

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pariwisata adalah proses manusia untuk berpindah dari tempat satu ke tempat yang lain. Pariwisata melibatkan interaksi antara sosial budaya, ekonomi dan lingkungan dengan tujuan untuk bisnis, hiburan atau tujuan pribadi. Pariwisata juga menjadi salah satu kebutuhan manusiawi yang dimiliki oleh masyarakat di seluruh dunia. Pariwisata dalam arti lain adalah suatu proses berpergian sementara dari seseorang atau lebih menuju suatu destinasi atau tempat lain di luar tempat tinggalnya. Kegiatan ini bisa didorong atas rasa ingin tahu atas hal yang baru atau baik dari berbagai kepentingan pribadi lainnya. Dengan demikian perjalanan wisata adalah perjalanan yang dilakukan untuk memenuhi hasrat keingin tahuannya melalui kegiatan olahraga, kesehatan, keagamaan atau hanya menikmati suatu tempat saja.

Pariwisata di Indonesia didukung dengan adanya sumber daya alam Indonesia yang melimpah dan memiliki prospek baik untuk masa depan maupun masa sekarang dalam bentuk ketersediaan lahan yang subur, kekayaan tambang, beragam hasil bumi, sumber daya berupa pemandangan dan daya tarik alam serta sumber daya hasil hutan. Potensi sumberdaya akan sangat disayangkan apabila tidak diolah dengan benar, potensi sumberdaya ini dapat dimanfaatkan sumber pendapatan masyarakat lokal

apabila diolah dengan prinsip yang benar. Prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya pariwisata dapat ditunjukkan dengan pengolahan yang memperhatikan keberlanjutan lingkungan, memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, tidak eksploitatif dan melakukan kegiatan konservasi. Tidak hanya sumber daya alam yang dapat dijadikan potensi pariwisata namun mengingat negara kita terdiri dari beragam budaya, suku bangsa, bahasa dan adat istiadat maka daya tarik budaya dan daya tarik sejarah dapat dijadikan sebagai potensi pariwisata yang ada di Indonesia.

Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 mengenai Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS) 2010–2025 mengatur berbagai aspek terkait destinasi pariwisata, antara lain:

- a. Pengembangan daya tarik wisata atau atraksi
- b. Pembangunan sarana dan prasarana
- c. Penyediaan fasilitas umum
- d. Pembangunan lokasi wisata
- e. Pemberdayaan masyarakat setempat

Pariwisata adalah sektor yang berkembang dengan potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan, memperbaiki kualitas hidup, serta mendukung sektor lain yang lebih produktif (Nurisyah et al., dalam Hasegawa dan Umilia, 2017). Dengan demikian, sektor pariwisata berkontribusi pada peningkatan pendapatan asli daerah serta memperkuat daya saing suatu wilayah. Pariwisata berkelanjutan adalah satu satunya

industri yang tidak menimbulkan polusi dan menimbulkan limbah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Khan et al., (2021) pariwisata yang terkait dengan inti pembangunan berkelanjutan mempunyai dampak dalam ekonomi, sosial dan lingkungan. Pada masa kini pariwisata berkelanjutan merupakan salah satu cara pengelolaan modern untuk industri pariwisata. Jadi industri pariwisata apabila dikembangkan dengan aspek berkelanjutan diharapkan dapat memenuhi tujuan tujuan pembangunan berkelanjutan dan dapat memberikan manfaat pada masyarakat Indonesia.

Dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, terdapat tiga aspek utama yang dipengaruhi, yaitu ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup di kawasan pariwisata. Dengan dikembangkannya daerah pariwisata harapannya akan meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat lokal, peningkatan sosial budaya dengan menjaga kondisi sosial dan menjaga kelestarian budaya serta menjaga kelestarian lingkungan (Qodriyatun, 2019). Pariwisata di Indonesia berbagai macam bentuk dan sumbernya, kekayaan alam dan budaya yang dimiliki Indonesia merupakan modal penting dalam industri pariwisata. Keanekaragaman ini bisa berupa kekayaan alam, pemandangan dari suatu tempat tertentu, kondisi sebuah tempat tertentu, sumber daya kultural dan daya tarik keistimewaan makanan.

Pemerintah sebagai penyelenggara negara dituntut untuk peduli dengan pembangunan pariwisata berkelanjutan karena pariwisata berkelanjutan adalah salah satu dari wujud tujuan negara, yaitu mensejahterakan seluruh warga negara Indonesia.

Sektor swasta juga memiliki kesempatan dalam melakukan pembangunan pariwisata berkelanjutan, dalam industri pariwisata sektor swasta memiliki peran penting untuk menyediakan akomodasi dan fasilitas yang memadai. Dengan diberlakukannya UU No. 23 Tahun 2013 yang mengatur tentang pelaksanaan otonomi daerah dan UU No. 1 Tahun 2002 yang mengatur tentang hubungan keuangan antara pemerintah pusat dan daerah, dalam hal ini pemerintah daerah memiliki kesempatan besar untuk melakukan pengelolaan dalam lingkup wilayahnya sendiri. Serta memungkinkan pemerintah daerah untuk memanfaatkan potensi wisata daerah sebagai sumber pendapatan daerah, memberdayakan masyarakat dan meningkatkan lapangan pekerjaan di daerah. Dalam hal ini menurut Pasal 10 dan 11 UU No. 10 Tahun 2009 pemerintah dapat berkolaborasi dengan pihak lain/swasta yang terkait dalam hal penanaman modal dan penelitian dalam mengembangkan pembangunan daya tarik pariwisata. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 5, daya tarik wisata diartikan sebagai suatu entitas yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai, yang mencakup berbagai sumber daya alam, budaya, serta karya manusia, dan menjadi pusat perhatian bagi para wisatawan.

Pada pelaksanaan otonomi daerah yang salah satunya mencakup kegiatan pariwisata, pemerintah daerah di seluruh Indonesia dapat melakukan pengelolaan potensi wisata yang mereka miliki. Hal ini bertujuan agar pemerintah daerah memiliki tambahan pendapatan, menyediakan lapangan pekerjaan dan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Hal ini juga dapat dilakukan dengan kolaborasi antara pemerintah

daerah dengan investor investor swasta ataupun dengan masyarakatnya sendiri. Dalam melaksanakan kegiatan kepariwisataan pemerintah daerah dapat mengelola aset yang dimiliki oleh pemerintah daerah sendiri atau berkolaborasi dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki oleh masyarakat atau swasta, pemerintah melalui Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait melakukan perencanaan, penyusunan dan implementasi strategi/program/kebijakan. Strategi atau kebijakan ini juga disusun dengan melibatkan beberapa pemangku kepentingan yang disesuaikan dengan isu kepariwisataan di daerah tersebut.

Salah satu contohnya adalah Pemerintah Kabupaten Trenggalek. Kabupaten ini berada di ujung selatan Pulau Jawa sehingga memiliki pantai-pantai yang indah dan mempesona. Selain itu, letaknya yang berada di kaki Gunung Wilis menjadikan Trenggalek kaya akan potensi wisata alam yang beragam. Daya tarik wisata ini juga didukung atas letak geografis Kabupaten Trenggalek yang dikelilingi oleh beberapa kota besar dan dilewati oleh jalur lintas selatan yang terbentang dari timur hingga barat Pulau Jawa. Selain dari potensi sumberdaya alam, Kabupaten Trenggalek juga memiliki potensi Budaya, di antaranya ada Tari Jaranan Turonggo Yakso, Tradisi Nyadran Dam Bagong, Tradisi Longkangan dan Tradisi Labuh Larung Sembonyo yang setiap tahun diadakan berdasarkan kalender Jawa kuno (Handriyana et al., 2023; Agustin, 2022; Rosita & Wahyuningtyas, 2018). Untuk melaksanakan urusan kepariwisataan ini Pemerintah Kabupaten Trenggalek yang direpresentasikan dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memiliki beberapa langkah dan strategi dalam

mengelola pariwisata di Trenggalek, diperlukan keseriusan dari pemerintah setempat serta kolaborasi dengan berbagai pihak termasuk masyarakat dan swasta dalam mewujudkan pariwisata yang unggul. Agustin, (2022) mengungkapkan bahwa Kabupaten Trenggalek mempunyai sumberdaya alam dan sumberdaya sosio kultural yang melimpah, potensi tersebut didapatkan dari perpaduan sejarah Kebudayaan Mataraman dan Kebudayaan Islam sehingga mewujudkan sosio kultural sekarang yang dipadukan dengan sumberdaya alam di Trenggalek.

Sumberdaya alam dan sumberdaya sosio-kultural ini menciptakan beberapa destinasi wisata di Kabupaten Trenggalek. Adanya kolaborasi dari kedua hal ini menciptakan daya tarik terhadap wisatawan yang dimanfaatkan oleh masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Trenggalek untuk membentuk sebuah kawasan wisata. Jenis wisata di Kabupaten Trenggalek bermacam macam hal ini juga dipengaruhi topografi Kabupaten Trenggalek yang memiliki pegunungan dan pantai.

Berikut merupakan kunjungan pada obyek wisata pada periode 2016 – 2020 di Kabupaten Trenggalek. Tercatat pada data ini ada beberapa destinasi pariwisata rintisan yang baru tercatat pada periode 2016 – 2020. Beberapa destinasi wisata sudah berdiri sebelum tahun 2016 memiliki tingkat kunjungan bervariasi, obyek wisata mengalami tren naik hingga pada tahun 2019 dan 2020 yang di mana terjadi pandemi Covid-19 yang memengaruhi kunjungan wisata. Pantai Karanggongso juga memiliki tren konsisten terbanyak pada jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Trenggalek. Tabel 1.1 berikut menunjukkan kunjungan wisata pada periode 2016 – 2020.

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisata Kabupaten Trenggalek Tahun 2016 – 2020

No.	Nama Obyek Wisata	2016	2017	2018	2019	2020	Jumlah	Persenatase
1	Pantai Pelang	50,335	60,606	127,869	55,459	34,137	328,406	9.47%
2	Pantai Prigi	77,258	98	175,997	85,676	53,265	490,196	14.14%
3	Pantai Karanggongso	393,903	436,847	434,445	368,948	180,362	1,814,505	52.32%
4	Goa Lowo	34,344	28,062	48,349	25,641	5,592	141,988	4.09%
5	Kolam Renang Tirta Jwalita	41,007	45,155	44,818	40,446	5,527	176,953	5.10%
6	Wisata Goa Ngerit	0	0	0	24,167	24,236	48,403	1.40%
7	Desa Wisata Banyu Nget	0	0	16,19	4,409	916	21,515	0.62%
8	Desa Wisata Durensari	0	0	0	4,845	2,092	6,937	0.20%
9	Desa Wisata Putri Maron	0	0	0	8,422	1,991	10,413	0.30%
10	Pantai Cengkronng	0	0	0	29,876	4,311	34,187	0.99%
11	Pantai Mutiara	0	0	0	48,028	77,153	125,181	3.61%
12	Rumah Apung	0	0	0	8,499	5,29	13,789	0.40%
13	Wisata Tebing Linggo	0	0	0	26,201	16,971	43,172	1.24%
14	Waterpark Bukit Jaas	0	0	0	3,176	594	3,77	0.11%
15	Hutan Mangrov	0	0	0	0	8,38	8,38	0.24%
16	Wisata Budaya	0	0	0	199,98	0	199,98	5.77%
	Jumlah Total	596,85	668,67	847,67	933,77	420,82	3,467,775	100.00%

Sumber : Renstra Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek 2021-2026

Dapat dilihat dari tahun 2016 hingga tahun 2020 kunjungan wisatawan di Pantai Karanggongso konsisten menjadi obyek wisata yang paling banyak dikunjungi di Kabupaten Trenggalek. Seluruh kunjungan wisata ke Kabupaten Trenggalek pada periode tersebut sebanyak 52,32% menuju wisata Pantai Karanggongso. Namun, terjadi penurunan pada tahun 2020 karena pandemi Covid-19 pada saat itu. Hingga saat ini kenaikan kunjungan wisata tidak bisa sebanyak periode tersebut yang mencapai 400.000 kunjungan wisata. Pada grafik 1.1 berikut menunjukkan data jumlah kunjungan wisata pada destinasi wisata di Kabupaten Trenggalek tahun 2022. Grafik tersebut menunjukkan perbandingan jumlah pengunjung di beberapa objek daya tarik wisata, dengan Pantai Karanggongso dan Pantai Mutiara sebagai destinasi wisata yang memiliki pengunjung paling banyak, masing masing dikunjungi lebih dari 100.000 pengunjung. Di sisi lain, ada beberapa destinasi yang memiliki jumlah pengunjung lebih rendah seperti Wisata Banyu Lumut dan Desa Wisata Durensari. Data ini memberikan Gambaran terkait kunjungan wisata sepanjang tahun 2022.

Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisata 2022

Jumlah Kunjungan Wisata 2022		
Obyek Wisata	Jumlah Kunjungan (Ribu)	Persentase (%)
Wisata Banyu Lumut	2.816	0,49
KR. Taman Waroe	10.031	1,75
KR. Banyu Lumut	11.300	1,97
Hutan Mangrove	18.048	3,15
Waterpark Bukit Jaas	7.242	1,26
Wisata Tebing Linggo	6.655	1,16
Rumah Apung	7.172	1,25
Pantai Mutiara	126.581	22,07
Desa Wisata Durensari	2.359	0,41
Wisata Goa Ngerit	5.046	0,88
KR. Tirta Jwalita	29.876	5,21
Goa Lowo	13.381	2,33
Pantai Karanggongso	238.786	41,62
Pantai Prigi	59.297	10,34
Pantai Pelang	35.078	6,11
	573.668	100,00

Sumber : Satu Data Kab.Trenggalek (Diolah peneliti)

Pada tahun 2022 tercatat ada sebanyak 573.668 kunjungan dalam satu tahun. Seperti yang terdapat pada tabel 1.2 di atas kunjungan wisatawan pada tahun 2022 di Pantai Karanggongso yang berada di Kecamatan Watulimo memiliki total kunjungan sebanyak 238.786 kunjungan atau 41,62% dari total kunjungan wisata, sedangkan daya tarik wisata kedua terbesar jumlah kunjungannya adalah Pantai Mutiara yang juga terletak di Kecamatan Watulimo sebanyak 126.581 kunjungan atau 22,07% dari total

kunjungan wisata, kunjungan terbesar ketiga terbesar masih terletak dalam kecamatan yang sama Kecamatan Watulimo, yaitu Pantai Prigi sebanyak 59.297 kunjungan atau 10,34% dari total kunjungan wisata pada tahun 2022.

Keseriusan pemerintah daerah dan masyarakat lokal dalam mengembangkan industri pariwisata mengalami peningkatan pesat. Menurut penelitian Muzaki (2017), ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan para wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata di antaranya adalah akses ke lokasi wisata, daya tarik wisata, sarana prasarana dan biaya wisata. Meski demikian, pada kunjungan pada obyek wisata tertentu tetap stabil bahkan mengalami peningkatan, khususnya pada obyek wisata pantai di Kabupaten Trenggalek. Daya tarik pariwisata pantai seakan tidak mengalami penurunan di Kabupaten Trenggalek.

Pada tahun 2023 Pantai Karanggongso dan Pantai Mutiara terus mendominasi sebagai tujuan utama wisatawan, sedangkan beberapa destinasi wisata lain mengalami variasi jumlah kunjungan wisatawan. Pantai Karanggongso dan Pantai Mutiara tercatat dengan jumlah kunjungan di atas 300.000 wisatawan, sedangkan destinasi wisata lain menunjukkan tingkat kunjungan yang bervariasi namun cenderung lebih rendah dari jumlah kunjungan menuju Pantai Karanggongso dan Pantai Mutiara. Grafik 1.2 berikut adalah data yang menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan pada destinasi wisata di Kabupaten Trenggalek periode 2023.

Tabel 1. 3 Jumlah Kunjungan Wisata 2023

Jumlah Kunjungan Wisata 2023		
Obyek Wisata	Jumlah Kunjungan (Ribu)	Persentase (%)
Desa Wisata Pandean	9.687	1,04
KR. Taman Waroe	6.859	0,74
KR. Banyu Biru	12.953	1,40
Wisata Hutan Mangrove	30.761	3,31
Waterpark Jaas Permai	6.928	0,75
Wisata Tebing Linggo	5.615	0,60
Rumah Apung	4.856	0,52
Pantai Mutiara	322.092	34,70
Desa Wisata Durensari	4.150	0,45
KR. Sumber Agung	4.922	0,53
Goa Ngeret	2.951	0,32
Goa Lowo	10.539	1,14
Pantai Karanggongso	395.316	42,59
Pantai Prigi	67.097	7,23
Pantai Pelang	30.603	3,30
Wisata Lainnya	12.786	1,38
	928.115	100,00

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek (diolah peneliti)

Pada tabel 1.3 di atas tahun 2023 jumlah wisatawan di Kabupaten Trenggalek mengalami kenaikan yang signifikan, tercatat menurut data dari Disparbud Kabupaten Trenggalek wisatawan pada tahun 2023 menyentuh angka 928.115 kunjungan. Hal ini hampir dua kali lipat dari total kunjungan wisata pada periode 2022. Salah satu yang mengalami peningkatan secara signifikan adalah Pantai Karanggongso dan Pantai Mutiara yang terletak di Kecamatan Watulimo. Jumlah kunjungan wisata di Pantai Mutiara naik hingga 162% dibanding tahun 2022, yaitu sejumlah 322.092 kunjungan atau 34,70% dari total kunjungan, sedangkan pada Pantai Karanggongso naik sekitar 65%, yaitu sejumlah 395.316 atau 42,59% dari total kunjungan pada tahun 2023.

Hal ini menandakan bahwa pengelolaan potensi wisata di Kabupaten Trenggalek berangsur angsur membaik. Namun sayangnya, beberapa potensi wisata yang berkembang di Kabupaten Trenggalek tidak dapat dikelola secara maksimal oleh pemerintah setempat karena masalah kepemilikan tanah. Beberapa potensi wisata berada di tanah milik warga dan ada juga yang berada di tanah milik perhutani sehingga memperlambat pemerintah Kabupaten Trenggalek untuk turun tangan mengembangkan potensi wisata tersebut.

Pemerintah Kabupaten Trenggalek memiliki cara dan strategi tersendiri dalam mengelola dan membina daya tarik wisata yang tidak berdiri dalam kepemilikan pemerintah Kabupaten Trenggalek atau dikelola oleh pihak ketiga seperti LSM, Pokdarwis, Perusahaan Swasta atau Perorangan. Strategi atau cara ini jelas berbeda dengan strategi yang digunakan pada obyek wisata yang dikelola oleh Pemerintah

Kabupaten Trenggalek, Namun Disparbud juga tidak menutup mata dengan potensi potensi wisata lain di Kabupaten Trenggalek.

Pemerintah Kabupaten Trenggalek dapat memberikan intervensi langsung kepada obyek wisata yang berdiri pada aset pemerintah daerah. Pantai Karanggongso berdiri pada lahan milik Perhutani meski begitu, ada perjanjian kerjasama yang di mana pemerintah Kabupaten Trenggalek dapat mengelola secara penuh dari obyek wisata Pantai Karanggongso ini sehingga memungkinkan pemerintah daerah dalam wewenang Disparbud dapat memberikan intervensi langsung dalam mengelola, meningkatkan dan menjaga daya tarik wisata di Pantai Karanggongso. Pantai Karanggongso adalah salah satu pantai yang dapat dikunjungi melalui Jalan Lintas Selatan, pembangunan jalan lintas selatan ini berada di pada tepi Pantai Karanggongso sehingga dapat menciptakan peluang, dan kekuatan yang baru (SIDITA JATIMPROV, 2025). Pantai Karanggongso adalah salah satu pantai yang konsisten terbanyak dikunjungi oleh wisatawan dan juga menjadi obyek wisata unggulan di Kabupaten Trenggalek, Pantai Karanggongso sebagai salah satu daya tarik wisata yang dapat menambah pendapatan asli daerah Kabupaten Trenggalek.

Meski berada dibawah pengelolaan Pemerintah Kabupaten Treggalek, Pantai Karanggongso masih memiliki beberapa kekurangan yang terdapat pada obyek wisata. Seperti pada bibir Pantai Karanggongso tidak terdapat papan pemberitahuan seperti papan infomasi cuaca terkini, tempat penjaga pantai, tenda darurat dan larangan untuk tidak berenang ketika ombak sedang tinggi. Hal ini memang terkesan sepele namun hal

ini dapat memberikan rasa aman kepada wisatawan untuk berwisata ke daerah pantai, khususnya pantai selatan yang terkenal dengan ombak yang tinggi. Pantai Karanggongso juga langsung berbatasan dengan samudera sehingga rawan terjadi ombak yang datang secara tiba tiba.



Gambar 1. 1 Garis Pantai Karanggongso

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dituntut untuk tanggap dalam kondisi seperti ini, apalagi Pantai Karanggongso adalah salah satu pantai unggulan yang sering dikunjungi oleh wisatawan. Strategi yang lebih matang diperlukan untuk memaksimalkan potensi wisata yang dimiliki oleh Pantai Karanggongso ini. Terlebih lagi, daerah wisata Pantai Karanggongso dikelola langsung oleh Pemerintah Kabupaten sehingga dinas terkait dapat memberikan intervensi secara langsung terkait peningkatan dan pengembangan daya tarik Pantai Karanggongso.

Terlebih lagi, pada tahun 2022 telah dibangun salah satu Proyek Strategis Nasional (PSN), yaitu jalur lintas selatan yang menghubungkan garis Pantai Selatan Jawa, Pantai Karanggongso adalah salah satu pantai yang dilewati oleh jalur lintas selatan ini. Jalur lintas selatan ini terhubung dari arah timur, yaitu Kabupaten Tulungagung yang langsung berbatasan dengan Kabupaten Trenggalek dan berlanjut hingga Kabupaten Pacitan di sebelah barat. Hal ini dapat membuka potensi wisatawan baru dari luar kota. Adanya jalur lintas selatan ini juga dapat memangkas waktu tempuh menuju Pantai Karanggongso sehingga dengan adanya kesempatan kesempatan seperti ini pihak pengelola harus bisa memanfaatkan peluang yang ada. Tercatat meski dengan adanya jalur lintas selatan dengan akses yang baik dan dengan waktu tempuh yang lebih singkat. Hal ini tentunya memerlukan pendekatan dan strategi baru dalam pengelolaan dan peningkatan daya tarik wisata Pantai Karanggongso.



Gambar 1. 2 Kondisi Jalur Lintas Selatan dari Arah Tulungagung

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Secara garis besar, strategi pengembangan wisata di Kabupaten Trenggalek sudah tertuang pada Perda Kabupaten Trenggalek No 26 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah. Namun, pada keberjalanannya strategi yang telah dituangkan menjadi Perda tersebut masih memiliki kekurangan dan belum berjalan optimal. Hal ini memerlukan beberapa penyesuaian dan peningkatan agar sesuai dengan perkembangan zaman dan dapat menarik minat pengunjung. Dalam menyusun strategi pengembangan wisata yang tepat dan berkelanjutan juga harus melibatkan segala kelompok baik pemerintah, masyarakat, swasta dan kelompok kelompok tertentu sehingga strategi yang dirumuskan dapat membawa keberlanjutan bagi lingkungan, sosial masyarakat, dan ekonomi. Serta membawa citra baik bagi pemerintah dan sebagai salah satu penyumbang pendapatan asli daerah.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pantai Karanggongso dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menggambarkan secara teoritis strategi yang paling efektif dalam mengembangkan daya tarik pariwisata, khususnya di obyek wisata Pantai Karanggongso. Peneliti ingin mengeksplorasi strategi yang sesuai untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan menggunakan analisis pada teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli.

Penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*), yang di mana alat analisis ini mempertimbangkan kondisi dari eksternal dan internal dari Pantai Karanggongso, alat analisis ini menggunakan kerangka kerja yang sederhana namun mendalam dalam menentukan sebuah strategi

terbaik. Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan analisis SWOT sebagai alat evaluasi untuk seluruh aspek organisasi dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Selanjutnya, Gitosudarmo (2001) mengemukakan bahwa terjemahan dari analisis SWOT, yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dan meningkatnya menjadi “KEKEPAN” metode ini mengharuskan kita melakukan introspeksi menyeluruh. Pertama, kita perlu mengidentifikasi aset dan sumber daya yang kita miliki. Selanjutnya, penting untuk mengenali kelemahan internal, baik pada tingkat individu maupun organisasi. Kita juga dituntut untuk peka terhadap peluang yang muncul di sekitar kita. Terakhir, kita harus mampu menganalisis berbagai bentuk tantangan eksternal, termasuk ancaman, gangguan, dan hambatan yang mungkin kita hadapi di masa depan. Hal ini selaras dengan teori Bryson et al. (2007) juga menekankan pentingnya strategi pengembangan. Dalam pendekatan ini, fokus utama diberikan pada pengkajian faktor-faktor internal dan eksternal serta model pengembangan berdasarkan sumberdaya yang dimiliki sebagai dasar perumusan strategi, pada model ini disebutkan bahwa identifikasi sumberdaya baik sumberdaya manusia dan sumberdaya yang dimiliki organisasi sangat penting dalam menentukan tujuan strategis khususnya untuk strategi jangka panjang.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

1. Penyelenggaraan kegiatan pariwisata di Pantai Karanggongso perlu dilakukan penyesuaian, beberapa permasalahan seperti belum adanya papan informasi dan pembertitahuan di sekitar bibir Pantai Karanggongso serta adanya timbulan sampah yang kurang mendapat perhatian. Mengingat besarnya potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut pada obyek wisata Pantai Karanggongso serta didukung dengan munculnya koridor Jogja-Prigi-Biltar-Malang dan peluang peluang baru lainnya yang seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik.
2. Pantai Karanggongso, sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Trenggalek, memerlukan strategi yang efektif untuk pengelolaan dan peningkatan daya tariknya. Dalam upaya tersebut, perlu mempertimbangkan berbagai faktor, seperti keunggulan, kelemahan, peluang, dan potensi ancaman yang ada.

1.3 PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal Pantai Karanggongso ?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan daya tarik Pantai Karanggongso ?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis Kondisi Terkini dari Pantai Karanggongso Berdasarkan Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Pantai Karanggongso.
2. Memberikan Analisis Strategi Peningkatan Daya Tarik Pantai Karanggongso oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini menyajikan informasi, pengetahuan dan sumbangan ilmiah untuk pengembangan ilmu administrasi publik dan pengembangan Pariwisata Berkelanjutan khususnya untuk Pemerintah Kabupaten Trenggalek.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan, ilmu dan informasi mengenai pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Trenggalek

2. Bagi Instansi

Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan untuk mengkaji pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Trenggalek serta sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait sektor pariwisata di Kabupaten Trenggalek.

1.6 KERANGKA TEORITIS

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Purwohandoyo el al., (2020) meneliti tentang formulasi strategi pengembangan pariwisata perdesaan di Kawasan Lereng Merapi, ditemukan bahwa dari 12 desa wisata yang dianalisis sebagian terletak pada kuadran satu dan menunjukkan potensi kuat untuk dilakukan pengembangan. Satu desa berada pada kuadran dua dan dua desa berada pada kuadran empat, sedangkan tidak ada desa yang berada pada kuadran tiga. Penelitian ini merumuskan strategi pengembangan desa wisata yang dilakukan melalui dua pendekatan utama. Pertama, penguatan internal yang berfokus pada perbaikan berbagai aspek seperti meningkatkan daya tarik wisata, memperbaiki akses menuju lokasi, membenahi infrastruktur pendukung, meningkatkan kualitas pengelolaan, dan menerapkan sistem pengurangan risiko bencana. Kedua, peningkatan kapasitas eksternal yang meliputi pengembangan strategi pemasaran yang efektif, membangun dan memperluas jaringan investasi, serta menerapkan sistem mitigasi bencana. Rekomendasi ini khususnya ditujukan untuk desa wisata Pancoh, Dukuh, dan Garongan yang berada pada kuadran dua dan empat.

Riantoro dan Aninam (2021) melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan Hutan Bakau Kormun Wasidori di kawasan Arfai, Manokwari Selatan. Dalam studi ini, mereka mengidentifikasi serta menilai berbagai faktor

internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata tersebut. Data dikumpulkan melalui tiga metode, yaitu penyebaran kuesioner, dokumentasi, dan observasi langsung di lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT kuantitatif untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat.

Rhama et al., (2018) menganalisis pengembangan pariwisata berkelanjutan dari perspektif ekowisata di Provinsi Kalimantan Tengah. Ekowisata adalah pengembangan wisata berbasis kelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Penelitian ini menganalisis terkait regulasi dan kebijakan dalam pengembangan pariwisata daerah. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rencana pengembangan pariwisata di Kalimantan Tengah belum sepenuhnya menerapkan prinsip prinsip ekowisata. Masih ada beberapa keterbatasan seperti keterlibatan masyarakat lokal, ekonomi masyarakat berbasis sumberdaya serta penjagaan terhadap lingkungan. Penelitian ini berkontribusi kepada peneliti dalam memberikan sudut pandang dari sisi ekowisata dan regulasi, adanya regulasi yang dibuat oleh pemerintah dapat memengaruhi partisipasi masyarakat yang menjadi topik utama dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa adanya intervensi pemerintah dalam hal kebijakan, regulasi ataupun program kepariwisataan akan berpengaruh terhadap perilaku masyarakat, namun masyarakat juga dapat menyambut baik

apabila pemerintah dapat menentukan strategi pengelolaan dan pengembangan daya tarik wisata yang pas dan berkelanjutan.

Edison et al. (2020), meneliti Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Sanghyang Kenit Desa Rajamandala Kulon Bandung Barat, yang menganalisis daya tarik wisata alam menggunakan analisis SWOT dan Uji Litmus, dalam penelitian ini juga menjelaskan bagaimana faktor pendorong dan faktor penghambat yang sayangnya pada faktor pendorong belum bisa dimanfaatkan dengan baik oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung. Dalam penelitian ini dijelaskan komponen komponen pariwisata dari Sanghyang Kenit yang berisikan keunikan, keaslian, kelangkaan, nilai bagi wisatawan, atraksi, aksesibilitas dan fasilitas. Penelitian ini berkontribusi untuk memberikan gambaran awal bagi peneliti dalam mengembangkan metode SWOT dan Uji Litmus.

Abdullah (2015) meneliti pendekatan SWOT di Obyek Wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo mengungkapkan bahwa objek wisata tersebut berada pada posisi strategis dengan potensi pengembangan signifikan. Penelitian ini memberikan rekomendasi perluasan dan peningkatan daya tarik wisata melalui perencanaan sistematis, dukungan pengelola, dan pendanaan yang memadai.. Penelitian ini berguna dalam memberikan sudut pandang yang sama, yaitu analisis SWOT dan Kuadran SWOT, namun pada penggunaan

analisis yang berbeda. Dalam penelitian ini juga berguna untuk peneliti sebagai gambaran awal bagaimana kerangka kerja SWOT dan Kuadran SWOT.

Dalam penelitian terdahulu, selain membahas tentang strategi, peran masyarakat, perencanaan, dan analisis SWOT. Penelitian terdahulu juga memberikan sudut pandang yang bermacam macam kepada peneliti ada dari masyarakat, pengelola, pemerintah dan lain lain. Selain itu, penelitian terdahulu berkontribusi dalam memberikan ilmu kepada peneliti tentang penggunaan analisis SWOT yang dapat diterapkan pada analisis yang mendalam. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode, beberapa penelitian terdahulu di atas masih menggunakan analisis SWOT secara kualitatif, sedangkan pada penelitian ini digunakan analisis SWOT secara kuantitatif. Selanjutnya, terletak pada fenomena dan lokus penelitian, yaitu pada Pantai Karanggongso, penelitian penelitian sebelumnya belum ditemukan penelitian yang membahas fenomena dan berlokus yang sama seperti penelitian ini

1.6.2 Konsep Strategi

Strategi menurut Matloff (dalam Salusu, 1996) yang berarti *State of The General* atau seni dari jenderal yang memang masih sering disangkut pautkan dengan zaman Yunani kuno. Jenderal yang baik mengatur strategi baik dari pasukan, sumberdaya militer, logistik dan sumberdaya lainnya. Dalam konsep strategi modern Matloff mengemukakan bahwa definisi yang luas seperti jenderal Yunani tidak lagi tepat dan sesuai, strategi modern diperkenalkan pada

zaman modern. Menurut pandangan Shirley (dalam Salusu, 1996), strategi dapat dipahami sebagai serangkaian keputusan dalam organisasi yang membangun dan menunjukkan arah serta target organisasi tersebut. Lebih lanjut, Shirley menjelaskan bahwa strategi mencakup seluruh langkah yang telah ditetapkan sebagai panduan terencana organisasi. Untuk melengkapi definisi tersebut, Shirley menekankan bahwa strategi pada dasarnya merupakan rangkaian keputusan terarah yang secara menyeluruh dibutuhkan dalam pencapaian tujuan organisasi.

Ohmae (dalam Salusu, 1996) yang juga sering dijuluki sebagai “*Mr. Strategy*” dari Jepang mengatakan bahwa adanya suatu rencana kerja adalah untuk memaksimalkan kekuatan suatu pihak untuk menghadapi sesuatu dalam sebuah lingkungan organisasi. Adanya strategi adalah untuk memilah dan menghadapi peluang yang tersedia untuk meningkatkan peran dan mempersempit kemungkinan kerugian yang akan dihadapi. Dalam perkembangannya, riset mengenai strategi merambah secara luas, hingga Hax dan Majluf (dalam Salusu, 1996) memberikan kesimpulan tentang definisi komperhensif strategi, Strategi dapat dipahami dalam beberapa aspek utama yang menjadi poin penting adalah :

- a. Strategi merupakan rangkaian keputusan yang saling berkaitan, terpadu, dan membentuk satu kesatuan yang utuh.

- b. Strategi berperan sebagai komponen penting dalam proses pencapaian tujuan jangka panjang organisasi, sekaligus berfungsi sebagai cerminan program organisasi dan panduan dalam menentukan prioritas penggunaan sumber daya.
- c. Strategi berperan dalam pembagian dan penentuan bidang-bidang operasional yang akan menjadi fokus organisasi.
- d. Pembentukan strategi ditujukan untuk memperoleh keuntungan berkelanjutan, menghadapi tantangan eksternal secara efektif, serta mengoptimalkan kekuatan internal sembari mengatasi berbagai kelemahan organisasi.
- e. Proses penyusunan strategi melibatkan partisipasi seluruh elemen organisasi, mulai dari anggota, divisi, hingga staf, dengan memperhatikan struktur hierarki yang ada dalam organisasi tersebut.

Dari definisi definisi Hax dan Majluf dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah cara yang dilakukan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki untuk bertahan dan menjalankan tugas, fungsi dan mencapai tujuannya secara berkelanjutan melalui hubungan yang efektif terhadap lingkungan sekitar. Strategi adalah satu bagian yang sangat fundamental dari organisasi, strategi yang baik adalah strategi yang dapat dijalankan dalam suatu lingkungan tertentu dalam kondisi yang paling menguntungkan.

1.6.2.1 Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis adalah salah satu bagian dari manajemen strategis yang saling berkaitan satu sama lain khususnya pada tahap awal perencanaan, implementasi dan pada proses keberjalanan suatu rencana strategis. Bryson (2018) berpendapat bahwa perencanaan strategis terjadi pada situasi tertentu dan dapat didefinisikan sebagai upaya yang terencana dan teratur dalam membuat keputusan yang fundamental dan membentuk suatu tujuan organisasi, apa yang dilakukan organisasi dan mengapa organisasi melakukannya. Bryson et. al., (2018) juga menyatakan bahwa isu-isu tertentu ini bergantung kepada bagaimana sikap pemerintah dalam menghadapi isu-isu, dalam kondisi tertentu adanya isu ini dapat mendorong kinerja pemerintah agar lebih efektif. Perencanaan dalam sektor publik dapat bersifat strategis ketika menghadapi isu-isu tertentu, hal ini terjadi ketika para pemangku kepentingan memiliki tujuan untuk menstabilkan, mempertahankan suatu kondisi tertentu. Bryson et. al., (2018) perencanaan strategis dilakukan dengan tujuan membuat kebijakan atau pengelolaan baru dalam memanfaatkan suatu peluang penting dan meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan dari suatu kondisi tertentu.

Keberhasilan dalam perencanaan strategis ditentukan dari beberapa hal, di antaranya adalah kapasitas organisasi publik,

kapasitas dan sumberdaya organisasi publik yang akan membuat suatu perencanaan harus dipastikan mumpuni dalam menangani kompleksitas dari proses perencanaan (Poister dan Streib dalam Bryson et, al., 2018). Selain itu, organisasi publik juga harus memperhatikan sumberdaya fundamental seperti kapasitas finansial, pengetahuan tentang perencanaan dan kapabilitas dalam mengumpulkan dan menganalisis data dalam menyelesaikan suatu permasalahan (Boyne et, al., dalam Bryson et, al., 2018). Hal ini dapat memberikan perencanaan yang transformasional ketika semua bagian dalam perencanaan dapat dipenuhi oleh organisasi publik.

1.6.3 Daya Tarik Wisata

Minat pengunjung terhadap suatu lokasi wisata sangat bergantung pada keunggulan atau daya pikat yang ditawarkan destinasi tersebut. Berdasarkan ketentuan yang tertuang dalam Undang-Undang Tahun 2009, daya tarik wisata mencakup berbagai aspek yang memiliki nilai istimewa, seperti : unsur keindahan yang memukau, karakteristik yang unik, ciri khas yang membedakannya dari tempat lain

Daya tarik ini dapat berupa:

- a. Keanekaragaman sumber daya alam
- b. Peninggalan budaya yang bernilai
- c. Kreasi atau karya yang dihasilkan manusia

Semua elemen tersebut menjadi faktor pendorong yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu. Kuatnya daya tarik suatu tempat wisata mampu

memikat tidak hanya pengunjung lokal, tetapi juga wisatawan dari berbagai daerah hingga negara lain. Daya tarik wisata menurut Yoeti (2010) dibedakan menjadi 3 hal, yaitu :

1. *Something to See.*

Yang artinya setiap destinasi wisata sebaiknya menawarkan sesuatu yang memikat untuk diamati atau dialami. Hal ini bisa berupa elemen yang tidak biasa, khas, atau jarang ditemui, yang menjadi magnet bagi pengunjung. Dengan kata lain, lokasi tersebut harus memiliki daya pikat dan atraksi wisata yang unik, membedakannya dari tempat-tempat lain, dan mencerminkan identitas khususnya sendiri.

2. *Something to Do.*

Memiliki arti bahwa sebuah destinasi wisata idealnya tidak hanya menyajikan pemandangan atau tontonan yang menarik, tetapi juga menawarkan beragam aktivitas rekreasi untuk menghindari kesan monoton. Dengan kata lain, selain memiliki objek wisata dan atraksi yang memukau, lokasi tersebut juga perlu dilengkapi dengan berbagai sarana rekreasi yang memungkinkan wisatawan merasa nyaman dan ingin berlama-lama di sana.

3. *Something to Buy*

Sesuatu yang layak dibeli, dalam industri pariwisata, aspek ini sangat krusial. Pengalaman wisatawan tidak lengkap tanpa membawa pulang suvenir atau buah tangan khas dari daerah yang dikunjungi, sebagai pengingat perjalanan mereka. Oleh karena itu, destinasi wisata perlu menyediakan fasilitas berbelanja yang memadai, di mana pengunjung dapat membeli cinderamata atau oleh-oleh unik untuk dibawa kembali ke tempat asal mereka, mengabadikan kunjungan mereka dalam bentuk fisik.

1.6.3.1 Komponen Daya Tarik Wisata

Komponen daya tarik wisata adalah bagian bagian yang menjadi pertimbangan oleh/untuk wisatawan datang ke suatu daya tarik wisata. Komponen daya tarik wisata ini yang menentukan seseorang dapat tertarik dengan obyek wisata tersebut atau tidak. Menurut Cooper (dalam Gusriza, 2022) menyebutkan setidaknya ada 4 komponen dalam daya tarik wisata di antaranya

1) Atraksi

Atraksi yang dimaksud adalah bagaimana magnet utama yang ada dalam daya tarik wisata tersebut, contohnya kondisi alam yang menarik, kebudayaan yang menawan dan seni seni pertunjukan yang indah.

2) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah bagaimana kondisi akses kepada daya tarik tersebut, contohnya jalan raya, angkutan umum, pilihan transportasi dan akomodasi.

3) Amenitas

Amenitas berperan penting dalam menyediakan kebutuhan dasar wisatawan selama mereka berada di destinasi wisata untuk jangka waktu tertentu. Salah satu aspek yang dapat menarik wisatawan untuk berwisata adalah tersedianya fasilitas yang memudahkan aktivitas wisata mereka. Amenitas mencakup berbagai sarana yang dibutuhkan wisatawan, termasuk akomodasi, tempat makan dan minum, pusat hiburan, serta area perbelanjaan. Keberadaan amenities yang memadai dapat mendorong wisatawan untuk mengunjungi dan tinggal lebih lama di suatu daerah tujuan wisata.

4) Organisasi kepariwisataan

Organisasi kepariwisataan atau pelayanan tambahan adalah agen pariwisata yang ada pada obyek wisata tersebut yang dapat menambah pengalaman berwisata. Pada Pantai Karanggongso ini dianalisis kelengkapan atau pelayanan tambahan yang ada. Hal ini dapat dilihat dari indikator seperti : layanan informasi, sistem pemesanan, layanan keamanan, asuransi, layanan kesehatan,

layanan komunikasi, layanan agen agen pemandu wisata, fasilitas penyimpanan.

1.6.4 Pariwisata

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang pariwisata mengatur industri pariwisata di Indonesia. yang berbunyi segala sesuatu kegiatan yang mendukung kegiatan wisata dengan diberikannya sarana & prasarana dan jasa yang disediakan oleh pengelola atau masyarakat setempat. Mulyana (2012) berpendapat bahwa pariwisata adalah sebagai bagian dari pembangunan suatu wilayah yang dapat membantu masyarakat secara langsung dan tidak langsung. James J Spillane (dalam Hadiwijoyo, 2012) mengemukakan bahwa pariwisata adalah perjalanan singkat dari satu tempat ke tempat lain dan memiliki tujuan untuk mencari ilmu pengetahuan atau tujuan pribadi yang dilakukan secara berkelompok maupun individu.

Suwantoro (2004) menjelaskan bahwa pada hakikatnya pariwisata atau berpariwisata adalah proses seseorang atau sekelompok yang bepergian sementara dari tempat tinggalnya karena suatu dorongan. Dorongan yang dimaksud bisa dari berbagai hal, seperti politik, ekonomi, sosial, kebudayaan, agama, kesehatan maupun kepentingan lain untuk sekedar ingin tahu, belajar, atau hanya ingin memiliki pengalaman baru. Suwantoro (2004) juga berpendapat pariwisata erat dengan kegiatan kegiatan yang berhubungan dengan perubahan tempat tinggal dan upah.

Dalam sektor pariwisata, terdapat objek dan daya tarik wisata yang saling berhubungan sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke suatu tempat atau daerah. Menurut Hadiwijoyo (2012), terdapat tiga jenis objek dan daya tarik wisata, yaitu:

1. Objek Wisata Alam

Merupakan wisata yang memanfaatkan keindahan alam sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan.

2. Objek Wisata Sosial Budaya

Wisata yang menonjolkan unsur sosial dan budaya sebagai daya tarik utama, seperti situs arkeologi, seni pertunjukan, objek budaya, serta kerajinan khas daerah.

3. Objek Wisata Minat Khusus

Wisata yang didasarkan pada motivasi tertentu yang dimiliki oleh wisatawan dalam memilih destinasi perjalanan mereka.

1.6.5 Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi

Rangkuti (2021) mengemukakan analisis SWOT menerapkan pendekatan logis yang bertujuan untuk mengoptimalkan dua aspek positif: kekuatan internal (*strengths*) dan peluang eksternal (*opportunities*). Secara bersamaan, metode ini juga dirancang untuk menekan dampak negatif dari dua aspek lainnya: kelemahan internal (*weaknesses*) dan ancaman eksternal

(*threats*). Dengan pendekatan seimbang ini, organisasi dapat memanfaatkan potensi mereka secara maksimal sambil meminimalkan risiko dan hambatan yang mungkin dihadapi. Rangkuti (2021) menambahkan bahwa progress dari suatu subjek dapat ditentukan dengan melakukan perbandingan kombinasi faktor internal dan eksternal, sedangkan, Pearce dan Robinson (1997) mendeskripsikan analisis SWOT adalah salah satu bagian dari proses manajemen strategis yang memberikan identifikasi mendalam tentang faktor internal dan eksternal dalam merumuskan strategi, menurut Pearce dan Robinson konteks analisis kuantitatif dalam pendekatan SWOT memungkinkan untuk memberikan perbandingan yang lebih jelas antar faktor daripada pendekatan kualitatif.

Dalam penjelasan lebih lanjut analisis SWOT oleh Nur'aini (2023) terdiri dari *Strength*, *Weaknes*, *Opportunity*, *Threat* , penjelasan masing masing komponen adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah salah satu keunggulan relatif yang dimiliki oleh suatu obyek atau organisasi. Kekuatan akan mudah diidentifikasi ketika suatu obyek atau organisasi tersebut memiliki keistimewaan atau kompensasi unggulan yang membuat perbedaan dengan pesaing pesaingnya. Dalam menganalisis kekuatan, mengenali kekuatan dasar dari suatu obyek atau organisasi merupakan langkah awal untuk mengembangkan obyek atau

organisasi tersebut. Setelah menemukan kekuatan, alangkah baiknya kekuatan yang ada dimaksimalkan dan berusaha untuk dipertahankan.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan atau *Weakness* merupakan kondisi atau segala sesuatu yang membuat obyek atau organisasi menemukan titik lemahnya. Kelemahan merupakan hal yang wajar terdapat dalam suatu organisasi atau obyek namun, cara menyikapi kelemahan yang dimiliki adalah hal yang menjadi salah satu pembeda organisasi/obyek satu dengan yang lain. Kelemahan tersebut adalah bagian dari tubuh organisasi atau dari faktor internal sebuah obyek seperti halnya tentang SDM, sarana dan pra sarana, kondisi lingkungan organisasi, *output* organisasi dan lain lain.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang datang dari kondisi lingkungan luar organisasi yang bersifat menguntungkan sekaligus dapat menjadi senjata apabila dikembangkan lebih lanjut. Peluang datang dari kondisi eksternal organisasi, hal tersebut datang dari kondisi eksternal organisasi. Pada zaman sekarang terdapat kemungkinan peluang yang dapat digunakan seperti

a. Kemajuan Teknologi

Kemajuan Teknologi yang kian pesat menjadikan banyaknya terobosan terobosan teknologi baru yang memungkinkan meringankan kinerja manusia. Apabila

dapat dimaksimalkan maka dapat menjadi keuntungan yang besar bagi organisasi.

b. Media Sosial

Media sosial menjadi kian populer di kalangan masyarakat, media sosial juga dapat menjadi sarana memperluas jaringan dan penyebaran informasi.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan sebuah kebalikan dari peluang. Ancaman adalah suatu kondisi eksternal yang dapat memengaruhi kinerja, kelancaran organisasi ke arah yang buruk, ancaman yang datang apabila tidak segera dihalau akan menimbulkan kerugian yang serius.

1.6.5.1 Model Analisis SWOT (IFAS dan EFAS)

Analisis IFAS dan EFAS merupakan bagian dari pendekatan SWOT yang mengkaji hubungan antara faktor-faktor strategis organisasi. Rangkuti (2013) menjelaskan bahwa analisis ini terdiri dari dua komponen utama:

1. IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*)

- a. Berfokus pada faktor internal organisasi
- b. Menganalisis aspek kekuatan (*strength*)
- c. Mengkaji aspek kelemahan (*weakness*)

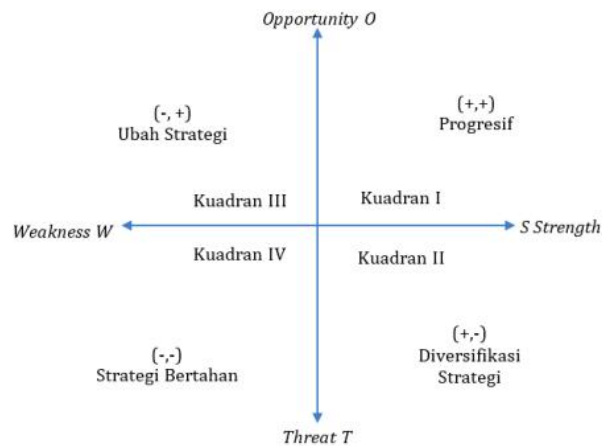
2. EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*)

- a. Menganalisis faktor eksternal organisasi
- b. Menilai aspek peluang (*opportunity*)
- c. Mengkaji aspek ancaman (*threat*)

Proses analisis dilakukan dengan tahapan:

1. Penyusunan model EFAS dan IFAS
2. Pelaksanaan analisis secara kuantitatif
3. Penempatan hasil analisis ke dalam:
 - a. Kuadran SWOT
 - b. Matriks SWOT

1.6.5.2 Kuadran SWOT



Sumber : Kurniasih et. al. (2021)

Menurut Rangkuti (2021), dalam tiap-tiap kuadran ini memiliki arti yang berbeda, misalnya pada Kuadran 1, yaitu Progresif/Agresif, Kuadran 2, yaitu Diversifikasi Strategi, Kuadran 3 *Turn Around*/Ubah

Strategi, dan terakhir Kuadran 4, yaitu Defensif atau Bertahan. Masing masing strategi ini apabila dijabarkan adalah sebagai berikut :

- **Kuadran 1 (Progresif)**

Dapat diartikan sebagai posisi yang menguntungkan sehingga memungkinkan untuk memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada semaksimal mungkin dengan didukung sumberdaya yang dimiliki. Strategi yang cocok dengan posisi ini adalah kebijakan dengan orientasi pertumbuhan secara agresif (*Growth Oriented Strategy*).

- **Kuadran 2 (Disversifikasi Strategi)**

Dalam kondisi yang dihadapi, terdapat ancaman eksternal namun masih terdapat kekuatan internal. Strategi yang disarankan adalah memanfaatkan peluang baik jangka panjang maupun jangka pendek melalui optimalisasi sumber daya internal dengan pendekatan diversifikasi strategi, guna menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan dari pesaing. (Disversifikasi Strategi)

- **Kuadran 3 (Ubah Strategi)**

Posisi ini memiliki tingkat peluang yang sangat besar, namun pada sisi lain memiliki kendala pada kelemahan internal. Strategi atau kebijakan yang dapat ditempuh apabila terletak pada kuadran ini ialah mengalihkan fokus kepada kelemahan yang dimiliki, mencoba menutup atau mengurangi kelemahan dengan meminimalkan masalah masalah

yang terjadi. Hal ini dilakukan agar pemanfaatan peluang dapat dimaksimalkan. (Ubah Strategi/Peninjauan Kembali)

- **Kuadran 4 (Strategi Bertahan)**

Pada posisi ini, kondisi yang dihadapi adalah kondisi yang tidak menguntungkan di mana menghadapi kelemahan secara internal dan ancaman secara eksternal. Strategi yang paling tepat adalah strategi bertahan atau defensif dengan tidak melakukan apa apa. Dengan melakukan sedikit peninjauan kembali dan perubahan dari segi internal, serta menunggu waktu yang tepat sehingga diharapkan pada titik tertentu dapat bergeser ke arah kuadran yang lain dan menentukan strategi yang baru.

1.6.5.3 Matriks SWOT

Rangkuti (2021) berpendapat matriks SWOT dapat menggambarkan lingkungan internal dan eksternal sehingga mempermudah dalam merumuskan strategi. Dalam menggunakan matriks SWOT ini aspek internal dan eksternal akan disusun secara vertikal dan horizontal sehingga dapat diperoleh 4 kelompok alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT. Matriks SWOT dapat digambarkan sebagai berikut :

IFAS EFAS	(<i>Stregth</i>) Kekuatan	(<i>Weakness</i>) Kelemahan
(<i>Opportunity</i>) Peluang	Strategi SO Strategi ini dibuat untuk meraih keuntungan semaksimal mungkin dan memiliki orientasi untuk perkembangan masa depan sehingga dalam mengembangkan strategi SO digunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang.	Strategi WO Strategi dibuat untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang, pada strategi WO bahwa Pantai Karanggongso harus mengubah total strategi sebelumnya.
(<i>Threat</i>) Ancaman	Strategi ST Pada strategi ST, strategi yang dibuat dengan berdasarkan kekuatan dalam mengurangi atau menghindari ancaman yang kemungkinan muncul. Dalam kuadran ST, strategi yang dibuat harus memiliki perbedaan dari pesaing/obyek wisata lainnya.	Strategi WT Pada kuadran ini obyek wisata Pantai Karanggongso tidka memiliki keunggulan apapun sehingga strategi yang digunakan cenderung bertahan hingga menunggu saat yang tepat. Strategi ini berfokus pada mengatasi kelemahan guna menghindari ancaman.

Sumber : Rangkuti (2021)

Menurut Rangkuti (2021), setiap strategi dalam matriks SWOT memiliki penjelasan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini dirancang dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk mengambil peluang yang tersedia. Strategi ini efektif

ketika organisasi memiliki keunggulan dalam aspek positif yang dapat mendukung pertumbuhan.

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi dengan tujuan mengantisipasi serta menghadapi berbagai ancaman yang ada.

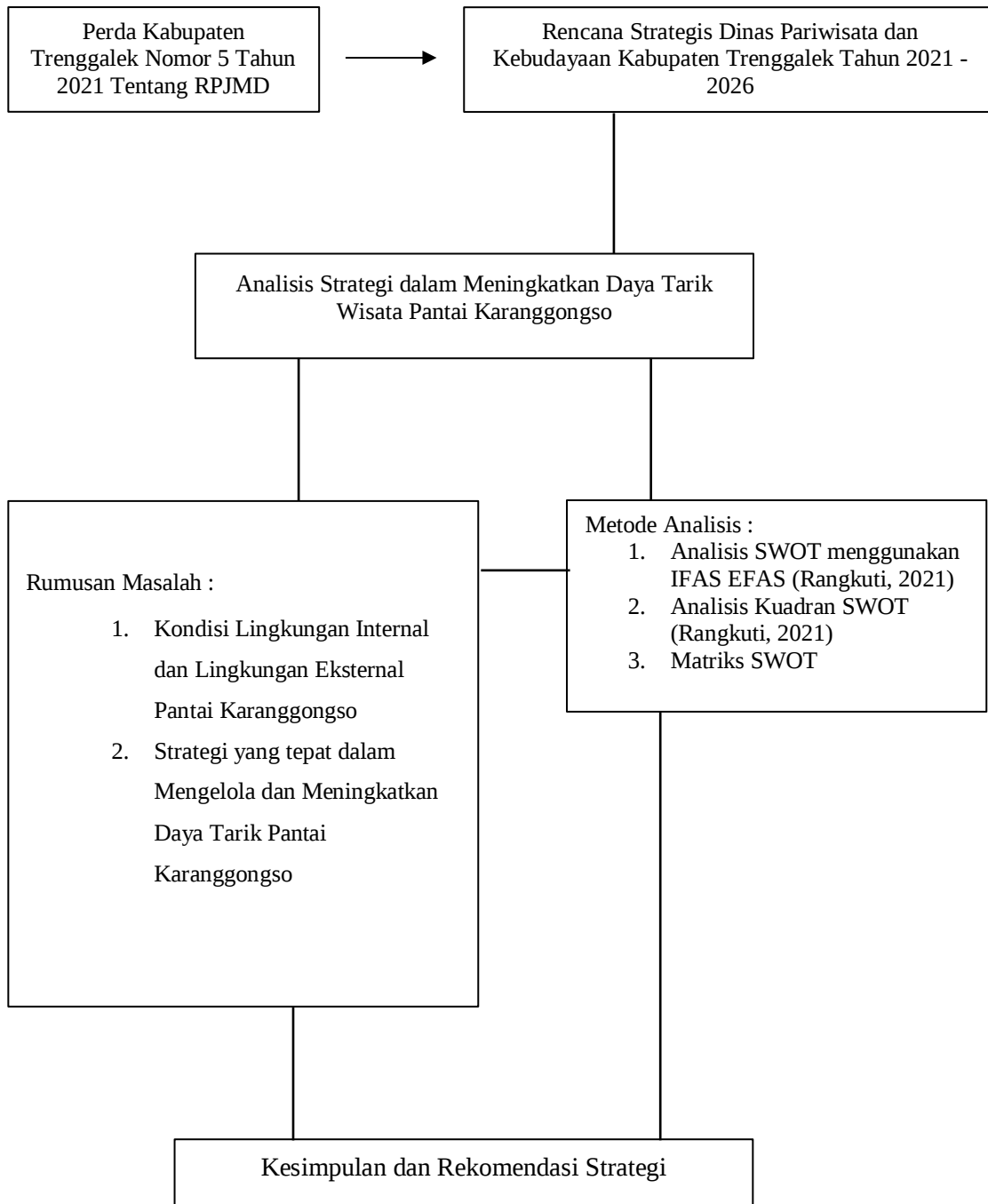
3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini berfokus pada pemanfaatan peluang untuk mengatasi atau mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh organisasi. Strategi yang digunakan harus berbeda dengan strategi yang lalu, hal ini berguna untuk mencapai peluang secara maksimal.

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini bersifat defensif dan digunakan ketika organisasi berada dalam kondisi yang kurang menguntungkan. Fokus utamanya adalah mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman yang dapat berdampak negatif.

1.7 KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS



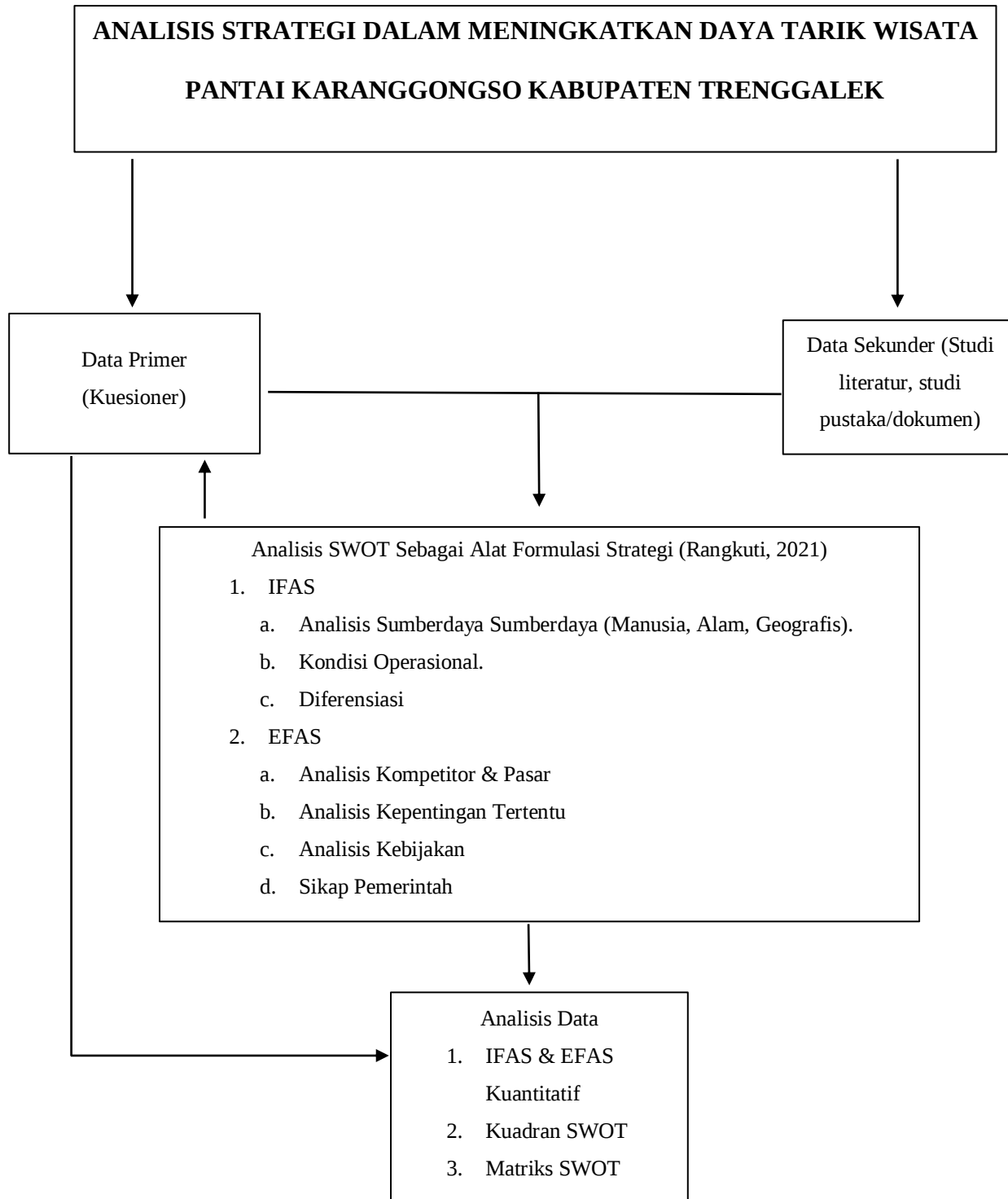
1.8 OPERASIONAL KONSEP

Dalam Konsep SWOT (Rangkuti, 2021) terdapat 2 faktor, yaitu faktor internal (IFAS) yang terdiri dari kekuatan (*stregth*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal (EFAS) yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Faktor faktor ini adalah langkah awal untuk analisis kuantitatif, kuadran SWOT dan matriks SWOT.

Berikut adalah indikator yang dapat digunakan untuk menentukan analisis SWOT pada Pantai Karanggongso :

Faktor	Variabel	Indikator
Faktor Internal (IFAS)	Kekuatan (<i>Strength</i>)	a. Analisis Sumberdaya Sumberdaya (Manusia, Alam, Geografis).
	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	b. Kondisi Operasional. c. Diferensiasi
Faktor Eksternal (EFAS)	Peluang (<i>Opportunity</i>)	a. Analisis Kompetitor & Pasar b. Analisis Kepentingan Tertentu
	Ancaman (<i>Threat</i>)	c. Analisis Kebijakan d. Sikap Pemerintah

Gambar 1. 3 Desain Operasionalisasi Konsep Penelitian



1.9 METODE PENELITIAN

1.9.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Purba et al. (2021), penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang mengumpulkan data untuk menjawab pertanyaan penelitian tanpa menguji hipotesis tertentu. Sulistyawati et al. (2022) menambahkan bahwa metode ini bertujuan untuk menggambarkan, mengkaji, dan menjelaskan fenomena penelitian menggunakan data berbentuk angka tanpa pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2012), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah berbasis prinsip positivisme, di mana data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis secara statistik. Metode deskriptif bertujuan untuk menyajikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu fenomena. Dengan demikian, penelitian deskriptif kuantitatif berfungsi untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena secara objektif melalui pengumpulan dan analisis data numerik.

1.9.2 Situs Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan oleh peneliti sebagai tempat, wilayah, atau area spesifik di mana penelitian akan dilakukan. Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek serta Objek Wisata Pantai Karanggongso di Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fokus

penelitian yang mengkaji strategi Pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam mengelola dan mengembangkan Objek Wisata Pantai Karanggongso.

1.9.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sekelompok atau individu yang akan diminta keterangan dalam sebuah peristiwa terkait dengan permasalahan penelitian. Keterangan ini bersifat subjektif dan berbeda beda antara individu/kelompok dengan yang lainnya. Subjek penelitian harus yang berhubungan dengan topik penelitian dan mengetahui tentang topik penelitian.

Unit Analisis	Peran	Subjek
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek	Sebagai instansi yang bertanggungjawab terkait kepariwisataan di seluruh daerah di Kabupaten Trenggalek	• Bidang Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata • Bidang Pemasaran Pariwisata
Pengelola Kawasan Wisata di Sekitar Pantai Karanggongso/UPTD Destinasi Wisata Prigi Kecamatan Watulimo	Sebagai penanggung jawab pengelolaan destinasi dan obyek wisata di Pantai Karanggongso	• Pengelola Wisata Pantai Karanggongso

1.9.4 Jenis Data

Jenis data menurut Sugiyono (2017) dibedakan menjadi 2, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka (numerik) atau data yang dapat diubah menjadi angka untuk dianalisis secara statistik. Sedangkan, data kualitatif adalah data yang didapatkan berbentuk kata narasi, atau deskripsi yang tidak dapat dihitung secara langsung. Pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang bersumber dari dokumen perencanaan dan kuesioner.

1.9.5 Sumber Data

Dalam penelitian, segala sesuatu yang berfungsi sebagai bukti dan sumber argumen disebut sumber data. Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini berasal dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek, Pengelola Kawasan Wisata Pantai Karangongso, masyarakat sekitar Pantai Karangongso dan Pengguna Jasa/Wisatawan Pantai Karangongso. Data ini dikelompokkan menjadi dua kelompok menurut Zulfadrial (2012) :

- 1) Data Primer: Informasi yang dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara dengan informan, observasi lapangan dan survey, data primer didapatkan langsung dari obyek penelitian dan data primer diolah sendiri oleh peneliti dan disajikan secara kuantitatif.
- 2) Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan dan dikumpulkan bukan hanya untuk memecahkan masalah utama penelitian ini. Ini

dapat berasal dari literatur, buku, jurnal, atau literatur digital, serta berkas-berkas yang menyangkut tentang pelaksanaan pariwisata di Kabupaten Trenggalek.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan kritis dalam proses penelitian, sebagaimana diungkapkan oleh Sugiyono (2009), Metode ini memiliki peran fundamental karena secara langsung terkait dengan tujuan utama penelitian, yakni mengumpulkan informasi yang diperlukan guna menjawab permasalahan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui dua cara: studi dokumen dan penyebaran kuesioner.

1) Kuesioner atau Angket

Menurut Sugiyono (2013), kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data dalam penelitian dengan menyajikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan dalam kuesioner dapat berbentuk tertutup, di mana pilihan jawaban sudah ditentukan, atau berbentuk terbuka, yang memungkinkan responden memberikan jawaban secara bebas. Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan kuesioner dengan format pertanyaan tertutup. Kuesioner tersebut akan diberikan kepada seluruh populasi stakeholder atau pemangku

kepentingan yang dianggap memiliki pengaruh dan kompetensi dalam menentukan strategi pengembangan daya tarik wisata Pantai Karanggongso, yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek serta Pengelola Kawasan Wisata Pantai Karanggongso.

- 2) Dokumentasi adalah kata yang digunakan untuk hasil pengumpulan dokumen yang dapat berupa gambar, tulisan, atau rekaman yang diperoleh melalui penelitian atau kajian terdahulu. Hasil dokumentasi adalah dokumen yang nantinya akan dikaji dan digunakan sebagai bahan pelengkap untuk penyajian data secara deskriptif. Dalam penelitian kuantitatif dokumentasi juga dapat berupa dataset statistik yang disusun oleh pihak ketiga. Sugiyono (2017) juga menjelaskan bahwa studi dokumentasi pada penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang memiliki sifat kuantitatif seperti statistik, informasi resmi, laporan atau arsip.

1.9.7 Instrumen Penelitian

Dalam pendekatan penelitian kuantitatif, instrumen penelitian memiliki peran penting sebagai alat pengumpul data dan pengukur variabel-variabel penelitian. Menurut pandangan Sugiyono (2012), banyaknya instrumen yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian akan menyesuaikan dengan fenomena dan variabel yang menjadi fokus kajian. Dalam penelitian ini elemen-elemen

analisis SWOT yang digunakan sebagai dasar penyusunan kuesioner diperoleh melalui kajian pustaka dan dokumentasi.

Tabel 1. 4 Kisi-kisi instrumen penelitian untuk memberikan pembobotan dan skor.

No.	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Nilai			
		Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1.	1. 2. Dst.				

No.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Nilai			
		Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1.	1. 2.				

No.	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Nilai			
		Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1.	1. 2. Dst.				

No.	Ancaman (<i>Threat</i>)	Nilai			
		Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1.	1. 2.Dst				

Dalam kuesioner kedua digunakan skala *likert* namun dengan memberikan sedikit modifikasi dalam skala *likert*, yaitu dengan menghilangkan unsur netral atau ragu ragu. Hadi (dalam Hertanto, 2017) mengungkapkan bahwa modifikasi terhadap skala likert memiliki beberapa alasan diantaranya adalah :

1. Menghilangkan jawaban yang memiliki arti ganda (ragu ragu/netral) untuk mengatasi ambiguitas dalam suatu instrumen.
2. Menghapuskan adanya kecenderungan pendapat ke tengah (*central tendency effect*) dengan tujuan mendapatkan kepastian informasi dari responden.

Skala penilaian dalam penelitian ini dapat ditunjukkan sebagai berikut :

No.	Kriteria Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju	4
2.	Setuju	3
3.	Tidak Setuju	2
4.	Sangat Tidak Setuju	1

1.9.8 Analisis Dan Interpretasi Data

Barnsley & Ellis (1992) mengemukakan bahwa analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan dan menyusun data ke dalam pola-pola, kategori, dan satuan-satuan deskripsi yang sistematis. Di sisi lain, tahap interpretasi data merupakan langkah pemberian arti dan nilai penting terhadap hasil analisis yang sudah dilakukan. Dalam proses interpretasi, peneliti menerangkan pola-pola yang ditemukan dan mengidentifikasi kaitan antar berbagai deskripsi data. Penelitian ini bersifat non-hipotetis sehingga tidak membutuhkan kalkulasi untuk menguji hipotesis.

Pada bagian ini, setelah penulis mengumpulkan data lapangan dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi, data-data yang didapat akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan penyajian data menggunakan metode SWOT IFAS dan EFAS. Data yang akan dianalisis menggunakan SWOT IFAS dan EFAS adalah data yang menyangkut tentang kondisi faktual dan analisis lingkungan Pantai Karanggongso, setelah itu akan ditentukan posisi Pantai Karanggongso pada Kuadran SWOT untuk menentukan bagaimana strategi relevan dengan kondisi Pantai Karanggongso.

Tabel 1. 5 IFAS

No.	<i>Strength</i> (Kekuatan) (1)	Bobot (2)	<i>Rating</i> (3)	Skor (<i>Rating</i> x Bobot) (4)
1.				
2.	Dst.			
	Total Kekuatan			

No.	<i>Weakness</i> (Kelemahan) (1)	Bobot (2)	<i>Rating</i> (2)	Skor (<i>Rating</i> x Bobot) (4)
1.				
2.	Dst.			
	Total Kelemahan			

Sumber : Rangkuti (2021)

Selisih Total Kekuatan - Total kelemahan = $S - W = x$

Penyusunan dan penghitungan IFAS menurut Rangkuti (2021) pada tabel 1.4 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Membuat identifikasi faktor internal.

Analisis faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan, masing-masing berjumlah antara 5 hingga 10 faktor. Faktor-faktor ini ditempatkan pada kolom pertama.

2. Pembobotan.

Bobot diberikan pada kolom kedua dengan skala antara 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Jumlah total bobot seluruh faktor tidak boleh melebihi 1,0. Umumnya faktor yang memiliki pengaruh besar memiliki bobot yang lebih besar juga. Metode penetapan bobot dilakukan dengan menggunakan survei dan metode statistik dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Bobot } Fx = \frac{\sum rFx}{\sum rV}$$

Keterangan :

- a. Fx : faktor x
- b. $\sum rFx$: total jawaban responden faktor x
- c. $\sum rFx$: total jawaban responden salah satu aspek internal

3. Pemberian *rating*.

Rating diberikan pada kolom 3 dengan skala 1,00 (kurang/buruk), 2,00 (cukup), 3,00 (baik) dan 4,00 (sangat baik) dalam mengatasi/memanfaatkan faktor yang ada. Dalam menentukan *rating*, variabel negatif memiliki nilai sebaliknya, yaitu skala 1,00 (sangat baik), 2,00 (baik), 3,00 (cukup), 4,00 (kurang/buruk). Hal ini karena untuk memberi kejelasan kepada faktor faktor negatif untuk memberikan analisis di mana dapat dilakukan perbaikan.

Pemberian *rating* juga dapat menggunakan metode survei dan statistik dengan rumus berikut :

$$Rating\ Fx = \frac{\sum rFx}{jumlah\ responden}$$

Keterangan :

a. Fx : faktor x

b. $\sum rFx$: total jawaban responden faktor x

4. Menghitung Skor.

Skor diberikan pada kolom 4, dengan perhitungan skor melalui perkalian antara bobot dan *rating*.

5. Total Skor.

Total skor didapat dari penjumlahan skor (kolom 4) masing masing faktor dalam aspek internal yang dianalisis. Total skor ini menunjukkan bagaimana interaksi antara faktor-faktor strategis dalam aspek internal.

6. Mencari nilai X Kuadran SWOT

Nilai titik X diperoleh dari jumlah keseluruhan skor IFAS, yaitu hasil pengurangan antara total skor kekuatan dan total skor kelemahan (Titik X = $\sum Skor\ Strength - \sum Skor\ Weakness$).

Tabel 1. 6 EFAS

No.	<i>Opportunity</i> (Peluang) (1)	Bobot (2)	<i>Rating</i> (3)	Skor (<i>Rating</i> x Bobot) (4)
1.				
2.	Dst.			
	Total Peluang			

No.	<i>Threat</i> (Ancaman) (1)	Bobot (2)	<i>Rating</i> (3)	Skor (<i>Rating</i> x Bobot) (4)
1.				
2.	Dst.			
	Total Ancaman			

Sumber Rangkuti (2021)

Selisih Total Peluang - Total Tantangan = $O - T = y$

Penyusunan dan penghitungan EFAS menurut Rangkuti (2021) pada tabel 1.5 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Membuat identifikasi faktor eksternal.

Analisis faktor eksternal mencakup kekuatan dan kelemahan, masing-masing berjumlah antara 5 hingga 10 faktor. Faktor-faktor ini ditempatkan pada kolom pertama.

2. Pembobotan.

Bobot diberikan pada kolom kedua dengan skala antara 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Jumlah total bobot seluruh faktor tidak boleh melebihi 1,0. Total seluruh bobot faktor tidak boleh lebih dari 1,0. Umumnya faktor yang memiliki pengaruh besar memiliki bobot yang lebih besar juga. Metode penetapan bobot dilakukan dengan menggunakan survei dan metode statistik dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Bobot } F_y = \frac{\sum r F_y}{\sum r V}$$

Keterangan :

- a. F_y : faktor y
- b. $\sum r F_y$: total jawaban responden faktor y
- c. $\sum r F_y$: total jawaban responden salah satu aspek eksternal

3. Pemberian *rating*.

Rating diberikan pada kolom 3 dengan skala 1,00 (kurang/buruk), 2,00 (cukup), 3,00 (baik) dan 4,00 (sangat baik) dalam mengatasi/memanfaatkan faktor yang ada. Dalam menentukan *rating*, variabel negatif memiliki nilai sebaliknya, yaitu skala 1,00 (sangat baik), 2,00 (baik), 3,00 (cukup), 4,00 (kurang/buruk). Hal ini karena untuk memberi kejelasan kepada faktor faktor negatif untuk memberikan analisis di mana dapat dilakukan perbaikan. Pemberian *rating* juga dapat menggunakan metode survei dan statistik dengan rumus berikut :

$$Rating\ Fy = \frac{\sum rFy}{jumlah\ responden}$$

Keterangan :

- a. Fy : faktor y
- b. $\sum rFy$: total jawaban responden faktor y

4. Menghitung Skor.

Skor diberikan pada kolom 4, dengan perhitungan skor melalui perkalian antara bobot dan *rating*.

5. Total Skor.

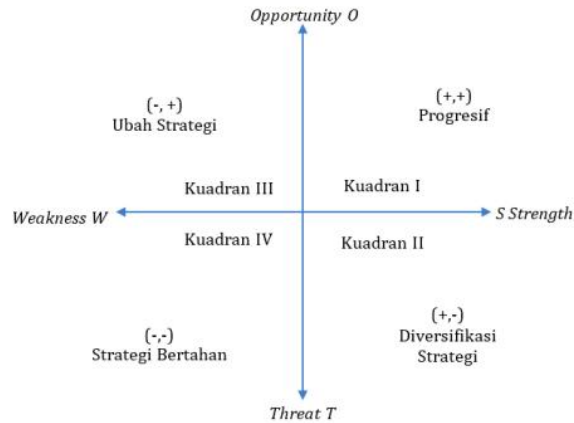
Total skor didapat dari penjumlahan skor (kolom 4) masing masing faktor dalam aspek internal yang dianalisis. Total skor ini menunjukkan bagaimana interaksi antara faktor-faktor strategis dalam aspek internal.

6. Mencari nilai Y Kuadran SWOT

Nilai titik Y dicari dari jumlah total skor EFAS, yaitu total skor nilai peluang dikurangi total skor ancaman (Titik Y = $\sum Skor\ Opportunity - \sum Skor\ Threat$).

Setelah diketahui jumlah x dan y dari analisis kuantitatif IFAS dan EFAS, jumlah tersebut akan digunakan sebagai angka untuk menentukan posisi sekaligus strategi yang cocok dalam kuadran SWOT. Menurut Rangkuti (2021), analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran, di mana setiap kuadran memungkinkan penerapan strategi yang berbeda. Gambar kuadran analisis SWOT dapat disajikan seperti berikut :

Gambar 1.5 Kuadran SWOT



Sumber : Kurniasih et., al 2021

Untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan dan mengelola wisata Pantai Karanggongso dapat digunakan matriks SWOT. Rangkuti (2021) berpendapat matriks SWOT dapat menggambarkan lingkungan internal dan eksternal sehingga mempermudah dalam merumuskan strategi. Dalam penerapan matriks SWOT, aspek internal dan eksternal disusun secara vertikal dan horizontal untuk menghasilkan empat kelompok alternatif strategi, yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT. Matriks SWOT dapat divisualisasikan sebagai berikut :

Tabel 1. 7 Matriks SWOT

IFAS EFAS	(<i>Stregh</i>) Kekuatan	(<i>Weakness</i>) Kelemahan
(<i>Opportunity</i>) Peluang	Strategi SO Strategi ini dibuat untuk meraih keuntungan semaksimal mungkin dan memiliki orientasi untuk perkembangan masa depan sehingga dalam mengembangkan strategi SO digunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang.	Strategi WO Strategi dibuat untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang, pada strategi WO bahwa Pantai Karanggongso harus mengubah total strategi sebelumnya.
(<i>Threat</i>) Ancaman	Strategi ST Pada strategi ST, strategi yang dibuat dengan berdasarkan kekuatan dalam mengurangi atau menghindari ancaman yang kemungkinan muncul. Dalam kuadran ST, strategi yang dibuat harus memiliki perbedaan dari pesaing/obyek wisata lainnya.	Strategi WT Pada kuadran ini obyek wisata Pantai Karanggongso tidka memiliki keunggulan apapun sehingga strategi yang digunakan cenderung bertahan hingga menunggu saat yang tepat. Strategi ini berfokus pada mengatasi kelemahan guna menghindari ancaman.

Sumber : Rangkuti (2021)

1.9.9 Reabilitas Dan Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2013), sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel jika ketika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, instrumen tersebut menghasilkan data yang konsisten. Data yang reliabel dan valid dapat diperoleh dari instrument yang valid dan reliabel juga. Sugiyono

(2013) berpendapat instrumen yang baik adalah instrumen yang tepat atau valid dalam fenomena yang ingin diteliti.

Sugiyono (2013) berpendapat bahwa uji validitas mempunyai tujuan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan untuk mengukur sebuah fenomena valid atau tidak. Instrumen yang valid mempunyai arti bahwa instrumen tersebut benar benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan *pearson correlation* atau *product moment pearson*, yaitu menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari butir pernyataan. Adapun rumus dalam *pearson correlation* adalah :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien *pearson correlation*

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari tiap item.

y = Skor total

n = Jumlah responden

$\sum x$ = jumlah variabel x

$\sum y$ = jumlah variabel y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing Y

Dengan hasil dari rumus di atas, menurut Sugiyono (2013) nilai koefisien *pearson correlation* dapat dilihat dengan cara sebagai berikut :

- a) Ketika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka instrumen dapat dianggap Valid.
- b) Ketika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka instrumen tidak dianggap Valid.
- c) Nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka instrumen dapat dianggap Valid
- d) Nilai Signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka instrumen tidak dianggap Valid.

Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa reliabilitas merupakan tingkat konsistensi suatu pengukuran, di mana penggunaan objek yang identik akan menghasilkan data yang konsisten pula. Untuk menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *cronbach's alpha* sebagai metode pengujiannya. Ghozali (2016) berpendapat bahwa penelitian yang *reliable* apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas sebagai berikut :

- a) Nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$ maka instrumen dianggap reliabel.

- b) Nilai *cronbach's alpha* $< 0,6$ maka instrumen dianggap tidak reliabel.