukan pengembangan kawasan wisata di Pantai Pathek Desa Gelung. Dalam upaya pengembangannya, Pantai Pathek telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan terhadap peningkatan ekonomi lokal, melalui usaha pariwisata yang dikelola masyarakat, produk wisata yang berorientasi pada alam pedesaan yang ditawarkan kepada wisatawan.
- b. Strategi Pemerintah Kabupaten Situbondo yang dijalankan melalui Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih belum mampu memberi kemajuan dalam upaya pemberdayaan masyarakat pada pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek di Desa Gelung. Karena sosialisasi program wisata yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat berdampak pada kurangnya pemahaman masyarakat dalam menangkap peluang wisata.
- c. Dari hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT, maka diperoleh strategi SO,WO,ST,WT sebagai alternatif strategi pemberdayaan masyarakat pada pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek di Desa Gelung yaitu sebagai berikut.
 - 1) Strategi SO yaitu membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana wisata, mengadakan akomodasi pariwisata, mengembangkan atraksi wisata, dan membangun dan mengadakan aksesibilitas wisata.
 - 2) Strategi WO yaitu meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan lebih bagus untuk menarik pengunjung sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek wisata, melakukan pemberdayaan, penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya masyarakat Sadar Wisata.
 - 3) Strategi ST yaitu pengoptimalan potensi alam dan pengembangan dan pembangunan, dan mengadakan pendamping objek wisata.
 - 4) Strategi WT yaitu Peningkatan kualitas tenaga kerja dan melakukan pengawasan.

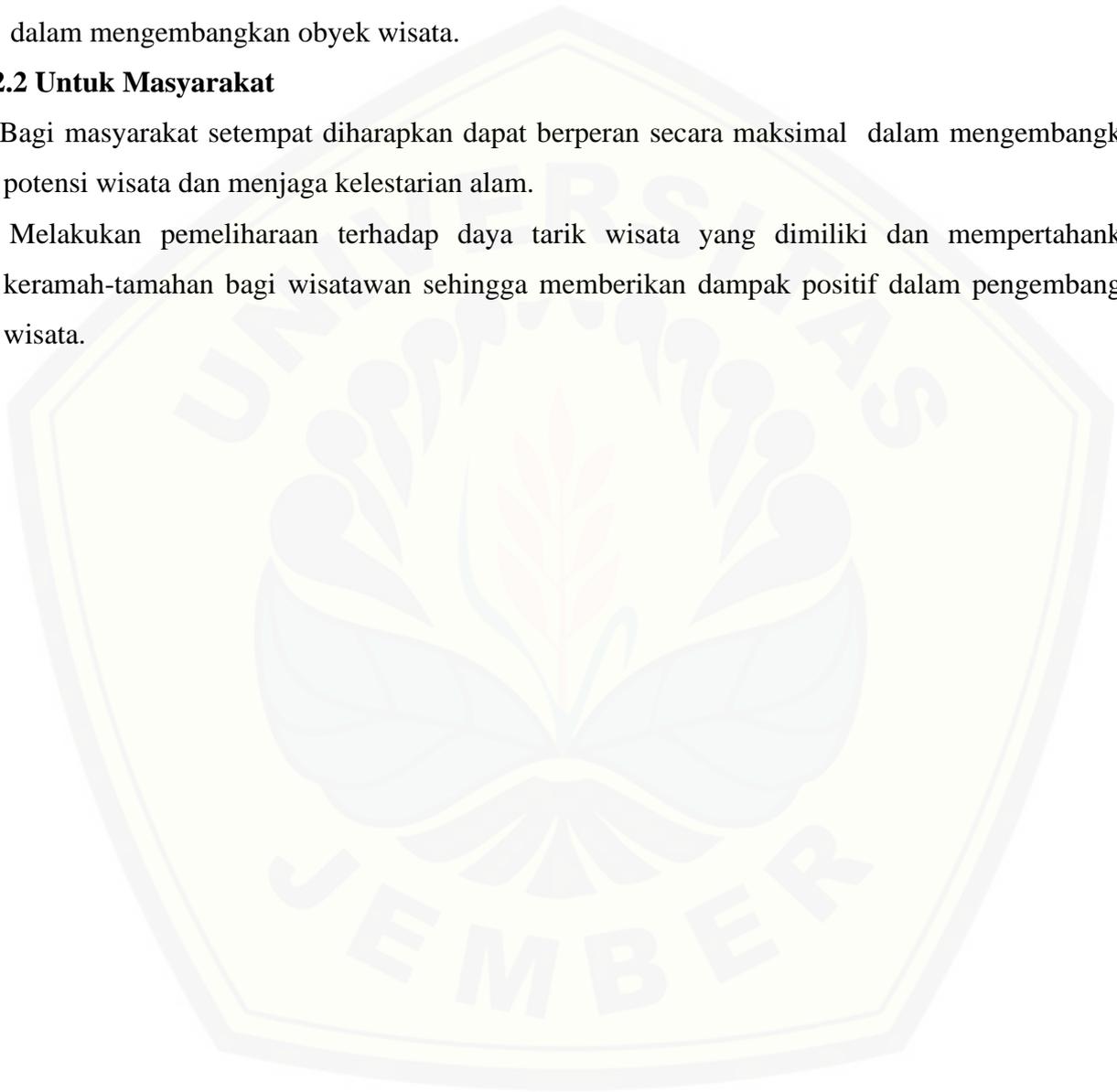
5.2 Saran

5.2.1 Untuk Pemerintah

- a. Dalam pengembangan obyek wisata perlu ditingkatkan peran serta pemerintah guna memaksimalkan pengembangan wisata.
- b. Obyek wisata air terjun bissappu mempunyai potensi yang cukup besar untuk di kembangkan sehingga pemerintah harus lebih konsisten dan bergerak cepat dengan memaksimalkan potensi yang ada sehingga pengembangan wisata berkembang dengan cepat.
- c. Sangat diperlukan peran aktif pemerintah atau instansi terkait khususnya dibidang pariwisata dalam mengembangkan obyek wisata.

5.2.2 Untuk Masyarakat

- a. Bagi masyarakat setempat diharapkan dapat berperan secara maksimal dalam mengembangkan potensi wisata dan menjaga kelestarian alam.
- b. Melakukan pemeliharaan terhadap daya tarik wisata yang dimiliki dan mempertahankan keramah-tamahan bagi wisatawan sehingga memberikan dampak positif dalam pengembangan wisata.



DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, C. S. B. 2002. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aladag, OF, Köseoglu, MA, King, B. dan Mehraliyev, F., 2020. Riset implementasi strategi di bidang perhotelan dan pariwisata: Status saat ini dan potensi masa depan. *Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan* , hal.102556.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Brandão, F., Breda, Z. dan Costa, C., 2019. Inovasi dan internasionalisasi sebagai strategi pembangunan destinasi wisata pesisir: Peran jaringan organisasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* , 41 , pp.219-230.
- Bryson, J. M. 2004. *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Damanik, P. J. 2013. *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gunawan, I. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hardiyanto, A., Soejanto, I. and Berlianty, I., 2018. Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata Di Sentra Pengrajin Keris. *Opsi*, 11(1), pp.1-13.
- Hunger, J. D, dan L., T. Wheelen. 2001. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Idrus, M. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga
- Kartika, W., 2012. Strategi Pengelolaan Pariwisata Bahari Di Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak. *Skripsi Universitas Sultan Agung Tirtayasa*.
- Kuncoro, M. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Kusudianto, H. 1996. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press.
- Lin, CL, 2019. Analisis strategi pembangunan berkelanjutan untuk pariwisata industri berdasarkan pendekatan IOA-NRM. *Journal of Cleaner Production* , 241 , p.118281.
- Marpaung, H. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Milles, M. B. Dan A. H. Michael. 2007. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moyle, CL, Moyle, B. dan Burgers, H., 2020. Strategi kewirausahaan dan pertumbuhan industri pariwisata. *Perspektif Manajemen Pariwisata* , 35 , p.100708.
- Moleong, L. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Muljadi. 2010. *Kepariwisataaan dan Perjalanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Mulyadi. 2001. *Balanced Scorecard: Alat Manajemen Kontemporer untuk Pelipatgandaan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Musanef. 1995. *Manajemen Pariwisata di Indonesia*. Jakarta: Gunung Harta.
- Ndaraha, Talizuduhu. 2003. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Osin, R.F., Kusuma, I. R. W. dan D. A. Suryawati. 2019. Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata* , 14 (1).
- Pendit, N. S. 1997. *Ilmu Pariwisata dan Pengantar Perdana*. Jakarta: PT.PradnyaPramita, edisirevisi.
- Priilaid, D., Ballantyne, R. dan Packer, J., 2020. Strategi "samudra biru" untuk mengembangkan pengalaman anggur pengunjung: Membuka nilai di pasar pariwisata kawasan Cape. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* , 43 , pp.91-99.
- Raharjo. 2007. *Metode Penelitian Kombinasi*. Yogyakarta: CV Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Salusu, J. 1996. *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: PT. Gramedia Widayarsana Indonesia.
- Robbins, S. P. 2001. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage")*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Spillane, J. J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwantoro, G. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Totok, M. dan P. Poerwoko. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta
- Wahab, S. 1996. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: PT Pranadya Paramita Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI Yoeti, Oka. 1982. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Yoeti, O. 1985. *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta: PT. Prandya Paramita.

Strategi dan Program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Tahun 2015- 2020

Permasalahan	Strategi	Program
Penyediaan infrastruktur dan pelayanan publik untuk pariwisata yang belum maksimal akan berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan	Pengembangan kerjasama dengan semua stakeholder	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana di lingkungan destinasi 2. Peningkatan penataan infrastruktur penunjang pariwisata 3. Melakukan koordinasi dengan pendukung pariwisata
Kurangnya kesadaran masyarakat dalam pengelolaan obyek wisata, Kemampuan bahasa dan ketrampilan masyarakat yang belum maksimal, Belum optimalnya peran parapelaku usaha jasa pariwisata serta belum maksimalnya SDM dalam rangka pengembangan usaha jasapariwisata yang dapat mengakibatkan tergesernya peran masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata.	Peningkatan kualitas SDM bagi pelaku-pelakuwisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kemampuan pelaku-pelakuwisata 2. Pengembangan ketrampilan sumber daya manusia lokal. 3. Peningkatan kualitas pelayanan bidang usaha jasa dan usaha sarana pariwisata 4. Melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai tradisi sebagai akar budaya lokal
Masih terbatasnya tingkat pemasaran, Pengembangan kawasan pendukung wisata yang belum maksimal serta belum optimalnya kunjungan wisatawan	Menciptakan <i>Branch Image</i> positif bagi pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Promosi wisata melalui media tulis, elektronik. 2. Menciptakan paket – paket wisata dengan bekerjasama dengan masyarakat lokal guna mengembangkan usaha wisata.

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara Kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Situbondo

1. Apa tujuan dari pengembangan pariwisata Kabupaten Situbondo?
2. Apakah terdapat pariwisata yang menjadi prioritas pengembangan?
3. Siapa yang berwenang mengelola Pantai Pathek?
4. Bagaimana konteks peran dari Pemerintah Kabupaten Situbondo?
5. Dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek, manakah lokasi yang menjadi prioritas pengembangan?
6. Bagaimana proses dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?
7. Hambatan apa yang terjadi selama proses pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek di Desa Gelung?
8. Apa yang sudah dilakukan dinas pariwisata dalam pemberdayaan masyarakat pada pengembangan wisata Pantai Pathek?
9. Bagaimana menggerakkan masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?
10. Apakah terdapat strategi dalam pemberdayaan masyarakat pada pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?
11. Bagaimana strategi dalam memberdayakan masyarakat pada pengembangan kawasan wisata Pantai PathekPantai Pathek?

B. Wawancara Kepada Bappeda

1. Dalam pengembangan wisata Pantai Pathek, apakah peran dari Pemerintah Kabupaten Situbondo?
2. Adakah kebijakan yang mengatur tentang pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?
3. Apa yang sudah dilakukan pemerintah kabupaten Situbondo dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?

C. Wawancara Kepada Kepala Desa Gelung

1. Apa yang sudah dilakukan Pemerintah Kabupaten Situbondo dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?
2. Apakah yang sudah dilakukan Pemerintah Kabupaten Situbondo dalam pemberdayaan masyarakat?
3. Apa yang sudah digerakkan oleh Pemerintah Kabupaten Situbondo di masyarakat dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?
4. Apakah masyarakat mendukung dengan pengembangan kawasan Wisata Pantai Pathek di Desa Gelung?
5. Bagaimana bentuk dukungan masyarakat Desa Gelung?
6. Sejauh ini bagaimana respon masyarakat terhadap pengembangan kawasan wisata Pantai Pathek?
7. Menurut anda apakah kegiatan pengembangan wisata Pantai Pathek di Desa Gelung memberi mafaat ekonomi bagi masyarakat lokal ?
8. Apakah program dari Pemerintah sudah dapat memberdayakan masyarakat desa Gelung?

D. Wawancara Kepada Masyarakat Desa Gelung

1. Menurut anda, apakah pariwisata itu penting?
2. Apakah Bapak/Ibu mendukung pengembangan kawasan wisata di desa Gelung?
3. Apakah Bapak/Ibu pernah mengikuti program-program yang diadakan oleh Dinas Gelung

DOKUMENTASI



