

STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA

Antok Darwanto

Abstract The aim of this reseach was to find the right strategy to develop the beach of Sipelot by taking into account the potential of tourism supply and demand. This reseach uses descriptive qualitative method, with observation, interviews, questionnaires as instruments for collecting data and analyzing data using SWOT. The results of the IFAS and EFAS analysis the Sipelot ecotourism coastal in quadrant I, which means growth strategy, meaning that Sipelot beach ecotourism will provide benefits if developed sustainably. Based on the SWOT matrix analysis, the strategy formulation to develop Sipelot beach ecotourism is 1. tourism product development strategy, 2. marketing and promotion strategy, 3. accessibility development strategy, 4. development strategy and improvement of public facilities and 5. business development strategies.

Keyword : growth strategy, ecotourism, community

I. PENDAHULUAN

Kabupaten Malang merupakan salah satu kabupaten diprovinsi Jawa Timur yang memiliki sumber daya alam menarik untuk di jadikan destinasi wisata. Data statistik tahun 2017 kunjungan wisata ke kabupaten Malang 10.669 jiwa wisatawan manca Negara, 2.084.533 jiwa wisatawan domestik (BPS. kab. Malang, 2017), setiap tahun mengalami peningkatan. Mengacu pada data tersebut sudah saatnya memberdayakan objek-objek berpotensi menjadi daya tarik wisata.

Pantai Sipelot adalah salah satu pesisir yang berada di Desa Pujiharjo, kecamatan Tirtoyudo kabupaten Malang dengan panorama alam yang indah hamparan pasir yang lembut, area bermain yang luas dengan ditumbuhi pepohonan yang rindang. Wilayah ini memiliki garis pantai sepanjang 1.132 m2, masih alami keberadaanya dan belum banyak mendapatkan sentuhan pembangunan secara fisik. Wisatawan dapat menikmati berbagai atraksi wisata, mulai dari berenang, naik perahu, memancing, bakar

ikan, ayunan pantai, duduk-duduk dibawah pohon yang rindang nan sejuk serta foto selfi dengan spot-spot yang menarik.

Pembangunan kepariwisataan dipesisir Pantai Sipelot hendaknya dilaksanakan dengan memperhatikan terhadap kelestarian lingkungan yang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat pesisir. Kebiasaan buruk masyarakat yang hanya mengeksploitasi terhadap sumberdaya alam yang ada tanpa memikirkan kelestariannya yang berdampak terhadap keharmonisan lingkungan pesisir. Mengalih fungsikan hutan menjadi kebun rakyat mengancam terhadap keberadaan flora dan fauna yang ada, belum lagi kebiasaan menangkap ikan dengan cara menggunakan peledak masih sering ditemukan pada masyarakat setempat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi mengembangkan pantai Sipelot sebagai ekowisata yang berbasis masyarakat.

II. KAJIAN PUSTAKA

Konsep Penawaran Pariwisata

Menurut Medlik, 1980 (dalam I Gusti, 2017), ada empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Attraction* (daya tarik): daerah tujuan wisata (selanjutnya disebut DTW) untuk menarik wisatawan pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya.
2. *Accesable* (transportasi) : *acesable* dimaksudkan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata
3. *Amenities* (fasilitas) : amenities memang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama di DTW.
4. *Ancillary* (kelembagaan) : adanya lembaga pariwisata wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (*protection of tourism*) dan terlindungi.

Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata (DTW) adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. A. Yoeti, 1996 dalam bukunya “Pengantar Ilmu Pariwisata” tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau “tourist attraction”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Fasilitas Umum Pariwisata

Fasilitas umum pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata. Fasilitas tersebut meliputi tempat parkir, warung makanan dan minuman, tempat ibadah,

aksesibilitas jalan ke objek wisata, toilet, kamar mandi umum, penginapan dan tempat-tempat bermain.

Pelaku Pariwisata

Pelaku kegiatan pariwisata adalah pihak-pihak (*stakeholder*) yang terlibat atau terkena dampak terhadap kegiatan pariwisata. Masing-masing pihak memiliki tugas dan peran masing-masing pada kegiatan pariwisata. *Stakeholder* yang telah diberikan wewenang dalam pengembangan pariwisata di suatu wilayah harus dapat menjalankan kebijakan yang menguntungkan suatu wilayah tersebut (H. Oka A Yoeti, 1990). *Stakeholder* yang terlibat dalam kegiatan pariwisata antara lain (Damanik dan Weber 2006) :

1. Pemerintah

Pihak yang bertanggungjawab untuk menentukan zona-zona pariwisata dan menyediakan sarana-dan prasarana aksesibilitas ke tujuan wisata. Selain itu pemerintah berwenang membuat regulasi yang terkait pengelolaan terhadap tempat-tempat yang menjadi destinasi wisata (RIPPD kabupaten Malang, 2015).

2. Wisatawan

Adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya. Organisasi Wisata Dunia (WTO), menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Ada beberapa motivasi yang hendak dicapai seseorang melakukan kegiatan wisata. Menurut standar internasional ada beberapa elemen yang dipakai sebagai acuan bahwa seseorang dikatakan sebagai wisatawan, yaitu : Tujuan perjalanan (*purpose of trip*), Lamanya perjalanan (*duration of trip*), dan Jarak perjalanan dari tempat asal (*distance traveled*) (Surya Diarta, 2009).

3. Masyarakat Lokal

Menurut UU Nomor 27 Tahun 2007, Pasal 1 Angka 34, tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil, masyarakat

lokal adalah kelompok masyarakat yang menjalankan tata kehidupan sehari-hari berdasarkan kebiasaan yang sudah diterima sebagai nilai-nilai yang berlaku umum tetapi tidak sepenuhnya bergantung pada Sumber Daya Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil tertentu. Masyarakat lokal memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata yang berada di daerahnya. Bentuk-bentuk keterlibatannya antara lain sebagai penyedia jasa: parkir, pemandu wisata (*tour guide*), penginapan, kamar mandi, persewaan fasilitas renang, naik perahu, toko cinderamata dan wisata berkebun.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan April s/d Agustus 2018 dikawasan pantai Sipelot Desa Pujiharjo, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang. Desain penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan penawaran dan permintaan terhadap objek-objek yang menjadi daya tarik pada ekowisata pantai Sipelot (Sugiyono, 2017: 45).

Data-data yang diperlukan dalam penelitian diperoleh dengan 3, yaitu wawancara aparat desa Pujiharjo, masyarakat setempat, observasi di pantai Sipelot dan kuesiner terhadap pengunjung.

Data sekunder diperoleh melalui Undang-Undang No. 10 tahun 2019, Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Daerah Kabupaten Malang Tahun 2005 – 2025, Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kabupaten Malang (RIPDA), Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia Kabupaten Malang 2011-2025 (MP3EI).

IV. PEMBAHASAN

Destinasi wisata pantai Sipelot berada di Desa Pujiharjo, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur memiliki garis pantai 1.323m² yang membentang dari sisi timur sampai barat. Sebelah barat berbatasan

langsung dengan pantai Lenggoksono, Banyu Anjlok dan Bolu-bolu yang terkenal dengan kawasan wisata Bowele.

Potensi Permintaan (*Demand*)

Permintaan (*demand*) berkaitan erat dengan ruang, harga dan waktu tertentu. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Malang tahun 2017 adalah 10.669 wisatawan maca Negara, 2.084.533 wisatawan domestic, sehingga total 2.095.222 jiwa (BPS Kab. Malang 2017).

Karakteristik Pengunjung Potensial

Pantai Sipelot merupakan salah satu destinasi wisata alam yang masih belum banyak mendapatkan sentuhan pembangunan secara fisik. Berdasarkan data hasil kuesioner sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki (61%), dengan pendidikan pelajar dan mahasiswa (69%). Usia remaja memiliki dorongan untuk melakukan kegiatan wisata sangat tinggi, lebih-lebih pada tempat-tempat yang bersifat alami. Pekerjaan responden sebagian besar adalah pelajar/ mahasiswa (45%), dengan motivasi kunjungan adalah rekreasi, sedangkan moda transportasi yang di pergunakan untuk melakukan kunjungan adalah kendaraan pribadi (53%) dan waktu kunjungan dilakukan pada hari libur sabtu dan minggu (52%). Tidak tersedianya secara kontinyu sarana transportasi umum mendorong wisatawan yang berkunjung ke pantai Sipelot cenderung menggunakan kendaraan pribadi.

Aksesibilitas

Akses yang bisa ditempuh oleh wisatawan untuk berkunjung ka destinasi wisata pantai Sipelot dari alun-alun kota Malang ± 51 Km dengan jalan sudah beraspal. Sedangkan kota lumajang rute yang bisa diakses melalui Kecamatan Ampelgading, Kecamatan Tirtoyudo dan Desa Pujiharjo sebagai lokasi wisata.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner responden yang menyatakan akses jalan menuju destinasi wisata pantai Sipelot

sangat baik (21%) sedangkan yang menyatakan baik (37%). Dari arah kota Malang setelah melewati kota Dampit perjalanan cukup menantang, berkelok-kelok dan kadang-kadang dihadapkan pada tanjakan-tanjakan, diperlukan kendaraan dengan performa yang baik dan sopir yang berpengalaman.

Informasi Wisata

Informasi keberadaan destinasi wisata pantai Sipelot sudah tersedia, baik di media *offline* maupun *online* walaupun masih banyak kekurangannya. Hasil kuesioner responden yang menyatakan informasi keberadaan destinasi wisata pantai Sipelot sangat tersedia (24%) tersedia (46%).

Potensi Penawaran (*Supply*)

Supply wisata berhubungan dengan segala sesuatu yang ditawarkan kepada pengunjung pada salah satu destinasi wisata. Hal-hal yang bisa ditawarkan kepada wisatawan dan menjadi daya tarik untuk dikunjungi pada destinasi tersebut diantaranya :

Daya Tarik Objek Wisata

Daya Tarik Wisata (DTW) adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. A. Yoeti, 1996.

Berdasarkan hasil kuesioner, penilain penilain terhadap objek-objek yang menjadi daya tarik di destinasi wisata pantai Sipelot dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Daya Tarik Objek Wisata

Daya Tarik Objek Wisata	Persentase
Air Terjun Pasir Putih	25%
Keindahan Kebun Sekeliling Pantai	15%
Keindahan Panorama Alam	30%
Parang Batheng	10%
Watu Payung	20%

Keindahan panorama alam persentase terbesar, hal ini menandakan bahwa wisatawan kebanyakan berkunjung ke pantai Sipelot lebih mengutamakan menikmati keindahan panorama alam sambil duduk santai dengan merasakan kesejukan di udara dipinggir pantai.

Aksesibilitas ke air terjun pasir putih, watu payung, parang batheng harus di tempuh dengan menggunakan perahu walaupun jalur darat juga tersedia, tetapi agak sulit, sehingga pengunjung kurang tertarik mengunjungi objek wisata tersebut.

Daya Tarik Atraksi Wisata

Atraksi wisata adalah daya tarik dari suatu objek pariwisata atau hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik wisatawan / turis asing untuk dapat berkunjung ke tempat wisata tersebut (James Spillene, 1987). Hasil kuesioner penilaian responden terhadap atraksi wisata yang ada di destinasi wisata pantai Sipelot dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Daya Tarik Atraksi Wisata

Daya Tarik Atraksi Wisata	Persentase
Berenang	14%

Memancing	8%
Menikmati panorama alam	40%
Naik perahu	20%
Fotografi	18%

Penilaian responden terhadap atraksi wisata yang paling menarik yaitu keindahan panorama pantai. Atraksi fotografi penilaian responden 20%, hal ini sejalan dengan keindahan panorama alam yang ada dan dukungan dari pengelola yang sudah menyediakan spot-spot foto yang menarik.

Fasilitas Umum Pariwisata

Fasilitas umum pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan

untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata. Fasilitas tersebut meliputi tempat parkir, warung makanan dan minuman, tempat ibadah, aksesibilitas jalan ke objek wisata, toilet, kamar mandi umum, penginapan dan tempat-tempat bermain. Data hasil kuesioner yang terkait dengan penediaan sarana wisata dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Fasilitas Umum Pariwisata

No	Fasilitas Wisata	SB	BK	SD	BRK	SBRK
1	Toilet	23%	44%	15%	14%	6%
2	Tempat Sampah	23%	35%	18%	15%	4%
3	Penunjuk Arah (Sign System)	24%	44%	17%	8%	6%
4	Tempat Duduk	32%	35%	17%	10%	3%
5	Warung Makan/Minuman	18%	41%	24%	14%	1%
6	Telekomunikasi	13%	34%	24%	20%	8%
7	Penginapan	28%	45%	17%	10%	3%
8	Toko Cenderamata	15%	39%	21%	11%	10%
9	Persewaan Peralatan Renang	21%	42%	18%	11%	0%
10	Informasi Tentang Wisata Pantai Sipelot	24%	46%	18%	8%	0%
11	Keamanan	34%	39%	23%	1%	1%
12	Sarana Kesehatan	18%	44%	25%	8%	3%
13	Aksesibilitas Menuju Tempat Wisata	21%	37%	24%	11%	3%

SB : sangat baik, BK : baik, SD : sedang, BRK : buruk, SBRK : sangat buruk

Analisis Penawaran dan Permintaan

Tujuan wisatawan berkunjung ke salah satu destinasi wisata adalah untuk mendapatkan kepuasan, karena objek-objek wisata dan atraksi wisata yang dikunjungi memberikan menjawab

apa yang menjadi harapannya. Dalam mengembangkan destinasi wisata pantai Sipelot pengelola perlu memperhatikan kepentingan pengunjung dengan mensinergikan antara potensi penawaran wisata dan permintaan wisata.

pesisir pantai Sipelot dilakukan dengan analisis SWOT sebagai berikut.

Analisis SWOT

Untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam mengembangkan

Tabel 4. Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan/ Strengths	Kelemahan/ Weaknesses
Memiliki panorama alam yang indah, udara sejuk dan jauh dari keramaian kota	Jalan berkelok-kelok, sempit dan banyak berlubang
Pantai berbentuk teluk	Banyak wisatawan membuang sampah seenaknya
Petik laut menjadi agenda rutin setiap tahun	<i>Sign system masih</i> minim, banyak wisatawan yang tidak tahu keberadaan objek-objek wisata yang ditawarkan
Lahan parkir roda dua dan empat luas	Atraksi petik laut hanya dilakukan satu tahun sekali
Terdapat permainan dan spot-spot foto yang menarik	Hutan sekeliling pantai berubah menjadi lahan pertanian
Tersedia homestay	Limbah tambak dibuang ke laut tanpa penjernihan terlebih dahulu, akibatnya banyak ikan-ikan di area pemancingan pergi
Tersedia tempat ibadah	Tempat sampah terbatas dan Pengolahan sampah dilakukan pembakaran, berakibat pada polusi udara
Tersedia warung makanan dan minuman	Warung makanan dan minuman belum tertata dengan rapi
Terdapat produk olahan khas Sipelot	Parkir roda dua dan roda empat belum dikelola dengan baik
Masyarakat setempat menyediakan persewaan perahu	Penjual souvenir dan produk khas Sipelot masi sedikit
Tersedia Informasi wisata	Warga sekitar belum terlatih sebagai pemandu wisata
Promosi memanfaatkan media online dan offline	Belum ada buku tamu
Masyarakat setempat ramah dan menjunjung tinggi toleransi	Loket belum dikelola dengan baik
Tersedia toilet	Saluran komunikasi terbatas pada telkomsel dan indosat, akibatnya jika ada wisatawan yang menggunakan operator yang lain mengalami blank spot

Tabel 5. Peluang dan Tantangan

Peluang / Opportunities	Ancaman/ Threats
--------------------------------	-------------------------

Wisatawan bisa menikmati keindahan alam dan ketenangan	Akses jalan sempit
Jalan beraspal sampai ekowisata pantai Sipelot	Wisatawan banyak membuag sampah seenaknya
Keterlibatan pemerintah dalam pengambilan kebijakan	Wisatawan banyak yang tidak peka terhadap tanda-tanda datangnya bahaya
Terbuka untuk berinvestasi	Limbah tambak udang dibuang langsung kelaut tanpa di jernihkan terlebih dahulu
	Hutan di sekitar pantai di eksploitasi untuk lahan pertanian masyarakat setempat

Penyusunan Tabel IFAS dan EFAS

Penyusunan tabel IFAS dan EFAS dilakukan dengan memberikan pembobotan rating dan rating pada faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threats*). Bobot

diberikan dengan mulai 0,0 (tidak penting) dan 1,0 (penting). Faktor kekuatan dan kelemahan diberikan nilai 1 sampai dengan 4 , nilai rating artinya 1 tidak berpengaruh sampai nilai rating 4 artinya sangat berpengaruh. Faktor kelemahan dan tantangan diberikan nilai rating 1 artinya sangat berpengaruh dan sampai nilai rating 4 yang artinya sangat tidak berpengaruh.

Tabel 6. IFAS

Kekuatan / Strengths	Rating	Bobot	Skor
Memiliki panorama alam yang indah, udara sejuk dan jauh dari keramaian kota	3.64	0.12	0.44
Pantai berbentuk teluk	2.52	0.07	0.18
Petik laut menjadi agenda rutin setiap tahun	2.51	0.05	0.20
Lahan parkir roda dua dan empat luas	2.42	0.07	0.17
Terdapat permainan dan spot-spot foto yang menarik	3.72	0.11	0.41
Tersedia homestay	2.11	0.07	0.14
Tersedia tempat ibadah	2.12	0.06	0.12
Tersedia warung makanan dan minuman	2.31	0.07	0.16
Terdapat produk olahan khas Sipelot	2.51	0.06	0.20
Masyarakat setempat menyediakan persewaan perahu	2.71	0.07	0.19
Tersedia Informasi wisata	2.54	0.06	0.15
Promosi memanfaatkan media online dan offline	2.91	0.07	0.20
Masyarakat setempat ramah dan menjunjung tinggi toleransi	2.8	0.07	0.22
Tersedia toilet	2.62	0.05	0.13
Kelemahan / Weaknesses	Rating	Bobot	Skor
Aksesibilitas ke ekowisata (Jalan, angkutan umum)	3.75	0.21	0.79

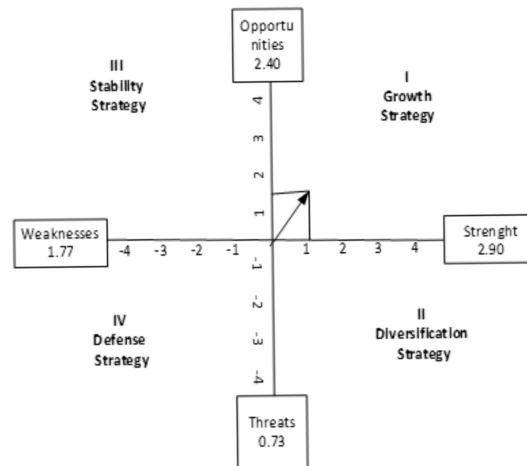
Banyak wisatawan membuang sampah seenaknya	2.65	0.12	0.32
Atraksi petik laut hanya dilakukan satu tahun sekali	2.55	0.03	0.08
Hutan sekeliling pantai berubah menjadi lahan pertanian	3.12	0.05	0.16
Limbah tambak dibuang ke laut tanpa penjernihan terlebih dahulu, akibatnya banyak ikan-ikan di area pemancingan pergi	2.46	0.03	0.07
Sarana Umum (toilet, tempat ibadah, warung makan dan minuman, penjual oleh-oleh khas Sipelot, parkir, <i>sign system</i> , telekomunikasi) masih minim	3.51	0.05	0.18
Warga sekitar belum terlatih sebagai pemandu wisata	2.07	0.08	0.17
Tata kelola (buku kunjungan, loket, tarif)	2.01	0.01	0.02

Tabel 7. EFAS

Peluang / Opportunities	Rating	Bobot	Skor
Wisatawan bisa menikmati keindahan alam dan ketenangan	2.55	0.43	1.10
Jalan beraspal sampai ekowisata pantai Sipelot	2.46	0.21	0.52
Keterlibatan pemerintah dalam pengambilan kebijakan	2.23	0.25	0.56
Terbuka untuk berinvestasi	2.12	0.11	0.23

Ancaman / Threats	Rating	Bobot	Skor
Akses jalan sempit	2.82	0.08	0.23
Wisatawan banyak membuang sampah seenaknya	1.12	0.09	0.10
Wisatawan banyak yang tidak peka terhadap tanda-tanda datangnya bahaya	2.75	0.09	0.25
Limbah tambak udang dibuang langsung kelaut tanpa dijernihkan terlebih dahulu	2.54	0.02	0.05
Hutan di sekitar pantai dieksploitasi untuk lahan pertanian masyarakat setempat	2.01	0.05	0.10

Analisis Grafik Cartesius



Grafik 1. Cartesius

Strategi Pengembangan

Berdasarkan pada matrik SWOT pada tabel 4 diatas, ada 5 rumusan strategi untuk mengembangkan ekowisata pantai Sipelot :

1. Strategi pembangunan produk pariwisata

Upaya yang bisa dilakukan dalam strategi pengembangan produk pariwisata di pantai Sipelot adalah mengembangkan objek-objek yang menjadi daya tarik wisata, meningkatkan atraksi wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan dan membuat event-event pariwisata yang bersifat rutin. Pemerintah desa dan masyarakat selaku stakeholder mengembangkan produk-produk wisata yang menjadi daya tarik wisata, diantaranya menambah ragam atraksi wisata, bekerjasama dengan dinas terkait memberikan edukasi kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan pengolahan hasil laut dan pertanian menjadi produk olahan yang bisa digunakan untuk oleh-oleh, latihan memasak untuk menyediakan menu-menu makanan dan minuman, lomba memancing, lomba renang, dll.

2. Strategi pemasaran dan promosi

Kegiatan pemasaran dan promosi yang bisa dilakukan adalah promosi melalui media

online (website, facebook, twitter, instagram), promosi offline (spanduk, banner, brosur, iklan surat kabar, majalah), mengikuti kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah dan kerja sama dengan biro-biro perjalanan wisata. Membuat event-event dengan memanfaatkan media sosial yaitu lomba fotografi keindahan alam objek wisata pantai Sipelot, penilainya berdasarkan banyaknya like yang ada di media sosial.

3. Strategi pembangunan aksesibilitas

Bekerjasama dengan pihak terkait untuk menyediakan layanan transportasi umum menuju destinasi wisata pantai Sipelot. meningkatkan akses antara daerah-daerah terdekat yang memiliki potensi wisata, melengkapi dengan sign system atau rambu-rambu lalu-lintas yang mempermudah wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Mendorong pemerintah kabupaten untuk melakukan perbaikan jalan akses menuju destinasi wisata.

4. Strategi pembangunan dan peningkatan sarana dan fasilitas umum

Upaya yang bisa dilakukan dalam strategi ini adalah melakukan pengembangan sarana dan prasarana, meningkatkan fasilitas umum dan

mengendalikan sarana prasarana, serta fasilitas umum pendukung kegiatan pariwisata di pantai Sipelot. Wisatawan akan merasa nyaman berada pada destinasi wisata apabila fasilitas umum yang terjaga dengan baik, sehingga memberikan pengalaman yang menyenangkan.

5. Strategi pembangunan usaha

Kegiatan yang bisa dilakukan pada strategi pembangunan usaha di pantai Sipelot adalah mewujudkan iklim usaha yang menguntungkan bagi dunia usaha pariwisata, memberikan kemudahan-kemudahan investor untuk menanamkan modalnya di bidang pariwisata, dan membuat pola kemitraan dengan masyarakat setempat hal-hal yang terkait dengan kepariwisataan. Mempromosikan sumberdaya yang ada di pesisir pantai Sipelot untuk kembangkan melalui kemitraan dengan masyarakat setempat dan sekaligus bisa mengangkat perekonomiannya.

Banyak perusahaan yang mencoba mengimplementasikan pelayanan prima namun gagal, padahal perusahaan telah mengeluarkan biaya, waktu dan tenaga yang tidak sedikit untuk melakukan. (Suzan, Daengs, 2017 : 15)

V. KESIMPULAN

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata pantai Sipelot didominasi pelajar dan mahasiswa dengan motivasi rekreasai. Objek wisata yang menjadi daya tarik keindahan panorama alam, air terjun pasir putih dan watu payung. Wisatawan lebih menyukai atraksi wisata menikmati keindahan panorama alam, naik perahu dan fotografi, selain itu wisatawan juga berharap pengembangan destinasi wisata pantai Sipelot lebih menekankan pemaksimalan sumberdaya alam untuk araksi wisata dan pengembangan serta peningkatan sarana pendukung pariwisata.

Hasil analisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan (IFAS) dan faktor- faktor peluang dan tantangan (EFAS) dalam grafik cartesius ekowisata pantai Sipelot berada pada kuadran I, artinya pengembangan pantai Sipelot sangat

menguntungkan jika dilakukan secara berkelanjutan. Berdasarkan analisis SWOT , IFAS dan EFAS didapatkan rumusan strategi sebagai berikut Strategi pembangunan produk pariwisata, Strategi pemasaran dan promosi, strategi pembangunan aksesibilitas, Strategi pembangunan dan peningkatan sarana dan fasilitas umum dan strategi pembangunan usaha.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Daerah Kabupaten Malang, Tahun 2005 – 2025
- [2] RIPPD Kabupaten Malang, Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Daerah
- [3] Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Anonim, A Report produced for the Research Group of the European Travel Commission (ETC)
- [4] Dahuri,R et al. (2001), Pengelolaan Sumber Daya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu, PT. Pradnya Paramita, Jakarta
- [5] Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber, (2006). Perencanaan Ekowisata : Dari Teori ke Aplikasi, Andi, Yogyakarta
- [6] Departemen Kehutanan. 1990. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata. Departemen Kehutanan Republik Indonesia. Jakarta.
- [7] Fajriah S.D., (2014). Pengembangan Sarana dan Prasarana Untuk Mendukung Pariwisata Pantai Yang Berkelanjutan, Thesis, Universitas Diponegoro
- [8] Fandeli, et al. 2000. Pengusahaan Ekowisata. Fakultas Kehutanan Universitas Kehutanan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- [9] I Gusti, 2017, Pemasaran Pariwisata, Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [10] H. Oka A. Yoeti. Drs., MBA. 1990. Pengantar Ilmu Pariwisata Penerbit Angkasa, Bandung.
- [11] I Ketut Surya Diarta., 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta : Penerbit Andi Kabupaten Malang

- [12] Pitana, I Gede. 2002. Konsep Pembangunan Pariwisata Berbasis Kerakyatan. [diunduh tanggal 10 Agustus 2018].
- [13] Rangkuti, Freddy. 2011. SWOT Balanced Scorecard, Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- [14] Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [15] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [16] Suzan Fhelda, Daengs GS, Achmad, 2017. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Alat Kesehatan di UD. Putra Pratama 14 Surabaya, Jurnal Pengabdian Masyarakat UNTAG Surabaya, Vol. 2 No. 2. 14-23.
- [17] Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. Metode Penelitian Survey. LP3ES. Jakarta.
- [18] Sadewo, A. 2006. Penentuan Spesies Ikan Karang Berdasarkan Sistem Pakar (Expert System) : Studi Kasus Famili Chaetodontidae, Pomacentridae, Scaridae dan Serranidae. Institut Pertanian Bogor, Departemen Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Bogor.
- [19] The World Tourism Organization (WTO). World Tourism Organization (WTO). Spain
- [20] Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2007 yang telah diubah dengan Undang Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau kecil.
- [21] Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- [22] Rangkuti, Freddy. (2015). Riset Pemasaran. Cetakan kedua belas. Jakarta : Gramedia