

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PULAU TEGALMAS
DESA GEBANG KABUPATEN PESAWARAN LAMPUNG
PASCA PANDEMI
(Studi pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran)**

DEWI ANGGIE KHOTIVI

1746041029



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PULAU TEGALMAS DESA GEBANG KABUPATEN PESAWARAN LAMPUNG PASCA PANDEMI (Studi pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran)

Oleh

DEWI ANGGIE KHOTIVI

Suatu Daerah memiliki potensinya sendiri. Pariwisata sangat berperan penting dalam pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat sekitar oleh karena itu di setiap daerah memerlukan pengembangan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran bersama Objek wisata Pulau Tegal Mas untuk meningkatkan jumlah wisatawan agar mengalami peningkatan PAD dan Pendapatan Masyarakat sekitar serta mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran bersama Tegal Mas dalam strategi pengembangan pariwisata Pulau Tegal Mas. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan Teori Salusu dan alat ukur analisis SWOT. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan observasi. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti bahwa Objek Wisata Pulau Tegal Mas memiliki potensi yang mampu menarik jumlah wisatawan, akan tetapi masih terjadi hambatan seperti kurangnya promosi, tingginya biaya perjalanan serta kurangnya kerjasama antara pihak pemerintah dan swasta. Peran Dinas Pariwisata sangat penting untuk ikut serta dalam pengembangan wisata Tegal Mas guna meningkatkan PAD dan Kesejahteraan Masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Wisata, Analisis SWOT

ABSTRACT

POST-PANDEMI TEGAL ISLAND TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY OF TEGAL MAS VILLAGE, GEBANG, PESAWARAN, LAMPUNG (Study at the Tourism Office of Pesawaran Regency)

By

DEWI ANGGIE KHOTIVI

An area has its own potential. Tourism plays a very important role in regional income and the welfare of the surrounding community, therefore every region requires tourism development. This research aims to determine the strategy carried out by the Airplanean Regency Tourism Office together with the Tegal Mas Island tourist attraction to increase the number of tourists in order to experience an increase in PAD and local community income as well as identifying the driving and inhibiting factors of the Pesawaran Regency Tourism Office together with Tegal Mas in the Tegal Mas Island tourism development strategy. . The method used is a qualitative method with salus theory and SWOT analysis measuring tools. Data collection techniques include interviews, documentation and observation. Based on the results of the analysis carried out by researchers, the Tegal Mas Island tourist attraction has the potential to attract a large number of tourists, however there are still obstacles such as lack of promotion, high travel costs and lack of cooperation between the government and the private sector. The role of the Tourism Department is very important in participating in the development of Tegal Mas tourism in order to increase PAD and community welfare.

Keywords: Strategy, Tourism Development, SWOT Analysis

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PULAU TEGAL MAS DESA
GEBANG KABUPATEN PESAWARAN PASCA PANDEMI
(STUDI PADA DINAS PARIWISATA PESAWARAN)**

Oleh

Dewi Anggie Khotivi

Skripsi

**Sebagai Salah satu Syarat untuk Mencapai Gelar SARJANA
ADMINISTRASI NEGARA**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi

: Strategi Pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas di
Desa Gebang Kabupaten Pesawaran Pasca
Pandemi (Studi pada Dinas Pariwisata Pesawaran)

Nama

: Dewi Anggie Khotivi

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1746041029

Jurusan

: Ilmu Administrasi Negara


Fakultas

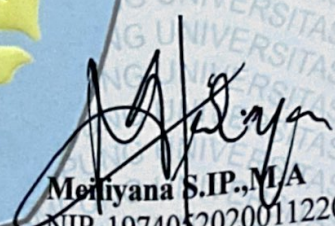
: Ilmu Sosial dan Politik



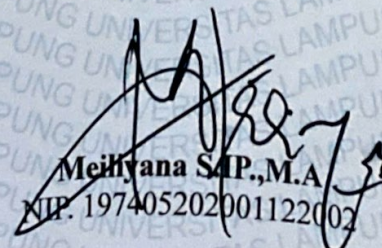
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dra. Dian Kagungan M.H
NIP. 196908151997032001


Meiliana S.IP., M.A
NIP. 197405202001122002

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara


Meiliana S.IP., M.A
NIP. 197405202001122002

MENGESAHKAN

1. Tim Pengujji

Ketua : **Dra. Dian Kagungan M.H**

Penguji Utama : **Rahayu Sulistiowati S.Sos.,M.Si**

Sekretaris : **Meiliyana S.IP.,M.A**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si

NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **8 Agustus 2023**



Three handwritten signatures in black ink are located on the right side of the document. The top signature is the most legible, followed by two more stylized signatures below it.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana/Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dari karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi lain.

Bandar Lampung, 3 Oktober 2023
Yang membuat pernyataan,



Dewi Anggie
Khotivi NPM.
1746041029

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Dewi Anggie Khotivi , lahir pada tanggal 28 Agustus 1999 di Bandar Jaya, Kecamatan Seputih Agung, Lampung Tengah Provinsi Lampung. Penulis merupakan anak kedua Bapak Sukimin Hadi Suprpto dan Ibu Elianna, Penulis memulai pendidikan formal di Sekolah Dasar Negeri 2 Sulusuban pada tahun 2005-2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 1 Seputih Agung pada tahun 2011-2014. Setelah itu melanjutkan ke pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Seputih Agung pada tahun 2014-2017. Pada Tahun 2017, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Negara FISIP Universitas Lampung melalui jalur PARAREL. Pada tahun 2020 penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung.

PERSEMBAHAN



*Dengan mengucapkan rasa syukur kehadiran ALLAH SWT
Telah kuselesaikan karya ilmiah ini.*

*Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati,
Kupersembahkan karya ini untuk:*

*Papa dan Mama Tercinta,
Yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan,
pengorbanan, dan perjuangan yang tak kenal lelah untukku.*

*Kakakku
Terimakasih telah mendukung dan memberikan semangat,
serta senantiasa terus memberikan masukan.*

*Keluarga besar dan sahabat,
yang selalu memberikan doa serta dukungannya.*

*Para Pendidik
Yang telah memberikan bekal ilmu, dukungan, dan doa*

*Almamater Tercinta
UNIVERSITAS LAMPUNG.*

MOTTO

"To improve is to change; to be perfect is to change often."

(Winston Churchill)

**"Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya
Allah selalu bersama kita."**

(QS. At Taubah: 40)

"Teruslah berani, dunia menunggu keajaibanmu."

(Anggie)

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat diselesaikan. Atas segala kehendak dan kuasa Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : ” **Strategi Pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas Desa Gebang Kabupaten Pesawaran Pasca Pandemi (Studi pada Dinas Pariwisata Pesawaran)** ” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Negara di Universitas Lampung.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis ketahui. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra.Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan FISIP Unila
2. Ibu Meiliyana, S.IP., M.A., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara serta selaku Pembimbing Kedua Terimakasih atas kesediannya untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini
3. Ibu Ita Prihantika, S.Sos., M.A, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Negara
4. Ibu Dra Dian Kagungan M.H selaku pembimbing utama, Terimakasih atas kesediaannya untuk memberikan bimbingan, saran dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini
5. Ibu Rahayu Sulistiowati S.Sos.,M.Si Selaku penguji utama pada skripsi, Terimakasih atas masukan dan saran-saran pada seminar proposal maupun seminar hasil terdahulu
6. Ibu Dr Ani Agus Puspawati S.AP.,M.AP selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan masukan baik berupa kritik, saran, dan dukungan yang telah diberikan selama perkuliahan

7. Dosen-dosen di Jurusan Ilmu Administrasi Negara yang selama ini berperan memberikan pengalaman dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis
8. Mba Wulan terima kasih atas segala bantuannya kepada mahasiswa dan kesetiaannya terhadap jurusan
9. Keluargaku tercinta yang selalu mendoakan dan mendukungku Mama, Papa, Kakakku Eka Arie Awan dan Seluruh Keluarga Besar yang selalu mendoakan untuk segala kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini, kasih sayang yang berlimpah, serta motivasi dan dukungan yang telah diberikan.
10. Terimakasih kepada Bapak Agung dan Bapak Azhari yang telah memberikan izin dan membantu dalam data penelitian yang telah diberikan.
11. Terimakasih kepada Saudara dan saudariku Meaa, Kenzo Kenzi, Ayuk Anna, Ci Yeni, Ayuk Yuni, Adelea, Shalisa, Abang Marwansyah yang telah memberikan motivasi dan semangat buat saya dalam kuliah. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan keberkahan dalam segala hal.
12. Terimakasih kepada Sahabat terbaikku Rio Saputra, yang telah menemani penulis turun lapang dalam pengerjaan skripsi ini, dan terimakasih atas kebaikan yang selalu diajarkan, motivasi yang telah diberikan selama pengerjaan skripsi ini
13. Terimakasih kepada Teman-Teman terbaikku di kampus Erista Nanda Putri, Helina Titaloka, Anissa Fahira, Mentari Widyasari, Rosalina Tri Novelda, Ainun Ika, Dewi Balkis atas waktu dan kebersamaannya selama dikampus semoga tali silaturahmi kita tetap terjaga dan kelak kita menjadi orang sukses .
14. Terimakasih Sahabatku Erista Nanda Putri yang selalu membantu memberikan saran dan masukan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai, semoga diberikan kelancaran dan kesuksesan

15. Terimakasih kepada sahabatku Helina Titaloka atas waktu dan kebersamannya sehari-hari dalam berjuang meraih skripsi, Semoga tali silaturahmi kita tetap dan kelak kita menjadi orang sukses

16. Terimakasih kepada teman-teman Angkatan Tujuh Belas Administrasi Negara (ANGKASA) 2017 atas dukungan dan bantuannya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan akan tetapi sedikit harapan semoga karya ilmiah saya ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, 8 Agustus 2023
Penulis

Dewi Anggie Khotivi
NPM. 1746041029

DAFTAR ISI

I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
a) Penelitian Terdahulu	9
b) Manajemen Strategi	13
c) Tantangan dalam perenvanaan strategi	14
d) Konsep Strategi	15
e) Elemen – elemen strategis	18
f) Prinsip Menyukkseskan strategi	19
g) Analisis SWOT	20
h) Pariwisata	24
2.10Objek dan daya tarik wiata.....	25
2.11Potensi Wisata.....	26
2.12Pariwisata Bahasri.....	27
2.13 Strategi pengembangan pariwisata.....	31
2.14 Kerangka Pikir	32
III. METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	34
3.3 Fokus Penelitian.....	34
3.4 Penentuan Narasumber	36

3.5 Sumber Data.....	36
3.6 TeknikPengumpulan data.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.8 Keabsahan Data.....	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran umum Dinas Pariwisata Pesawaran.....	41
Gambaran Objek Wiata Pulau Tegal mas	45
4.2 Hasil penelitian	47
4.2.1 Strategi Pengembangan dinas Pariwisata Peawaran.....	47
4.2.2 Fasilitas Objek wisata Pulau Tegal Mas	56
4.2.3 Analisis SWOT pengembangan objek wisata pulau Tegal Mas.....	57
4.2.4 Analisis SWOT Dinas Pariwisata Pesawaran dalam Pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas	78
4.3 Pembahasan.....	90
4.3.1 Strategi Pengembangan Dinas pariwisata	90
4.3.2 Strategi Pengembangan Objek Wisata Pulau tegal Mas.....	94
4.3.3 Identifikasi Faktor Pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata Pesawaran dalam menjalankan strategi Pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas	95
V. KESIMPULAN	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR TABEL

1) Tabel Data Jumlah Wisatawan Kabupaten Pesawaran.....	3
2) Tabel Jumlah Pengunjung Objek Wisata Tegal Mas.....	5
3) Tabel Penelitian Terdahulu.....	9
4) Tabel Informan	34
5) Tabel Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI) strategi pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas	65
6) Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) strategi pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas	66
7) Matriks SWOT Objek Wisata Pulau Tegal Mas.....	68
8) Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI) Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran terkait strategi pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas.....	78
9) Matriks (EFI) Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran terkait strategi pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas	79
10) Matriks SWOT Dinas Pariwisata Pesawaran dalam mengembangkan wisata Pulau Tegal Mas.....	80

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Sejalan dengan itu, potensi pariwisata bahari yang dimiliki Indonesia telah dijadikan oleh pemerintah saat ini salah satu program unggulan dan prioritas pembangunan kepariwisataan nasional. Secara ringkas terdapat tiga aspek yang menjadi stand poin dalam menjadikan potensi pariwisata bahari salah satu unggulan prioritas pembangunan kepariwisataan nasional diantaranya yakni pengenalan tempat tujuan wisata, dukungan bagi kampanye pelestarian lingkungan, dan peningkatan wisata budaya bahari (Presidenri.go.id, 2015, diakses pada 31 Maret 2022)

Potensi wisata alam Indonesia tak akan ada habisnya untuk dijelajahi. Indonesia dikaruniai ragam bentang alam yang menakjubkan. Wilayah Indonesia memiliki sekitar 17.504 pulau, dilewati garis khatulistiwa, jajaran gunung berapi, dan keanekaragaman flora dan fauna. Kekayaan alam yang dimiliki Indonesia ini menjadikan potensi wisata alam Indonesia tak perlu diragukan lagi pesonanya. Potensi wisata alam Indonesia tentunya tak diabaikan begitu saja. Kini pemerintah mulai mengembangkan potensi wisata alam Indonesia agar lebih dikenal dunia. Beberapa potensi wisata alam Indonesia kini sudah dikenal dunia dan sukses mengesankan setiap mata yang memandangnya. Potensi wisata alam Indonesia terdiri dari berbagai bentuk. Keindahan laut misalnya, sebagai wilayah maritim yang luas, potensi laut yang dimiliki Indonesia begitu indah dijelajahi. Ada pula rangkaian pegunungan yang menyejukkan dan menjadi tujuan pendakian para wisatawan. Selain itu, keanekaragaman flora fauna menjadi daya tarik yang

dimiliki Indonesia. Berkembangnya pariwisata pada suatu daerah tentu mendatangkan manfaat bagi masyarakat, mulai dari ekonomi, sosial dan budaya. Salah Satu Provinsi di Indonesia yang memiliki keberagaman wisata adalah Provinsi Lampung.

Provinsi Lampung merupakan provinsi yang terletak di ujung selatan dari Pulau Sumatera. Terdiri dari daerah pesisir serta 70 pulau dengan garis pantai yang membentang sepanjang 1.105 km dan daerah pegunungan di bagian barat yang merupakan rangkaian dari Bukit Barisan menjadikan Provinsi Lampung dikenal sebagai “The Treasure of Sumatera” (Saputra, 2010). Kondisi tersebut dapat menjadi potensi dalam pengembangan sektor pariwisata bagi Provinsi Lampung. Manfaat adanya pariwisata di Provinsi Lampung adalah sektor tersebut dapat menyumbang pendapatan provinsi dalam sektor jasa dan lainnya. Jenis wisata yang banyak terdapat di Provinsi Lampung adalah wisata alam. Karena banyaknya pulau dan garis pantai yang membentang menjadikan Provinsi Lampung kaya akan potensi wisata baharinya.

Provinsi Lampung memiliki 351 destinasi wisata dengan desa wisata 131, kelompok sadar wisata 201 dan jumlah homestay 301. Destinasi wisata terdiri dari wisata alam, budaya dan buatan yang apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik maka akan menjadi tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi. Provinsi Lampung juga memiliki potensi sumber daya alam yang sangat beraneka ragam, prospektif, dan dapat diandalkan untuk peningkatan ekonomi daerah serta masyarakat. Salah satu tempat yang memiliki potensi pariwisata di Provinsi Lampung ialah Kabupaten Pesawaran. Kabupaten Pesawaran merupakan daerah penyangga Ibukota Provinsi Lampung. Kabupaten Pesawaran memiliki garis pantai sepanjang 96 km, meliputi Teluk Ratai yang berbatasan langsung dengan Selat Sunda serta memiliki gugus pulau-pulau sebanyak 37 pulau. Kabupaten Pesawaran memiliki potensi objek wisata yang ada di Provinsi Lampung meliputi pulau besar antara lain pulau Tegal Mas, pulau Kubur, pulau Tangkil, pulau Pahawang, pulau Kelagian, pulau Tanjung Putus, pulau Condong Sulah, pulau

anak Krakatau, Pulau Sebesi, Pulau Cinta, Pulau Pasaran, Pulau Wayang, Pulau Mengkudu, Pulau Mundu, Pulau Sekepel, Pulau Balak, Pulau Loh, dan Pulau Lunik. Pulau-pulau tersebut rata-rata berada pada Kabupaten Pesawaran. Dengan banyaknya pulau di Kabupaten Pesawaran maka memikat para wisatawan untuk berkunjung, berikut adalah jumlah wisatawan Kabupaten Pesawaran.

Tabel 1.1 Data jumlah Wisatawan Kabupaten Pesawaran

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2016	944.100 pengunjung
2.	2017	928.500 pengunjung
3.	2018	1.155.857 pengunjung
4.	2019	1.387.029 pengunjung
5.	2020	873.829 pengunjung
6.	2021	891.579 pengunjung
7.	2022	898.833 pengunjung

*Sumber :Dokumen Arsip Jumlah Wisatawan Kab Pesawaran (2016-2022),
Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, 2023.*

Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah wisatawan mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahun. Tahun 2020 menjadi tahun yang paling sedikit wisatawan yang berkunjung dan yang paling tinggi kunjungannya terjadi di tahun 2019 dengan selisih cukup besar yaitu sebanyak 513.200 orang. Namun ditahun 2021 sedikit mengalami kenaikan dari tahun 2020 yaitu naik sebesar 17.750 orang. Hal ini tentu harus terus dilakukan pengembangan agar kenaikan wisatawan akan terus meningkat disetiap tahunnya

Keberagaman objek wisata yang terdapat di Kabupaten Pesawaran yang memiliki potensi untuk dikembangkan salah satunya ialah Pulau Tegal Mas. Pulau Tegal Mas merupakan objek wisata yang dikelola oleh satu keluarga besar, yang mana pemilik objek wisata ini (*Owner*) adalah Bapak Thomas Aji terletak di Pulau Tegal, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran, Lampung. Banyak yang menyebutnya mirip dengan Maladewa, karena eksotisme alam & penginapan terapung yang ada di sekelilingnya. Pulau

Tegal Mas baru dibuka pada tahun 2017 progres pembangunan sejumlah fasilitas wisata di tempat ini berkembang sangat pesat. Berbagai inovasi dilakukan, untuk memastikan pengunjung bisa memperoleh kenyamanan dan kepuasan.

Pulau Tegal Mas memiliki berbagai potensi yang membuatnya menarik meski baru berdiri pada tahun 2017 namun dapat berkembang dan mampu bersaing dengan tempat wisata lainnya. Panorama alam yang memukau, didukung kemudahan akses menuju lokasi, menjadi alasan para pelancong lebih memilih Pulau Tegal Mas sebagai destinasi wisata. Tak heran jika setiap harinya, Pulau Tegal Mas dapat menerima kunjungan hingga ratusan orang. Pulau Tegal Mas menyajikan suasana laut yang sepi, karena lokasinya di Pulau terpencil yang dikelung perbukitan. Air laut berwarna hijau toska yang bening, dengan terumbu karang yang indah menjadi pemandangan utama di depan resort. Lautnya juga tak bergelombang karena posisinya berada di Teluk Lampung, terlindung dengan gugusan pulau yang berbukit- bukit. Wisatawan bisa menyelam atau snorkeling untuk menikmati berbagai jenis ikan berwarna-warni serta flora dan fauna lautnya. Bila sedang beruntung, penyelam bisa bertemu penyu hijau besar. Hebatnya lagi, keindahan bawah laut ini bisa dinikmati di kedalaman hanya 1 meter.

Pulau Tegal Mas memiliki fasilitas penginapan yang cukup besar dan berkapasitas sampai 3- 10 orang. Penginapan tersebut berupa jajaran vila yang ditempatkan dalam cluster Kampoeng Lombok Mas. Vila-vila itu dibangun dengan gaya tradisional, beratap jerami dan berdinding kayu. Selain wisata baharinya yang memukau, pulau seluas 68 hektare ini menyediakan beragam wisata pantai, semisal mengendarai ATV untuk offroad di sekitar pantai. Pulau ini relatif mudah dijangkau. Dari Bandar Lampung, wisatawan harus berkendara menempuh jarak 24 km ke Pantai Sari Ringgung, Desa Gebang, Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran. Lalu menyeberang ke Pulau Tegal Mas sekitar 30 menit. Setiba di Pulau Tegal Mas, setiap wisatawan dikenai tiket masuk Rp25.000. Keindahan Pulau Tegal Mas, menjadi harta karun Wisata Bahari di Lampung.

Pulau Tegal Mas merupakan objek wisata yang memiliki daya tarik yang baik hanya saja promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pesawaran masih menggunakan blog dan web belum menggunakan promosi berupa video pengenalan potensi wisata sala satunya pulau tegal mas sehingga informasinya terbatas. Namun pihak pengelola pulau tegal mas melakukan promosi melalui instagram dapat berupa foto serta video. Hal tersebut seharusnya terjadi kolaborasi promosi atau pemasaran wisata Pulau Tegal Mas dengan menggunakan video digital di web resmi Dinas Pariwisata Pesawaran agar pengunjung dapat mengakses dan melihat potensi Pulau Tegal Mas dimana saja. Untuk Kondisi infrastruktur pembangunan, villa terletak 50 Meter dari bibir pantai. Akses menuju pulau tegal mas 15-20 menit. Pulau Tegal Mas juga memiliki rate harga yang cukup tinggi untuk wisatawan staycation.

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Pulau Tegal Mas

Bulan	2019	2020	2021	2022
Januari	3.123	2.591	1.567	1.250
Februari	3.475	2.401	1.100	1.454
Maret	2.772	1.318	1.224	2.005
April	2.701	Tutup	1.143	1.003
Mei	4.210	Tutup	1.051	2.408
Juni	3.800	1.278	1.190	1.566
Juli	4.000	1.321	1.388	3.004
Agustus	3.800	1.300	1.454	2.006
September	3.912	1.375	1.268	1.245
Oktober	4.081	918	2.000	3.364
November	3.700	1.101	2.176	3.123
Desember	2.765	900	2.254	4.205
TOTAL	42.339	14.503	20.824	26.633

Sumber Data: Dokumen Arsip jumlah pengunjung Pulau Tegal Mas 2019-2022,

(Pulau Tegal Mas,2023)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terjadi kenaikan serta penurunan jumlah pengunjung Pulau Tegal Mas disetiap tahun. Pada Tahun 2019 berjumlah 42.339 lalu ditahun 2020 mengalami penurunan yang cukup tinggi yaitu sebesar 27.836 orang atau senilai dengan 62% dari tahun 2019 hal ini

disebabkan salah satunya yaitu adanya Covid 19 yang menyebabkan penutupan wisata pulau Tegal Mas pada bulan April sampai Mei. Pada Tahun 2021 jumlah pengunjung mengalami kenaikan sebesar 6.321 orang atau senilai dengan 52% dari tahun 2020.

Penutupan wisata tersebut terjadi karna edaran Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang pedoman pemberatasan sosial bersekala besar dalam rangka percepatan penanganan corona virus disease 2019 (Covid-19) serta edaran no 11 Tahun 2021 tentang PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Peraturan ini membuat pariwisata diharuskan tutup sementara serta adanya pembatasan kegiatan bagi masyarakat demi pemberatasan penyebaran virus covid 19 namun Pariwisata di Kabupaten Pesawaran salah satunya Pulau Tegal Mas sudah mulai dibuka pada tanggal 6 Juni 2020 dengan aturan protokol kesehatan yang ketat dan pembatasan pengunjung 50% dan pembatasan jam oprasional.

Dengan hal ini maka kunjungan wisatawan sangat penting artinya dalam perkembangan pariwisata, besar kecilnya kunjungan wisatawan sangat menentukan perkembangan daerah pariwisata itu sendiri dan juga berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat sekitar obyek wisata. Pengembangan kawasan wisata mampu memberikan kontribusi pada pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja serta sekaligus berfungsi menjaga dan melestarikan kekayaan alam dan hayati. Diharapkan pengembangan pariwisata dapat berpengaruh baik bagi kehidupan masyarakat terutama masyarakat lokal dan mampu mendorong pengembangan berbagi sektor ekonomi.

Pulau Tegal Mas tidak hanya bertujuan untuk memberikan manfaat sebagai tempat berwisata. Hal ini berdampak pada adanya aktivitas ekonomi yang muncul di Pulau Tegal Mas berarti menambah pembukaan lapangan pekerjaan untuk masyarakat lokal seperti pekerja pariwisata, pekerja perahu penyebrangan, makanan dan bidang jasa. Daftar jumlah pedagang atau usaha yang ada di Pulau Tegal Mas dapat dilihat pada Tabel 1.3

Tabel 1.3 Jumlah Pedagang atau Usaha di Pulau Tegal Mas Tahun 2023

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Jasa Dokumentasi	4
2	Penjual Makanan dan Minuman	20
3	Jasa Snorkling	8
4	Jasa <i>diving</i>	8
5	Jasa Kano	8
6	Karaoke	2
7	Banana boat	6
	Total	53

Sumber Data: diolah oleh peneliti (Usaha dan Pedagang Wisata Pulau Tegal Mas 2023)

Tabel 1.3 diatas di dapatkan dengan hasil wawancara dengan Bapak Agung selaku Public Relation Objek wisata Pulau Tegal Mas sebagai berikut:

“ untuk jumlah usaha disini kita ada jasa foto itu sekitar 4 orang, lalu penjual makan minum kurang lebih 20an, untuk snorkling, diving,kano masing masing sekitar 8 dek, selain itu disini juga ada karaoke 2 sama ada banana boat sekitar 6” (16 Agustus 2022)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat di dinyatakan bahwa Objek Wisata Pulau Tegal Mas juga memiliki fasilitas atau sarana dan prasarana berbayar yang dapat dapat digunakan dan dinikmati oleh para pengunjung dan wisatawan. Dari beberapa fasilitas yang tersedia maka ada beberapa fasilitas yang akan dikenakan pajak retribusi yang nantinya akan di masukan dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan juga semakin banyak nya fasilitas yang memadai maka akan semakin banyak wisatawan yang tertarik berkunjung sehingga akan berdampak pada pendapatan masyarakat sekitar.

Sejalan dengan RPJM Pariwisata, Pemerintah Daerah Provinsi Lampung membuat Rencana Induk Pembangunan Daerah (RIPDA) Provinsi Lampung yang tertuang pada peraturan Daerah Provinsi Lampung tertuang pada Peraturan Daerah

Provinsi Lampung No. 6 Tahun 2012 tentang Rencana induk pengembangan pariwisata. Pada Bab 2 Pasal 2 dinyatakan bahwa penyusunan RIPDA ini dimaksudkan sebagai arah pengembangan pembangunan pariwisata di daerah Lampung dengan mengedepankan kemakmuran dan Kesejahteraan Masyarakat serta peningkatan PAD. Dengan halini tentu sesuai dengan Objek Wisata Tegal Mas yang memiliki kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dengan menyetorkan pajak retribusi yang akan di masukan dalam Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pesawaran. Berikut adalah Tabel PAD Objek Wisata Tegal Mas Kabupaten Pesawaran:

Tabel 1.4 Pendapatan Asli Daerah Objek Wisata Tegal Mas

Tahun	Target	Realisasi	Persentase
2019	Rp. 137.000.000	Rp.88.800.468	64,37%
2020	Rp. 137.000.000	Rp. 31.799.864	23,14%
2021	Rp. 137.000.000	Rp. 35.794.990	26,55%
2022	Rp. 137.000.000	Rp. 58.452.136	43,88%
2023(Januari-Mei)	Rp.137.000.000	Rp. 56.667.981	41,24%

Sumber Data : BPPRD Kabupaten Pesawaran Tahun 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat Disimpulkan bahwa pendapatan PAD tertinggi berada di tahun 2019 sebelum pandemi yaitu sebesar Rp.88.800.468 dan penghasilan terendah adalah saat pandemi di tahun 2020 yaitu senilai Rp.31.799.864 dan tahun 2022 mengalami sedikit kenaikan yaitu sebesar 3% dan ditahun 2022-2022 sudah semakin bertambah untuk PAD yang dihasilkan oleh Objek Wisata Pulau Tegal Mas.

Berkembangnya suatu objek wisata tentunya sangat mendatangkan banyak manfaat terutama bagi pendapatan negara yang dikontribusikan dari wisata lalu perekonomian masyarakat sekitar serta terciptanya lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar. Namun jika perkembangan tidak diterapkan dengan baik justru akan menimbulkan permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Pulau Tegal Mas merupakan salah satu objek wisata yang dapat memberikan banyak manfaat jika terus dikembangkan dan dikelola dengan baik.

Dilihat dari Latar belakang tersebut bahwa Objek Tegal Mas merupakan salahsatu wisata yang memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan dan dengan dibukanya kembali wisata Pulau Tegal Mas Untuk itu diperlukan sebuah strategi pengembangan potensi wisata untuk berhasil membawa dampak perubahan, khususnya dalam peningkatan wisatawan baik Lokal maupun Mancanegara. Pengembangan atau pengelolaan yang baik untuk menghasilkan manfaat maka memerlukan peran Pemerintah dan pihak swasta atau owner Tegal Mas untuk memiliki rencana atau rancangan untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran yang dicapai, mulai dari kegiatan, anggaran, indeks capai kinerja oleh karna itu diperlukan interpersni keahlian yang dapat disebut dengan manajemen strategi. Dalam menjalankan rencana atau rancangan manajemen strategi sektor publik menggunakan alat Analisis SWOT.

Sektor Pariwisata memerlukan suatu strategi yang dengan pola pengembangan pariwisata yang terencana atau tersusun agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara maksimal. Penelitian ini cenderung untuk memfokuskan pada ide atau gagasan untuk pengembangan potensi desa wisata bahari. Maka penulis mengambil judul “Strategi Pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas Desa Gebang Kabupaten Pesawaran Lampung pasca Pandemi (Studi pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran) .”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung Pasca Pandemi?
2. Apa Saja faktor pendorong dan penghambat dalam strategi pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Strategi Pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung Pasca Pandemi
2. Mengidentifikasi Faktor Pendorong dan Penghambat Dalam menjalankan strategi pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan wawasan keilmuan di bidang Ilmu Administrasi Negara dan dapat dijadikan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya. Selain itu adanya penelitian ini dapat menambahkan kajian wawasan mengenai Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Pulau Tegal Mas.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pedoman serta memberikan sumbangan pemikiran untuk mengembangkan strategi wisata bahari bagi semua pihak terkait baik Pemerintah, pengelola, maupun masyarakat. Agar dapat meningkatkan partisipasi dalam sektor pariwisata melihat potensi Wisata Pulau Tegal Mas.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk menemukan beberapa hal yang dijadikan dasar dan perbandingan, serta sumber inspirasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Hasil pencarian dari penelitian terdahulu ini dapat dilihat dalam Tabel 2.1

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Metode	Perbandingan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Alesandro Pendong <i>et al</i> (2020)	Peranan Pemerintah Dalam Pengembangan Pariwisata Gunung Payung Di Desa Poopo Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan	Kualitatif	Penelitian terdahulu sama-sama membahas pengembangan wisata namun memiliki perbedaan dengan lokus serta waktu penelitian Kontribusi: Menjadi pembanding dalam peranan pemerintah dalam mengembangkan potensi wisata	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Desa Poopo telah mengupayakan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dengan mempertontonkan tari-tarian budaya yang di peragakan oleh masyarakat Desa Poopo itu sendiri. Objek dan atraksi wisata ini termasuk produk industri Pariwisata yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata

					Gunung Payung, serta Pemerintah desa dan masyarakat telah menyediakan alat transportasi guna menunjang wisatawan untuk menuju lokasi objek wisata Gunung Payung. Alat transportasi saat ini yang disediakan merupakan kendaraan roda dua yang dapat disewa oleh para wisatawan untuk menuju lokasi wisata jika tidak ingin berjalan kaki.
2	Febrianti Dwi Cahya Nurhadi (2014)	Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto.	Kualitatif	Perbedaannya dalam penelitian terdahulu lebih mengkaji tentang bagaimana cara mempromosikan desa wisata dan pembinaan usaha wisata. Sedangkan penulis memilih fokus dalam strategi pengembangan wisata dalam peningkatan wisatawan. Kontribusi penelitian :	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga strategi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto dalam pengembangan Pariwisata di daerah terhadap pendapatan asli daerah (PAD) antara lain, pengembangan obyek wisata, promosi wisata, dan pembinaan usaha pariwisata. Namun di dalam penerapan strategi tersebut

				sebagai acuan strategi pengembangan potensi wisata	terdapat faktor pendukung dan penghambat yang muncul baik secara internal maupun eksternal.
3.	Sri Rahayu Budiani <i>et al</i> (2018)	Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah.	Kualitatif	Perbedaan penelitian : Penelitian ini berfokus pada strategi dispar dalam pengembangan wisata guna peningkatan wisatawan melalui wisata Pulau Tegal Mas sedangkan penelitian terdahulu untuk mengembangkan wisata berkelanjutan secara umum dengan basis komunitas Kontribusi : sebagai acuan perbandingan potensi sumberdaya alam dan sumberdaya manusia sebagai daya tarik pariwisata.	Berdasarkan hasil penelitian diketahui Desa Sembungan memiliki potensi sumberdaya alam dan sumberdaya manusia sebagai daya tarik Pariwisata. Desa Sembungan pada prinsipnya belum memenuhi prinsip pembangunan Pariwisata berkelanjutan, sehingga perlu adanya pembenahan dari segi atraksi dan keunikan wisata, serta sumberdaya manusia. Dilihat dari tujuh prinsip pembangunan pariwisata berbasis komunitas, Desa Sembungan masih belum memenuhi tujuh prinsip tersebut, sehingga perlu Pengembangann pada aspek pelayanan dan akomodasi, promosi, Pengembangann industri dan pertanian, serta sarana transportasi.

Dari tabel diatas terlihat bahwa Alesandro Pendong et al (2020) yang melakukan penelitian Di Desa Poopo Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan fokus penelitian ini samasama membahas pengembangan wisata hanya saja peneliti, meneliti tentang strategi antara pemerintah dan pihak swasta yaitu (Tegal Mas) dalam strategi pengembangan pariwisata sedangkan penelitian terdahulu hanya berfokus pada peran pemerintah dalam pengembangan daya tarik wisatawan serta keduanya memiliki fokus dan waktu yang berbeda.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Febrianti Dwi Cahya Nurhadi (2014), memiliki persamaan yaitu membahas tentang strategi pengembangan hanya saja Fokus penelitian terdahulu berfokus pada peningkatan PAD sedangkan penelitian ini befokus pada strategi pengembangan wisata guna peningkatan jumlah wisatawan Penelitian terdahulu ini sebagai acuan strategi pengembangan potensi wisata.

Terakhir yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu Budiani *et all* (2018) memiliki persamaan yaitu membahas tentang strategi pengembangan wisata hanya saja penelitian terdahulu berfokus pengembangan secara keseluruhan wisata berkelanjutan dengan berbasis komunitas sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan guna meningkatkan jumlah wisatawan dan hanya fokus satu wisata yaitu Pulau Tegal Mas,serta keduanya memiliki fokus dan waktu yang berbeda.

Setelah membaca dan mengetahui penelitian terdahulu yang terkait dengan potensi pengembangan wisata.Selanjutnya penulis mencoba membandingkan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, hasil perbandingan memiliki beberapa perbedaan yaitu pada penelitian ini, merupakan penelitian kualitatif dengan dengan alat analisis SWOT yaitu memperoleh pandangan dasar mengenai strategi yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2.3 Manajemen Strategi

Menurut (Susanto,2014) manajemen strategi merupakan suatu proses untuk memnentukan arah dan tujuan organisasi dalam jangka panjang beserta pemilihan metode untuk mencapainya melalui pengembangan formula strategi dan implementasi yang terencana secara sistematis. Istilah menejemen strategik berasal dari dua kata yaitu “Manajemen” dan “Strategi”. Ada beberapa alasan yang menyebabkan Manajemen Strategi memiliki peran penting yaitu:

1. Membantu kita menangani ketidakpastian melalui suatu pendekatan
2. Menyelaraskan tujuan antar unit dalam organisasi
3. Membenahi peran setiap anggota organisasi
4. Menjadi sarana komunikasi jangka panjang dan acuan bagi dewan direksi

Menurut fred R.David (2010) Manajemen strategi dapat di definisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana disyaratkan oleh definisi ini, manajemen stategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akutansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta system informasi computer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk esok.

Menurut H.Abd Rahman Rahim dan Enny Radjab (2016) Manajemen Strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dalam kelemahan suatu organisasi pemerintah ataupun swasta. Semula disebut kebijakan dalam bisnis, manjemen strategi meliputi perencanaan dan strategi jangka panjang.

Berdasarkan uraian tentang Manajemen Strategi menurut Para Ahli maka peneliti menyimpulkan bahwa Manajemen Strategi adalah suatu proses yang membantu sutau perusahaan bisnis atau pemerintah dan swasta dalam melakukan perancangan untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai

dengan mempertimbangkan dengan baik faktor pendukung dan penghambat melalui alat Manajemen Strategi yaitu Analisis SWOT.

Manajemen Strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Dikatakan bahwa Manajemen Strategi adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

Manajemen Strategi menurut Para Ahli: pengertian manajemen strategis menurut Nawawi adalah perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan/atau jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi. Menurut J. David Hunger berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi.

Tujuan Manajemen Strategik Menurut Suwandiyanto, terdapat empat Tujuan Manajemen Strategi, yaitu:

1. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi/perusahaan. Dalam hal ini manajer strategi harus mampu menunjukkan kepada semua pihak kemana arah tujuan organisasi/ perusahaan. Karena arah yang jelas akan dapat dijadikan landasan untuk pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.
2. Membantu memikirkan kepentingan beberapa pihak, Organisasi/ perusahaan harus mempertemukan kebutuhan berbagai pihak, pemasok,

karyawan, pemegang saham, pihak perbankan, dan masyarakat luas lainnya yang memegang peranan terhadap sukses atau gagalnya perusahaan.

3. Mengatasi setiap perubahan kembali secara merata, Manajemen strategi memungkinkan eksekutif puncak untuk mengantisipasi perubahan dan menyiapkan pedoman dan pengendalian, sehingga dapat memperluas kerangka waktu/berpikir mereka secara perspektif dan memahami kontribusi yang baik untuk hari ini dan hari esok.
4. Berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas, Tanggung jawab seorang manajer bukan hanya mengkonsentrasikan terhadap kemampuan atas kepentingan efisiensi, akan tetapi hendaknya juga mempunyai perhatian yang serius agar bekerja keras melakukan suatu secara lebih baik dan efektif.

2.4 Tantangan dalam Perencanaan Strategi

Menurut Bryson (1987), ada empat faktor tantangan yang dihadapi dalam perencanaan strategi yaitu:

1. Dalam perencanaan strategis adalah Manajemen ide strategis Masalah manusia
Masalah manusia adalah manajemen perhatian dan komitmen. Perhatian orang-orang kunci harus difokuskan kepada isu, keputusan, konflik, preferensi, kekuasaan, tempat kunci dalam proses dan hierarki organisasi. Manajemen komitmen dan perhatian merupakan masalah bagi individu, kelompok, organisasi dan komunitas. Di tiap tingkat, masalah mempunyai tekstur tersendiri. Perencanaan haruslah selalu berfokus pada beberapa isu keputusan, dan tindakan yang betul-betul penting
2. Masalah proses
Masalah proses yang terpenting menjadi “*good currency*” dengan kata lain bagaimana ide baru dapat dijual kepada orang lain
3. Masalah *structural*
Masalah *structural* adalah adalah manajemen hubungan bagian dan

keseluruhan. Lingkungan internal dan eksternal harus menjadi kaitan yang menguntungkan.

4. Masalah institusional

Masalah institusional adalah masalah pelaksanaan kepemimpinan transformasi. Masalah tersulit yang harus dihadapi perencanaan strategis dapat dipecahkan melalui transformasi institusi.

2.5 Konsep Strategi

Secara umum, kata Strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan strategi merupakan suatu pendekatan yang semua berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki kurun waktu tertentu serta bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terusmenerus, yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang hal yang diharapkan.

Menurut Kurniawan (2020) Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Menurut H.Abd Rahman Rahim dan Enny Radjab (2016) Strategi adalah rumusan perencanaan kompprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya.Strategi akan memaksimalkan keunggulannya dan meminimalkan keterbatasan kemampuannya untuk bersaing.

Berdasarkan uraian pengertian strategi peneliti menyimpulkan bahwa strategi adalah suatu peneliti menyimpulkan bahwa strategi adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk merumuskan penyusunan suatu upaya untuk mencapai suatu tujuan dengan melihat keunggulan dan keterbatasan untuk bersaing.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep strategi terus berkembang. Hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir (Rangkuti, 2013:3). Senada dengan itu, Hamel dan Prahaland (1995) juga mengatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan (Rangkuti, 2013:4). Menurut pendapat Rangkuti (2013:6) strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis.

- a. Strategi Manajemen Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.
- b. Strategi Investasi Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.
- c. Strategi Bisnis Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.6 Elemen Strategi

Ada beberapa macam elemen-elemen strategi dalam bukunya Salusu (2015) seperti:

1. Seni situasional

Dalam masa transisi dari militer keorganisasi strategi dipandang sebagai

suatu seni situasional, yaitu suatu keterampilan bagaimana seorang pejabat eksekutif mendesain keputusan yang didasarkan pada sumber daya organisasi, nilai material dan peluang serta ancaman atau tantangan dari lingkungan

2. Tujuan dan Sasaran

Strategi adalah pola tujuan dan sasaran yang dinyatakan sedemikian rupa yaitu menegaskan bisnis apa yang digarap organisasi itu atau apa yang akan digarap dan macam apa atau seperti apa organisasi itu Cope (1981)

3. Produk Keunggulan Kompetitif

Menurut Ansof (1965) ia memasukan unsur baru dalam pengertian strategi ketika ia mengatakan bahwa strategi itu adalah produk/lingkup pasar keunggulan kompetitif dan sinergi

4. Kebijakan dan program

Shirley (1978) mengatakan strategi ialah keseluruhan tindakan yang ditetapkan sebagai aturan dan yang direncanakan dalam suatu organisasi

5. Destinasi

Dalam Rumusan lain Hatten (1988) melihat strategi sebagai suatu rute menuju ke tempat persinggahan terakhir. Sasaran itulah tempat perhentian. Menetapkan suatu tempat perhentian atau destinasi merupakan pilihan sasaran

6. Sumber daya dan lingkungan

Strategi adalah suatu rencana kerja untuk memaksimalkan kekuatan suatu pihak dalam menghadapi berbagai kekuatan lingkungan usaha, program bertindak tidak mencantumkan lingkungan sebagai elemen penting, ia melihat strategi sebagai program bertindak dengan tekad memanfaatkan sumber daya sebaik-baiknya untuk mencapai misi utama organisasi.

2.7 Prinsip-prinsip Menyukseskan Strategi

Para Eksekutif perlu menjamin bahwa strategi yang mereka susun dapat berhasil dan meyakinkan. Untuk itu, Hatten dan Hatten (1988) dalam Salusu (2015) memberikan beberapa petunjuk bagaimana suatu strategi dibuat sehingga ia bisa sukses

1. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya. Jangan membuat strategi yang melawan arus. Ikutilah arus dan perkembangan dalam masyarakat, dalam lingkungan yang memberikan peluang untuk bergerak maju.
2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi. Tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakang.
3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak mencerai beraikan satu dengan yang lain. Persaingan yang tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi seringkali mengklaim sumber daya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.
4. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatan dan tidak pada titik-titik kelemahannya. Selain itu, hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempatkan posisi kompetitif yang lebih kuat.
5. Sumber daya adalah suatu yang kritis. Mengingat strategi adalah suatu yang mungkin, haruslah membuat suatu yang memang layak dan dapat dilaksanakan.
6. Tanda-tanda dari suksesnya strategi dinampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dan terutama dari para eksekutif dan semua pimpinan unit kerja dalam organisasi.

Dari penjelasan tentang strategi penulis menyimpulkan bahwa suatu strategi perlu adanya elemen yang memahami situasi lalu adanya tujuan dan sasaran,

sumber daya serta program pengembangan oleh karna itu penulis menggunakan alat Analisis SWOT untuk mengidentifikasi situasi dari eksternal dan internal lalu merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan dan sasaran.

2.8 Analisis SWOT

Menurut Barry (1998) Analisis SWOT adalah suatu metode dalam perencanaan strategi yang dipakai untuk mengidentifikasi 4 faktor utama yang memengaruhi kegiatan organisasi sepanjang masa. SWOT adalah akronim dari kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Rangkuti (2006) identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Menurut Hunger dan Whellen (2006) SWOT adalah alat analisa situasi yang terdiri dari *strength*, *weakness*, *Opportunity* dan *Threats* dalam suatu lingkungan atau organisasi.

Berdasarkan uraian pendapat menurut Ahli Peneliti menyimpulkan bahwa analisis swot adalah suatu alat analisis yang digunakan suatu organisasi untuk melakukan perencanaan strategi dengan cara mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yaitu *strength* (kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *opportunities* (Peluang) dan *threats* (ancaman).

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan strategik dalam

mencapai sarannya. Kekuatan hendaknya digunakan untuk mengubah kelemahan menjadi kekuatan.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

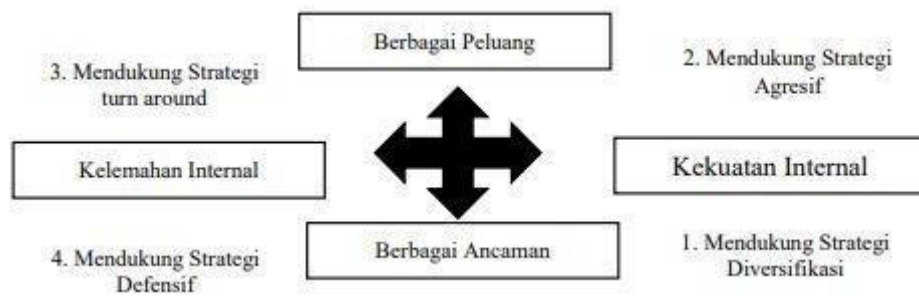
Kelemahan suatu organisasi tidak boleh dibiarkan sepanjang perbaikan dapat dilakukan. Kurangi kelemahan dan ubah kelemahan menjadi kekuatan. Kelemahan-kelemahan yang pada umumnya dirasakan organisasi antara lain, lokasi yang jauh dari jangkauan fasilitas umum, seperti jalan raya, listrik telpon kendaraan lalu sumber daya manusia (SDM) yang lemah keuangan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Merupakan situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan lembaga organisasi atau perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Faktor peluang ialah berbagai situasi dan kondisi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

4. Ancaman (*Threat*)

Merupakan situasi penting yang tidak menguntungkan bagi organisasi atau perusahaan. Ancaman adalah pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Seperti contoh adanya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi organisasi atau perusahaan. Ancaman juga merupakan kebalikan pengertian peluang dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman ialah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.



Gambar 2 ANALISIS SWOT

Sumber : Freddy Rangkuti (2016)

Pada gambar diatas, kuadran I adalah situasi yang sangat menguntungkan bagi pariwisata. dalam kondisi ini ialah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran II adalah walaupun terdapat berbagai ancaman, pariwisata masih memiliki kekuatan dari segi internal, strategi yang diterapkan ialah menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III adalah ketika suatu pariwisata menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi berbagai kendala internal. Fokus strategi perusahaan ialah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang dari pasar yang lebih besar.

Kuadran IV adalah situasi yang sangat tidak menguntungkan, pariwisata menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Analisis SWOT merupakan metode penyusunan strategi dari suatu organisasi maupun perusahaan yang dapat menganalisis situasi secara keseluruhan. Tahap awal dari proses penetapan strategi sebagai berikut:

1) Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut, memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Proses pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan, kondisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha untuk keunggulan komparatif tersebut.

2) Strategi ST

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

3) Strategi WO

Diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4) Strategi WT

Strategi yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan sedikit membenahi sumber daya internal yang ada.

2.9 Pariwisata

1. Definisi Pariwisata

Definisi Pariwisata terdapat pada Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan pada Bab I pasal I bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata merupakan salah satu industri baru yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup sertamenstimulasi sektor produktivitas lainnya.

Menurut Koen Mayers (2009) Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah.

Menurut Suwantoro (1997) Pariwisata adalah suatu proses berpergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya karna suatu alasan bukan untuk kegiatan yang menghasilkan uang

Pariwisata telah lama menjadi perhatian, baik dari segi ekonomi, politik, administrasi kenegaraan, maupun secara akademis Pariwisata dipandang sebagai industri yang kompleks karena dalam industri pariwisata terdapat industri-industri yang berkaitan seperti kerajinan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata tersebut. Pariwisata juga bertujuan untuk rekreasi, hiburan atau *Refreshing*.

2.10 Objek dan Daya Tarik Wisata

Menurut Hadiwijoyo (2012:49), obyek dan daya tarik adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu.

Berdasarkan Undang-Undang No.10 Tahun 2000 tentang Kepariwisataaan, bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Obyek dan daya tarik wisata Menurut Hadiwijoyo (2012:49) dapat dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu:

a. Obyek Wisata Alam

Obyek wisata alam adalah sumberdaya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya.

b. Obyek Wisata Sosial Budaya

Obyek wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai obyek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, situs arkeologi, upacara adat, kerajinan, dan seni pertunjukkan.

c. Obyek Wisata Minat Khusus

Obyek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus.

Marpaung (2000:42) menambahkan bahwa perencanaan dan pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam maupun sosial budaya harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Jika kedua kebijakan rencana tersebut belum tersusun, tim perencana pengembangan objek dan daya tarik wisata harus mampu mengasumsikan rencana kebijakan yang sesuai dengan area yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka objek dan daya tarik wisata dapat dikatakan sebagai sebuah produk wisata yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu kawasan wisata dengan keanekaragaman yaitu terdapat wisata alam, sosial budaya dan minat khusus

2.11 Potensi Pariwisata

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan daya. Kepariwisataannya itu mengandung potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan.

Potensi menjadi hal yang harus diperhatikan dan dilihat lebih jauh lagi, hal itu dimaksudkan agar semua kelebihan dan potensi yang bisa dikembangkan dapat dimaksimalkan secara sempurna. Tentu semuanya itu tidak lepas dari peran semua pihak yang berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi suatu daerah dan kepariwisataan merupakan dua hal yang memiliki kaitan erat, keduanya dapat bergerak maju untuk melakukan pengembangan dan pertumbuhan perekonomian daerah.

Pengertian Potensi Pariwisata adalah segala sesuatu yang dimiliki daerah tujuan wisata yang berguna untuk pengembangan industri pariwisata tersebut. (Supriadi dan Roedjinandari, 2017) Dalam UU No.10 Tahun 2009 disebutkan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa potensi pariwisata merupakan suatu objek yang mempunyai kekuatan untuk dikembangkan dan dapat memberikan timbal balik yang positif terhadap wisata.

Jadi yang dimaksud dengan Potensi Wisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata. Menurut Arjana (2017) potensi dibagi menjadi tiga macam, antara lain:

a. Potensi Wisata Alam

Potensi wisata alam adalah keadaan, jenis flora dan fauna suatu daerah, seperti pantai, hutan, pegunungan, dan lain-lain. Kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh alam jika dikembangkan dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya, maka hal ini akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek tersebut.

b. Potensi Wisata Kebudayaan

Potensi wisata kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa

manusia baik berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah nenek moyang berupa bangunan, monument, dan lain-lain.

c. Potensi Wisata Buatan Manusia

Manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, lewat pementasan tarian atau pertunjukan dan pementasan seni budaya suatu daerah.

2.12 Pengembangan Pariwisata (Wisata Bahari)

Munasef dalam Hadiwijoyo (2012:57) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan.

Pada hakekatnya Pengembangan adalah suatu proses untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang ada. Pengembangan obyek wisata merupakan kegiatan membangun, memelihara, khususnya dalam hal sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya. Fandeli (1995) mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:

- 1) Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
- 2) Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.
- 3) Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
- 4) Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya 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. Pembangunan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata.

Menurut beberapa pakar seperti *Cooper, Fletcherm Gilbertm Shepherd* dan *Wanhill* (1998) dalam Sunaryo (2013) pengembangan pariwisata mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut:

- 1) Obyek atau daya tarik (*atractions*), yang mencakup daya tarik alam, budaya, maupun buatan *artificial*, seperti *event* atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*).
- 2) Aksesibilitas (*accessibility*), yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi lain.
- 3) Amenitas (*amenity*), yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi akomodasi, rumah makan (*food and baverage*), *retail*, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan, usat infirmasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
- 4) Fasilitas pendukung (*ancillary services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.
- 5) Kelembagaan (*institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsure dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host*).

Marpaung dalam Hadiwijoyo (2012:58) menyatakan bahwa hal yang diperhatikan dalam pengembangan suatu daya tarik wisata yang potensial harus dilakukan penelitian, inventarisasi dan evaluasi sebelum fasilitas wisata dikembangkan. Hal ini penting agar perkembangan daya tarik wisata yang ada dapat sesuai dengan keinginan pasar potensial dan untuk menentukan

pengembangan yang tepat dan sesuai.

Pengembangan pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik perencanaan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan (*kompatibilitas*) dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya (Pitana, 2009).

Menurut Carter dan Fabricus (2007) dalam Sunaryo (2013), berbagai elemen dasar yang harus diperhatikan dalam perencanaan pengembangan pariwisata paling tidak mencakup aspek-aspek sebagai berikut:

- 1) Pengembangan Atraksi dan Daya Tarik Wisata Atraksi merupakan daya tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata.
- 2) Pengembangan Amenitas dan Akomodasi Wisata Berbagai fasilitas wisata yang perlu dikembangkan dalam aspek amenities paling tidak terdiri dari akomodasi, rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pusat kesehatan, pusat layanan perbankan, sarana komunikasi, pos keamanan, Biro Perjalanan Wisata, ketersediaan air bersih, listrik, dan lain sebagainya.
- 3) Pengembangan Aksesibilitas Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya.
- 4) Pengembangan *Image* (Citra Wisata) Pencitraan (*image building*) merupakan bagian dari positioning, yaitu kegiatan untuk membanguncitra atau image dibenak pasar (wisatawan) melalui desain terpadu antara aspek kualitas produk, komunikasi pemasaran, kebijakan harga, dan saluran pemasaran yang tepat dan konsisten dengan citra atau image yang ingin dibangun serta ekspresi yang tampak dari sebuah produk.

Dalam konsep pengembangan destinasi pariwisata pun sangat berkaitan dalam kehidupan masyarakat ataupun daerah tersebut karena akan meningkatkan kehidupan perekonomian masyarakat tersebut ataupun pendapatan suatu daerah tertentu. Pengembangan kawasan pariwisata tidak terlepas dari adanya sebuah kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah maupun swasta yang berkerjasama untuk membangun dan mengelola tempat wisata sebagai daya tarik wisata yang bertujuan untuk menarik perhatian wisatawan.

Pengembangan kepariwisataan adalah merupakan upaya/usaha yang dilakukan suatu daerah untuk meningkatkan peran serta kegiatan pariwisata dengan maksud serta tujuan yang harus tetap berada dalam bingkai RT/RW suatu daerah sehingga hasil akhirnya adalah mensejahterakan masyarakat keseluruhan, terutama masyarakat daerah dan obyek pembangunan harus berimbang positif bagi kehidupan dan penghidupan masyarakat secara keseluruhan bukan menimbulkan dan memperkeruh munculnya suatu persoalan atau masalah yang harus dihadapi oleh masyarakat yang tidak dikehendaki di kemudian hari.

2.13 Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Rangkuti dalam Nainggolan dan Kampana (2015:46) bahwa strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar.

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2016:4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Henry Mintzberg dalam Dayansyah (2014:4-5) strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi sebagai rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai taktik dan strategi sebagai perspektif.

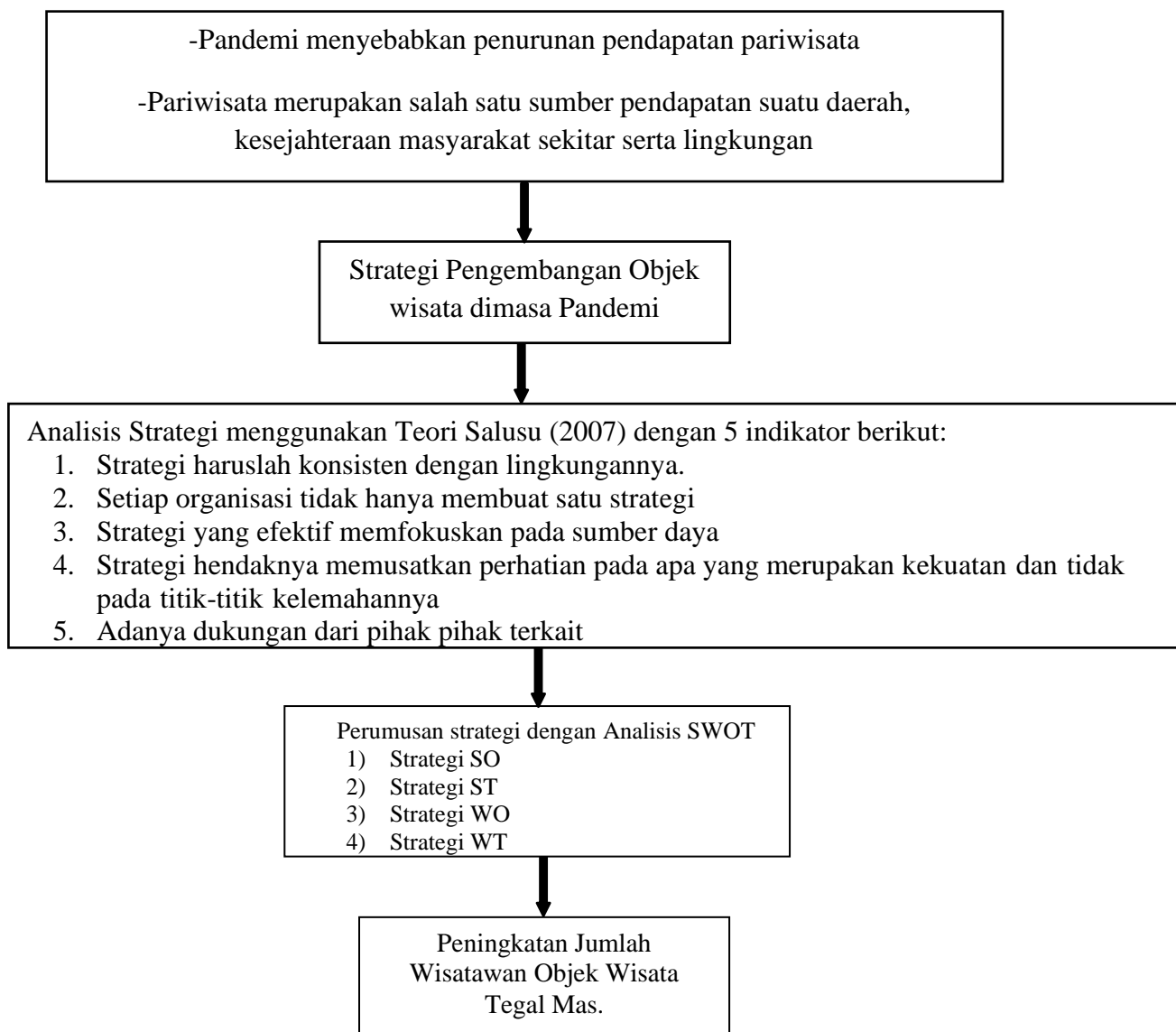
- a. Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan: sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.
- b. Strategi sebagai pola adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana ataupun diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksud maka strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
- c. Strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen ataupun para penentu kebijakan: sebuah strategi utamanya ditentukan oleh faktor-faktor eksternal.
- d. Strategi sebagai taktik merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).
- e. Strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

Berdasarkan definisi menurut beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu upaya atau cara yang digunakan seseorang atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan dengan efektif dan efisien.

2.14 Kerangka Berpikir

Kerangka dasar pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Strategi pengembangan disusun dasar analisa lingkungan serta visi, misi, dan tujuan. Analisa lingkungan atas meliputi analisa lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dengan menggabungkan antara analisis lingkungan serta visi, misi, dan tujuan maka dapat dirumuskan rencana strategis yang nantinya akan dijadikan pedoman kedepan.



Gambar 1. Kerangka pikir

Sumber: Dibuat oleh peneliti

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan dari proses penelitian yang disajikan ke dalam bentuk-bentuk kalimat. Hasil penelitian kualitatif deskriptif berisi kutipan-kutipan dari data-data. Data-data tersebut mencakup transkrip wawancara, dokumen pribadi dan resmi, memo, gambar dan rekaman-rekaman resmi lainnya (Emzir, 2012). Jenis penelitian ini digunakan agar dapat memberikan pemahaman dan penafsiran secara mendalam mengenai Potensi Pengembangan Desa Wisata Bahari dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung Kabupaten Pesawaran.

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian adalah tempat dimana peneliti mendapat atau memperoleh informasi mengenai data data berupa informasi yang relevan dalam mendukung penelitian tersebut. Instansi yang akan menjadi lokasi penelitian yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran dan juga lokasi Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran.

Alasan penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran adalah karena Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran merupakan Instansi yang berwenang dalam merencanakan serta menjalankan strategi pengembangan pariwisata di Pesawaran dan juga Pulau Tegal Mas merupakan lokasi yang difokuskan oleh peneliti untuk melihat strategi pengembangan wisata bahari di Kabupaten Pesawaran.

3.2 Fokus Penelitian

Menurut Strauss dan Corbin dalam Moleong (2004) fokus penelitian bertujuan untuk membatasi peneliti, sehingga terhindar dan tidak terjebak dalam pengumpulan data pada bidang yang sangat umum dan luas atau kurang relevan dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Fokus penelitian ini yaitu:

1. Analisis Strategi Dinas Pariwisata Pesawaran menggunakan Teori Salusu (2007) terdiri dari 5 elemen yaitu :
 - a) Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya.
 - b) Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi.
 - c) Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya.
 - d) Sumber daya adalah suatu yang kritis.
 - e) Adanyadukungan dari pihak-pihak yang terkait.
2. Analisis Lingkungan internal dan eksternal untuk mendapatkan strategi dan faktor pendorong serta penghambat dengan menggunakan Analisis SWOT.

Dengan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yaitu menganalisis *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunnity* (peluang) dan *Threat* (ancaman). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti 2006). Dari analisis tersebut sehingga dapat merumuskan strategi berikut:

- a. Strategi SO (*Strenght – Opportunnity*)
Strategi ini dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang
- b. Startegi ST (*Strenght-Threat*)
Strategi ini dilakukan dengan mengurangi atau meminimalisirs ancaman dengan memanfaatkan kekuatan
- c. Strategi WO (*Weakness-Opportunnity*)
Strategi ini dilakukan dengan memperbaiki atau membenahi kelemahan

agar dapat memanfaatkan peluang

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini ini dilakukan untuk memperbaiki kelemahan dan menminimalisir ancaman

Mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis Deskriptif Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya Soejono dan Abdurrahman (1999). Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang merupakan proses penggambaran daerah penelitian. Dalam Penelitian ini akan di peroleh gambaran tentang faktor pendorong dan faktor penghambat dalam pengembangan wisata Pulau Tegal Mas.

3.3 Penentuan Narasumber

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi bahan pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan Narasumber. Adapun pertimbangan yang digunakan dalam informan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Informan

No	Nama Informan	Jabatan	Informasi
1.	Bapak Azhari S.IP	Kabid. Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kab. Pesawaran	Strategi pengembangan wisata Pesawaran di Dinas Pariwisata Pesawaran
2.	Bapak Agung	Publik Relaction Pulau Tegal Mas	Potensi serta strategi pengembangan pngelelola dalam mengembangkan Tegal Mas
3.	Bapak Kamil S.T., M.M	Kepala Seksi Pengembangan Kawasan Pariwisata	Informasi pengelolaan sumber daya manusia serta dokumen perda

			ripparda
4.	Triyuliawan	Pemandu outbound	Kelemahan dan Kelebihan spot tertentu yang ada di Tegal Mas serta strategi pengelola
5.	Rani	Pengunjung	Informasi mengenai potensi dan fasilitas sarana pra sarana objek wisata Tegal Mas

3.4 Sumber Data

Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data Primer yaitu data yang didapat langsung melalui wawancara mendalam dengan Pemda dan masyarakat sekitar. Teknik wawancara yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab langsung dengan Pemda dan masyarakat sekitar Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung.

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai buku-buku, artikel, dan internet yang berhubungan dengan Potensi Pengembangan Desa Wisata Bahari Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung Kabupaten Pesawaran.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang akan digunakan dalam mengumpulkan data dengan cara:

3.5.1 Teknik Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara. Wawancara yang dilakukan peneliti dengan cara tanya jawab langsung kepada masyarakat sekitar Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung dan Dinas Pariwisata Pesawaran

3.5.2 Teknik observasi yang dilakukan peneliti dengan melihat dan mengamati langsung objek penelitian yaitu, kegiatan apa saja yang dilakukan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kesejahteraan Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung dan melihat langsung kondisi rumah maupun ekonomi masyarakat sekitar.

3.5.3 Teknik dokumentasi yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan data dari Badan Pusat Statistik, menggunakan buku dan literatur lainnya yang berkaitan dengan Potensi Pengembangan Desa Wisata Bahari dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawaran Lampung Kabupaten Pesawaran.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2012: 246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3.6.1 Reduksi data.

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

3.6.2 Penyajian data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajiandata. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraeian singkat, bagan dan hubungan antar kategori dalam hal ini Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2012: 249) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memhami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di pahami tersebut.

3.6.3 Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak di temukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang di kemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti- bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapanganmengumpulkan data, maka kesimpulan yang di kemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan pada penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang- remang atau gelap sehingga setelah di teliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal secara intraktif, hipotesis atau teori.

3.7 Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data penulis menggunakan teknik triangulasi, yaitu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut, dan teknik triangulasi yang paling bayak digunakan adalah dengan pemeriksaan melalui sumber yang lainnya. Beberapa macam triangulasi data sendiri

menurut Denzin dalam Moleong (2013:330) yaitu dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Ada beberapamacam yaitu :

3.7.1 Triangulasi sumber (data)

Triangulasi ini membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber data yang berbeda dalam metode kualitatif.

3.7.2 Triangulasi metode

Triangulasi ini menurut Patton dalam Moleong (2013: 331) terdapat dua strategi, yaitu :

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data
- b. Pengecekan drajat kepercayaan bebe rapa sumber data dengan metode yang sama

3.7.3 Triangulasi penyidikan

Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan penulis atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Contohnya membandingkan hasil pekerjaan seseorang analisis dengan analisis lainnya.

3.7.4 Triangulasi teori

Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding.

Dari empat macam teknik triangulasi di atas, penulis menggunakan teknik triangulasi sumber (data) untuk menguji keabsahan data yang berhubungan dengan masalah penelitian yang diteliti penulis.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dalam melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PULAU TEGAL MAS DESA GEBANG PESAWARAN LAMPUNG PASCA PANDEMI” maka disimpulkan dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan pariwisata sebelumnya belum mengidentifikasi kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman secaradetail sehingga peneliti melakukan penelitian menggunakan SWOT dengan hasil perumusan strategi sebagai berikut:
 - A. Dinas Pariwisata serta dinas dinas terkait bersama pihak Tegal Mas berkolaborasi dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas.
 - B. Dinas Pariwisata dan dinas dinas terkait bersama Pihak Tegal Mas bekerja sama dalam menarik investor sesuai dengan undang-undang nomor 35 tahun 2017 tentang pengelolaan wisata bahari Kabupaten Pesawaran.
 - C. Memanfaatkan dana yang ada untuk bekerja sama dengan konten kreator untuk membuat video pemasaran wisata terkhusus tentang Objek wisata Pulau Tegal Mas
 - D. Dinas Pariwisata bekerjasama dengan pihak Tegal Mas dalam melakukan penyuluhan atau pemahanan kepada masyarakat sekitar tentang usaha produk lokal yang akan menjadi ciri khas Tegal Mas.
 - E. Pemerintah bersama Pihak Tegal Mas bekerjasama dengan Tourguide untuk mendampingi turis dari negara asing

- F. Lebih mengefektifkan koordinasi dan konsultasi dengan para pelaku usaha pariwisata dan instansi terkait.
- G. Memaksimalkan koordinasi, kolaborasi antara pihak swasta (Tegal Mas) dengan pemerintah untuk menyiapkan dan membuat program dan inovasi teraru terkait Pulau Tegal Mas
- H. Memksimalkan dana untuk pengelolaan baik dari segi pembangunan atau pengembangan
- I. Melakukan monitoring, evaluasi terhadap pengembangan atau pembangunan
- J. Bekerjasama dengan pelaku usaha pariwisata melalui pertemuan, sosialisasi lalu pembuatan program dan kegiatan pengembangan.

2. Dalam menjalnlkan strategi pengembangan Objek wisata Pulau Tegal Mas terdapat faktor pendukung dan penghambat yaitu:

A. Faktor pendukung

1. Adanya daya tarik berupa panorama laut yang indah dan sejuk
2. Tersedia Sarana Wisata dengan fasilitas yang memadai, spot foto, dan penginapan yang banyak.
3. Pariwisata sedang diagungkan oleh pemerintah
4. Menambah pendapatan negara
5. Memiliki potensi lahan yang masih dapat dikembangkan
6. Dinas Pariwisata Kabupaten Peswaran memiliki struktur organisasi yang jas.
7. Keterlibatan antara pihak swasta dan pemerintah

B. Faktor Penghambat

1. Kerjasama antara pihak swasta dan pemerintah belum optimal
2. Terbatasnya Anggaran
3. Kurangnya Kreatifitas Masyarakat dalam Usaha Produk Lokal

B. Saran

Melihat dari potensi yang dimiliki, Objek Wisata Pulau Tegal Mas merupakan tempat wisata berpotensi dan didukung dengan sarana dan fasilitas yang memadai yang dapat menarik wisatawan hanya saja peneliti melihat ada hal yang perlu dilakukan untuk memaksimalkannya yaitu:

1. Perlu adanya kerjasama antara dinas terkait yaitu Dinas pariwisata, BPPRD dengan pihak swasta dalam melakukan inovasi pemasaran Objek Wisata Pulau Tegal Mas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti shor movie pengenalan objek wisata Pulau Tegal mas.
2. Dinas pariwisata dengan pihak swasta (Objek Wisata Pulau Tegal Mas) perlu melakukan aspek usul pembenaran jalan di daerah pulau katapang untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan yang ingin menuju lokasi melalui Pulau Ketapang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- AB Susanto, Jakarta (2014). Manajemen Strategik komprehensif, Erlangga
- Arjana, I Gusti Bagus. (2017) Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Depok: PT Raja Grafindo Berbasis Masyarakat. Salatiga: Graha Ilmu.
- David, F. R. (2010). Manajemen Strategi : Konsep. Jakarta: Salemba Empat edisi 12. Depdikbud. Jakarta.
- Dewi, Rismanti. 2002. Pengantar Mikro Sektor Pariwisata. Jurnal.
- Nganjuk. Emzir. 2012. Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta English Press.
- Fandeli, C. dan Mukhlison. 2000. Pengusahaan Ekowisata. UGM. Yogyakarta. Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata.
- Heene, Aime, dkk. 2010. Manajemen Strategik Keorganisasian Publik. Bandung: Refika Aditama. Jakarta Jakarta.
- Mangcuprawira, Syafri. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik. PT Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Moleong, L.J. 2004. Metode Penelitian Kualitatif. Pt. Rosdakarya. Bandung
- Marpaung, Happy. 2000. Pengetahuan Kepariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Muljadi A.J. 2009. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT Raja Grafindo

- Najib, Mukhamad dan Hubeis, Musa. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Nurmawati, 2006, *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Budaya*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Permana, Eka.2010. *Kearifan Lokal Masyarakat Baduy dalam menghadapi bencana*.Jakarta. Wedatama Widya Sastra. Persada.
- Pitana & Gayatri. 2005. *Sosioolgi Pariwisata*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- RenstraPengembanganDestinasidanIndustriPariwisataTahun2015-2019
- Salim,Peter. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporrer*.Jakarta, Modern
- Prasiasa, Dewa Putu Oka & Hermawan, Heri. 2012. *Pengembangan Wisata Bahari di Indonesia*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataan.
- Priasukmana Soetarso dan R. Mohamad Mulyadin, *Pembangunan Desa Wisata : Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah*, jurnal,2013.
- Puja, Novia dan Herison, Ahmad. 2019. *Indeks Kesesuaian Ekowisata Bahari Ditinjau Dari Segi Kelayakan Infrastruktur (Studi Kasus Pulau Tegal Mas Lampung, Kabupaten Pesawaran)*. LPPM Unila. Lampung.
- Salusu, J. 2015. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Provit*. Jakarta : PT Gramedia Widiasama Indonesia.
- Soekanto, Soerjono. 1997. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata; Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media. Jakarta.
- Waluyo, Harry. 1993. *Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi*.
- Wicaksono, Ardiyan. 2011. *Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Mewujudkan Kawasan Wisata Berbasis Keamanan dan Kenyamanan*
- Jurnal**
- Abdillah, Aby. 2016. *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Masyarakat Lokal (Studi Pada Masyarakat Desa Wendit, Kabupaten Malang)*. Jurnal Pariwisata. Malang.
- Ferdinando.(2014) C. L. PAAT hal. 15.*Analisis Potensi dan Pengembangan*

- Pariwisata di Kota Tomohon. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Jurnaidi., Djumadi., Pranoan, DB. (2015). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas penyaluran alokasi dana desa di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Kutai Timur. *eJournal Administrative Reform*, p. 112-124.
- Kristo, K., & Sopiana, Y. (2020). Analisis Dampak Sektor Pariwisata terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 3(2), 551. <https://doi.org/10.20527/jiep.v3i2.2556>
- Ratnaningsih. 2015. Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pariwisata (Studi Kasus Di Desa Belimbing, Tabanan, Bali). *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Universitas Udayana.
- Supriadi, Bambang dan Roedjinandari, Nanny. (2017) Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Hal* 151. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Wisata Berbasis Keamanan Dan Kenyamanan (Studi Pada Kawasan Wisata Pantai Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah). *Jurnal Pariwisata*. Lombok.

Dan Lainnya

www.presidentri.go.id. diakses tanggal 03September 2021.

www.cnnindonesia.com diakses pada tanggal 10 Juni 2021.

<https://eprints.uny.ac.id/26167/1/> diakses pada tanggal 10 Juni 2021.

<https://kbbi.web.id/potensi>, diakses tanggal 03September 2021