

**STRATEGI PENGEMBANGAN TEMPAT WISATA PANTAI LARIKE
SEBAGAI OBJEK WISATA**

Maria M. Tetelepta¹⁾, Roy A Wattimena²⁾, Fauzia Tutupoho³⁾

^{1,2,3)}Jurusan Adminisrasi Niaga, Politeknik Negeri Ambon

¹wattimenaroy@gmail.com

ABSTRACT

Keterbatasan Pemerintah Negeri Larike dalam memanfaatkan sumber pendapatan dari potensi yang dimiliki sebagai akibat dari keterbatasan sarana dan parasarana yang dimiliki, kurangnya SDM dalam mengelola potensi yang dimiliki, pengetahuan informasi dan teknologi dalam memperkenalkan dan mengelola potensi wisata dan belum adanya pembentukan kesadaran masyarakat dalam bentuk sikap sadar wisata. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi serta alternatif strategi pengembangan tempat wisata yang tepat dan sesuai.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dalam bentuk studi kasus, dimana objek penelitian adalah strategi pengembangan tempat wisata Negeri Larike, unit analisis adalah Pemerintah Negeri Larike yaitu kelompok masyarakat yang mempunyai kepentingan dalam pengelolaan potensi wisata Negeri Larike. Data yang diolah dalam penelitian adalah data kualitatif. Variabel penelitian yaitu strategi pengembangan, alternatif strategi pengembangan dan analisis SWOT. Kuesioner digunakan untuk memperkuat data yang dicari. Untuk menjawab permasalahan penelitian dilakukan analisis diskriptif dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Negeri Larike lebih memilih menggunakan strategi fokus atau strategi kombinasi dari cost leadership dan strategi diferensiasi. Dalam pengelolaan tempat wisata sudah melakukan dan menjalankan strategi pengembangan secara internal dan eksternal. Dan posisi strategi pengembangan tempat wisata Negeri Larike berada dalam posisi lemah dan masuk dalam kategori penciutan turn around.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan, Tempat wisata*

I. PENDAHULUAN

Negeri Larike adalah sebuah negeri yang terletak di kecamatan Leihitu Barat, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, Indonesia. Negeri Larike terkenal sebagai sentra produksi kopra. Hasil perkebunan utama di negeri ini adalah kelapa dan cengkik. Negeri ini merupakan negeri pesisir yang dikelilingi oleh perbukitan yang tertutup hutan tropis dan perkebunan cengkik. Salah satu atraksi wisata di negeri ini adalah batu layar dan belut raksasa yang biasa disebut morea. Potensi pariwisata yang strategis untuk dikelola dan dipasarkan yaitu potensi alam yang belum dikelola secara optimal sehingga keberadaan aset wisata belum mendapat respon positif dari wisatawan dalam bentuk kunjungan wisata. Berdasarkan Profil Desa Binaan yang dikeluarkan oleh P3M Politeknik negeri Ambon,(2022) dan hasil pengamatan Tim Peneliti ditemukan beberapa permasalahan yang ditemui dalam pengembangan tempat wisata dalam kaitan dengan Tema Promosi pariwisata untuk potensi pariwisata Negeri Larike antara lain (1). Belum

adanya atraksi dan permainan yang ditawarkan terkait dalam mendukung keberadaan objek wisata sehingga wisatawan berminat dan datang ke Negeri Larike; (2). Belum adanya perawatan dan pengelolaan yang berkelanjutan; (3). Belum adanya produk souvenir yang mendukung pengembangan potensi wisata, dimana potensi alam Negeri Larike yang melimpah tetapi belum dimanfaatkan untuk pembuatan produk olahan makanan untuk dijadikan souvenir sebagai nilai tambah yang bernilai.

Dari justifikasi permasalahan diatas dapat dijelaskan bahwa keterbatasan Pemerintah Negeri Larike dalam memanfaatkan sumber pendapatan dari potensi yang dimiliki sebagai akibat dari keterbatasan sarana dan parasarana yang dimiliki seperti kurangnya SDM dalam mengelola potensi yang dimiliki dengan dibekali dengan pengetahuan informasi dan teknologi dalam memperkenalkan dan mengelola potensi wisata yang ada dan belum adanya pembentukan kesadaran masyarakat dalam memelihara maupun sikap sadar wisata dalam mendukung pembentukan suatu kawasan menjadi destinasi wisata.

Menurut Rafa Fazlur Rahman, *et.,al* (2015) bahwa pengembangan suatu kawasan wisata perlu dikelola dan diperhatikan dengan baik, dimana perlu adanya memaksimalkan kebutuhan akan perkembangan yang dialami wisatawan, karena mekanisme pasar yang akan menentukan bagaimana suatu produk dapat dikatakan baik apabila ada pelayanan secara maksimal. Pengembangan tempat wisata Negeri Larike sangat ditentukan pada bagaimana pemasaran destinasi wisata dengan memperhatikan perluasan informasi potensi yang dimiliki sehingga dapat diketahui oleh wisatawan sehingga dapat menghasilkan dan memberikan suatu asumsi yang positif bagi wisatawan. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan tempat wisata Negeri Larike dan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan tempat wisata yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan pariwisata Negeri Larike

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata itu sendiri adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Selain itu definisi pariwisata dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan juga tidak memiliki batasan-batasan yang pasti. Para ahli pariwisata banyak yang berpandangan dari berbagai sudut pandang, tetapi mempunyai makna yang sama. Suwena Ketut, (2017) menyatakan bahwa pariwisata itu merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu libur serta tujuan lainnya. Menurut Hunziker dan Kraft dalam Mulyadi, (2012) pariwisata itu sendiri merupakan gejala yang timbul dari adanya keseluruhan hubungan perjalanan dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah, hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Tempat wisata dibanding dengan jenis-jenis produk barang dan jasa lainnya memiliki ciri-ciri berbeda, tidak hanya barang melainkan fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan hidup wisatawan dalam mengadakan perjalanan. Menurut beberapa pandangan seperti Kotler dan Gary dalam Kurniasih, (2013) mengemukakan bahwa produk itu sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar orang tertarik perhatiannya. Menurut Rangkuti, (2016) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Moekidjat dalam Ervina, (2017) menyatakan bahwa pengembangan merupakan perubahan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk mengarahkan pada perbaikan dan perubahan yang didasarkan pada pengetahuan, kecakapan dan sikap yang diwujudkan dalam pekerjaan untuk sekarang ini dan dimasa akan datang.

Menurut Rangkuti, (2016) analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat mengambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis keadaan yang sebenarnya terjadi pada suatu objek dengan memberikan gambaran secara jelas dan lengkap. Objek penelitian ini adalah strategi pengembangan tempat wisata Negeri Larike, sedangkan unit analisis adalah Pemerintah Negeri Larike yaitu kelompok masyarakat yang mempunyai kepentingan dalam pengelolaan potensi wisata Negeri Larike. Penelitian ini dilakukan di Negeri Larike Kecamatan Leihitu Barat Kabupaten Maluku Tengah.

Variabel dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan, alternatif strategi pengembangan dan analisis SWOT. Untuk menjawab permasalahan penelitian yang kedua digunakan analisis SWOT untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan dengan: mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman serta menganalisis SWOT. Dengan menentukan faktor internal dan faktor eksternal

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan perhitungan untuk nilai IFAS dan nilai EFAS, maka dibuatlah suatu perencanaan yang dirangkum kedalam matrik 9 (sembilan) sel untuk mengetahui posisi pengembangan tempat wisata Negeri Larike. Hal ini dapat dilihat pada gambar matrik di bawah ini.

		EFE		
		4 KUAT	3 SEDANG	2 LEMAH
IFE	KUAT	1 Pertumbuhan Kosentrasi Melalui Integrasi Vertikal	2 Pertumbuhan Kosentrasi Melalui Integrasi Horizontal	3 Pencutan Turn Around
	SEDANG	4 Stabilitas Hati-Hati	5 Pertumbuhan Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal Stabilitas Hati-Hati	6 Pencutan Divestasi
	LEMAH	7 Pertumbuhan Diversifikasi Konsentrik	8 Pertumbuhan Diversifikasi Konglomerat	9 Likuidasi Bangkrut atau Pailit

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap strategi pengembangan yang di gunakan Pemerintah Negeri Larike diketahui bahwa menggunakan strategi pengembangan fokus strategi. Alasannya menggunakan adalah karena kombinasi strategi ini memperhatikan pengunjung wisata dan memperhatikan produk wisata. Walaupun memiliki beberapa produk wisata tetapi kualitas dan kuantitas juga harus diperhatikan agar dapat menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke Negeri Larike.

Strategi pengembangan dalam mengembangkan produk wisata yang ada di Negeri Larike antara lain:

- (a) Strategi Koordinasi; strategi ini digunakan karena dalam menjalankan program pengelolaan dilakukan pembagian tugas untuk masing-masing lokasi wisata sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai berdasarkan pembagian tugas yang ada. Dan dengan adanya koordinasi ini strategi pengembangan dapat berjalan dengan baik.
- (b) Pemasaran Dengan Media Sosial; strategi ini digunakan karena pemasaran dengan menggunakan media sosial sangat diperlukan sehingga wisatawan dapat mengetahui informasi tentang lokasi dan produk wisata yang dimiliki seperti lokasi wisata Pantai Batu Layar dan Lokasi wisata Pantai Pancoran Kuning.
- (c) Inovasi Produk Wisata; strategi ini digunakan untuk melakukan inovasi lokasi wisata seperti aspek kebersihan, fasilitas tempat jualan dan toilet. Inovasi tersebut dapat membuat pengunjung semakin banyak berkunjung ke lokasi wisata.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diperoleh delapan alternatif strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan produk pariwisata di Negeri Larike, antara lain:

- (1) Kombinasi kekuatan dan peluang; pemanfaatan teknologi untuk promosi, pemanfaatan srama dan prasarana yang dimiliki dan kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan lokasi wisata yang dimiliki.

- (2) Kombinasi kekuatan dan ancaman; menjaga ciri khas setiap lokasi wisata yang dimiliki dan tingkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga lokasi wisata.
- (3) Kombinasi kelemahan dan peluang; lebih meningkatkan produk wisata lebih menarik dan sederhana artinya harus setiap lokasi wisata dibuat dan dikemas sesuai karakteristik yang dimiliki serta lebih menonjolkan ciri khas masing-masing lokasi wisata. Dan harus menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam proses investasi untuk pengembangan masing-masing objek wisata.
- (4) Kombinasi kelemahan dan ancaman; diperlukan adanya konsep sadar wisata kepada masyarakat agar usaha pengembangan pariwisata di Negeri Larike dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan pembahasan yang dikemukakan maka, diperlukan upaya-upaya yang konkret dari Pemerintah Negeri Larike dalam hal pemanfaatan teknologi dalam melakukan promosi di media sosial untuk menarik wisatawan datang berkunjung seperti memiliki website, dimana seluruh potensi yang ada di tampilkan dan ditonjolkan untuk diketahui oleh wisatawan yang akan berkunjung dan juga dapat menarik minat berkunjung. Selain itu kesiapan sarana dan prasarana yang ada di masing-masing lokasi wisata harus diperhatikan serta juga keamanan dan keyamanan harus diperhatikan lebih baik lagi.

V. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan tempat wisata maka, kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Pemerintah Negeri Larike diketahui bahwa menggunakan strategi pengembangan fokus strategi.
2. Strategi pengembangan yang digunakan adalah strategi koordinasi, strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dan strategi inovasi produk.
3. Alternatif strategi yang digunakan yaitu kombinasi kekuatan dan peluang, kombinasi kekuatan dan ancaman, kombinasi kelemahan dan peluang dan kombinasi kelemahan dan ancaman.
4. Upaya konkret yang dilakukan berupa pemanfaatan teknologi media, kesiapan sarana dan prasarana serta penawaran biaya murah bagi wisatawan.

Berdasarkan kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini maka, saran yang dapat diberikan antara lain: Harus menerapkan alternatif strategi pengembangan tempat wisata berdasarkan faktor-faktor yang dimiliki secara internal maupun eksternal. Dan penelitian ini memberikan arah untuk penelitian berikutnya terkait dengan adanya proses perbandingan dengan Pemerintah Negeri lain yang memiliki karakteristik yang sama terkait dengan produk wisata yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL MANEKSI VOL 12, NO. 1, MARET 2023

Adam Nugraha Wiradhana H. 2012. Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi Pemasaran <http://tulisan-adam.blogspot.com/2012/01/analisis-swot-sebagai-alat-formulasi.html>

Ani Rahmawati.2009. *Studi Pengelolaan Kawasan Pesisir Untuk Kegiatan Wisata Pantai (Kasus Pantai Teleng Ria, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor (IPB)

Apridar et al. 2011. *Ekonomi Kelautan dan Pesisir*. Yogyakarta: Graha Ilmu

David, Fred. 2009. *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat

Dyah Marganingrum. 2007. *Tinjauan Karakteristik Wilayah Pantai Utara dan Selatan Jawa Barat dalam Rangka Pengelolaan Kawasan Pesisir Terpadu*. Sumber Daya Air di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil di Indonesia. 62-63

Gamal Suwantoro. 2010. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset

Hadari Nawawi. 2012. *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Yogyakarta: Gadjah Mada Press

Handayawati et al. 2010. Potensi Wisata Alam Pantai-Bahari <http://Analisis Potensi Wisata Alam Bahari.html>.

Hani S. Handayawati, et al. 2010. *Potensi Wisata Alam Bahari*. PM PSLP PPSU

Inskeep, E. 2009. Tourism Planning an Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold.

Lexy J. Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Masyhudzulhak Djamil. 2011. *Pengelolaan Sumber Daya Wilayah Pesisir Dalam Perspektif Otonomi Daerah (Tinjauan Kota Bengkulu dan Kabupaten Bengkulu Selatan)*. Proceeding Book Simposium Nasional Ilmu Administrasi Negara Untuk Indonesia. 331-339

Muhammad Idrus. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Paturusi, S. A. 2009. Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata (tesis). Denpasar: Universitas Udayana.

Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia, Jakarta.

Ryan Hadi Wijaya. 2012. Definisi Strategi Menurut Para Ahli. <http://ryanhadiwijayaa.wordpress.com/2012/09/30/definisi-strategimenumerut-paraaahli> diunduh pada Senin, 11 Maret 2013 pukul 21. 34 WIB

Siagian, Sondang P.. 2011. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Silitonga, Ratri Meliana,. 2017. Strategi Pengembangan UKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Ngentakrejo, Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo). Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Soekadijo, R.G. 2011. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sofian Efendi. 2010. Analisa SWOT Sebagai Alat Perumusan Strategi <http://arulmtp.wordpress.com/2008/08/03/analisa-swot-sebagai-alatperumusan-strategi/>

Yoeti, O. A. 2008. Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.

Yoeti, O. A. 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Pradnya Paramita.