

**PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA PANTAI
GADING DI KELURAHAN TANJUNG KARANG,
KECAMATAN SEKARBELA, KOTA MATARAM**



Oleh

Yulinda Eka Hermayani

190503087

**JURUSAN PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM**

2023

**PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA PANTAI
GADING DI KELURAHAN TANJUNG KARANG,
KECAMATAN SEKARBELA, KOTA MATARAM**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram

Untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar

Sarjana Ekonomi



Oleh:

Yulinda Eka Hermayani
190503087

**JURUSAN PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM**

2023

HALAMAN LOGO



PERSETUJUAN PEMBIMBING

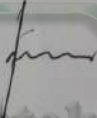
Skripsi oleh: Yulinda Eka Hermayani, Nim: 190503087 dengan judul "Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Gading Di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.


Disetujui pada tanggal : 10 - 09 - 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M


Dr. Muh. Salahudin, M.Ag.
NIP. 197608061999031002


M. Setvo Nugroho, S.Par., M. Par.
NIP. 199111042019031009

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 15-09-2023

Hal : Ujian Skripsi

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di_

Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melaksanakan bimbingan, arahan dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Yulinda Eka Hermayani

NIM : 190503087


Prodi : Pariwisata Syariah


Judul Skripsi : Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Gading
Di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan
Sekarbela, Kota Mataram

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang
Munqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat
segera di-*Munqasyah*-kan.
Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Muh. Salahudin, M.Ag.
NIP. 197608061999031002


M. Setyo Nugroho, S.Pd., M. Par.
NIP. 199111042019031009

PENGESAHAN

Skripsi oleh : Yulinda Eka Hermayani, NIM: 190503087 dengan judul "Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Gading Di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram" telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal : -----

Dewan Penguji

Prof. Dr. MUH. SALAHUDDIN, M.Ag
NIP. 197608061999031002
(Ketua Sidang/Pembimbing I)

M. SETYO NUGROHO, M.Par.
NIP. 199111042019031009
(Sekretaris Sidang/Pembimbing II)

MUHAMMAD JOHARI, M.S.I.
NIP. 198501272018011001
Penguji I

SALWA HAYATI, M.E
NIP. 2005048504
Penguji II

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam



Prof. Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag.
NIP. 197111102002121001

MOTTO

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang”

(imam syafi'i)¹

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

¹ <https://riau.harianhaluan.com>

PERSEMBAHAN

“ku persembahkan skripsiku ini untuk almarhum ayahku tercinta, papenku tersayang, kakekku, ibuku, nenekku, serta keluarga besarku yang selalu mendukungku dan menyemangatiku, untuk kampusku dan semua dosen-dosenku”



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Amin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Dr. Muh. Salahudin, M.Ag. Sebagai pembimbing I dan M. Setyo Nugroho, S.Par., M.Par. Sebagai pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail, terus menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai;
2. dosen penguji yang telah memberikan saran konstruktif bagi penyempurnaan skripsi ini;
3. Bapak Muhammad Johari M.S.I, selaku ketua prodi pariwisata syariah, Universitas Islam Negeri Mataram.
4. Bapak Dr. H. Riduan Mas'ud, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram.
5. Bapak Prof. Dr. H. Masnun Tahir, M.Ag, selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.
6. Bapak/Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terutama Bapak/Ibu Dosen di Prodi Pariwisata Syariah,

yang telah memberikan ilmunya dengan tulus dan ikhlas dan semoga ilmu yang telah diberikan bermanfaat bagi penulis, keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.

7. Untuk almarhum ayahku yang selalu mengantarku ke kampus, walaupun sudah meninggalkanku untuk selamanya namun bisa memotivasi saya agar tetap bersemangat menjalankan kuliah
8. Untuk papenku terimakasih banyak atas do'a dan dukunganmu sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
9. Untuk kakekku yang selalu mendorongku agar tidak pernah putus asa, memberiku nasehat dan tetap sabar menghadapi keluhan saya.
10. Untuk ibuku walaupun tidak tinggal bersama tapi selalu menyemangatiku.
11. Seluruh keluarga besarku, terutama tanteku yang selalu memotivasi agar tidak menyerah, sahabat, rekan seperjuangan yang selalu memberikan semangat agar penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu terdapat kekurangan baik isi maupun penyusunannya, sehingga penulis mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun para pembacanya.

Mataram, 2 Oktober 2023

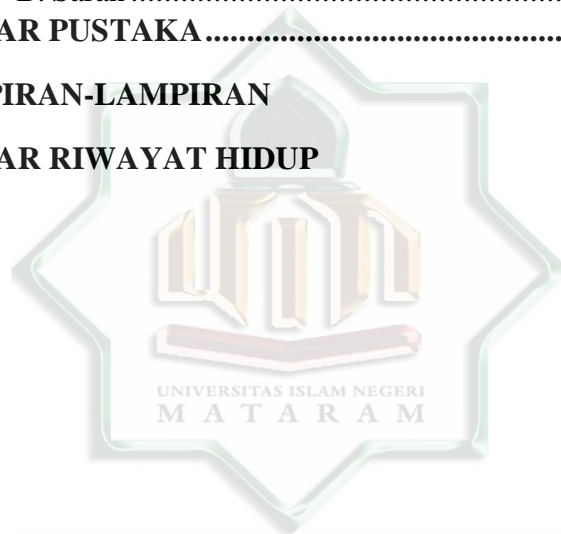
Penulis,

Yulinda Eka Hermayani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	9
F. Kerangka Teori.....	14
G. Metode Penelitian	38
H. Sitematika Pembahasan.....	54
BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN.....	56

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
B. Strategi Pengembangan destinasi wisata pantai gading	60
BAB III PEMBAHASAN.....	78
A. Analisis strategi pengembangan destinasi wisata pantai gading	73
BAB IV PENUTUP	87
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

Tabel 1. SWOT Pantai Gading

Tabel 2. Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 3. Matriks SWOT



Perpustakaan **UIN Mataram**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lokasi penelitian (pantai gading)

Gambar 2. Foto wawancara dengan pengelola

Gambar 3. Foto saat wawancara dengan pedang

Gambar 4. Pemandangan alam pantai gading



Perpustakaan UIN Mataram

**PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA PANTAI
GADING DI KELURAHAN TANJUNG KARANG,
KECAMATAN SEKARBELA, KOTA MATARAM**

Oleh:

Yulinda Eka Hermayani

NIM. 190503087

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perhatian penulis terkait pengembangan daya tarik wisata Pantai Gading di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Fokus penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah: bagaimana strategi pengembangan potensi wisata di Pantai Gading?

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan dan menyusun data yang dibutuhkan.

Hasil penelitiannya menunjukkan (1) strategi pengembangan destinasi wisata pantai gading yaitu: meningkatkan sarana dan prasarana pantai gading, melakukan pembenahan, meningkatkan promosi wisata, meningkatkan kualitas fasilitas-fasilitas, pengembangan sumber daya manusia, menjalin hubungan kerjasama dengan stekholder dan pelatihan usaha. (2) analisis SWOT untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi yang lebih bersifat fungsional, sehingga strategi yang telah direncanakan akan lebih mudah untuk di aplikasikan dan diimplementasikan.

Kata Kunci: strategi, kendala, pengembangan, wisata.

**DEVELOPMENT OF PANTAI GADING TOURISM
ATTRACTION IN TANJUNG KARANG VILLAGE,
SEKARBELA DISTRICT, MATARAM CITY**

By:

Yulinda Eka Hermayani

NIM. 190503087

ABSTRACT

This research is motivated by the author's concern regarding the development of Pantai Gading tourist attractions in Tanjung Karang Village, Sekarbela District, Mataram City. The focus of the research studied in this study is: what is the strategy for developing tourism potential in Pantai Gading?

This type of research uses descriptive qualitative research. The data collection method used is: observation, interview, and documentation. This is done to facilitate researchers in obtaining and compiling the required data.

The research results show (1) Pantai Gading tourism destination development strategy, namely: improve the facilities and infrastructure of the Pantai Gading, make improvements, increase tourism promotion, improve the quality of facilities, human Resource Development, establishing cooperative relationships with stakeholders and business training. (2) SWOT analysis to generate various alternative strategies that are more functional, so that the planned strategy will be easier to apply and implement.

Keywords: strategy, constraints, development, tourism.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang kompleks yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, hal ini disebabkan mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai penghasil devisa negara. Selain itu pengembangan pariwisata juga bertujuan untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia. Pariwisata mempunyai dampak pada sektor Ekonomi, Sosial, Politik, dan Budaya. Ketika pariwisata dipandang sebagai sebuah sistem, maka analisis tentang kepariwisataan tidak bisa dilepaskan dari subsistem yang lain, seperti politik, sosial ekonomi, budaya dan seterusnya. Subsistem tersebut memiliki hubungan saling ketergantungan dan saling terkait *interconnectedness*.²

² Rusyidin, "Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat", *Jurnal Pekerjaan Sosial*, Vol. 1, Nomor 3, 2023, Hlm. 155-165

Pada masa sekarang pariwisata di Indonesia telah berkembang dari wisata massa (*mass tourism*) menjadi pola berwisata individu atau kelompok kecil, yang lebih fleksibel dalam perjalanan berwisata dan wisatawan dapat berinteraksi lebih tinggi dengan alam dan budaya masyarakat, seiring dengan pergeseran bentuk pariwisata internasional pada awal dekade delapan puluhan (Dermartoto).

Sektor pariwisata dapat dikatakan bersentuhan langsung dengan masyarakat dari tingkat ekonomi yang paling bawah, karena masyarakatlah yang akan melakukan kontak langsung dengan para wisatawan. Untuk itulah Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 ini ditetapkan, sehingga para pengrajin, pemandu wisata, dan para pelaku wisata kecil dan menengah dapat dibina dan dikembangkan sesuai dengan aturan yang berlaku.³

Pengembangan sektor pariwisata dapat menjadi kebijakan prioritas yang dapat ditempuh dimasa yang akan datang guna menggerakkan perekonomian nasional dan meningkatkan

³Aditya Yuli, "City Branding Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Ditinjau Dari Aspek Hukum Merek", *Jurnal Ilmu Hukum QISTI*, Vol. 5, No 1, 2023.

pertumbuhan ekonomi. Pengembangan kepariwisataan dinilai penting karena pariwisata memiliki keterkaitan dengan sektor-sektor lain seperti sektor pertanian, jasa, perdagangan, dan sektor transportasi. Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal akan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan daerah.

Pada tahun 2004 telah dibentuk kebijakan tentang otonomi daerah yaitu kebijakan yang diberikan oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk memberikan wewenang, mengurus dan mengelola kekayaan sumber daya yang dimiliki masing-masing daerah guna mensejahterahkan masyarakat. Hal tersebut dapat mendorong daerah-daerah di Indonesia untuk mengembangkan dan memajukan sektor pariwisatanya. Salah satu daerah yang sedang mendorong kegiatan Kepariwisataan adalah Provinsi Nusa Tenggara Barat lewat wisata Halal dan wisata NTB Gemilang, program promosi kepariwisataan ini telah dibentuk sejak lama dengan tujuan untuk memajukan kepariwistaan Nusa Tenggara Barat. Melalui program ini semua

sektor yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata dibenahi, seperti perbaikan kualitas layanan akomodasi, mempromosikan kegiatan kuliner daerah dan peningkatan kualitas objek wisata.

Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki banyak wisata alam yang menarik dikunjungi, diantaranya objek wisata Pantai Gading, Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Kecamatan Sekarbela yang diperuntukan sebagai kawasan wisata memiliki banyak obyek wisata pantai yaitu Pantai Batas Senja, Pantai Gading, Pantai Mapak, Pantai Shakila, Pantai Cantik, pantai Loang Balok dan Pantai Tanjung Karang.⁴ Namun pemerintah Kota Mataram dalam hal ini baru menetapkan tiga obyek wisata pantai unggulan yang terletak di Kecamatan Sekarbela sebagai daerah tujuan wisata pantai di Kelurahan Tanjung Karang termasuk salah satunya yaitu wisata pantai gading.

Objek wisata pantai gading saat ini masih kurang dari segi akses jalan walupun tidak jauh dari jalan raya, jalan menuju

⁴Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, “Kawasan Strategi Pariwisata Daerah (KSPD)”, Dalam [Http://Www.Disbudpar.Ntbprov.Go.Id/Kawasan-Strategis/Kawasan-Strategis-Pariwisata-Daerah-Kspd/](http://www.Disbudpar.Ntbprov.Go.Id/Kawasan-Strategis/Kawasan-Strategis-Pariwisata-Daerah-Kspd/), Diakses Tanggal 9 Maret 2023, Pukul 19:00

pantai tersebut masih terlalu sempit dan hanya bisa dilewati oleh satu mobil saja. selain itu juga masih kurang dalam fasilitas seperti toilet umum dan sarana Ibadah. Seperti yang kita ketahui pantai gading merupakan pantai andalan kota mataram, namun sayang sekali banyak sampah berserakan di pesisir pantai mulai dari sampah plastik bekas makanan, botol plastik dan sampah lainnya. Ini sangat berdampak terhadap pemandangan serta kenyamanan pengunjung. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai analisis pengembangan wisata alam pantai Gading dengan melihat adayanya potensi obyek wisata, pengembangan kepariwisataan sangat penting dilihat dari kualitas obyek wisata dan peluang yang dimiliki sebenarnya sangat besar, maka penulis mengambil judul :**“Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Gading Di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram”**

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pengembangan potensi wisata di Pantai Gading?

C. Tujuan dan Manfaat

1) Tujuan penelitian

Mengidentifikasi strategi pengembangan potensi wisata di pantai Gading Kelurahan Tanjungkarang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram

2) Manfaat penelitian

a. Manfaat teoritis

- 1) Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa menunjukkan potensi objek wisata di Pantai Gading terhadap masyarakat Kota Mataram
- 2) Menambah wawasan tentang pengembangan pariwisata pantai Gading terhadap masyarakat sekitar
- 3) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literatur penelitian selanjutnya

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi peneliti

Untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat meraih gelar sarjana Pariwisata Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.

2) Untuk pantai gading dan pemerintah

Penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai masukan bagi pemerintah kota Mataram lebih khususnya pengelola dan masyarakat pantai gading dalam menentukan pola pengembangan objek wisata dan strategi pemberdayaan masyarakat.

3) Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini dilakukan untuk menambah pengetahuan ilmu secara umum serta menambah referensi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Mataram dan menjadi bahan bacaan mahasiswa yg akan meneliti selanjutnya.

D. Ruang Lingkup Penelitian dan Setting Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengembangan potensi objek wisata dan membahas pola pengembangan objek Pariwisata di Pantai Gading. Dimana selanjutnya, faktor tersebut akan dijadikan input untuk merumuskan strategi pengembangan objek pariwisata. Potensi, permasalahan, tantangan, dan keuntungan yang berpengaruh terhadap keberlanjutan objek wisata pada Pantai Gading Kelurahan Tanjung Karang akan dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini.

Untuk mencapai tujuan dan sasaran dalam penelitian, dilakukan kajian pustaka terhadap beberapa teori terkait objek wisata, pengembangan pariwisata berkelanjutan. Telaah dalam penelitian ini akan menjadi kerangka bagi peneliti untuk melihat fenomena yang terjadi di lapangan dan menjawab pertanyaan dalam penelitian.

2. *Setting* Penelitian

Penelitian ini dilakukan Pantai Gading Kelurahan Tanjung Karang Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Peneliti menilai bahwa penting adanya pengembangan objek pariwisata yang berkelanjutan untuk meningkatkan omset pendapatan atau kemajuan pariwisata di kota Mataram, terlebih peneliti ingin mengetahui bagaimana pola pengembangan objek wisata di pantai Gading.

E. Kajian pustaka

Dalam melakukan penelitian banyak permasalahan-permasalahan yang ada dalam dunia pendidikan, tentunya sudah sangat lumrah dan banyak terjadi kesamaan dalam penelitian. Seperti kesamaan judul, latar belakang, metode atau bahkan konsep dan konteksnya. Akan tetapi walaupun hal demikian banyak di dapati, tentu saja dari satu penelitian dan penelitian lainnya memiliki ciri khas dan hal-hal yang berbeda-beda. Begitu pula dengan penelitian ini, walaupun sudah ada atau belum ada peneliti yang melakukan penelitian dengan judul yang sama, akan

tetapi peneliti memiliki fokus penelitian yang berbeda dengan peneliti lainnya.

Sebagai gambaran dan bahan perbandingan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, maka peneliti akan menguraikan beberapa penelitian yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Dien Aryu Putra Pratama, meneliti tentang “Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Loang Baloq, Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram Nusa Tenggara Barat.” Hasil penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata pantai loang baloq, berfokus pada Strategi pembangunan wisata pantai loang baloq yang telah di lakukan berbagai macam program. Pertama, Pengembangan atraksi wisata yang terbagi menjadi tiga yaitu pengembangan event, pengembangan atraksi buatan, dan pengembangan wisata religi. Kedua, Mengembangkan Sumber Daya Manusia

(SDM). Ketiga, Pembangunan fasilitas dan Keempat kolaborasi dengan pentahelix. Adapun Kendala strategi pembangunan destinasi wisata pantai loang baloq terletak pada perubahan iklim, dan kurangnya peran masyarakat. Hal tersebut dibangun untuk mendukung berjalannya aktivitas pariwisata di destinasi wisata pantai loang baloq.⁵

2. Muhammad Paidul Rahman, meneliti tentang “Peran Pariwisata Pantai Tanjung Bias Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Senteluk Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat.” Hasil dari penelitian di atas yaitu menunjukkan bahwa pariwisata Pantai Tanjung Bias Desa Senteluk Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat sangat berperan dalam meningkatkan perkeekonomian masyarakat.⁶

⁵Dien Aryu Putra Pratama, “Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Loang Baloq, Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram Nusa Tenggara Barat, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram, Mataram, 2023) Hlm 4

⁶Muhammad Paidul Rahman, “Peran Pariwisata Pantai Tanjung Bias Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Senteluk Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram, Mataram, 2021) Hlm 4

3. Miftahur Sarajur Rahma, meneliti tentang “Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Kemos Batu Kijuk Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Sekotong Barat, Kecamatan Sekotong, Kabupaten Lombok Barat.” hasil penelitiannya yaitu mengadakan sosialisasi dalam pengembangan obyek wisata Pantai Kemos Batu Kijuk, seperti memberikan pelatihan-pelatihan sehingga SDM lebih unggul dan mengadakan event-event lomba lari maraton yang dihadiri oleh atlit lari dunia, adanya jaminan keamanan-keamanan dan pelayanan yang baik sehingga wisatawan yang datang merasa aman dan nyaman berada diobyek wisata Pantai Kemos Batu Kijuk. Beberapa dampak pariwisata terhadap masyarakat sekitar obyek wisata Pantai Kemos Batu Kijuk Desa Sekotong Barat yaitu terbukanya lapangan pekerjaan, terjadinya peralihan propesi, dan peningkatan pendapatan.⁷

⁷Miftahur Sarajur Rahma. Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Kemos Batu Kijuk Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Sekotong Barat, Kecamatan Sekotong, Kabupaten Lombok Barat, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram, Mataram, 2019) Hlm 2

4. Nur Hairunnisa, meneliti tentang “pengembangan objek wisata gunung Jae sebagai daya tarik di desa Sedau Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat.” Hasil dari penelitian dapat dilihat dari permasalahan yang terdapat di wisata danau gunung jae yakni terkendalanya terkait dengan fasilitas yang masi kurang, seperti home stay musholla yang kurang memadai serta toilet yang kurang memadai bagi wisatawan.⁸
5. Yuliana Wahyuningsih, “Dampak Pengembangan Pariwisata Aik Nyet Narmada Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islami.” membahas tentang pengembangan kawasan hutan sesaot merupakan bentuk sejarah dari hasil pembangunan orang-orang terdahulu yang mengalir jernih. Wisata Aik nyet mulai dikunjungi banyak wisatawan lokal hingga akhirnya terbentuklah pariwisata Aik Nyet yang dikenal oleh masyarakat dan pemerintah sampai saat ini. Pengembangan

⁸Nur Hairunnisa, Pengembangan Objek Wisata Gunung Jae Sebagai Daya Tari Di Desa Sedau Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram, Mataram, 2022) Hlm 2

wisata Aik Nyet memiliki dampak bagi masyarakat. Dengan dibukanya wisata Aik Nyet kemudian muncul beberapa sektor usaha seperti usaha jasa parkir dan pemandu wisata, serta sektor pertanian mengalami peningkatan dan masyarakat juga memanfaatkan lahan wisata untuk membuka usaha dagang di sekitaran wisata Aik Nyet.⁹

F. Kerangka Teori

1. Wisata Pantai

Secara umum pantai didefinisikan sebagai suatu ruang daratan rendah yang mendapat pengaruh kondisi lautan. Jadi kawasan pantai mencakup sebagian daratan dan lautan yang keduanya saling berinteraksi. Selanjutnya definisi tersebut dapat berubah-ubah disesuaikan dengan jenis kepentingannya seperti militer, ekonomi, politik dan ilmiah.

Menurut Dahuri et al., pariwisata pesisir adalah kegiatan rekreasi yang dilakukan di sekitar pantai seperti : berenang,

⁹Yuliana Wahyuningsih, “Dampak Pengembangan Pariwisata Aik Nyet Narmada Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi, IAIN Mataram, 2016)

berselancar, berjemur, berdayung, menyelam, snorkling, beachombing/reef walking, berjalan – jalan atau berlari sepanjang pantai, menikmati keindahan suasana pesisir dan bermeditasi. Dahuri menyatakan bahwa pariwisata pesisir diasosiasikan dengan “3S” (sun, sea dan sand) yaitu jenis pariwisata yang menyediakan keindahan dan kenyamanan alami dari kombinasi cahaya matahari, laut dan pantai berpasir bersih.

Pantai adalah suatu kawasan yang merupakan pertemuan antara lingkungan darat, laut maupun udara. Dengan demikian maka sebaiknya pantai dipandang sebagai suatu zona percampuran atau perbatasan (Fajrin Mappa 2013).¹⁰ Lebih lanjut dikatakan bahwa, pengetahuan yang lebih tentang pantai adalah zona pantai merupakan suatu ruang yang dapat mengalami perubahan baik penambahan luas areal daratan, karena sedimentasi ataupun pengurangan luas areal daratan karena pengikisan.

Hal menyatakan bahwa konsep pariwisata pesisir (coastal tourism) adalah hal -hal yang terkait dengan kegiatan wisata, hal

¹⁰ Fajrin Mappa, “Strategi Pengembangan Pantai Tamarunang Sebagai Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jeneponto”, (Skripsi, Universitas Hasanudin Makasar, Makasar, 2013) Hlm. 35

– hal yang menyenangkan dan aktivitas rekreasi yang dilakukan di wilayah pesisir dan perairannya. Sementara itu, Orams mendefinisikan pariwisata bahari (marine tourism) sebagai aktivitas rekreasi yang meliputi perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dan fokus pada lingkungan pesisir

Wisata Pantai adalah elemen fisik dari Pantai yang dapat dijadikan lokasi untuk melakukan kegiatan Wisata, obyek tersebut di bagi menjadi tiga bagian, yang pertama yaitu Pantai yang merupakan daerah transisi antara daratan dan lautan. Pantai merupakan primadona obyek Wisata dengan potensi pemanfaatan, mulai dari kegiatan yang pasif sampai aktif. Berikutnya yang kedua adalah permukaan laut dimana terdapatnya ombak dan angin sehingga permukaan tersebut memiliki potensi yang berguna dan bersifat rekreatif. Ketiga yaitu daratan sekitar Pantai yang merupakan daerah pendukung terhadap keadaan Pantai, yang berfungsi sebagai tempat rekreasi

dan olahraga darat yang membuat para pengunjung akan lebih lama menikmatinya.¹¹

2. Daya Tarik Wisata

Potensi wisata adalah segala hal dalam keadaan baik yang nyata dan tidak dapat diraba yang digarap, diatur dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat atau dimanfaatkan, diwujudkan sebagai kemampuan faktor dan unsur yang diperlukan atau menentukan pengembangan kepariwisataan, baik itu berupa suasana, kejadian, benda maupun layanan atau jasa-jasa.

Daya tarik atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti: atraksi alam (landscape, pemandangan laut, pantai, iklim dan fitur geografis lain dari tujuan), daya tarik budaya (sejarah dan cerita rakyat, agama, seni dan acara khusus, festival), atraksi sosial (cara hidup, populasi penduduk, bahasa,

¹¹Maryani, Daya Tarik Wisata, dalam <http://a-namz.blongsport.com/2014/11/dayatarikwisata.html?m=1>, diakses tanggal 7 Maret 2023, pukul 22.30

peluang untuk pertemuan sosial), dan daya tarik bangunan (bangunan, arsitektur bersejarah dan modern, monumen, taman, kebun, marina).¹²

Sukamdani mengungkapkan pengertian yang sama mengenai potensi wisata, sebagai segala yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut.¹³ Potensi wisata menurut Pendit merupakan segala sesuatu yang didapat di daerah tujuan wisata atau tourist resort. Daerah tujuan wisata adalah tempat yang karena atraksinya, situasi alam hubungan lalu lintas dan fasilitas kepariwisataan menyebutkan tempat atau daerah tersebut menjadi objek kunjungan wisatawan. Kedua konsep tersebut menjadi dasar artikel tentang potensi wisata yang merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan memiliki

¹²Oka A. Yoeti. Pemasaran Pariwisata, (Jakarta: Angkasa Bandung, 2013), hlm 11

¹³Haryadi Sukamdani, "Industri Pariwisata Jadi Sektor Idola Indonesia", dalam <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180924155205-269332743/phri-industri-pariwisata-jadi-sektor-idola-indonesia>, diakses tanggal 7 maret 2023, pukul 17.53.

atraksi wisata yang berguna untuk pengembangan daerah tujuan wisata.¹⁴

Menurut Damanik dan Weber, daya tarik diartikan sebagai objek wisata baik yang bersifat tangible maupun intangible yang memberikan kenikmatan kepada wisatawan. Daya tarik wisata adalah hasil daerah wisata tujuan, yang bersifat nyata maupun tidak nyata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan. Danamik dan Weber mengungkapkan bahwa objek wisata harus memiliki empat hal diantaranya:

- a. Keunikan, merupakan kombinasi kelangkaan dan daya tarik yang khas melekat pada suatu objek wisata. Hal ini merupakan keunggulan produk dalam persaingan pasar.
- b. Otensitas, merupakan sebuah kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis, dan bersahaja dari suatu daya tarik ekowisata.
- c. Originalitas, mencerminkan keaslian atau kemurnian, yakni seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi

¹⁴ Pendit S. nyoman. Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana, (Jakarta PT.Pradnya Paramita 1994)

oleh atau tidaknya mengadopsi nilai atau model dengan nilai aslinya.

- d. Keragaman produk adalah keanekaragaman produk dan jasa yang ditawarkan

Menurut Edward, mengatakan bahwa suatu objek wisata harus mempunyai lima unsur penting, yaitu:¹⁵

- a. Daya tarik, merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Sedangkan daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan kedalam daya tarik lokasi yang merupakan daya tarik permanen.
- b. Prasarana Wisata, Prasarana wisata ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas

¹⁵Inskip, Edward Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach. (New York: Van Nostrand Reinhold, 1991)

ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi, sehingga fasilitas ini harus terletak dekat dengan objek wisatanya. Prasarana wisata cenderung dapat mendukung kecenderungan perkembangan pada saat yang bersamaan.

c. Sarana Wisata, Sarana Wisata Merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

d. Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah, seperti: sistem pengairan, sumber listrik dan energi, sistem jalur angkutan dan terminal, sistem komunikasi, serta sistem keamanan atau pengawasan.

- e. Masyarakat, Lingkungan, dan Budaya Daerah dan tujuan wisata yang memiliki berbagai objek dan daya tarik wisata akan mengundang kehadiran wisatawan.

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal demikian terlebih terjadi di destinasi pariwisata yang memiliki sangat beragam dan bervariasi daya tarik wisatanya.¹⁶

3. Strategi Pengembangan Wisata Pantai

Dalam pembangunan dan pengembangan suatu objek dan daya tarik wisata harus memperhatikan empat aspek utama yaitu attraction, amenities, accesibility, anciliary. Keempat aspek tersebut merupakan aspek yang sangat penting dalam menunjang keberlangsungan suatu objek wisata. Menurut Musanef pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua

¹⁶Isdarmanto, Dasar-dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata, (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2016), hlm. 15.

sarana prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan, guna melayani kebutuhan wisatawan.¹⁷ Pernyataan tersebut didukung oleh Cooper dkk (1995) mengemukakan bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata, yaitu: 1) *Attraction*, seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan, dan seni pertunjukan. 2) *Accesibilites*, seperti transportasi lokal, dan adanya terminal. 3) *Amenities*, seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan. 4) *Anciliary* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti *destination marketing manajement organization, conventional, and visitor bureau*.¹⁸

Menurut Gamal Suwanto pengembangan adalah memajukan dan memperbaiki atau meningkatkan sesuatu yang

¹⁷Yohanes Yoseph Rahawarin dkk, Implementasi Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Sorong Dalam Pengembangan Wisata Alam Di Taman Wisata Klamono, Provinsi Papua Barat, Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Vol. 8 No. 2 Tahun 2021, hlm. 273-274.

¹⁸Samuel Saut Marihot Silitonga, I Putu Anom, Kota Tua Barus Sebagai Daerah Tujuan Wisata Sejarah Di Kabupaten Tapanuli Tengah, Jurnal Destinasi Pariwisata Vol. 4 No. 2 Tahun 2016, hlm. 8.

telah ada bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap.

Menurut Yoeti, pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan dan mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat yang ada di sekitaran obyek wisata.¹⁹

Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang maksimal sehingga bisa bermanfaat bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Dalam proses pengembangan wisata, orang yang melakukan perjalanan sementara waktu ke daerah yang masih asing baginya. Oleh karena itu sebelum wisatawan melakukan perjalanannya, terlebih dahulu kita menyediakan prasarana dan sarana seperti berikut: 1. Fasilitas Transportasi 2. Fasilitas akomodasi 3. Obyek atau atraksi wisata 4. Aktivitas rekreasi 5. Fasilitas perbelanjaan. Semua ini merupakan sarana dan prasarana yang harus diadakan

¹⁹ Ketut Surya Diarta, Penghantar Ilmu Pariwisata, (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 83.

sebelum kita mempromosikan suatu daerah tujuan wisata. Sedangkan mengenai Prasarana (infrastuktur) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata di daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata. Sarana dibagi menjadi tiga yaitu:²⁰

- a. Sarana Pokok Pariwisata (Main Tourism Superstructures),
Yang dimaksud dengan sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung pada lalu lintas wisatawan dan travellers lainnya. Fungsinya ialah menyediakan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatawan. Sarana semacam ini harus diadakan, pembangunan harus diadakan, pembangunannya harus diarahkan, apalagi untuk menarik lebih banyak wisatawan. Adapun yang termasuk

²⁰ Oka A. Yoeti. Pemasaran Pariwisata, (Jakarta: Angkasa Bandung, 2013), hlm. 9.

perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kelompok ini yaitu Travel Agent, Tourist Transportation (taxi, rent car, hotel, kantor-kantor *Tourist Information Center*).

- b. Sarana Pelengkap Pariwisata (*Supplementing Tourism Superstructures*) Yang dimaksud dengan sarana perlengkapan kepariwisataan ialah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sedemikian rupa, sehingga fungsinya dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di tempat atau di daerah yang dikunjunginya. Dalam literatur kepariwisataan dikenal dengan istilah “recreative and sportive plant” dan yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah fasilitas untuk berolah raga, baik dimusim dingin atau musim panas seperti kolam berenang, lapangan golf, wisata alam.
- c. Sarana Penunjang Pariwisata (*Supporting Tourism Superstructures*) Yang dimaksud dengan sarana penunjang kepariwisataan ialah fasilitas yang diperlukan wisatawan, yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok dan sarana pelengkap, tetapi fungsinya lebih

penting adalah agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi tersebut seperti Pasar seni, kuliner, oleh-oleh, dan cindramata kerajinan tangan.

Ada dua faktor yang ada dalam pengembangan obyek wisata yaitu sebagai berikut :

a. Faktor pendorong pengembangan objek wisata

Faktor pendorong adalah hal atau kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha atau produksi. Dalam pengembangan proyek pariwisata bersekala besar tampaknya sektor publik dan sektor swasta akan terlibat bersama-sama. Model kepariwisataan sering disebut sumber kepariwisataan. Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan.

Modal kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedang atraksi wisata itu sudah tentu harus komplementar dengan motif perjalanan wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan suatu daerah harus berpendoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga diantaranya:

- 1) Modal dan potensi alam, alam merupakan salah satu faktor pendorong seorang melakukan perjalanan wisata karena ada orang berwisata hanya sekedar menikmati keindahan alam, serta ingin menikmati keaslian fisik dan faunanya.
- 2) Modal dan potensi kebudayaan. Yang dimaksud potensi kebudayaan disini merupakan kebudayaan dalam arti luas bukan hanya meliputi seperti kesenian. Akan tetapi meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup di tengah- tengah kehidupan masyarakat. Sehingga diharapkan wisatawan atau pengunjung bisa tertahan dan dapat menghabiskan waktu di tengah-

tengah masyarakat dengan kebudayaan yang dianggap menarik.

- 3) Modal dan potensi manusia. Manusia dapat dijadikan atraksi wisata yang berupa keunikan-keunikan adat istiadat maupun kehidupannya, namun jangan sampai martabat dari manusia tersebut direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.

b. Faktor penghambatn objek wisata

Pengembangan obyek wisata pastilah tidak lepas dengan adanya faktor-faktor penghambat. Beberapa permasalahan yang menyebabkan kurangnya daya tarik wisata obyek wisata yang ada di Kecamatan Sekarbela adalah belum tertata dengan baik berbagai macam potensi wisata maupun sarana dan prasarana obyek wisata..

Menurut Paturusi mengungkapkan bahwa pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan

serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah. Selanjutnya Suwanto menjelaskan bahwa pengembangan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap.

Oka A. Yoeti menyatakan alasan perlunya pengembangan pariwisata atau objek wisata sebagai berikut :²¹

- a. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak.
- b. Pengembangan pariwisata lebih banyak bersifat nonekonomis sebab motivasi utama wisatawan mengunjungi suatu kawasan objek wisata adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam daerah yang dikunjungi.
- c. Untuk menghilangkan kepanikan berfikir, mengurangkan salah pengertian dan mengetahui tingkah

²¹*Ibid*

laku wisatawan yang datang berkunjung terutama bagi masyarakat di daerah tujuan wisata yang bersangkutan.

Fandeli mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata pantai pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada apa yang dilihat dilapangan.²² Sesuai dengan pengertian diatas bahwa indikator pantai gading sesuai dengan apa yang dilihat dilapangan adalah sebagai berikut:

- a) Memajukan tingkat hidup masyarakat Tanjung Karang sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
- b) Meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat Tanjung Karang secara ekonomis dan sekaligus masyarakat menikmati hasil dari wisata pantai gading.
- c) Berorientasi kepada pengembangan wisata pantai gading berskala kecil dan menengah dengan daya

²²Fandeli, Chafid. Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam. (Yogyakarta : Penerbit Liberty, 1995)

serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.

- d) Memanfaatkan pariwisata pantai seoptimal mungkin dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

Dalam Undang-Undang R1 No 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7, tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata (Pasal 6). Pembangunan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata (Pasal 7).²³

4. Pembangunan Destinasi Wisata Pantai

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

²³Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan

jangka waktu sementara, sedangkan pariwisata adalah melakukan pergerakan manusia yang bersifat sementara ke tujuan-tujuan wisata di luar tempat kerja dan tempat tinggal sehari-hari dimana aktivitasnya dilaksanakan selama tinggal di tempat tujuan wisata dan untuk itu disediakan fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.²⁴

Salah satu yang terpenting dalam pembangunan pariwisata lebih khususnya pada destinasi wisata yaitu perlu adanya fasilitas atau sering di sebut dengan kemudahan atau alternatif, bahkan tidak jarang wisatawan berkunjung di karenakan tertarik pada kemudahan-kemudahan yang bisa dii peroleh melalui fasilitas, amenities dan akomodasi, fasilitas wisata merupakan fungsi dari semua yang mencakup kebutuhan wisatawan yang ditetapkan untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjungi dimana mereka dapat bersantai menikmati dan ikut serta

²⁴ Ahmad Nawawi, Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Wisata Pantai Depok Di Desa Kretek Parangtritis, “Jurnal Universitas Gadjah Mada”

berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan tersebut.²⁵

Supaya daya tarik wisata dapat dikunjungi oleh wisatawan potensial, maka hendaknya memenuhi setidaknya tiga indikator, yaitu:

- 1) Sesuatu yang dapat dilihat (something to see). Artinya di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
- 2) Sesuatu yang dapat dikerjakan (something to do). Artinya di tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- 3) Sesuatu yang dapat dibeli (something to buy). Artinya di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (shopping), terutama barang-barang souvenir

²⁵ Sarim tri wiyana, “pengaruh Fasilitas wisatawan terhadap motivasi kunjungan wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Solo)” Vol. 3, Nomor 2, 2017, hlm. 3.

dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat²⁶

Dalam pembangunan pariwisata perlu didasarkan pada karakteristik alami dan dinamika sosial budaya masyarakatnya. Karakteristik, keunikan dan keindahan alam serta budaya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Oleh karena itu di setiap upaya pengembangan yang dilakukan perlu mengacu pada karakter dan konsep yang telah dibangun. Adapun indikator dari kunjungan wisatawan adalah sebagai berikut:

- a) Pelayanan Pelayanan wisatawan tentang sikap dan perilaku dalam memberikan jasa dan pelayanan, pemanduan dan informasi kepada wisatawan dengan indikator keramahan, kecepatan, keakrutan atau kesesuaian informasi yang diberikan, dan kualitas pemandu wisata dalam menerangkan objek tersebut.
- b) Sarana Prasarana Yaitu pernyataan wisatawan tentang fasilitas yang mendukung kelancaran aktivitas

²⁶ M. Setyo Nugroho “Identifikasi komponen Pendukung Daya Tarik Wisata Loang Baloq Sebagai Wisata Pesisir Di Kota Mataram” Vol. 13

wisatawan selama berada di daerah atau lokasi objek wisata, dengan indikator ketersediaan dan kelayakan.

- c) Objek dan daya tarik wisata Yaitu potensi yang berbasis pengembangan atau peningkatan pariwisata yang bertumpu dan bertahap pada potensi utama sumber daya.
- d) Keamanan Tingkat gangguan atau kerawanan keamanan disuatu objek wisata yang akan mempengaruhi ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di objek wisata tersebut, disamping itu faktor keamanan tersebut juga akan mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan layak atau tidak objek wisata tersebut untuk dikunjungi.²⁷

Ada beberapa konsep dan keunikan yang dapat dikembangkan di Destinasi wisata pantai Gading yang bisa meningkatkan pembangunan pada objek wisata pantai Gading

Diantaranya:

²⁷ Epi syahadat, "faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di taman nasional gede pangrango (TNGP)" jurnal penelitian hasil hutan, Vo, 15

- 1) Destinasi Wisata Pantai Gading menyajikan beberapa macam kuliner khas Lombok yang bisa menarik minat wisatawan yang berkunjung ke Pantai Gading
- 2) Pantai Gading memiliki keindahan panorama laut yang membentang, ditambah lagi pantai Gading merupakan tempat untuk menyaksikan matahari terbenam (sunset).
- 3) Pantai Gading dapat dimanfaatkan dengan mengadakan kegiatan pertunjukan budaya seperti tari-tarian maupun kesenian yang mewakili ciri khas suku Sasak Lombok dengan membuat jadwal rutin, sehingga dapat memberikan atraksi budaya bagi wisatawan sekaligus sebagai media untuk melestarian kebudayaan lokal.

Dalam hal ini Pembangunan daerah tujuan wisata perlu memperhatikan pelayanan dasar seperti kebersihan, sanitasi dan higienis, keindahan serta keamanan dan kenyamanan. Pembangunan daerah tujuan wisata dapat dilakukan secara

bertahap sesuai dengan pertimbangan kapasitas masyarakat, kemampuan pemerintah lokal, kesiapan pengelolaan, serta ketekunan pelaku usaha yang akan terlibat dalam upaya pembangunan tersebut. Artinya pembangunan daerah tujuan wisata tidak dilakukan dengan cara massal dan dengan perubahan yang drastis tetapi dengan cara seksama dan bertahap, dengan demikian semua pihak akan belajar dari setiap proses yang dilalui selama upaya pembangunan itu berlangsung.²⁸

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Menggunakan Metode penelitian deskriptif-kualitatif.

Strauss dan Corbin dalam Afrizal mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian yang temuannya tidak boleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain.²⁹ Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan

²⁸ Rotua Kristin Simamora, Rudi Salam Sinaga, “peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara”, jurnal ilmu pemerintahan dan sosial politik UMA, Vol. 4, Nomor. 1, tahun 2016, hlm. 88.

²⁹ Afrizal, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: PT. Taja Grafindo Persada,2015), Hlm.13.

suatu fenomena tertentu dengan bertumpu pada prosedur–prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata–kata tertulis atau lisan secara *holistic* (utuh). Penelitian secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang–orang tersebut dalam bahasanya dan istilahannya.

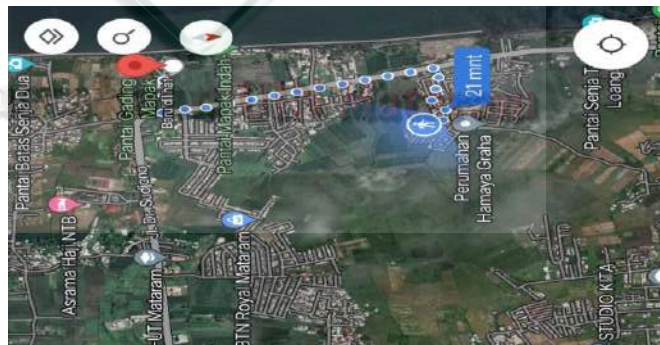
Penelitian kualitatif untuk memperoleh data-data yang diperlukan, setelah data-data yang diperlukan diperoleh maka tahap selanjutnya adalah analisa data dan dilanjutkan dengan menyimpulkan data-data tersebut, melalui penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati mengenai pengembangan wisata berbasis budaya.

Afrizal penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia sertapeneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan

dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.³⁰ dalam metode penelitian kualitatif terdapat komponen-komponen: alasan menggunakan metode kualitatif, Tempat penelitian, instrumen penelitian, sampel sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan rencana pengujian keabsahan data.

Penelitian harus memiliki maksud, tujuan dan pedoman yang jelas ketika berada di lokasi penelitian, sehingga pada saat akan melakukan observasi atau wawancara peneliti sudah siap dengan segala halnya agar peneliti dapat bertindak sesuai dengan pedoman dan tidak mengganggu kenyamanan narasumber.

2. Lokasi Penelitian



gambar. 1 lokasi penelitian (pantai gading)

³⁰ *Ibid.*

Penelitian ini dilaksanakan di Pantai Gading Kelurahan Tanjung Karang, kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat dengan fokus penelitian terhadap pengembangan pariwisata dan potensi objek wisata Pantai. Alasan peneliti mengambil penelitian di Pantai Gading yaitu potensi pantai sebagai pariwisata yang sangat bagus dan ingin mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan.

3. Sumber Data

Data yang digunakan adalah data kualitatif, Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono bahwa data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Data kualitatif dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat, dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat.³¹

³¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), Hlm. 172

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menggunakan data kualitatif dengan sumber data yang dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Sumber primer merupakan sumber data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi, yaitu hasil wawancara dari informan seperti pengelola, masyarakat setempat, pedagang dan para pengunjung yang ada di pantai gading.
- 2) Data sekunder merupakan data yang diperoleh diluar dari wawancara yakni diperoleh melalui kajian pustaka, jurnal, buku, berita, majalah, agenda, surat kabar, dokumen-dokumen, undang-undang, media informasi dan lain sebagainya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.³²

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan dan memaparkan keadaan yang ada di tempat penelitian,

³² Rosmita Rahman T, "Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kelurahan Lakkang Kecamatan Tallo Kota Makassar", (skripsi, Universitas Hasanudin, Makasar, 2020), hlm. 41

pengumpulan data dilakukan Penelitian Langsung (Field Research) dan study kepustakaan.

1) Observasi

Nasution menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang canggih, sehingga benda – benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.³³

Menurut Maman Abdulrahman dan Sambas Ali teknik observasi adalah: Teknik observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengadakan pelaporan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, baik dalam situasi bantuan yang secara khusus dadaka (laboratorium) maupun dalam situasi alamiah atau sebenarnya (lapangan). Dalam observasi non-partisipan ini peneliti tidak

³³ Aan Komariah, Dkk, Metodologi Penelitian Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm. 113

terlibat dan hanya sebagai pengamat independent dan tidak memiliki kedudukan yang sama dengan objek yang akan diobservasi³⁴

Adapun jenis observasi yang akan digunakan adalah jenis observasi non partisipan. Karena peneliti dan objek yang akan diteliti tidak memiliki kedudukan yang sama serta lokasi yang tidak sama yaitu peneliti akan meneliti tempat pariwisata Pantai, tokoh masyarakat dan pemerintahan daerah di kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela Kota Mataram. Data yang diperoleh melalui teknik ini adalah potensi objek wisata pantai, dan bagaimana strategi pengembangan pariwisata.

2) Wawancara

Menurut Maman Abdulrahman dan Sambas Ali teknik wawancara adalah: “teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung secara bertatap muka (personal face to face interview)

³⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2019), Hlm. 20-23.

dengan sumber data (responden). Sedangkan menurut Harbani Pasolong wawancara adalah : “wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara dua orang atau lebih secara langsung. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.³⁵

Wawancara tak berstruktur wawancara ini adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara ini sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subyek yang diteliti.

Untuk mendapatkan informasi yang lebih tentang informan tentang bagaimana, peneliti menggunakan tehnik wawancara semi terstruktur.

3) Dokumentasi

³⁵ Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), Hlm. 186

Menurut Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, Lina Ismawati (2010:39) dokumentasi adalah: “Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen dokumen yang terdapat pada tempat penelitian”.

Tetapi perlu dicermati bahwa tidak semua dokumen memiliki kredibilitas yang tinggi. sebagai contoh, banyak foto yang tidak mencerminkan keadaan aslinya, karena foto dibuat untuk kepentingan tertentu. Demikian juga autobiografi yang ditulis untuk dirinya sendiri, subyektif.

Dalam rangka memperoleh data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian, maka pengumpulan data dilakukan dengan menentukan informan penelitian, pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2011: 300).

Dengan teknik purposive sampling peneliti dapat menentukan sendiri informan penelitian berdasarkan tujuan

penelitian dan juga diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Informan dalam penelitian ini yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik tertentu adalah masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata dan pengunjung objek wisata serta informan kunci yaitu pengelola objek wisata, Camat Sekarbela dan Kelurahan Tanjung Karang.

5. Teknik Analisis Data

Dalam Teori Miles, Huberman dan Saldana yaitu menganalisis data dengan tiga langkah: kondensasi data , menyajikan data , dan menarik simpulan atau verifikasi. Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan (*selecting*), pengerucutan (*focusing*), penyederhanaan (*simplifying*), peringkasan (*abstracting*), dan transformasi data (*transforming*).

36

- a. Pengumpulan Data dari metode yang di lakukan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

³⁶ M.B, Miles,Huberman,A.M, Dan Saldana J., Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook,Ed. 3, (USA: Sage Publications: 2014) Hlm. 14

Semua jenis data ini memiliki satu aspek kunci secara umum, analisisnya terutama tergantung pada keterampilan integratif dan interpretatif dari peneliti. Interpretasi diperlukan karena data yang dikumpulkan jarang berbentuk angka, data kaya rincian dan panjang.

- b. Kondensasi Data (*Data Condensation*) Miles dan Huberman Dalam kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, Pengumpulan Data Penyajian Data Kondensasi Data Penarikan kesimpulan.³⁷
- c. penyajian data yang dimaknai oleh Miles dan Huberman adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data tersebut, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

³⁷ Ibid, 10

Artinya apakah peneliti meneruskan analisisnya atau mencoba untuk mengambil sebuah tindakan dengan memperdalam temuan.

- d. Penarikan Kesimpulan. Dari beberapa tahap yang telah dilakukan dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan serta mengecek ulang dengan bukti yang telah ditemukan di lapangan tersebut.

Teknologi analisis data merupakan proses pengumpulan data secara sistematis untuk memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode, diantaranya adalah metode penilaian langsung di lapangan dan melakukan analisis SWOT (Strengths Weakness Opportunities Threats). Analisis SWOT adalah suatu identifikasi yang di gunakan dalam merumuskan secara sistematis strategi dalam sebuah pengambilan keputusan yang berkaitan hal yang sangat penting dalam suatu penelitian dan untuk memaksimalkan

target yang sudah menjadi fokus utamanya (Nggini, 2019).³⁸ Sehingga perencanaan strategi dengan basis analisis SWOT harus melakukan analisis faktor internal maupun eksternal terkait apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap pariwisata pantai Gading. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengunjungi langsung obyek wisata pantai Gading sabagi daerah penelitian. Kegiatan penelitian lapangan antara lain adalah melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek dan melakukan analisis dan interpretasi secara langsung. Analisis dan interpretasi keadaan lapangan tersebut merupakan analisis dan interpretasi faktor-faktor yang mendukung analisis SWOT. Sedagkan faktor dalam analisis SWOT sebagaimana yang di jelaskan di atas adalah sebagai beriku:

a) Kekuatan (*Strengths*)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam objek wisata, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekutan yang di

³⁸ Nggini, Y.H. *Analisis SWOT (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali*. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial,(2019) 3(1),Hlm 141-152

analisis merupakan faktor yang terdapat di Pantai Gading, proyek konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata, dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat di kembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasaran dan mampu bersain untuk perkembangan selanjutnya yang menyangkut pariwisata pantai Gading.

b) Kelemahan (*Weaknes*)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat di objek wisata pantai Gading, proyek atau konsep bisnis yang ada, kelemahan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat di objek wisata pantai Gading, proyek atau konsep bisnis itu sendiri yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata pantai Gading.

c) Peluang (*Opurtunities*)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi, kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar objek wisata pantai gading, proyek atau konsep pariwisata itu sendiri misalnya kompetitor dan kebijakan.

d) Ancaman (*Thereats*)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat dapat mengganggu objek pariwisata, proyek atau konsep pariwisata itu sendiri.

Tabel 1. SWOT Pantai Gading

No	SWOT Pantai Gading	Keterangan
1	<i>Strengths/kekuatan</i>	Keadaan alam masih indah, memiliki sunset yang bagus
2	<i>Weaknes/kelemahan</i>	Masih kurang tempat parkir dan toilet umum
3	<i>Opurtunities/peluang</i>	dekat dengan akses jalan lingkar selatan,
4	<i>Thereats/ancaman</i>	Kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata, masih rawan terhadap perampokan/begal

6. Keabsahan Data

Bogdan menyatakan bahwa, teknik analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, mensortir atau memilih satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.³⁹ Dalam upaya memperoleh data yang absah dari hasil pengumpulan data, tentang pengembangan pariwisata objek wisata pantai melalui pola pengembangan.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka memperjelas sistematika hasil skripsi ini. Maka peneliti memformulasikan rangkaian pembahasan proposal skripsi ini dengan pola sebagai berikut:

1. Bagian awal, terdiri dari halaman sampul, halaman judul, persetujuan pembimbing, nota dinas pembimbing, pernyataan keaslian skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan abstrak.

³⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), Hlm. 89

2. Bab I, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan setting penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
3. Bab II, berisi paparan data dan temuan, yang meliputi kondisi obyektif Pengembangan objek pariwisata dan pola pengembangannya
4. Bab III, berisi pembahasan yang meliputi pola pengembangan dan strategi
5. Bab IV, berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.
6. Bagian akhir, terdiri dari daftar pustaka dan lampiran lampiran.

Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

PAPARAN DATA DAN HASIL TEMUAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum kelurahan Tanjung Karang

Kelurahan Tanjung Karang merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Penduduk di kelurahan Tanjung Karang Mayoritas Suku Sasak dan sebagian besar beragama islam. Kelurahan Tanjung Karang memiliki luas 2,57 km², terdiri dari 1992 KK dengan jumlah penduduk sebanyak 6929 jiwa, terdiri dari 6 Kepala Lingkungan, yaitu Lingkungan Batu Ringgit Selatan, Lingkungan Batu Ringgit Utara, Lingkungan Batu Dawa, Lingkungan Bendega, Lingkungan Bangsal dan Lingkungan Sembalun.

Batas wilayah Tanjung Karang sebelah timur berbatasan dengan kelurahan kekalik jaya, sebelah barat berbatasan dengan selat lombok, kelurahan tanjung karang besada dan sebelah utara berbatasan dengan kelurahan taman sari dan kelurahan ampenan selatan.

2. Destinasi Pantai Gading

Objek wisata Pantai Gading merupakan salah satu tempat wisata yang ada di Kelurahan Tanjung Karang, Pantai Gading bersebelahan dengan salah satu objek wisata yaitu Pantai Mapak Indah, serta jalan yang menuju Pantai Gading dan Pantai Mapak Indah juga searah atau hanya satu jalan. Objek wisata Pantai Gading dibuka oleh Masyarakat Kelurahan Tanjung Karang dan Pemerintah Kelurahan pada awal tahun 2016. Bapak Satirah selaku pengurus Pantai Gading mengungkapkan bahwa:

“awalnya kita mengelola pantai gading ini karna ingin menambah penghasilan, kita inisiatif karena banyak yang berkunjung kesini dan juga belum ada yang berjualan, karena rame jadi saya bersama saudara dulu punya tanah ini, tapi siring berjalannya waktu kan tanah ini di jual, kavling begitu, terus ada yang beli dan di sewa orang untuk tempat berjualan, jadi sekarang ini tidak bisa saya kelola sendiri. Mulai saat itu kita serahkan ke pak RT untuk mengatur semua karena tanah ini sudah menjadi milik pribadi orang sini, masyarakat mengaturnya sendiri, tempat parker juga di bagi dua, yang sebelahnya punya

saudara, kalo ada apa-apa pak RT langsung yg mengarahkan kita.”⁴⁰



Gambar. 2 foto wawancara dengan pengelola pantai gading

Pantai Gading memiliki panorama alam yang bagus sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung, dengan suasana yang tenang dan nyaman sangat cocok untuk dijadikan tempat bersantai dan berkumpul bersama keluarga. Setiap orang berwisata kesana banyak yang membawa makan dari rumah, kemudian ini menjadi sebuah peluang untuk masyarakat disana untuk membuka usaha terutama dalam bidang kuliner. Seperti yang dikatakan pak saifudin selaku pengusaha kuliner yang ada di wisata pantai gading:

⁴⁰Satirah, wawancara, Destinasi Wisata Pantai Gading, 20 Mei 2023

“awalnya kita coba untuk buka warung kecil-kecilan niatnya coba-coba dulu, karena kita berfikir kan disini dulu belum ada yang jualan, karena dekat dengan pantai sepertinya cocok kita jualan ikan, dan Alhamdulillah lancar dan keterusan sampai sekarang, kan lumayan untuk menambah penghasilan selain dari hasil kita nelayan”⁴¹



Gambar. 3 foto saat wawancara dengan pedagang

Beliau merupakan orang yang berjualan sejak awal dibukanya pantai gading, beliau juga merupakan saudara dari pak satirah dan merekalah yang mengelola pantai gading sebelum jadi kavlingan. Dikarenakan tanahnya sudah di kavlingkan sehingga yang berperan saat ini ada kepala daerah setempat seperti pak RT.

⁴¹Saifudin, wawancara, Destinasi Wisata Pantai Gading, 20 Mei 2023

Walaupun seperti itu, usaha kuliner tetap berjalan hingga saat ini dan menjadi wisata keluarga.

Untuk jumlah kunjungan tidak ada data pasti karena tidak ada penjualan tiket, Dinas Pariwisata tidak ikut serta dalam perkembangan pantai gading di karenakan pantai gading ini sudah di kelola oleh masyarakat itu sendiri, walaupun tidak ada peran Dinas Pariwisata namun wisata pantai gading tetap berjalan hingga sekarang, dan semakin banyak pengunjung.

B. Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Gading, Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram

Pada dasarnya pengertian strategi sudah banyak dikemukakan oleh para ahli dan sering digunakan dalam bidang kemiliteran, terlebih pada saat peperangan yang dimana strategi merupakan sesuatu yang harus ada untuk mengatur siasat untuk meraih kemenangan.⁴² Pantai Gading merupakan objek wisata yang masih sangat perlu untuk dikembangkan dalam upaya menjadikannya sebagai destinasi wisata yang lebih baik lagi.

⁴²Latip Djatprasajo, Manajemen Strategi, (Yogyakarta: UNY Press, 2018), hlm. 1.

Pengembangan yang perlu dilakukan yaitu pembangunan serta pengembangan dari segi sarana dan prasarana pendukung pariwisata, baik dari segi fasilitas, akses menuju lokasi, dan lain sebagainya. Berikut adalah faktor-faktor yang menarik minat wisatawan untuk mengunjungi pantai gading:

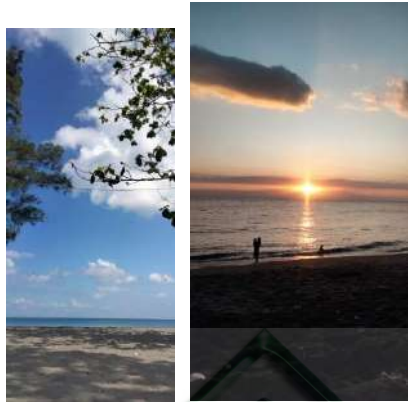
1. Faktor internal

- a). kekuatan

- 1). Keindahan alam pantai gading

Keindahan alam pantai gading merupakan salah satu faktor penarik wisatawan untuk berkunjung, dengan pemandangan alam yang indah banyak pohon yang menjadi tempat berteduh dengan angin sepoi-sepoi, adanya sunset disore hari ini menjadi daya tarik tersendiri untuk pantai gading.

Gambar 4. Pemandangan alam pantai gading



2). Letak pantai gading yang mudah di akses

Tempat wisata pantai gading sangat mudah di jangkau, jalannya searah dengan pantai sunset land, pantai loang baloq dan pantai lainnya.

3). Dekat dengan perkotaan

Letak lokasi pantai gading sangat dekat dengan perkotaan, perkotaan identik dengan rame atau padat penduduk sehingga banyak yang berkunjung karena lokasinya yang sangat strategis mudah di jangkau.

b). kelemahan

1). Kebersihan yang belum terjaga

Dilihat dari segi kebersihan masih sangat kurang, seperti belum banyak disediakan tempat sampah, ketika sangat rame maka akan ada banyak sampah yang berserakan.

2). Fasilitas yang disediakan masih kurang memadai

Masih banyak fasilitas yang masih belum memadai, seperti musholla yang sangat sempit, mukena yang masih kurang serta kamar mandi masih kurang di perhatikan dari segi kebersihannya.

3). Tempat parkir yang tidak terlalu luas

Tempat parkir yang disediakan tidak terlalu luas sehingga rame kendaraan seperti mobil yang parkir di jalan raya di karenakan tidak ada tempat untuk parkir.

2. Faktor lingkungan eksternal

a). peluang

1). Trend back to nature

Dengan keindahan alam yang alami dan suananya yang sangat menyatu dengan alam ini bisa menjadi peluang

untuk menjadikannya wisata alam dengan kuliner ikan yang disajikan, dengan begitu pengunjung bisa makan sambil menikmati suasana alam pantai gading itu sendiri.

2). Meningkatkan Promosi Wisata

Lebih menekankan dalam upaya meningkatkan promosi wisata pantai Gading merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah maupun pengelola maupun pokdarwis untuk lebih memperkenalkan objek wisata Pantai Gading kepada wisatawan. Baik itu melalui social media seperti tik tok, instagram, facebook, dan media lainnya online maupun offline.

3). Target kunjungan NTB

NTB menargetkan kunjungan wisatawan sebanyak 1,5 juta orang, jika dilihat dari jumlah ini maka sangat besar peluang untuk pantai gading mendapatkan pengunjung dengan jumlah banyak.

b). ancaman

1). Persaingan dengan objek wisata lainnya

Dengan letak yang sangat dekat dengan objek wisata pantai loang balok, serta pantai lainnya ini akan menjadi ancaman untuk pantai gading karena akan ada pilihan untuk pengunjung, pengunjung yang semula ingin mengunjungi pantai gading aka nada kemungkinan berkunjung ke pantai di sebelahnya.

2). SDM yang masih kurang

Kurangnya kerjasama antar masyarakat, dikarenakan tanah pantai gading sudah menjadi milik pribadi maka akan sangat sulit untuk berdiskusi mengenai kerjasama untuk melakukan pembenahan dan lain-lain.

3). Cuaca yang sangat ekstrim

Di pantai tentu ada kemungkinan terjadi bencana, terutama cuaca ekstrim harus selalu di waspadai, ketika musim hujan tiba maka air laut akan naik ke permukaan jadi pengunjung dan setiap orang yang ada di tempat tersebut harus selalu waspada.

Table 2. Faktor Internal dan Eksternal

Internal	
Kekuatan	Kelemahan
1. Keindahan alam pantai gading. 2. Letak pantai yang mudah di akses. 3. Letak yang sangat dekat dengan perkotaan.	1. Kebersihan yang belum terjaga. 2. Fasilitas yang disediakan masih kurang memadai 3. Tempat parker yang tidak terlalu luas.
Eksternal	
Peluang	Ancaman
1. Trend back to nature 2. Meningkatkan promosi melalui berbagai media baik offline maupun online. 3. Adanya spot foto yang dapat dinikmati.	1. Persaingan dengan objek wisata lainnya. 2. SDM yang masih kurang. 3. Cuaca yang sangat ekstrim.

1. Analisis SWOT

SWOT merupakan sebuah singkatan dari S adalah *Strenght* (kekuatan), W adalah *Weaknees* (kelemahan), O adalah *Opportunity* (kesempatan/peluang), T adalah *Threats* (ancaman).⁴³ Akhir dari analisis SWOT adalah untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi yang lebih bersifat

⁴³Paulus Wardoyo, Enam Alat Analisis Manajemen,(Semarang: Semarang University Press, 2011), hlm. 2

fungsional, sehingga strategi yang telah direncanakan akan lebih mudah untuk diaplikasikan dan diimplementasikan pada setiap masing-masing strategi. Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi suatu perusahaan/organisasi, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Dalam penelitian ini analisis SWOT bertujuan untuk mendeskripsikan semua kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat diidentifikasi untuk memberikan gambaran pengembangan wisata pantai Gading berdasarkan semua potensi yang ada, dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap destinasi wisata pantai, hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Strenght* (Kekuatan)

Kekuatan adalah segala sesuatu yang dukung didalam suatu organisasi/perusahaan yang sifatnya positif, yakni kelebihan yang dimiliki oleh suatu organisasi dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan hal itu, kelebihan yang dimiliki oleh destinasi wisata pantai Gading yaitu:

- a) Daya tarik wisata yang sangat indah

- b) Letak geografis pantai Gading yang mudah di akses
- c) Dekat dengan perkotaan.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan adalah suatu kondisi pada sebuah organisasi itu sendiri yang dimana kondisi tersebut menunjukkan sebuah kelemahan pada organisasi tersebut. Adapun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada objek wisata pantai Gading, beberapa kelemahan yang terdapat pada objek wisata pantai Gading antara lain:

- a) Kebersihan yang belum terjaga
- b) Tempat parkir yang tidak begitu luas.

3. *Opportunity* (Peluang)

Peluang adalah sebuah kesempatan yang dimiliki suatu organisasi/perusahaan dalam mengembangkan organisasi tersebut menjadi lebih baik lagi dan untuk masa yang akan datang. Adapun terkait hal itu, beberapa peluang yang dimiliki oleh objek wisata pantai Gading yaitu:

- a) Adanya spot foto yang dapat dinikmati

- b) Jalan yang searah dengan pantai lainya

4. *Treatsh* (Ancaman)

Ancaman adalah suatu kondisi yang berasal dari luar/eksternal perusahaan/organisasi itu sendiri, baik itu berupa tekanan, tantangan maupun hambatan, hasil penelitian yang telah dilakukan pada objek wisata pantai Gading terdapat beberapa ancaman yang bisa terjadi yaitu:

- a) Persaingan dengan Objek wisata lainya
- b) Kurangnya peran masyarakat dalam membangun wisata pantai Gading.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M
Tabel 1. Matriks SWOT

IFAS	<i>Strenght</i> (S)	<i>Weakness</i> (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik wisata yang sangat indah. 2. Letak geografis pantai Gading yang mudah di akses dan dekat dengan perkotaan. 3. Tersedianya kuliner yang sangat khas sambil menikmati alam. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kebersihan yang belum terjaga 2. tempat parker yang tidak begitu luas. 3. Fasilitas yang kurang memadai.
<i>Opportunity</i>	Strategi (SO)	Strategi (WO)

<p>(O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. adanya spot foto yang dapat dinikmati 2. jalan yang searah dengan pantai lainya dan 3. jalan yang bagus dan dekat dengan perkotaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan keunikan yang ada pada Pantai Gading sehingga membuat para pengunjung lebih tertarik dan mendatangkan banyak kunjungan wisatawan ke Pantai Gading. 2. Memperbaiki jalan menuju objek wisata pantai gading agar lebih luas untuk memudahkan wisatawan berkunjung. 3. Menambahkan spot foto untuk menarik wisatawan agar menambah keestetikan pantai itu sendiri. 4. Menjalin hubungan kerjasama dengan stekholder. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. menjaga kebersihan agar dapat memberikan kenyamanan terhadap para pengunjung wisata di pantai Gading. 2. Memperluas tempat parker agar memudahkan wisatawan dan tidak parker di jalan raya. 3. Memperbaiki fasilitas untuk kenyamanan wisatawan agar merasa betah dan berkunjung kembali.
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan Objek wisata lainya 2. Kurangnya peran masyarakat dalam membangun 	<p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi lebih banyak baik melalui media sosial ataupun media cetak 2. Melakukan sosialisai ke masyarakat setempat akan pentingnya mengembangkan wisata pantai Gading. 	<p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi yang lebih banyak untuk mengembangkan wisata pantai Gading. 2. Melakukan pengembanga

<p>n wisata pantai Gading</p> <p>3. Cuaca yang sangat ekstrim</p>	<p>3. Melakukan pembenahan untuk mencegah terjadinya bencana dengan bekerja sama dengan pihak terkait untuk mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi.</p>	<p>n wisata pantai Gading secara intens agar lebih bisa bersaing dengan wisata lainya di Tanjung Karang.</p> <p>3. Mengembangkan sumber daya manusia (SDM).</p>
---	---	---

Berdasarkan tabel matriks SWOT dapat disusun strategi utama dalam mengembangkan objek wisata Pantai Gading yaitu strategi SO (*strenght-opportunity*), strategi ST (*strenght-threats*), strategi W (*weakness-opportunity*), dan strategi WT (*weakness-threats*). Adapun strategi berdasarkan matriks SWOT yaitu:

1. Srategi SO merupakan strategi yang digunakan dengan memanfaatkan apa yang menjadi kekuatan dan memanfaatkan semua peluang yang ada dengan sebaik mungkin. Memanfaatkan keunikan yang ada pada Pantai Gading sehingga membuat para pengunjung lebih tertarik dan mendatangkan banyak kunjungan wisatawan ke Pantai Gading,

Memperbaiki jalan menuju objek wisata pantai gading agar lebih luas untuk memudahkan wisatawan berkunjung, Menambahkan spot foto untuk menarik wisatawan agar menambah keestetikan pantai itu sendiri.

2. Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh suatu organisasi sehingga hal itu bisa digunakan untuk mengatasi semua ancaman yang ada.

3. Strategi WO yaitu memanfaatkan serta menerapkan peluang yang ada dengan meminimalkan apa yang menjadi kelemahan.

4. Strategi WT merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mempelajari semua kelemahan dan ancaman yang ada sehingga dengan mengetahui seluruh kelemahan dan ancamannya.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Gading, Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT tentang kekuatan dan peluang yang ada serta kelemahan dan ancaman yang disusun dengan tujuan untuk mengembangkan objek wisata pantai Gading Kelurahan Tanjung Karang Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Dalam menyelaraskan fasilitas dan aksesibilitas wisata dengan satu strategi tidak menentukan karena pada dasarnya perbedaan pariwisata menentukan jenis strategi yang akan diadopsi. Sejauh ini, kita bisa melihat beberapa wisata yang sukses, baik di tingkat nasional maupun internasional, berkat strategi yang tepat. Hasil pembahasan berikut adalah strategi yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan wisata pantai gading:

1. Strategi SO merupakan strategi yang digunakan dengan memanfaatkan apa yang menjadi kekuatan dan

memanfaatkan semua peluang yang ada dengan sebaik mungkin. Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat dijelaskan bagaimana strategi SO yang bisa dilakukan yaitu:

- a). Memanfaatkan keunikan yang ada pada Pantai Gading sehingga membuat para pengunjung lebih tertarik dan mendatangkan banyak kunjungan wisatawan ke Pantai Gading. Hal ini bisa dilakukan dengan cara menjaga lingkungan agar tetap bersih serta menjaga kelestarian pantai gading demi wisata berkelanjutan.
- b) Memperbaiki jalan menuju objek wisata pantai gading agar lebih luas untuk memudahkan wisatawan berkunjung.

Dalam upaya mengembangkan daya tarik wisata Pantai gading, pemerintah dengan berbagai pihak melakukan kerjasama dalam membangun sarana dan prasarana pariwisata Pantai Gading. Sarana pariwisata adalah segala sesuatu yang melengkapi dan atau

memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan dengan lancar (Ghani & Brahmanto, 2015).⁴⁴

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata merupakan fasilitas yang sangat penting yang dapat menarik minat wisatawan untuk berwisata. Sarana wisata yang dimaksud adalah biro perjalanan, tour operator, angkutan umum, restoran, akomodasi dan lain-lain. Sedangkan fasilitas wisata adalah sumber daya, yaitu sumber daya manusia yang harus dimiliki wisatawan dalam perjalanan menuju tempat tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, pelabuhan, dan lain-lain.⁴⁵ Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana pariwisata sangat penting, karena dapat mempengaruhi wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata ke suatu daerah tujuan wisata.

⁴⁴Yosef Abdul Ghani , Erlangga Brahmanto, Pengaruh Inovasi Sarana dan Prasarana Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Karangsetra Waterland, Pariwisata, Vol. 2 No. 2 September 2015, hlm. 102

⁴⁵ Yosef Abdul Ghani, Pengembangan Sarana dan Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat, Jurnal Pariwisata, Vol. 4 No. 1 April 2017, hlm. 25

c) Menambahkan spot foto untuk menarik wisatawan agar menambah keestetikan pantai itu sendiri.

Pembenahan harus dilakukan oleh pihak pengelola wisata Pantai Gading untuk menambah daya tarik pengunjung. Namun untuk saat ini potensi yang bisa dimanfaatkan oleh pengunjung adalah seperti Spot Foto, Kuliner, pemandangan pantai sore hari dan lainnya. Tapi pihak pengelola harus tetap melakukan pembenahan terhadap fasilitas yang ada di Pantai Gading.

d) Menjalin hubungan kerjasama dengan stekholder.

Dengan adanya kolaborasi dengan Stekholder pembangunan destinasi wisata pantai Gading terutama pada fasilitas dan infrastruktur dapat melancarkan pembangunan berkelanjutan di destinasi wisata pantai Gading. Hal ini sesuai dengan pandangan Pitana dan Gayatri yang berpendapat bahwa pembangunan pariwisata mengedepankan suatu tempat atau kawasan yang dianggap perlu untuk dikembangkan dengan cara demikian, atau mempertahankan apa yang telah

dikembangkan, atau membuat yang baru. Oleh karena itu, pembangunan kepariwisataan dapat dipahami sebagai suatu rangkaian usaha yang ditujukan untuk mencapai kesatuan penggunaan sumber daya kepariwisataan yang berbeda-beda yang secara langsung berkaitan dengan keberlangsungan pembangunan kepariwisataan.⁴⁶

2. Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh suatu organisasi sehingga hal itu bisa digunakan untuk mengatasi semua ancaman yang ada. Adapun strategi yang dapat dijelaskan yaitu:

a) Melakukan promosi lebih banyak baik melalui media sosial ataupun media cetak. Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian orang-orang untuk berkunjung. Dengan memanfaatkan media sosial, pengelola bisa melakukan promosi dengan cara membuat konten-konten menarik

⁴⁶ Pitana I Gede dan Putu G. Gayatri, Sosiologi pariwisata. (Yogyakarta: CV Andi offset, 2005), hlm.56

terkait pantai gading. Promosi juga bisa dilakukan dengan cara offline melalui penyebaran brosur.

b) Melakukan sosialisai ke masyarakat setempat akan pentingnya mengembangkan wisata pantai Gading.

Masyarakat tanjung karang adalah salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi proses pembangunan destinasi wisata pantai gading, dari keterlibatannya hingga memberikan partisipasinya dalam pembangunan objek wisata. Seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Satirah selaku pengelola wisata pantai Gading:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
“sejauh ini dalam proses pembangunan fasilitas-fasilitas destinasi wisata pantai gading, tidak terlalu banyak kendala yang kami hadapi adapun kendala-kendala tersebut masalah cuaca, kurangnya partisipasi masyarakat-masyarakat disini, karena skarang sudah menjadi tanah pribadi lumayan susah, jadi balik lagi kesadaran masyarakat”.⁴⁷

⁴⁷Satirah, wawancara, Destinasi Wisata Pantai Gading, 20 Mei 2023

Masyarakat yang ada di objek wisata harus mampu terbuka terhadap pihak luar atau wisatawan, serta mampu mengembangkan diri dengan potensi yang di milikinya, sehingga pengembangan pariwisata sepenuhnya dapat di dorong dengan kapasitas kelembagaan masyarakat yang baik dan pengembangan destinasi wisata Pantai Gading dapat di manfaatkan oleh masyarakat sebagai sarana peningkatan ekonomi dan kualitas hidup

c) Melakukan pembenahan untuk mencegah terjadinya bencana dengan bekerja sama dengan pihak terkait untuk mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi.

Kawasan Pantai Gading merupakan salah satu kawasan wisata rekreasi pantai yang diunggulkan di Kota Mataram. Kawasan Pantai Gading memiliki potensi yang besar karena keragaman daya tarik wisatanya, terutama daya tarik wisata alam dan wisata kuliner. Kawasan Pantai Gading tidak hanya menawarkan pantai yang sangat indah, melainkan ada kuliner juga. Pembangunan destinasi wisata Pantai

Gading khususnya di daerah pesisir pantai akan terbentur oleh kondisi alam yakni cuaca air laut yang rentan naik kepermukaan yang notabnya posisi penjual lumayan dekat dengan pesisir pantai. Hal ini tentu menjadi kendala bagi pengelola ataupun pekerja dalam membangun dan renovasi fasilitas yang ada di pantai Gading.

3. Strategi WO yaitu memanfaatkan serta menerapkan peluang yang ada dengan meminimalkan apa yang menjadi kelemahan. Adapun strategi wo yang digunakan yaitu:

a) menjaga kebersihan agar dapat memberikan kenyamanan terhadap para pengunjung wisata di pantai Gading.

Menjaga kebersihan sangatlah penting demi

keberlangsungan tempat wisata, hal ini demi kenyamanan bersama baik itu pedagang serta pengunjung pantai gading, ini bisa dilakukan dengan cara tetap menjaga kebersihan di lokasi pantai gading itu sendiri.

b) Memperluas tempat parkir agar memudahkan wisatawan dan tidak parkir di jalan raya.

Ada banyak tipe wisatawan, fasilitas dan infrastruktur sangat penting hal ini memberikan kesan kepada wisatawan jika akses jalan menuju wisata yang sulit serta lahan parkir yang sempit akan mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Oleh sebab itu lahan parkir yang luas juga penting.

c) Memperbaiki fasilitas untuk kenyamanan wisatawan agar merasa betah dan berkunjung kembali.

Perlu adanya peningkatan terhadap kualitas dan kuantitas dari fasilitas yang ada di Pantai Gading karena fasilitas-fasilitas yang tersedia memang sudah ada namun perlu juga dilakukan perbaikan terhadap fasilitas yang ada dan juga perlu dilakukan penambahan atau pembangunan lagi terhadap fasilitas pendukung lainnya, seperti pembanguan tempat ibadah, perbaikan toilet, dan perbaikan akses jalan dari jalan utama lingkaran selatan menuju pantai Gading yang masih sempit dan lain sebagainya.

4. Strategi WT merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mempelajari semua kelemahan dan ancaman yang ada sehingga dengan mengetahui seluruh kelemahan dan ancamannya. Strategi WT yang dirumuskan yaitu:

a) Melakukan promosi yang lebih banyak untuk mengembangkan wisata pantai Gading.

Meningkatkan promosi sangat penting, ini merupakan strategi yang harus di tingkatkan oleh pengelola untuk memperkenalkan wisata pantai gading kepada khalayak secara lebih luas. Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan wisata pantai gading, karena pada saat objek wisata dibuka masih minim promosi. Dengan memanfaatkan media sosial maka pengelola bisa mempromosikan pantai gading.

b) Melakukan pengembangan wisata pantai Gading secara intens agar lebih bisa bersaing dengan wisata lain di Tanjung Karang.

Untuk mengembangkan tempat wisata maka diperlukan kerja sama baik itu dengan pemerintah, investor dan pihak lainnya. Hal ini dapat memberikan dampak baik bagi wisata pantai gading dan pembangunan sarana dan prasarana akan lebih terjamin.

c) mengembangkan sumber daya manusia (SDM)

Dalam proses perencanaan dan pengembangan pariwisata, yang sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas pariwisata adalah SDM (sumber daya manusia) dalam kegiatan pelayanan pariwisata. *Human Resource Development* di Pantai Gading Realisasi pariwisata merupakan interaksi antara tour operator yang bertindak sebagai konsumen yaitu wisata/wisatawan dan masyarakat sebagai produsen yaitu pemasok produk dan jasa wisata.

Hal ini diperkuat dengan pandangan (Rony ika Setiawan) bahwa salah satu aspek manusia adalah sebagai penggerak kelangsungan pariwisata di suatu negara. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang memegang

peranan penting dalam pengembangan industri pariwisata. Pentingnya SDM di bidang pariwisata adalah bahwa orang merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Terutama dalam organisasi yang berorientasi layanan, sumber daya manusia memainkan peran penting dalam mencapai kinerja yang sukses. Dalam beberapa industri, faktor manusia memegang peranan penting dan merupakan faktor kunci keberhasilan untuk mencapai kinerja.⁴⁸

Hasil penelitian didasarkan pada kekuatan dan peluang yang ada, strategi diambil untuk memanfaatkan setiap kekuatan dan peluang yang ada untuk menjadikan daya tarik wisata Pantai Gading sebagai tujuan wisata yang lebih baik dan berkelanjutan. Sementara temuan penelitian dibangun di atas kerentanan dan ancaman yang ada, termasuk upaya lebih lanjut untuk memitigasi segala bentuk kelemahan dan ancaman yang menjadi faktor penghambat, baik di dalam maupun di luar.

⁴⁸ Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 1 No. 1 (2016) hlm. 23-35

Hal ini didukung oleh teori penelitian Titing Kartika. Dengan judul penelitian Strategi Pengembangan Daya Tarik Dago Tea Sebagai Alternatif Wisata Budaya di Jawa Barat yang mana dikatakan bahwa dalam merumuskan strategi dalam mengembangkan objek wisata Taman Budaya Dago Tea House melalui aspek internal dan eksternal dari segi kekuatan dan kelemahannya.

Analisi Swot yang di hasilkan yaitu terbentuknya IFAS dan EFAS, yaitu strategi SO (*strenght-opportunity*), strategi ST (*strenght-threats*), strategi W (*weakness-opportunity*), dan strategi WT (*weakness-threats*).

Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang disajikan disini adalah jawaban atas latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, berdasarkan hasil Penelitian Maka disimpulkan sebagai berikut: Adapun strategi yang diterapkan dalam upaya mengembangkan objek wisata pantai Gading yaitu melakukan pengembangan terhadap objek wisata yang dimana terdapat beberapa yang perlu dikembangkan seperti : meningkatkan sarana dan prasarana pariwisata, melakukan pembenahan terhadap fasilitas yang rusak, meningkatkan kualitas dari fasilitas-fasilitas serta membangun fasilitas-fasilitas pendukung wisata lainnya, melakukan banyak promosi dalam upaya menarik banyak pengunjung ke pantai Gading, melakukan pelatihan tentang penting usaha pariwisata kepada masyarakat, menjalin hubungan kerjasama dengan Stekholder dan melakukan pembenahan. Kendala strategi pengembangan destinasi wisata pantai gading terletak pada perubahan iklim, dan kurangnya peran masyarakat, tidak dikelolanya dengan baik uang parkir.

B. Saran

Beberapa kesimpulan diatas juga akan dilengkapi dengan beberapa usulan untuk memberikan kontribusi strategi pengembangan dalam pengembangan destinasi wisata pantai Gading antara lain :

1. Meningkatkan atau mengoptimalkan Destinasi Wisata Pantai Gading maka Pemerintah Tanjung Karang harus melakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang ada di Kelurahan Tanjung Karang, untuk menciptakan pariwisata yang berkelanjutan
2. Meningkatkan fasilitas untuk kenyamanan wisatawan
3. Untuk meningkatkan kualitas pariwisata yang ada di kelurahan Tanjung Karang maka dari itu sebaiknya juga meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana khususnya di Objek wisata Pantai Gading.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/Jurnal/skripsi

- Aan Komariah, dkk, Metodologi Penelitian Pendidikan, Bandung: Alfabeta, 2014 hlm 10
- Afrizal, Metode Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT. Taja Grafindo Persada, 2015, cet. Ke-4, hlm 50
- Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015 cet. 2 hlm 320
- Danim, Sudarmawan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia. 2002
- Epi syahadat, "faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di taman nasional gede pangrango (TNGP)" jurnal penelitian hasil hutan, Vo, 15
- Freddy, R. Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2014
- Samuel Saut Marihot Silitonga, I Putu Anom, Kota Tua Barus Sebagai Daerah Tujuan Wisata Sejarah Di Kabupaten Tapanuli Tengah, Jurnal Destinasi Pariwisata Vol. 4 No. 2 Tahun 2016.
- Ketut Surya Diarta, Penghantar Ilmu Pariwisata, (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 83.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 1990
- Mustafa Edwin Nasition, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 115.

- Nggini, Y.H. Analisis SWOT (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial. 2019, 3(1), hlm 141-152
- Patton, Quinn Michael.. Metode Evaluasi Kualitatif. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2006
- Pendit S nyoman. Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana, Jakarta PT.Pradnya Paramita, 1994
- Pradikta, Angga, “Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati“ 2013
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya, Pengantar Ilmu Parawisata. Yogyakarta:Andi. 2009
- Pitana I Gde, Parawisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan dan Dinamika Masyarakat Bali. Denpasar Bali : Universitas Udayana 2002
- Salusu, “Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Non Profit”, Jakarta : Grasindo. 2008.
- Samuel Saut Marihot Silitonga, I Putu Anom, Kota Tua Barus Sebagai Daerah Tujuan Wisata Sejarah Di Kabupaten Tapanuli Tengah, Jurnal Destinasi Pariwisata Vol. 4 No. 2 Tahun 2016.
- Spillane, James J. Ekonomi Pariwisata : Sejarah Dan Prospeknya.Yogyakarta : Kanisius. 1993.
- Subagyo, Joko, Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta. 2008

Suwantoro, Gamal, Dasar Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI, 1997

Susyanti, Dewi Winarni. Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan. Jurnal Ekonomi dan Bisni, Vol.12, No. 1, Juni 2013: 33-36.

Sugiyono, Metode penelitian kauntitatif kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2013

Ulber, Silalahi, Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen. Bandung : Mandar Maju. 2002

Yoeti, Oka A, Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : Angkasa. 1996

Yohanes Yoseph Rahawarin dkk, Implementasi Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Sorong Dalam Pengembangan Wisata Alam Di Taman Wisata Klamono, Provinsi Papua Barat, Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Vol. 8 No. 2 Tahun 2021.

Website

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, “Kawasan Strategi Pariwisata Daerah (KSPD)”, dalam <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/kawasan-strategis/kawasan-strategis-pariwisata-daerah-kspd/> , diakses tanggal 9 maret 2023, pukul 19:00 WIB

Undang ± Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. https://jdih.kememparekraf.go.id/asset/data_puu/UU%20Nomor%2010%20Tahun%202009.pdf

Haryadi Sukamdani, “Industri Pariwisata Jadi Sektor Idola Indonesia”, dalam <https://www.cnnindonesia.com/gaya->

hidup/20180924155205-269332743/phri-industri-pariwisata-jadi-sektor-idola-indonesia, diakses tanggal 7 maret 2023, pukul 17.53.

Maryani, Daya Tarik Wisata, dalam <http://a-namz.blongspot.com/2014/11/dayatarik-wisata.html?m=1>, diakses tanggal 7 Maret 2023, pukul 22.30

Wawancara

Pak satirah, Mataram juni 2023

Pak saifudin, mataram juni 2023

Hj.baiq Nurhayati, Mataram juni 2023



Perpustakaan UIN Mataram

No	Kegiatan	Bulan ke-					
		1	2	3	4	5	6
1	Pengajuan judul	√					
2	Observasi Awal		√				
3	Penyusunan Proposal Penelitian		√				
4	Pengumpulan proposal penelitian			√			
5	Seminar proposal			√			
6	Perbaikan atau penyempurnaan proposal			√	√		
7	Pengajuan izin penelitian				√		
8	Penelitian lapangan				√		
10	Konsultasi skripsi					√	
11	Ujian skripsi						√

i

Perpustakaan UIN Mataram

FOTO KEGIATAN WAWANCARA

1. Foto kegiatan wawancara

Gambar 1. Kegiatan wawancara dengan pak satirah pengelola pantai gading



Gambar 2. Kegiatan wawancara dengan pak adam ketua RT Pantai Gading



Gambar 3. Foto wawancara dengan pedagang pantai gading pak saifudin beserta karyawannya.



Gambar 4 foto wawancara dengan pengunjung



2. Foto atraksi wisata

Gambar 1. Suset



gambar 2. Nelayan sedang menangkap ikan menggunakan jaring



Gambar 3 pemandangan saat siang hari



Gambar 4 perahu



Perpustakaan UIN Mataram
Gambar 5 permainan anak-anak



Gambar 6 kuda yang biasa di sewakan pengunjung



Perencanaan UIN Mataram

3. Foto fasilitas

Gambar 1. Toilet umum



Gambar 2 tempat parkir



Gambar 3 jalan menuju pantai gading



Gambar 4 kolam renang



4. Foto wisatawan
Gambar 1. Keluarga



3. sertifikat turnitin



4. sertifikat bebas pinjam



5. pedoman wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN SKRIPSI PENGEMABANGAN DAYA TARIK WISATA PANTAI GADING DI KELURUAHAN TANJUNG KARANG, KECEMATAN SEKARBELA, KOTA MATARAM

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan masalah penelitian maka disusun pedoman wawancara seperti dibawah ini:

A. Untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Mataram.

Nama :

Jabatan :

Pertanyaan-pertanyaan:

1. Bagaimana tugas pokok dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Mataram dalam pengelolaan objek wisata Pantai Gading?
2. Apakah objek wisata Pantai Gading dikelola langsung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Mataram?
3. Sarana dan prasarana apa saja yang disediakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terhadap wisatawan yang berkunjung baik dari segi perhubungan, pelayanan dan fasilitas?
4. Bagaimana kontribusi kepariwisataan khususnya objek wisata pantai Gading terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Mataram?
5. Apa saja upaya dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata Pantai Gading?
6. Apa saja kendala dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata Pantai Gading?
7. Apa dengan adanya wisata pantai gading bisa membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat kota mataram?
8. Adakah bantuan dinas pariwisata kebudayaan dan pariwisata untuk membantu mempromosikan wisata pantai gading?
9. Bagaimana bentuk dukungan dinas budaya dan pariwisata pada masyarakat local dalam mengembangkan pariwisatanya?

10. Apakah ada kerjasama antara dinas kebudayaan dan pariwisata dengan swasta dalam pengelolaan pantai gading?

B. Untuk pengelola Wisata Pantai Gading

Nama :

Jabatan :

Pertanyaan-pertanyaan:

1. Apa daya tarik tersendiri bagi pengelola sehingga tertarik untuk mengelola dan mengembangkan wisata pantai Gading?
2. Bagaimana cara anda mengelola wisata pantai gading untuk menarik minat wisatawan?
3. Apa saja yang menjadi daya tarik wisata ini?
4. Berapa jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata pantai Gading?
5. Dari mana saja sumber pendapatan objek wisata pantai Gading?
6. Pelaku usaha apa saja yang terdapat dilokasi objek wisata pantai Gading?
7. Apa saja fasilitas yang disediakan pantai Gading untuk pengunjung?
8. Apa dampak positif dan negatif dalam pengelolaan wisata pantai gading?
9. Berapa omset yang di dapatkan dalam pengelolaan pantai gading?
10. Apa saja bantuan pemerintah dalam membantu proses pengelolaan wisata pantai gading?
11. Apa pendapat masyarakat dengan adanya objek wisata pantai gading?

C. Untuk Pedagang objek wisata Pantai Gading

Nama :

Jabatan :

Pertanyaan-pertanyaan

1. Apakah bapak/ibu orang asli kelurahan Tanjung Karang?
2. Sudah berapa lama berjualan di Pantai Gading?
3. Kenapa pilih berjualan di pantai Gading?
4. Berapa biaya sewa warung yang dibayarkan pedagang Pantai Gading perbulannya?
5. Apa tanggapan anda mengenai harga sewa tersebut?
6. Berapa omset pendapatn penjualan dalam 1 hari di pantai Gading?

7. Apakah omset penjualan itu bisa menutup biaya penyewaan warung?
8. Fasilitas apa saja yang disewakan dari warung untuk pengunjung objek wisata Pantai Gading?
9. Berapa tarif sewa dari barang tersebut?
10. Fasilitas apa yang harus ditambah oleh pengelola di pantai Gading?

D. Pengunjung Objek Wisata Pantai Gading

Nama :

Jabatan :

Pertanyaan-pertanyaan:

1. Apa tujuan anda berkunjung ke Wisata Pantai Gading?
2. Sudah berapa kali anda berkunjung ke Wisata Pantai Gading?
3. Bagaimana anda mengetahui Wisata Pantai Gading?
4. Apa yang menjadi daya tarik dari Wisata Pantai Gading?
5. Transportasi apa yang anda gunakan untuk menuju Wisata Pantai Gading?
6. Menurut anda bagaimana kondisi jalan untuk mencapai Wisata Pantai Gading?
7. Menurut anda apa saja sarana dan prasarana yang sudah layak di Wisata Pantai Gading?
8. Menurut anda apakah tarif masuk di Pantai Gading termasuk yang mahal?
9. Menurut anda apa kekurangan dari objek Wisata Pantai Gading?
10. Apa saran yang membangun untuk Pantai Gading untuk di perbaiki?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

6.Surat penelitian

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jempong Mataram
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

Mataram, 11 Mei 2023

Nomor : 622 /Un.12/FEBI/PP.00.9/05/2023
Lamp :-
Hal : Permohonan Izin Observasi Penelitian
Kepada Yth,
Kepala Kesbangpoldagri Kota Mataram
di
Tempat

Assalamu'alaikum wr wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Yulinda Eka Hermayani
NIM : 190503087
Program Studi : Pariwisata Syariah
Tujuan : Penelitian
Judul Penelitian : Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Gading Di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram

Berkenaan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data dan bantuan seperlunya agar kegiatan penelitian mahasiswa yang bersangkutan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Data hasil observasi tersebut diperlukan untuk menyusun skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Kebudayaan


Dr. Badri EL Badriati, M.E.I

Perpustakaan UIN Mataram