

**THE SOUL OF MADURA
STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PANTAI 9**

Dedy Arfiyanto¹, Isnani Yuli Andini²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja
dedyarfiyanto@wiraraja.ac.id

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja
lia@wiraraja.ac.id

ABSTRACT

The presence of Pantai 9 tourism in Bringsang Giligenting Village will have a direct impact on the economy, this is indicated by the increase in tourist visits which have increased from year to year. Efforts to maximize tourism potential continue to be carried out by maximizing infrastructure development that does not yet exist, including proper and safe transportation to connect islands, electricity, clean water and other supporting facilities. So that tourism can develop well and can also be sustainable in the future. On the other hand, it also continues to conduct studies on all its supporting resources. Natural resources, cultural resources, and human resources. The data collected in this study is secondary data. The tool used in this study uses a SWOT analysis. The results showed that a strategy was needed to increase the rate of visit growth. The most important coastal tourism development strategy is the development of quality facilities and infrastructure, such as means of transportation, promotional media, and quality human resources and the importance of synergies between the government, academics and the community in developing coastal tourism pantai 9.

Keywords : *Strategy and Tourism Development*

ABSTRAK

Kehadiran wisata pantai 9 di Desa Bringsang Giligenting akan memberikan dampak secara langsung dari sisi ekonomi, hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Upaya untuk memaksimalkan potensi wisata terus dilakukan dengan memaksimalkan pembangunan infrastruktur yang belum ada, meliputi transportasi yang layak dan aman untuk menghubungkan antar pulau, listrik, air bersih dan fasilitas pendukung lainnya. Agar pariwisata bisa berkembang dengan baik dan juga bisa berkelanjutan di masa mendatang. Dilain sisi juga terus melakukan kajian terhadap semua sumber daya pendukungnya. Sumber daya alam, sumber daya budaya, dan sumber daya manusia. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini yaitu data sekunder. Alat yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan diperlukan strategi untuk meningkatkan laju pertumbuhan kunjungan. Strategi pengembangan wisata pantai 9 yang terpenting adalah dengan pengembangan sarana dan prasarana yang berkualitas, seperti alat transportasi, media promosi, dan sumber daya manusia yang berkualitas dan pentingnya sinergi antara pemerintah, akademisi dan masyarakat dalam mengembangkan wisata pantai 9.

Kata Kunci: *Strategi dan Pengembangan Wisata*

PENDAHULUAN

Pekembangan pariwisata sangat berguna bagi masyarakat. Tetapi perkembangan yang tidak mempunyai persiapan serta tidak adanya tata kelola yang baik akan menyebabkan terjadinya permasalahan yang merugikan.

Agar pariwisata bisa berkembang dengan baik dan berkelanjutan di masa mendatang, pariwisata melakukan kajian terhadap semua sumber daya pendukungnya. meliputi sumber daya alam, sumber daya budaya, dan sumber daya manusia (Arobiya, 2018).

Faktor kondisi geografis Kabupaten Sumenep juga tak kalah pentingnya untuk dikembangkan dalam rangka mendukung rencana pengembangan Kawasan Budaya dan Sejarah di Kabupaten Sumenep. Kondisi Kabupaten Sumenep yang terdiri dari 126 pulau baik yang bernama maupun pulau yang tidak memiliki nama yang memberikan nilai kompetitif maupun komparatif bagi percepatan pembangunan di Kabupaten Sumenep.

Secara garis besar kondisi geografis wilayah Kabupaten Sumenep terdiri dari daratan dan kepulauan dengan luas keseluruhan 2.093,46 km² sebagai berikut :

- Wilayah daratan sebagai daerah yang lebih luas dari pada kepulauan dengan luas 1.146 km² atau 54,79% dari luas keseluruhan Kabupaten Sumenep.
- Wilayah kepulauan memiliki luas 946,53 km² atau seluas 45,21% dari luas keseluruhan Kabupaten Sumenep. Jumlah pulaunya yaitu 126 pulau terdiri dari 48 pulau berpenghuni, 78 pulau tidak berpenghuni, 104 pulau bernama dan 22 pulau tanpa nama.

Kabupaten Sumenep merupakan daerah maritim, dimana seharusnya komoditas kelautan menjadi primadona yang harus dimaksimalkan untuk eksplorasi dalam rangka mendukung Pendapatan Aset Daerah .

Upaya untuk memaksimalkan potensi daerah selain pertanian, perkebunan, dan industri pertambangan dan kelautan, yang tak kalah pentingnya adalah memaksimalkan potensi keindahan panorama alam, kondisi panorama alam yang cukup banyak yang tersebar diberbagai wilayah baik di daratan maupun di kepulauan selama ini, masih terkendala oleh adanya infrastruktur yang ada, infrastruktur tersebut adalah minimnya transportasi yang layak dan aman untuk menghubungkan antara pulau, listrik, air bersih dan fasilitas pendukung lainnya.

Dari sekian banyak pulau-pulau yang tersebar di Kabupaten Sumenep memungkinkan untuk dilakukan pengembangan wisata kepulauan, salah satunya adalah Wisata Pantai 9 di Desa Bringsang Kecamatan Giligenting. Pada tahun 2017 wisata Pantai 9 makin banyak dikunjungi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Pada saat puasa peningkatan wisatawan yang secara terus menerus, dimana perharinya ada 200 kunjungan sedangkan di hari biasa mencapai 700 pengunjung. Tidak jarang di Pantai 9 hadirnya kunjungan hingga 1000 dalam satu hari. Tabel 1.1 daftar pengunjung di Pantai 9 Pada tahun 2017 – 2018 (sumber data: DISBUDPARPORA Kab. Sumenep).

Tabel 1
Kunjungan wisata Pantai 9

Bulan	2017	2018
Januari	2 / 4.050	36 / 5.300
Februari	4 / 1.400	24 / 1.670
Maret	3 / 3.567	25 / 2.450
April	4 / 4.358	28 / 4.550
Mei	130 / 5.600	200 / 2.105
Juni	0 / 4.000	0 / 4.576
Juli	4 / 3.3700	122 / 1907
Agustus	173 / 3.500	55 / 1.605
September	100 / 4.729	127 / 1.240
Oktober	60 / 3.805	86 / 2.125
November	20 / 2.744	42 / 2.413
Desember	0 / 3.858	40 / 3759
Jumlah	464 / 77.311	785 / 33.700

Sumber: Pemdes Bringsang

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah wisata pantai 9 di Desa Bringsang Kecamatan Giligenting Kabupaten Sumenep. Sedangkan alat-alat yang digunakan dalam pengambilan data dan pengolahannya adalah peta lokasi, foto, wawancara dan hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang berpedoman pada Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal dalam Analisis SWOT.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang di peroleh dari beberapa teknik pengumpulan data, yaitu : 1). Teknik Pengamatan atau observasi meliputi berbagai hal yang menyangkut pengamatan kondisi fisik dan aktivitas pada lokasi penelitian. 2) Teknik wawancara yaitu kegiatan mengajukan pertanyaan melalui wawancara

guna memperoleh informasi melalui tanya jawab secara langsung dengan informan. 3) Teknik dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan dan pengkajian beberapa informasi dari buku-buku, literatur dokumen, penelitian terdahulu, foto-foto, surat kabar, media elektronik, dan referensi statistik.

Teknik Analisis Data

Data yang ada diproses melalui pengelompokan data, klasifikasi menurut permasalahan dan klasifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Setelah itu melakukan penyusunan strategi dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan merumuskan suatu strategi. Analisis SWOT didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan Peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan Kelemahan (*Weakness*) dan Ancaman (*Treath*).

Tabel 2
Model Matriks Analisis SWOT

I N T E R N A L	EKSTERNAL		
	<i>Identification of factors</i>	Opportunities (O)	Threaths (T)
		Tentukan faktor peluang	Tentukan faktor ancaman
	Strengths (S)	S vs O	S vs T
	Tentukan faktor kekuatan	Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang	Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman
	Weakness (W)	W vs O	W vs T
Tentukan faktor kelemahan	Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang	Strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman	

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dulunya Pantai 9 merupakan sebuah pelabuhan kecil tempat bersandar perahu-perahu penyeberangan yang menghubungkan antara beberapa pelabuhan. Masyarakat Giligenting dulu menyebutnya pantai Bringsang dan pantai Maret dhen, dimana disana tempat bersandarnya perahu nelayan setempat dan juga banyak anak-anak muda di Desa Bringsang menjadikan pantai tersebut sebagai tempat foto dan bersantai. Dengan berjalannya waktu pengelola wisata mempunyai inisiatif untuk mengembangkan

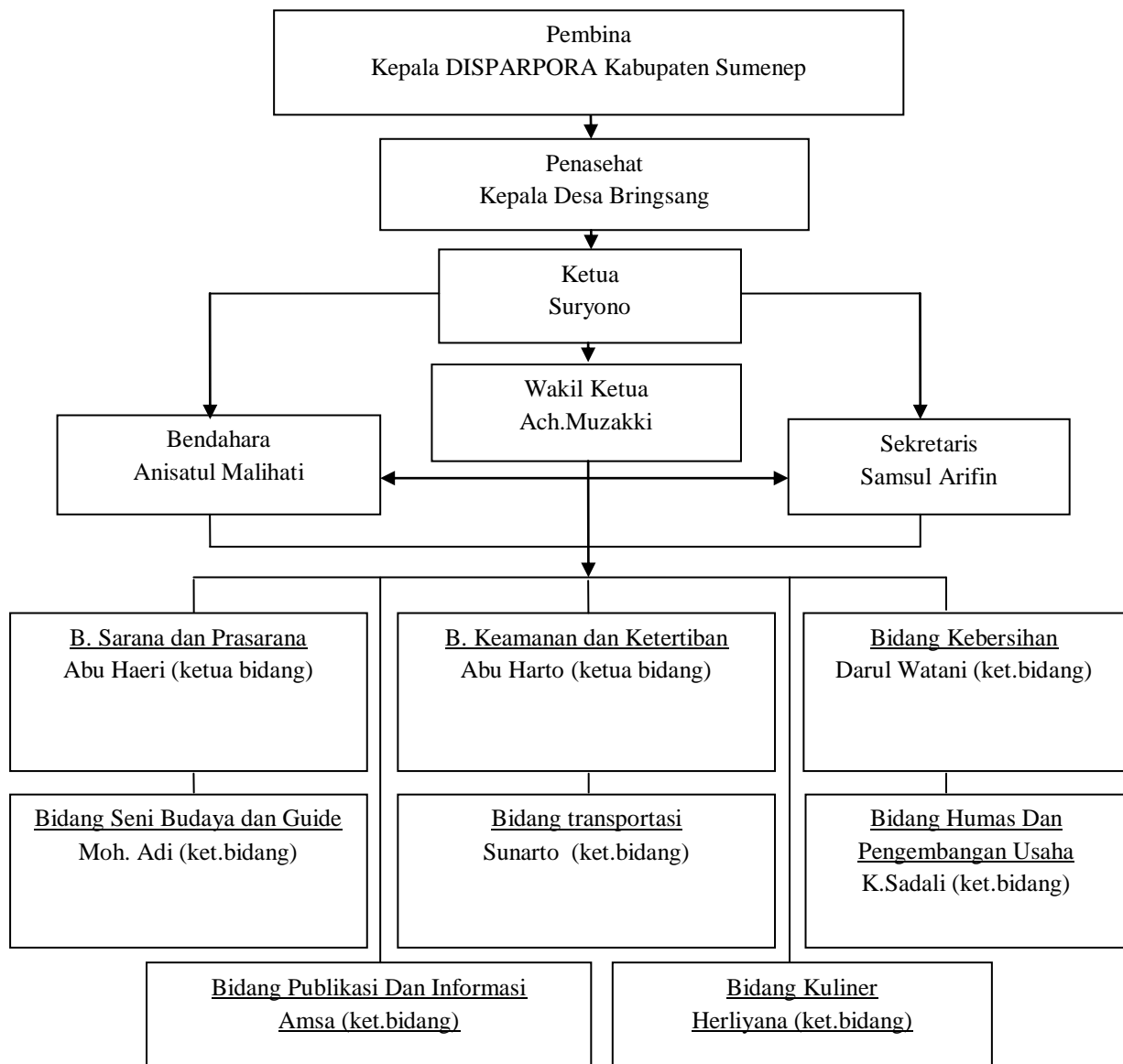
pantai menjadi tempat wisata, yang dinamakan Pantai 9, asal mula dinamakan Pantai 9 karena memiliki bibir pantai yang berbentuk seperti angka Sembilan dilihat melalui foto udara. Sampai sekarang Pantai 9 dikembangkan oleh para pengelola maupun masyarakat, sehingga Pantai 9 mengalami kemajuan yang sangat drastis. Dimana Pantai 9 sudah mempunyai berupa penghargaan wisata alam terbaik se Jawa Timur dan kunjungan wisata yang dirasa sudah maksimal untuk saat ini yang tersebar dari pelosok Indonesia dan juga Negara tetangga. Untuk menuju pantai ini, wisatawan memang

disarankan menggunakan kendaraan pribadi berupa sepeda motor karena memungkinkan diangkut menggunakan perahu penyeberangan. Jika anda datang dari arah Surabaya, Anda bisa langsung menuju Jembatan Suramadu, kemudian ke Tangkel Bangkalan, dan ke arah timur menuju Sampang dan Pamekasan.

Lokasi wisata Pantai 9 beralokasi di sebuah Desa Bringsang Kecamatan Giligenting, Madura. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan beberapa faktor, antara lain:

- a. Lokasi wisata yang strategis.
- b. Transportasi yang mendukung dan mudah di jangkau.
- c. Fasilitas yang mendukung

Gambar 1
Struktur Organisasi
SUSUNAN PENGURUS KELOMPOK SADAR WISATA
” PESONA BRINGSANG”
DESA BRINGSANG KEC. GILIGENTING KAB. SUMENEP
TAHUN 2019



Sumber: Pemdes Bringsang

Potensi Wisata Pantai 9

Keindahan laut di Pantai 9 dapat dinikmati melalui beberapa kegiatan seperti menikmati secara langsung panorama yang indah dari bibir pantai atau dari atas perahu, bermain permainan yang sudah disediakan seperti banana boat, memancing dan menggunakan spot foto yang unik. Wisata pantai 9 merupakan salah satu tempat yang memiliki pesona pantai yang berbentuk angka 9 dengan pasir yang lembut dan asri.

Daya Tarik dan Pengelolaan Wisata

Wisata Pantai 9 merupakan salah satu tujuan wisata di Madura. Keindahannya tidak hanya berupa lautan pasir putih yang ada di bibir pantai. Akan tetapi kejernihan air laut yang kerap menyapu pasir putih menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan serta fasilitas permainan dan penginapan yang sangat unik.

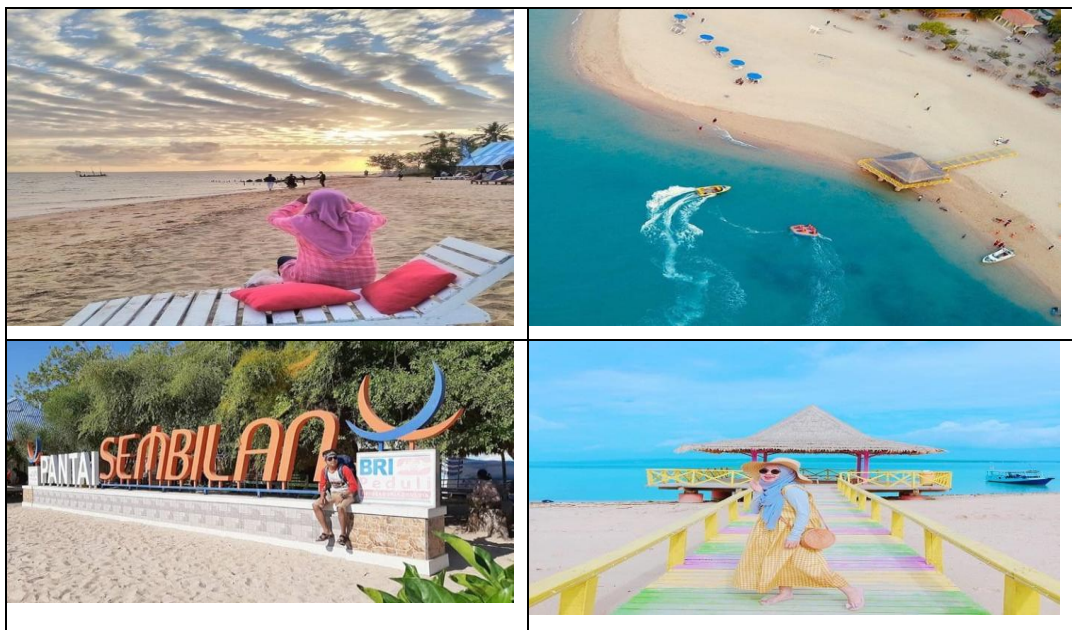
Berdasarkan hasil wawancara dari pengunjung mengenai kekurangan di pantai 9, Zamzami menyatakan:

“Semacam tempat tojuk mon teppak’ en hari-hari besar roh korang, sampe tamilih tempat, engak oreng awel juel benyaan senotop detih antrinah abit, yang dijual iya semacam sembako dan makanan-makanan seperti

rujak, bakso, nasi, mie pop mie iya minuman-minuman dan harganya sangat terjangkau dengan keadaan di pulau jika diluar pulau kemahalan. Engak mesjid osa keluar deri pantai niser bek jeuu se ajelen ke masjid, monlah malem sekunik tadek sampan, paleng saareh kadeng duwek kadeng empak sampan se gebei mole (sambil tertawa). Permainan yaa lumayan lah kayak ayunan untuk anak-anak banana boots untuk dewasa, penginapan bagus tapi serba kayu, tapi ada kasur, ac lumayan lah, yang dijual kaya rujak, nasi goreng, iyaa snack-snack deyye ruah laa. Penginapan bennyak bak, harga 500k ke bawah, soalnya setiap tanya harga berubah-ubah harga. Parkiran esabek e pelabuhan ekebeh yetarapah kiah memadai mon parkiran, mon pantaiyah sangat bersih.”

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan masih banyak kekurangan yang ada di objek wisata pantai 9 misalnya peningkatan sarana dan prasarana yang belum mendukung baik dari alat transportasi, sedikitnya orang yang berjualan dengan aneka produk yang tidak khas daerah, tempat beribadah, arena bermain, penginapan dan lopo-lopo yang kurang memadai.

Gambar 2
Pesona Wisata Pantai 9



Gambar 3

Daya Tarik dan Fasilitas Wisata



Analisis SWOT

Dari kondisi faktor pendorong dan penghambat yang telah diidentifikasi dari Objek Wisata Pantai 9, selanjutnya digunakan sebagai rumusan strategi dengan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Oportunities, Threats*) sehingga dapat menyusun strategi perencanaan pengembangan yang tepat untuk

digunakan dalam pengembangan Objek Wisata Pantai 9 sebagai upaya peningkatan jumlah kunjungan. Dalam penyusunan strategi pengembangan Objek Wisata Pantai 9 peneliti melakukan analisis SWOT dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.

Tabel 3

Matrik Interaksi Faktor Internal dan Eksternal Wisata Pantai 9

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bentuk Pantai yang unik berbentuk angka 9 ➤ Kondisi pantai yang masih asri ➤ Bentangan pasir halus dan luas ➤ Tersedia penginapan yang unik ➤ Objek wisata pantai 9 terkenal dengan julukan The Soul of Madura ➤ Tersedia spot photo yang unik 	<p>Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adanya peran investor dalam hal penanaman modal ➤ Pengembangan usaha dari masyarakat sekitar ➤ Adanya inovasi produk khas daerah ➤ Adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ➤ Mendukung visi dan misi dari Pemda setempat ➤ Kontribusi sektor pariwisata dalam menghadapi Visit Sumenep
<p>Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kurangnya sarana transportasi ➤ Kurangnya sarana dan prasarana ➤ Lapak penjual makanan dan minuman yang kurang memadai ➤ Produk makanan dan minuman yang dijual tidak memiliki keunikan ➤ Promosi yang dilakukan belum maksimal ➤ Keterbatasan Biaya dan SDM 	<p>Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata ➤ Kurangnya pelestarian lingkungan objek wisata ➤ Gaya hidup masyarakat yang terus berubah-ubah ➤ Munculnya objek wisata lainnya ➤ Kondisi iklim/cuaca yang kurang mendukung pada bulan Juli –Agustus (kondisi cuaca yang berangin) ➤ Pemda setempat yang kurang fokus terhadap pariwisata

Tabel 4

Pembobotan IFAS-EFAS yang dapat dilihat pada tabel

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
➤ Bentuk pantai yang unik berbentuk angka 9	0,1339	5	0,6695
➤ Kondisi pantai yang masih asri	0,1311	4	0,5244
➤ Bentangan pasir halus dan luas	0,1184	5	0,592
➤ Tersedia penginapan yang unik	0,1284	5	0,642
➤ Objek wisata pantai 9 terkenal dengan julukan The Soul of Madura	0,1148	4	0,4592
➤ Tersedia spot photo yang unik	0,1302	5	0,651
JUMLAH SKOR KEKUATAN			3,5381
Kelemahan			
➤ Kurangnya sarana transportasi	0,0446	1	0,0446
➤ Kurangnya sarana dan prasarana	0,0355	1	0,0355
➤ Lapak penjual makanan dan minuman yang kurang memadai	0,0364	1	0,0364
➤ Produk makanan dan minuman yang dijual tidak memiliki keunikan	0,0373	1	0,0373
➤ Promosi yang dilakukan belum maksimal	0,0328	1	0,0328
➤ Keterbatasan biaya dan SDM	0,0565	2	0,113
JUMLAH SKOR KELEMAHAN			0,2623
JUMLAH KESELURUHAN	1		3,8004

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2019

Tabel 5
Faktor Strategis External Objek Wisata Pantai 9 (EFAS)

Faktor Strategis External	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
➤ Adanya peran investor dalam hal penanaman modal	0,1213	5	0,6067
➤ Pengembangan usaha dari masyarakat sekitar	0,1306	5	0,6530
➤ Adanya inovasi produk khas daerah	0,1269	5	0,6343
➤ Adanya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi	0,1222	4	0,4888
➤ Mendukung visi dan misi dari Pemda setempat	0,1110	5	0,5550
➤ Kontribusi sektor pariwisata dalam menghadapi Visit Sumenep	0,1157	4	0,4627
JUMLAH SKOR PELUANG			3,4002
Ancaman			
➤ Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata	0,0392	1	0,0392
➤ Kurangnya pelestarian lingkungan objek wisata	0,0532	1	0,0532
➤ Gaya hidup masyarakat yang terus berubah-ubah	0,0429	1	0,0429
➤ Munculnya objek wisata lainnya	0,0420	1	0,0420
➤ Kondisi iklim/cuaca yang kurang mendukung pada bulan Juli-Agustus (kondisi cuaca yang berangin)	0,0550	2	0,1101
➤ Pemda setempat yang kurang fokus terhadap pariwisata	0,0401	1	0,0401
JUMLAH SKOR ANCAMAN			0,3274
JUMLAH KESELURUHAN	1		3,7276

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2019

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan melalui analisis SWOT, diperoleh nilai akhir dari Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman seperti terlihat pada tabel 6.

Terlihat dari hasil perhitungan tersebut bahwa Objek Wisata Pantai 9 memiliki kekuatan yang dominan dibanding kelemahannya dan peluang yang lebih besar dibanding ancamannya dengan nilai sebagai berikut:

Kekuatan – kelemahan (faktor internal) :
 $3,5381 - 0,2623 = 3,2758$

Peluang – Ancaman (faktor external) :
 $3,4002 - 0,3274 = 3,0728$

Apabila nilai-nilai tersebut dimasukkan dalam Matriks Grand Strategy terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di Obyek Wisata Pantai 9 berada di posisi Strategi Pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki

Tabel 6
Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Internal	
	➤ Kekuatan	3,5381
	➤ Kelemahan	0,2623
2	Faktor External	
	➤ Peluang	3,4002
	➤ Ancaman	0,3274

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2019

Gambar 4
Matrix Grand Strategy Objek Wisata Pantai 9



Berdasarkan pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik potong (3,27;3,07) berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Objek Wisata Pantai 9. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seperti 1) kondisi pantai menyerupai angka 9, 2) bentangan pasir halus dan luas; kondisi pantai yang masih bersih, 3) tersedia penginapan yang unik, tersedia spot photo yang menarik serta, 4) peluang yang dimiliki antara lain pengembangan usaha dari masyarakat sekitar untuk peningkatan produk wisata, 5) adanya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang dapat dijadikan alat promosi untuk Pantai 9, 6) adanya kerja sama serta ikut berperannya pihak swasta dalam hal penanaman modal, 7) kontribusi sektor pariwisata dalam menghadapi Visit Sumenep yang kemudian dapat mendukung visi dan misi dari Pemda setempat. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Pembangunan dan pengembangan Objek Wisata Pantai 9 pada dasarnya adalah menjadikan Objek Wisata Pantai 9 sebagai wisata yang lebih berkembang dengan baik

sesuai dengan visi yang pertama yaitu terciptanya objek wisata dengan kearifan lokal, bermartabat dan dengan adanya objek wisata tersebut bisa memberdayakan masyarakat sekitar dengan menambah pendapatan, misalnya dengan berjualan di area wisata Pantai 9. Dari analisis SWOT menghasilkan empat (4) kemungkinan strategi alternatif dalam mengembangkan Objek Wisata Pantai 9 sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strength and Opportunities), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (Strength) untuk memanfaatkan peluang (Opportunities), ialah:
 - Keunikan yang dimiliki Objek Wisata Pantai 9 dapat dijadikan komoditi unggulan yang dapat diandalkan dalam menghadapi Visit Sumenep sekaligus menjadi *selling point* yang unik untuk promosi ke *online*, secara gencar karena memiliki sebutan *the soul of madura*
 - Adanya sarana penginapan yang unik sehingga mengundang lebih banyak pengunjung, sehingga membuka peluang bagi masyarakat dalam usaha penyediaan kebutuhan barang dan jasa bagi pengunjung.

2. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*), ialah:

- Pemerintah menyediakan tempat pembuangan sampah, prasarana air bersih, tempat beribadah, tempat bersantai, lapak penjual makanan dan minuman yang memadai bagi masyarakat untuk membuka usaha di pantai 9, bekerja sama dengan pihak akademisi untuk menyediakan SDM berkualitas di bidang pariwisata.
- Memanfaatkan kemajuan Teknologi Informasi, dapat dilakukan promosi secara mendunia, tidak hanya berskala lokal, nasional maupun regional.
- Sebutan The Soul of Madura, menjadi pintu kesempatan bagi pemerintah untuk memperkenalkan potensi wisata pantai 9, sekaligus menjadikannya sebagai salah satu komoditi dalam menghadapi Visit Sumenep.

3. Strategi ST (*Strength and Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threats*), ialah:

- Keindahan yang dimiliki Objek Wisata Pantai 9 serta sarana penginapan yang unik menjadikannya mampu bersaing dengan objek wisata baru lainnya.
- Potensi yang dimiliki Objek Wisata Pantai 9 akan menjadi magnet wisata yang mampu menarik pengunjung.

4. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan menghindari ancaman (*threats*), ialah:

- Pemerintah mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai pentingnya pariwisata serta kebijakan untuk menjaga kelestarian objek wisata
- Peningkatan sarana dan prasarana yang gencar menjadikan Objek Wisata Pantai 9 siap bersaing dengan objek wisata baru yang lain

Berdasarkan *Matrix Grand Strategy* diperoleh fakta bahwa strategi yang tepat diterapkan dalam pengembangan Objek Wisata Pantai 9 adalah Strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*), dimana strategi ini dinilai tepat untuk objek wisata baru seperti Pantai 9.

Hasil *Matrix Grand Strategy* yang mendukung strategi agresif maka dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui strategi-strategi bersifat agresif seperti apa yang tepat untuk diimplementasikan dalam pengembangan Objek Wisata Pantai 9.

1. Dengan potensi yang dimiliki Objek Wisata Pantai 9 diharapkan dapat menjadi peluang bagi masyarakat dalam usaha penyediaan kebutuhan akan barang dan jasa bagi pengunjung.
2. Tersedianya sarana transportasi yang memadai diharapkan mampu menjadi stimulus bagi para investor untuk membuka usaha modal transportasi wisata yang dapat digunakan pengunjung ketika berkunjung ke objek wisata pantai 9.
3. Objek Wisata Pantai 9 memiliki daya tarik wisata alam pantai dengan kondisi pantai berbentuk angka 9, panorama pantai yang masih bersih, hamparan pasir luas. Dengan potensi yang dimiliki diharapkan adanya peran pemerintah untuk mengelola dan mensosialisasikan kepada masyarakat sekitar agar masyarakat memiliki pemahaman serta mempunyai kesadaran menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar objek wisata, sehingga potensi dan keunikan Pantai 9 tetap terjaga.
4. Objek wisata pantai 9 sendiri sudah memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung objek wisata tersebut diantaranya lopo-lopo, sarana MCK, fasilitas air bersih, arena bermain, sarana penginapan, serta lapak penjual makanan dan minuman, spot untuk photo. Dari fasilitas-fasilitas yang sudah tersedia beberapa diantaranya belum dapat dikatakan layak karena kondisinya yang kurang memadai. Karena itu diperlukan perbaikan sarana dan prasarana yang tepat.

5. Potensi keindahan Objek Wisata Pantai 9 dapat dijadikan komoditi unggulan yang bisa diandalkan dalam menghadapi Visit Sumenep sekaligus menjadi *selling point* yang unik untuk dipromosikan.
6. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Ada beberapa kelemahan, diantaranya adalah masih kurangnya SDM yang berkualitas dengan spesialisasi pariwisata. Dalam mengelola potensi pariwisata tersebut diperlukan SDM yang berkompetensi dibidang kepariwisataan. Karena itu perlu adanya peningkatan kuantitas dan kualitas SDM.
7. Dalam pengembangan Objek Wisata Pantai 9 di perlukan mindset pemerintah yang lebih fokus terhadap pariwisata seperti adanya kerjasama dengan instansi terkait serta di dukung dengan alokasi dana pemerintah daerah yang memadai untuk keberlangsungan pengembangan Objek Wisata Pantai 9.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan penelitian terhadap Objek Wisata Pantai 9, faktor pendorong dibagi atas dua yaitu kekuatan dan peluang serta faktor penghambat terdiri dari kelemahan dan ancaman. Faktor pendorong yang memiliki kategori sangat tinggi adalah pasir pantai yang membentuk angka 9 yang terhubung dengan lautan dan perlu adanya pengembangan usaha oleh masyarakat sekitar dengan produk unggulan daerah. Sedangkan faktor penghambat yang memiliki kategori sangat tinggi yaitu tidak tersedianya alat transportasi yang cukup memadai dan kurangnya sarana dan prasarana. Pengembangan wisata pantai 9 masih belum maksimal dan membutuhkan investor dalam mengembangkannya.
2. Perumusan strategi pengembangan Objek Wisata Pantai 9 dibuat berdasarkan pada berbagai aspek pengembangan seperti wisatawan, sarana transportasi, daya tarik objek wisata yang dimiliki, sarana dan prasana penunjang dilingkungan objek

wisata, pemanfaatan media promosi, serta didukung dengan dana dan SDM yang berkualitas; merupakan strategi pengembangan yang dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan kunjungan Objek Wisata Pantai 9 setiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zacky Siradj. Bangun Pariwisata: Perspektif Pemikiran Pontjo Sutowo.. YCPI
- La Ode Unga. Kartini. 2011. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda. Tesis. Makassar. Program Studi perencanaan dan Pengembangan Wilayah. Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar.
- Oka A. Yoeti.1997 Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya Paramita. Jakarta
- Sugiono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Undang-undang NO 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata
- Undang-undang No. 1 Tahun 2014 tentang pengelolaan wilayah pesisir dan pulau kecil
- Arobiya. 2018. Dampak kunjungan wisata Pantai 9 terhadap pendapatan ekonomi masyarakat di Desa Bringsang Kecamatan Giligenting. Universitas Wiraraja.
- Malia, dkk. 2018. Analisis Kontribusi Pantai 9 dalam Visit Sumenep 2018. Universitas Islam Madura.
- Tapatfeto, dkk, 2018. Strategi Pengembangan Objek Wisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS)
- Arfiyanto, dkk. 2017. Pilihan Strategi Pengembangan Wisata Gili Labak Kecamatan Talango Kabupaten Sumenep. Universitas Wiraraja.