

---

ARTICLE

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

Dewi Anggie Khotivi<sup>1\*</sup>, Dian Kagungan<sup>2</sup>, dan Meiliyana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Administrasi Negara Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

How to cite: Khotivi, D.A., Kagungan, D., Meiliyana., Strategi Pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas Desa Gebang Pesawaran Lampung Pasca Pandemi (Studi pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran). *Administrativa* 7 (2)

---

### Article History

Received: 7 Januari 2025

Accepted: 6 Mei 2025

### Keywords:

Tourism Development

Strategy

Post Pandemic

### Kata Kunci:

Strategi

Pengembangan Wisata

Pasca Pandemi

### ABSTRACT

*A region has its own potential. Tourism plays an important role in regional income and the welfare of the surrounding community, therefore in every region requires the development of tourism in order to always progress. This study aims to find out the strategy carried out by the Tourism Office of Airplanean Besarma Regency, Tegal Mas Island Tourism Object and other agencies to increase the number of tourists so that they experience an increase in PAD and the income of the surrounding community and identify driving and inhibiting factors. The method used is a qualitative method with the theory of salusu and measuring tools SWOT analysis. Data collection techniques in the form of interviews, documentation and observation. Based on the results of the analysis carried out by researchers that the Tegal Mas Island Tourism Object has the potential to be able to attract tourists, however there are still obstacles such as lack of promotion, high travel costs and lack of cooperation between the government and the private sector. The role of the Tourism Office is very important to participate in the development of Tegal Mas tourism in order to increase PAD and Community Welfare.*

### ABSTRAK

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

---

\* Corresponding Author

Email : .....@.....

## **A. PENDAHULUAN**

Indonesia adalah Negara yang memiliki kepulauan terbesar di Dunia. Oleh karena itu, pemerintahan saat ini telah menjadikan potensi wisata bahari Indonesia sebagai salah satu inisiatif dan tujuan utama pertumbuhan industri pariwisata tanah air. Kesimpulannya, pengenalan destinasi wisata, dukungan kampanye pelestarian lingkungan, dan peningkatan wisata budaya bahari merupakan tiga faktor yang muncul sebagai perspektif dalam menjadikan potensi wisata bahari sebagai salah satu prioritas utama pembangunan pariwisata nasional (Presidenri.go. id, 2015, diakses pada 31 Maret 2022).

Eksplorasi potensi wisata alam Indonesia tidak ada habisnya. Ada banyak tempat wisata menakjubkan di Indonesia. Sebanyak 17.504 pulau membentuk daratan Indonesia, yang juga memiliki gunung berapi, beragam flora dan fauna, serta garis khatulistiwa. Keindahan alam Indonesia menunjukkan bahwa negara ini memiliki potensi wisata alam yang sangat besar. Penting untuk mempertimbangkan potensi wisata alam Indonesia. Pemerintah saat ini sedang mengembangkan peluang wisata satwa liar Indonesia untuk meningkatkan kesadaran global terhadap negara tersebut. Dunia kini mengenal beberapa potensi wisata alam Indonesia dan telah mampu menarik setiap orang yang melihatnya. Peluang ekowisata di Indonesia beragam. Kemuliaan air misalnya sebagai wilayah laut yang luas, Laut Indonesia

Provinsi paling selatan pulau Sumatera disebut Provinsi Lampung. Provinsi Lampung disebut "Harta Karun Sumatera" karena terdiri dari wilayah pesisir, 70 pulau dan pegunungan di sebelah barat yang disebut Bukit Barisan (Saputra, 2010). Situasi ini dapat memberikan peluang bagi tumbuhnya industri pariwisata di Provinsi Lampung. Keunggulan pariwisata di provinsi Lampung adalah dapat meningkatkan pendapatan pemerintah dari sektor jasa dan daerah lainnya. Wisata alam merupakan bentuk wisata yang paling populer di provinsi Lampung. Provinsi Lampung memiliki banyak potensi wisata bahari berkat banyaknya pulau dan garis pantai yang luas.

Terdapat 351 objek wisata di Provinsi Lampung, di antaranya 131 desa wisata, 201 lembaga pendidikan pariwisata, dan 301 homestay. Destinasi wisata terdiri dari wisata alam, budaya, dan buatan manusia, yang semuanya dapat menjadi tujuan wisata populer jika dikembangkan dan dipelihara dengan baik. Sumber daya alam di Provinsi Lampung memiliki potensi yang sangat beragam, menjanjikan, dan dapat diandalkan untuk meningkatkan ekonomi lokal dan masyarakat. Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu lokasi di Provinsi Lampung yang memiliki potensi wisata.

Industri pariwisata meliputi industri terkait seperti kerajinan tangan, cinderamata, akomodasi dan transportasi, menjadikannya sebagai sektor ekonomi yang kompleks. Fenomena sosial kepariwisataan yang meliputi individu, komunitas, kelompok, organisasi, budaya dan lain-lain menjadi subyek penelitian sosiologis. (sebagaimana dikutip dalam Murphy, 1985, Pitana dan Gayatri, 2005). Istilah "pariwisata" mengacu pada kumpulan faktor penting (wisatawan, tujuan wisata, pariwisata, bisnis, dll.) yang dihasilkan dari pengunjung ke atraksi. Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan lokal spontan yang dilakukan untuk menikmati daya tarik dan barang wisata. Tujuan lain dari pariwisata termasuk hiburan, rekreasi dan rekreasi.

Tabel 1 Data jumlah Wisatawan Kabupaten Pesawaran

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

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

Tabel 1 menunjukkan perkembangan jumlah wisatawan mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahun. Tahun 2020 menjadi tahun yang paling sedikit wisatawan yang berkunjung dan yang paling tinggi kunjungannya terjadi di tahun 2019 dengan selisih cukup besar yaitu sebanyak 513.200 orang. Namun di tahun 2021 sedikit mengalami kenaikan dari tahun 2020 yaitu naik sebesar 17.750 orang. Hal ini tentu harus terus dilakukan pengembangan agar kenaikan wisatawan akan terus meningkat di setiap tahunnya.

Pulau Tegal Mas merupakan salah satu dari sekian banyak tempat wisata di Kabupaten Pesawaran yang memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata. Pulau Tegal Mas merupakan destinasi wisata yang dikelola oleh keluarga besar Thomas Aji. Terletak di Pulau Tegal, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran, Lampung. Banyak orang membandingkannya dengan Maladewa karena lingkungannya yang unik dan hotel terapung. Pembangunan beberapa tempat wisata di Pulau Tegal Mas yang baru dibuka pada tahun 2017 ini mengalami kemajuan yang cukup pesat. Beberapa perubahan telah dilakukan untuk kenyamanan dan kebahagiaan wisatawan.

Pulau Tegal Mas merupakan destinasi wisata dengan daya tarik yang baik. Karena Dinas Pariwisata Pesawaran masih menggunakan blog dan belum ada video yang digunakan secara online untuk mempromosikan potensi wisata, termasuk Pulau Tegal Mas, informasi yang tersedia terbatas. Namun, pemerintah Pulau Tegal Mas menggunakan Instagram untuk beriklan dengan foto dan video. Agar masyarakat umum dapat mengakses dan melihat potensi Pulau Tegal Mas dimana-mana, maka harus dilakukan melalui promosi atau pemasaran wisata Pulau Tegal Mas dengan menggunakan video digital di website resmi Dinas Pariwisata Pesawaran. Properti ini terletak 50 meter dari pantai dalam pembangunan infrastruktur saat ini.

Tabel 2 Jumlah Pengunjung Pulau Tegal Mas

Bulan	2019	2020	2021	2022
Januari	3.123	2.591	1.567	1.250
Februari	3.475	2.401	1.100	1.454
Maret	2.772	1.318	1.224	2.005
April	2.701	Tutup	1.143	1.003
Mei	4.210	Tutup	1.051	2.408
Juni	3.800	1.278	1.190	1.566
Juli	4.000	1.321	1.388	3.004
Agustus	3.800	1.300	1.454	2.006
September	3.912	1.375	1.268	1.245

<b>Bulan</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Oktober	4.081	918	2.000	3.364
November	3.700	1.101	2.176	3.123
Desember	2.765	900	2.254	4.205
<b>TOTAL</b>	<b>42.339</b>	<b>14.503</b>	<b>20.824</b>	<b>26.633</b>

Sumber: Dokumen Arsipjumlah pengunjung Pulau Tegal Mas 2019-2022, (Pulau Tegal Mas, 2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa terjadi kenaikan serta penurunan jumlah pengunjung Pulau Tegal Mas di setiap tahun. Pada Tahun 2019 berjumlah 42.339 lalu di tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup tinggi yaitu sebesar 27.836 orang atau senilai dengan 62% dari tahun 2019 hal ini disebabkan salah satunya yaitu adanya Covid 19 yang menyebabkan penutupan wisata pulau Tegal Mas pada bulan April sampai Mei. Pada Tahun 2021 jumlah pengunjung mengalami kenaikan sebesar 6.321 orang atau senilai dengan 52% dari tahun 2020.

Tur dibatalkan karena Surat Edaran Nomor 11 Tahun 2021 tentang PPKM (Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dan Nomor 9 Tahun 2020 tentang Petunjuk Pembatasan Sosial Secara Luas Untuk Percepatan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid - 19). Surat edaran tersebut dikirim oleh Menteri Kesehatan Republik Indonesia. untuk membatasi aktivitas masyarakat dan mewajibkan penutupan sementara pariwisata untuk mencegah penyebaran virus COVID 19, namun Pulau Tegal Mas, salah satu destinasi wisata di Kabupaten Pesawaran, resmi dibuka pada 6 Juni 2020 dengan pedoman darah yang ketat. Partisipasi 50% dan jam buka terbatas. Ini memungkinkan untuk perjalanan wisata.

Pemerintah Provinsi Lampung sedang menyusun Rencana Induk Pembangunan Daerah (RIPDA) Provinsi Lampung sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 6 Rencana Induk Pengembangan Industri Pariwisata RPJM tahun 2012. Penyusunan RIPDA ini menurut Pasal 2 Bab 2 dimaksudkan yaitu sebagai pedoman bagi pertumbuhan kepariwisataan di wilayah Lampung dengan mengutamakan kemakmuran dan kesejahteraan penduduk setempat sebelum meningkatkan PAD. Hal ini tentu sejalan dengan objek wisata Tegal Mas yang mengedepankan kesejahteraan masyarakat dengan mengenakan pajak.

Pariwisata di Pesawaran berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Kabupaten Pesawaran harus membuat infrastruktur pariwisata yang harus dilaksanakan guna mendongkrak jumlah pendapatan yang diharapkan oleh pemerintah Kabupaten Pesawaran. Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran melakukan langkah-langkah untuk menggenjot PAD dan tingkat kunjungan balik pengunjung, tidak hanya di objek wisata Tegal Mas tetapi di destinasi wisata lainnya. Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran saat ini merekomendasikan konsep kunjungan wisata berbasis digitalisasi melalui QRIS SAPDA Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran ditawarkan ke seluruh Destinasi Wisata Pesawaran dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Sementara itu, teknik pemasaran pariwisata sering dilakukan

Objek Wisata Tegal Mas berdasarkan wawancara dengan Bapak Azhari selaku Kabid Sumber Daya Pariwisata Kab. Pesawaran hal yang utama dilakukan aralah melakukan promosi pada event event pameran salah satunya di Way Halim Kota Bandar Lampung guna pemasaran lebih luas agar banyaknya masyarakat yang tertarik untuk berkunjung ke Objek Wisata Pulau Tegal Mas.

Dilihat dari latar belakang tersebut bahwa Objek Tegal Mas merupakan salah satu wisata yang memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan dan dengan dibukanya kembali wisata Pulau Tegal Mas Untuk itu diperlukan sebuah strategi pengembangan potensi wisata untuk berhasil membawa dampak perubahan, khususnya dalam peningkatan wisatawan baik

Lokal maupun Mancanegara. Pengembangan atau pengelolaan yang baik untuk menghasilkan manfaat maka memerlukan peran Pemerintah dan pihak swasta atau owner Tegal Mas untuk memiliki rencana atau rancangan untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran yang dicapai, mulai dari kegiatan, anggaran, indeks capai kinerja oleh karena itu diperlukan intervensi keahlian yang dapat disebut dengan manajemen strategi. Dalam menjalankan rencana atau rancangan manajemen strategi sektor publik menggunakan alat Analisis SWOT.

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

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Strategi**

Menurut (Susanto, 2014), manajemen strategis adalah suatu proses di mana arah dan tujuan jangka panjang perusahaan ditentukan dan metode untuk mencapainya melalui penciptaan formula strategis dan implementasi yang direncanakan. Istilah "manajemen" dan "strategi" adalah akar dari istilah "manajemen strategis". Ada berbagai faktor yang berkontribusi terhadap pentingnya manajemen strategis, antara lain:

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

Manajemen Strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan Keputusan-keputusan yang dibuat oleh manajemen dan diimplementasikan pada semua tingkatan organisasi, yang mendasar dan menyeluruh serta melibatkan keputusan untuk mengimplementasikannya untuk mencapai tujuan. Manajemen strategis dikatakan sebagai sekumpulan aktivitas yang mengarah pada perumusan (formulasi) dan implementasi (implementasi) rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi.

Definisi ahli manajemen strategis: Menurut Nawawi, manajemen strategis adalah perencanaan skala besar (disebut perencanaan strategis) yang berfokus pada masa depan yang jauh (disebut visi) dan ditentukan oleh keputusan manajemen puncak (keputusan yang bersifat fundamental dan prinsip) usaha untuk menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan/atau jasa).

### **Tantangan dalam Perencanaan Strategi**

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

1. Dalam perencanaan strategis adalah Manajemen ide strategis Masalah manusia

Masalah manusia adalah manajemen perhatian dan komitmen. Perhatian orang-orang kunci harus difokuskan kepada isu, keputusan, konflik, preferensi keijaksanaan di tempat kunci dalam proses dan hierarki organisasi. Manajemen komitmen dan perhatian merupakan masalah bagi individu, kelompok, organisasi dan komunitas. Di tiap tingkat, masalah mempunyai tekstur tersendiri. Perencanaan haruslah selalu berfokus pada beberapa isu keputusan, dan tindakan yang betul-betul penting.

## 2. Masalah proses

Masalah proses yang terpenting menjadi “good currency” dengan kata lain bagaimana ide baru dapat dijual kepada orang lain

## 3. Masalah struktural

Masalah structural adalah manajemen hubungan bagian dan keseluruhan. Lingkungan internal dan eksternal harus menjadi kaitan yang menguntungkan.

## 4. Masalah institusional

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

## **Konsep Strategi**

Secara umum, kata strategi berasal dari kata Yunani Strategos, yang merupakan gabungan dari Stratos, atau prajurit, dan ego, atau pemimpin. Strategi adalah landasan atau rencana untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Jadi pada dasarnya strategi adalah alat untuk mencapai tujuan strategis adalah suatu pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan, perencanaan dan pelaksanaan gagasan, yang bersifat untuk jangka waktu tertentu dan bersifat inkremental (selalu berkembang) dan berkesinambungan serta berdasarkan pelaksanaan. dari apa yang diharapkan.

Kurniawan (2020) mendefinisikan strategi sebagai proses pembuatan rencana manajemen puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta strategi atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut H. Abd Rahman Rahim dan Enny Radjab (2016), strategi adalah suatu formula untuk merencanakan secara matang bagaimana suatu perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Dengan menggunakan strategi, perusahaan dapat mengoptimalkan keunggulan bersaing dan mengurangi kelemahan.

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

## **Elemen Strategi**

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

### 1. Seni situasional

Dalam masa transisi dari militer ke organisasi strategi dipandang sebagai suatu seni situasional, yaitu suatu keterampilan bagaimana seorang pejabat eksekutif mendesain keputusan yang didasarkan pada sumberdaya organisasi, nilai material dan peluang serta ancaman atau tantangan dari lingkungan.

### 2. Tujuan dan Sasaran

Rencana tujuan dan sasaran yang menggambarkan bisnis yang sedang dikerjakan atau akan dikerjakan oleh suatu organisasi, serta jenis organisasinya, dikenal sebagai strategi. Cope (1981)

### 3. Produk Keunggulan Kompetitif

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

### 4. Kebijakan dan program

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

## 5. Destinasi

Hatten (1988) menjelaskan strategi sebagai cara yang berbeda untuk mencapai tujuan. Pemberhentian berfungsi sebagai target. Pemilihan tujuan merupakan pemberhentian atau tujuan Sumber daya dan lingkungan.

Strategi adalah rencana kerja untuk memaksimalkan kekuatan partai dengan bekerja sama dengan berbagai kekuatan di lingkungan bisnis, program aksi tidak memasukkan lingkungan sebagai elemen penting, ia melihat strategi sebagai program aksi yang ingin dilakukan terbaik menggunakan sumber daya untuk mencapai misi utama organisasi.

## Prinsip-Prinsip Menyukseskan Strategi

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

1. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya. Jangan membuat strategi yang melawan arus. Ikutilah arus dan perkembangan dalam masyarakat, dalam lingkungan yang memberikan peluang untuk bergerak maju.

2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi. Tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakang.

3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak mencerai beraikan satu dengan yang lain. Persaingan yang tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi seringkali mengklaim sumber daya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.

4. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatan dan tidak pada titik-titik kelemahannya. Selain itu, hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempatkan posisi kompetitif yang lebih kuat.

5. Sumber daya adalah suatu yang kritis. Mengingat strategi adalah suatu yang mungkin, haruslah membuat suatu yang memang layak dan dapat dilaksanakan.

6. Tanda-tanda dari suksesnya strategi dinampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dan terutama dari para eksekutif dan semua pimpinan unit kerja dalam organisasi.

Dari penjelasan tentang strategi penulis menyimpulkan bahwa suatu strategi perlu adanya elemen yang memahami situasi lalu adanya tujuan dan sasaran, sumber daya serta program pengembangan oleh karena itu penulis menggunakan alat Analisis SWOT untuk mengidentifikasi situasi dari eksternal dan internal lalu merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan dan sasaran.

## Analisis Swot

Rangkuti (2006) merekomendasikan untuk mengidentifikasi faktor metodologi saat membuat rencana. Analisis ini didasarkan pada penalaran yang secara bersamaan dapat meminimalkan kesenjangan dan kelemahan serta memaksimalkan peluang dan kekuatan. Analisis situasi adalah konsep ini. Analisis SWOT adalah model analisis skenario yang paling umum digunakan.

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

### 1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang positif yang memungkinkan organisasi memiliki keunggulan strategis dalam mencapai tujuannya. Kekuatan harus digunakan untuk mengubah kelemahan menjadi kekuatan.

#### 2. Kelemahan (*Weaknesses*)

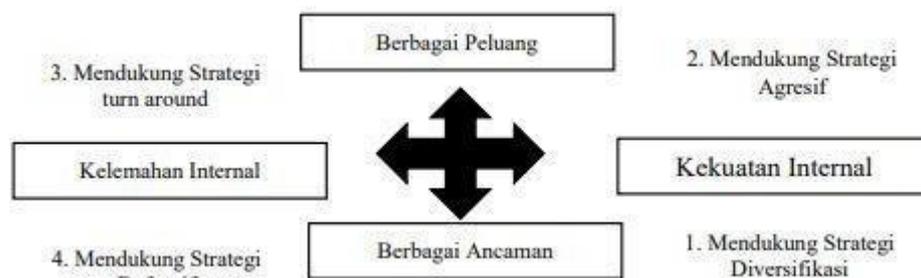
Kelemahan organisasi tidak boleh ditoleransi sampai perbaikan dapat dilakukan. Menghilangkan kelemahan dan mengubah kelemahan menjadi kekuatan. Kelemahan organisasi yang diketahui adalah tempat-tempat yang jauh dari jangkauan fasilitas umum seperti jalan raya, listrik telepon kendaraan dan lemahnya sumber daya manusia keuangan.

#### 3. Peluang (*Opportunities*)

Situasi yang menguntungkan dalam suatu organisasi atau lingkungan bisnis adalah penting. Tren utama adalah sumber peluang lainnya. Mengidentifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, perubahan dalam lingkungan persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, dan meningkatkan hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Faktor yang mungkin adalah situasi lingkungan yang berbeda dan kondisi yang menguntungkan bagi entitas bisnis.

#### 4. Ancaman (*Threat*)

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



Gambar 1 Analisis SWOT

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

#### 1) Strategi SO

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

#### 2) Strategi ST

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

#### 3) Strategi WO

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

#### 4) Strategi WT

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

## Pariwisata

### Definisi Pariwisata

Undang-undang Kepariwisata No. 10 Tahun 2009, Bab I, Bagian I, mendefinisikan pariwisata sebagai "pariwisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi tempat tertentu untuk hiburan, pengembangan diri atau untuk menggali keunikan pariwisata yang mengunjungi tempat wisata. ." Salah satu bisnis terbaru untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup, serta mendorong sektor produktif lainnya adalah pariwisata.

Menurut Koen Mayers (2009), pariwisata adalah jenis perjalanan sementara yang melibatkan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain tanpa maksud untuk tinggal atau mencari nafkah di sana.

Menurut Suwantoro (1997), pariwisata adalah tindakan perjalanan sementara dari satu tempat ke tempat lain di luar tempat tinggal dengan tujuan mencari uang.

### Objek dan Daya Tarik Wisata

Hadiwijoyo (2012:49) mendefinisikan objek dan daya tarik sebagai bentuk dan susunan yang saling berkaitan yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung ke suatu daerah atau tempat tertentu. Saat ini, daya tarik yang belum berkembang atau tidak produktif merupakan sumber daya potensial yang tidak dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai ada pengembangan.

Menurut Undang-Undang Kepariwisata No. 10 Tahun 2000, destinasi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa kekayaan budaya alam dan keanekaragaman hasil buatan manusia yang menjadi obyek atau tujuan kunjungan wisata. Menurut Hadiwijoyo (2012:49), lokasi dan daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga (tiga), yaitu:

#### a. Obyek Wisata Alam

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

#### b. Obyek Wisata Sosial Budaya

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

#### c. Obyek Wisata Minat Khusus

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

### Potensi Pariwisata

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

Untuk memahami potensi pariwisata, perlu untuk mengidentifikasi semua sumber daya destinasi yang dapat digunakan untuk mempromosikan industri pariwisata. (Roedjinandari

dan Surriadi, 2017) UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata merupakan bagian penting dari pembangunan nasional apabila dilakukan secara terencana, terencana, menyeluruh, berkelanjutan dan bertanggung jawab dengan tetap menjaga nilai-nilai religi yang berlandaskan kearifan lokal, budaya, mutu dan kelestarian lingkungan hidup serta kepentingan nasional. Berdasarkan uraian di atas dikatakan bahwa siapa saja yang memiliki kemungkinan untuk mengembangkan dan memberikan umpan balik yang baik tentang kepariwisataan maka dialah yang memiliki potensi wisata.

### **Pengembangan Pariwisata**

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

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

### **Strategi Pengembangan Wisata**

Nainggola dan Kampana (2015:46) strategi menurut Rangkut adalah kegiatan perusahaan yang mencari kesesuaian antara kekuatan internal perusahaan dan kekuatan pasar eksternal (peluang dan ancaman).

Menurut Chandler's Rangkut (2016:4), strategi adalah tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan alokasi serta penggunaan semua sumber daya yang terkait untuk mencapai tujuan tersebut. Efektivitas strategi yang dikembangkan tergantung pada seberapa baik konsep strategi dan konsep terkait lainnya dipahami. Konsep sebagai berikut:

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

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

## **C. METODE**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu. informasi yang diperoleh dan dikumpulkan selama proses penelitian disajikan dalam bentuk kalimat. Temuan penelitian deskriptif kualitatif meliputi ekstrak data yang meliputi transkrip wawancara, dokumen pribadi dan resmi, catatan, gambar dan dokumen resmi lainnya (Emzir, 2012). Jenis

penelitian ini digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan secara mendalam potensi pengembangan desa wisata bahari dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat wisata Pulau Tegal Mas di Desa Gebang Pesawan Lampung Kabupaten Pesawan.

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

Menurut Strauss dan Corbin Moleong (2004), fokus penelitian cenderung membatasi peneliti sehingga menghindari pengumpulan data dan jatuh ke dalam perangkap wilayah yang sangat umum dan luas atau kurang relevan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Tujuan utama studi ini adalah:

Analisis Strategi Dinas Pariwisata Pesawaran menggunakan Teori Salusu (2007) terdiri dari 5 elemen yaitu :

1. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya.
2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi.
3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya.
4. Sumber daya adalah suatu yang kritis.
5. Adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait.
6. Analisis Lingkungan internal dan eksternal untuk mendapatkan strategi dan faktor pendorong serta penghambat dengan menggunakan Analisis SWOT.

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

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Strategi ini dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini dilakukan dengan mengurangi atau meminimalisir ancaman dengan memanfaatkan kekuatan

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini dilakukan dengan memperbaiki atau membenahi kelemahan agar dapat memanfaatkan peluang

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini ini dilakukan untuk memperbaiki kelemahan dan meminimalisir ancaman

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Selanjutnya adalah pembahasan. Peneliti akan melakukan pembahasan berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan serta dari hasil penelitian berlangsung.

### Analisis Strategi

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

- a. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya

Strategi yang konsisten menurut Salusu (2007) adalah strategi yang sering digunakan untuk mencapai suatu tujuan dalam suatu instansi, organisasi atau pariwisata. Strategi yang koheren terus mengikuti perubahan sosial dalam lingkungan yang memungkinkan.

Pada unsur ini dinas pariwisata menerapkan strategi terpadu, artinya dinas pariwisata merumuskan strategi dengan melihat peluang yang akan dikembangkan lebih lanjut untuk mencapai tujuan dan sasaran promosi pariwisata di Kabupaten Pesawaran salah satunya adalah objek wisata Pulau Tegal Mas.

Dalam sub elemen ini berikut adalah strategi konsiten yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran melakukan strategi untuk Objek Wisata Tegal Ma yang pertama ialah memberikan izin wisata yang disebut TDUP lalu memberikan strategi pemasaran atau promosi melalui media sosial dan melalui event-event tertentu. Sedangkan untuk Objek Wisata Tegal mas tersendiri melakukan promosi melalui video digital yang memperkenalkan potensi Objek Wisata Tegal mas yang dapat di lihat pada laman instagram.

Dari penjelasan tersebut maka untuk strategi Dinas Pariwisata Pesawaran dikatakan masih belum optimal dalam mengembangkan Objek Wisata pulau Tegal Mas terkhusus dalam melakukan pemasaran atau promosi seperti yang telah dijelaskan bahwa belum menggunakan teknologi digital untuk membuat perkenalan potensi serta fasilitas sarana dan prasarana yang dapat ditemui wisatawan pada Objek Wisata Pulau Tegal Mas.

b. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi

Menurut Hatten dalam Salusu (2007), setiap perusahaan harus menyiapkan strategi tidak hanya untuk perencanaan, tetapi juga untuk memastikan implementasi strategi yang sukses dan efektif berdasarkan ruang lingkup operasi. Ketika beberapa teknologi dikembangkan, semua harus kompatibel satu sama lain. Jangan setuju atau tidak setuju.

Dinas Pariwisata Kabupaten pesawaran tentunya tidak menjalankan strategi pengembangan pariwisata hanya satu tetapi memiliki rancangan strategi berbagai hal. Dalam elemen sub ini berikut adalah strategi yang disiapkan oleh Dinas Pariwisata jika dilihat Perda Riparda Nomor 9 Tahun 2016 pariwisata pesawaran BAB IV pasal 18 bahwa strategi pengembangan pariwisata meliputi :

1) Strategi pengembangan produk wisata

Dalam hal ini yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Menata dan mengembangkan produk wisata secara teratur sesuai dengan Pasar wisatawan, terutama wisatawan nusantara .
- b. Mengoptimalkan produk wisata yang mempunyai selling point(nilai jual)secara khusus, untuk pasar wisatawan mancanegara .
- c. Menata event-event pariwisata secara teratur untuk ditingkatkan menjadi event regional dan nasional.
- d. Usaha penganekaragaman produk/daya tarik wisata.
- e. Menata dan mengembangkan produk wisata yang berwawasan lingkungan.
- f. Menjaga kelokalan dan keaslian, mengatur dan menetapkan agar setiap obyek wisata mempunyai kekhasan sendiri.
- g. Menggabungkan obyek wisata menjadi satu kesatuan kawasan dan menyatukan kawasan menjadi satu kesatuan daerah tujuan.

2) Strategi Pemasaran

- a. Meningkatkan dan mengembangkan sistem informasi serta kualitas promosi yang efektif dan kemudahan wisatawan untuk memperoleh semua hal tentang produk wisata yang ada dan siap jual.
- b. Meningkatkan citra produk wisata Daerah agar mampu bersaing dengan daerah-daerah wisata lainnya yang sudah berkembang di Lampung maupun Provinsi lainnya.
- c. Meningkatkan peran serta biro perjalanan di Bandar Lampung dan Pesawaran untuk menjual produk wisata Daerah.

- d. Meningkatkan “ sadar wisata “ dan sapta pesona di kalangan para pejabat, pengusaha dan masyarakat, agar tumbuh kegiatan wisata yang berwawasan lingkungan.
- 3) Strategi Pengembangan Aksesibilitas, meliputi:
    - a. Meningkatkan akses antara daerah-daerah yang memiliki potensi kepariwisataan, khususnya jalur Teluk Kiluan-Tanggamus-Pesisir Barat.
    - b. Menata sistem penunjuk jalan/ rambu-rambu lalu-lintas yang mempermudah para wisatawan untuk mencapai obyek dan daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Pesawaran, dan
  - 4) Terintegrasi dengan sektor yang lain.
    - a. Strategi pengembangan prasarana untuk menunjang kegiatan pariwisata meliputi:
    - b. Perencanaan kebutuhan prasarana pariwisata yang meliputi : jalan, jembatan, air bersih, listrik, telepon disesuaikan dengan arah perkembangan objek dan daya tarik wisata.
    - c. Pemenuhan kebutuhan prasarana pariwisata secara bertahap diusahakan pada objek-objek dan daya tarik wisata unggulan atau yang sudah berkembang yang seterusnya menyebar ke setiap objek dan daya tarik wisata lainnya.
    - d. Penetapan legalitas kewenangan dan pungutan.
  - 5) Strategi pengembangan usaha, meliputi:
    - a. Mewujudkan iklim yang menguntungkan bagi dunia usaha kepariwisataan dan memberikan kemudahan-kemudahan bagi pengusaha yang akan menanamkan modalnya dalam bidang pariwisata.
    - b. Membina pengusaha pariwisata menengah dan kecil dalam upaya peningkatan kualitas jasa usaha pariwisata.
    - c. Menumbuhkan dan mengembangkan profesionalisme.
    - d. Bertahap dan konsisten (tahap eksplorasi, pengembangan, konsolidasi dan stagnat).
    - e. Pola pariwisata inti rakyat dan kemitraan.

Dinas Pariwisata saat ini yang sedang difokuskan oleh Dinas Pariwisata dalam pengemangan Pariwisata pasca covid untuk meningkatkan Kunjungan Wisatawan adalah sebagai berikut:

- a. Saat ini kami mempunyai rancangan strategi untuk meningkatkan pariwisata Kabupaten Pesawaran adalah dengan meningkatkan pembangunan sarana dan prasarna yang memadai dan meunjang untuk menarik wisatawan
- b. Melakukan pelatihan dan peningkatan Sumber Daya Manusia dengan menggunakan DAK Non Fisik
- c. Memfokuskan dengan objek wisata di desa terpencil, untuk tegal mas terkait melakukan promosi juga di pameran wayhalim.
- c. Strategi yang efektif

Menurut Hatten Salusu (2007), strategi yang berhasil adalah dengan memfokuskan dan menggabungkan semua sumber daya, bukan menyebarkannya. Sumber daya sering dicari melalui persaingan yang tidak adil antara unit kerja yang berbeda dalam suatu organisasi, yang mengisolasi mereka satu sama lain dan merusak posisi perusahaan dengan kekuatan yang tidak terintegrasi. Menurut bagian ini, strategi akan efektif jika pemangku kepentingan lain atau mitra sumber daya bersama-sama melakukan perencanaan strategis untuk pengembangan destinasi terkait pariwisata di Kabupaten Pesawan.

Dalam hal ini, berdasarkan hasil kajian, dinas pariwisata memiliki struktur organisasi yang dirancang sesuai dengan tugas dan kemampuannya saat ini, misalnya di beberapa daerah terdapat Kabidi yang mengontrol pelaksanaannya. Dalam bidang tanggung jawab

pengembangan pariwisata di Kabupaten Pesawaran meliputi seluruh sektor Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran karena semua sektor memiliki fungsi dan tugas masing-masing untuk melaksanakan pembangunan tersebut.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pesawaran untuk saat ini lebih memfokuskan pengembangan wisata bahari di Kabupaten Pesawaran karena wisata bahari di kabupaten Pesawaran cukup banyak diminati wisatawan sehingga menyumbang PAD yang cukup besar. Hal ini juga didukung dengan pembahasan pada sub bab sebelumnya bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran memiliki Struktur Organisasi.

d. Strategi Hendaknya Memusatkan Perhatian Pada Apa Yang Merupakan Kekuatan Dan Tidak Pada Titik-Titik Kelemahannya.

Menurut Salusu (2007), saat ini banyak wisata baru yang dikembangkan secara optimal dan memiliki daya tarik tersendiri. Hal ini tentu saja berarti pariwisata harus terus mengelola dan mengembangkan objek wisatanya agar tetap bertahan dalam daya saing pariwisata.

Pada Sub ini menjelaskan bahwa Strategi hendaknya fokus pada kekuatan dan peluang yang ada untuk mengembangkan Pariwisata tetapi tidak lupa juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempatkan posisi kompetitif yang lebih kuat.

Objek Wisata pulau Tegal Mas tentu memiliki daya tarik dan fasilitas sarana dan prasarana yang memadai seperti toilet, mushola, penginapan vila tengah laut yang menjadi senjata untuk menarik para wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata. Namun dalam zaman ini tentu pesaing semakin banyak oleh karena itu Dinas Pariwisata dan Objek Wisata Tegal mas perlu selalu mengoptimalkan dalam mengelola Objek Wisata Tegal Mas dengan melihat kekuatan yang ada dan melihat kelemahan pesaing. Namun saat ini Dinas Pariwisata belum memfokuskan dengan kekuatan kelemahan peluang ataupun ancaman secara detail seperti menggunakan Analisis SWOT .

e. Adanya Dukungan Dari Pihak-Pihak Yang Terkait

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan negara dan salah satu sumber dalam kesejahteraan masyarakat oleh karena itu dalam melakukan pengembangan perlu didukung para pihak terkait bukan hanya dari Dinas Pariwisata dan Objek wisata Tegal Mas saja tapi memerlukan dukungan dari pihak pihak terkait.

Mengingat Pariwisata merupakan salah satu sumber utama dalam peningkatan perkenomian negara maka tentunya dalam mengembangkan setiap pariwisata memerlukan adanya kerjasama bukan hanya antara Dinas Pariwisata dengan Objek Wisata Tegal Mas namun juga dengan instansi lainnya yang akan saling menguntungkan seperti BPPRD, DISHUB dan lain sebagainya sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dilihat dari hasil penelitian terkait adanya dukungan pihak atau instansi lain dalam pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pesawaran masih belum optimal dalam bekerjasama oleh karena itu dibutuhkan para pihak pemerintah harus saling bersinergi untuk mencapai tujuan dan sasaran yang hendak dicapai khususnya untuk pariwisata Objek Wisata Pulau Tegal Mas.

Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran belum memfokuskan detail terkait kelemahan dan kekuatan termasuk dalam pembuatan analisis SWOT untuk mendapatkan strategi yang pas dalam menarik minat kunjungan wisatawan berdasarkan fakta lapangan. Dan juga belum sepenuhnya kerjasama antara pemerintah dengan swasta mengingat bahwa Tegal Mas adalah milik perorangan oleh karena itu, peneliti akan melakukan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata pulau Tegal Mas.

## **Analisis SWOT Pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas**

Pembahasan dan analisis penelitian ini merupakan informasi dan fakta yang peneliti peroleh dari lapangan dan disesuaikan dengan teori yang digunakan peneliti, atau analisis SWOT. Menurut Rangkut, tahun 2006 menunjukkan berbagai faktor untuk perumusan strategi yang sistematis. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Ini disebut analisis situasional. Model analisis situasi yang paling populer adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membantu memilih strategi alternatif untuk melaksanakan pengembangan pariwisata.

Menurut Nuraini (2016) Analisis SWOT digunakan penelitian karna memiliki manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Membantu melihat suatu persoalan 4 sisi yang menjadi dasar dalam sebuah persoalan
2. Dapat memberikan hasil yaitu berupa analisis yang cukup akurat sehingga bisa memberikan arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kelebihan serta menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.
3. Membedah suatu organisasi dari empat sisi yang berbeda sehingga menjadi dasar dalam proses identifikasinya, dengan analisis ini juga kita dapat melihat sisi yang tidak pernah terlihat sebelumnya.
4. instrumen yang cukup ampuh melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah cepat serta terbaik sesuai situasi saat itu.
5. Digunakan dalam membantu organisasi untuk meminimalisir kelemahan yang ada dan juga menekan munculnya ancaman yang barangkali dapat.

a. Analisis Lingkungan Internal

Analisis Lingkungan internal dalam SWOT terdiri dari Kekuatan dan Kelemahan berikut ini adalah kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Objek Wisata Pulau Tegal Mas :

1. Kekuatan (strengths)

Menurut Hignis dan Salusu (2003) kekuatan merupakan situasidan kemampuan internal yang bersifat positif yang memungkinkan organiasi memiliki keuntungan strategis dalam mencapai tujuannya. Berikut adalah beberapa kekuatan yang didapat dari analisis potensi Wisata sebagai berikut:

- A. Memiliki Pemandangan Panorama Laut
  - B. Fasilitas yang memadai
  - C. Memiliki Banyak Spot Foto Menarik
  - D. Memiliki Banyak pilihan penginapan
2. Kelemahan (Weakness)

Menurut Hignis dalam salusu kelemahan merupakan situasi dan kemampuan internal yang tidak menggunakan menyebabkan organisasi mempertimbangkan untuk dikembangkan. Faktor selanjutnya adalah kelemahan, jika dilihat dari kelemahan pengembangan potensi wisata yang terdapt pada Pulau Tegal Mas adalah:

- A. Promosi yang belum optimal
- B. Kerjasama dengan pemerintah yang belum optimal
- C. Tingginya biaya perjalanan dan penginapan

Dengan adanya kelemahan tentang Potensi Wisata Tegal Mas ini harus diminimalisir dan diperbaiki agar pengembangan sektor atau potensi wisata yang terdapat di Tegal Mas kabupaten Pesawaran dapat berjalan dengan baik dan optimal sehingga minat kunjung wisatawan dapat meningkat dan wisatawan merasa puas dalam melakukan perjalanan wisata.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

1. Peluang (opportunity)

Menurut Hignis dan salusu 2006 peluang adalah situai dari faktor-faktor ekstenal yang membantu organisasi dalam mencapai atau bahkan melampaui pencapaian sasarannya. Berikut adalah Peluang Objek Wisata Pulau Tegal Mas :

- A. Pariwisata sedang diagungkan pemerintah
- B. Menambah pendapatan Negara
- C. Prioritas perkembangan wisata Kabupaten Pesawaran

Dengan adanya peluang yang besar maka harus dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin karna adanya peluang tentu dapat mempermudah Objek Wisata Tegal Mas untuk dilakukan pengembangan dan dijadikan sebagai sektor wisata di Kabupaten Pesawaran yang mampu bersaing dengan wisata lain dan juga tidak kalah dengan tempat wisata lainnya.

#### 2. Ancaman (Threat)

Menurut Hagnis dan salusu suatu destinasi wisata tentu tidak terlepas dari ancaman baik dari destinasi yang sudah berkembang baik maupun destinasi yang belum dikelola atau belum dikembangkan. Berikut ini adalah ancaman yang dimiliki Objek Wisata Pulau Tegal Mas :

- A. Bencana Alam
- B. Daya Saing

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas maka peneliti dapat merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan Objek wisata Pulau Tegal Mas Kabupaten Pesawaran Strategi pengembangan Objek Wisata Pulau tegal Mas sebagai berikut:

#### 1. Strategi S-O

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

- A. Membuat dan menambah wahana rekreasi dengan memanfaatkan sisa lahan yang tersedia guna meningkatkan daya tarik
- B. Membuat Media promosi berkonsep digital sebagai pengenalan mengenai Objek Wisata Pulau Tegal Mas
- C. Melakukan kordinasi dengan para pihak pendukung terutama dengan pemerintah terlebih saat ini pariwisata sedang diagungkan

#### 2. Startegi S-T

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

A. Menjalin kerjasama dan kolaborasi dengan tempat wisata lain di sekitar tegal mas untuk melakukan trip wisata untuk meminmalkan daya saing dan meningkatkan kunjungan wisata

- B. Bekerjasama dengan tim pemantauan bencana untuk selalu mengawasi.

#### 3. Strategi W-O

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

- 1. Melakukan kerjasama antara pihak Tegal Mas dengan pemerintah untuk melkakukan pemasaran dengan promosi serta fasilitas
- 2. Membuat standarisasi harga khususnya dalam penginapan
- 3. Bekerjasama dengan traveltour grup dalam melakukan perjalanan menuju Pulau Tegal Mas dengan harga yang menjadi terjangkau.

#### 4. Strategi W-T

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

1. Meningkatkan Inovasi-inovasi baru dalam jangka waktu pendek agar menjaga dari persaingan wisata
2. Meningkatkan sistem manajemen dari pihak pengelola (SDM dan keuangan)

### **Identifikasi Faktor Pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata Pesawaran dalam menjalankan strategi Pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas.**

Menurut UU R1 No. 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7, yang mengatur tentang pengembangan pariwisata, pengembangan pariwisata harus memperhatikan keragaman, individualitas, dan orisinalitas budaya dan alam, serta kebutuhan orang yang melakukan perjalanan. Pengembangan sektor wisata, tujuan wisata, pemasaran, dan organisasi pariwisata semuanya termasuk. Untuk mencapai hal itu maka diperlukan pengembangan wisata. Berikut ini adalah identifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas yaitu:

#### **A. Faktor Pendukung**

1. Adanya daya tarik berupa panorama laut yang indah dan sejuk

Menurut Arjana (2017), potensi wisata alam adalah keadaan daerah seperti pantai, hutan, gunung, dan lain-lain, jenis flora dan fauna. Keunggulan dan keunikan alam, bila dikembangkan dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan sekitar, menarik wisatawan untuk mengeksplorasi destinasi tersebut. Obyek wisata Pulau Tegal Mas menawarkan keuntungan karena di tengah pulau menawarkan panorama laut dan pemandangan yang menenangkan..

2. Tersedia Sarana Wisata dengan fasilitas yang memadai, spot foto, dan penginapan yang banyak.

Menurut Munasefi, Hadiwijoyo (2012) menyatakan bahwa pembangunan pariwisata adalah segala kegiatan dan upaya yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan guna mendukung pembangunan, perlu menyediakan segala sarana dan prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Tempat wisata Pulau Mas memiliki fasilitas, spot foto dan akomodasi yang cukup untuk wisatawan. Ini berarti mendukung pengembangan pariwisata.

3. Pariwisata sedang dianggarkan oleh pemerintah

Dampak dari Pandemi covid 19 ialah terjadinya penurunan perekonomian negara yang cukup merosot maka perlu adanya upaya yang akan meningkatkan perkembangan perekonomian agar keuangan menjadi stabil. Pariwisata merupakan salah satu sumber penerimaan perekonomian maka pemerintah mendukung dan menganggarkan untuk perkembangan wisata sebagai dasar peningkatan perekonomian negara tidak hanya itu pariwisata juga salah satu sumber untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4. Menambah pendapatan negara

Untuk meningkatkan pendapatan daerah dan memberikan keuntungan ekonomi bagi lingkungan sekitar, pengelola wisata menurut K.Dian (2017) harus saling bekerjasama.. Objek Wisata Pulau Tegal Mas merupakan salah satu sumber meningkatkan perekonomian masyarakat dan penerimaan Pendapatan Asli Daerah oleh karna itu hal ini menjadi faktor pendukung untuk terjadinya kolaborasi antara masyarakat, pemerintah dan swasta untuk melakukan pengembangan Objek Wisata Pulau Tegal Mas.

5. Memiliki potensi lahan yang masih dapat dikembangkan

Objek Wisata Pulau Tegal mas merupakan twmpat wisata alam yang cukup luas dengan keluasan tersebut maka Objek Wisata Pulau Tegal Mas masih memiliki lahan kosong yang dapat dikelola atau dilakukan pembangunan atraksi wisata atau fasilitas wisata. Oleh karna itu hal ini menjadi pendukung untuk melakukan pengembangan wisata.

6. Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran memiliki struktur organisasi yang jelas

Struktur organisasi merupakan sesuatu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam melaksanakan kegiatan pada suatu instansi atau organisasi. Dinas pariwisata Kabupaten Pesawaran memiliki struktur organisasi yang jelas dengan pembagian tugas dan fungsinya masing-masing.

#### 7. Keterlibatan antara pihak swasta dan pemerintah

Objek Wisata pulau Tegal mas merupakan salah satu tempat wisata milik perorangan yaitu Thomas Rizka yang membuka usaha wisata dengan melakukan TDUP Tanda daftar usaha pariwisata kepada Dinas Pariwisata Pesawaran maka hal ini ada keterlibatan juga antara Objek wisata Pulau tegal Mas dengan Dinas Pariwisata Pesawaran tidak hanya itu Objek wisata Pulau Tegal mas juga berkontribusi dalam pendapatan Asli Daerah maka ada keterkaitan juga dengan BPPRD Pesawaran dengan begitu dapat melakukan kolaborasi untuk sama sama membuat inovasi dan program dalam pengembangan wisata.

#### B. Faktor Penghambat

##### a. Kerjasama antara pihak swasta dan pemerintah belum optimal

Seperti yang sudah dijelaskan di sub sebelumnya bahwa kolaborasi atau kerjasamas sangat dibutuhkan dalam pengembangan wisata namun kerja sama antara objek wisata Pulau Tegal Mas dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran belum optimal dinilai dari dalam melakukan promosi belum terjalin kolaborasi dan dalam fasilitasi Objek Wisata Pulau Tegal Mas masih menggunakan dana pribadi.

##### b. Terbatasnya Anggaran

Anggaran tentu akan menjadi hal yang terpenting dalam melakukan pengelolaan serta pengembangan wisata. Pandemi menyebabkan anggaran dana pemerintah lebih diutamakan untuk kesehatan masyarakat sedangkan pariwisata merupakan salah satu sumber peningkatan PAD yang tentu harus terus menerus dikelola dan dikembangkan terlebih saat pandemi juga adanya kebijakan penutupan wisata, pembatasan pengunjung yang membuat pendapatan yang dihasilkan objek Wisata Pulau Tegal Mas juga merosot. Dengan keterbatasan dana hal ini tentu akan menghambat untuk melakukan upaya pengembangan Objek Wisata pulau Tegal Mas.

##### c. Kurangnya Kreatifitas Masyarakat dalam Usaha Produk Lokal

Penjualan produk lokal yang menjadi cirikhas dalam suatu wisata tentu akan menjadi daya tarik sendiri bagi suatu Objek wisata. Masyarakat sekitar Objek Wisata Pulau Tegal Mas masih belum memiliki kreatifitas berupa usaha produk lokal yang menjadi cirikhas mulai dari makanan dan barang yang terjual dalam kawan tegalmas masih umum dan banyak dijumpai di tempat lain.

## **E. KESIMPULAN**

Setelah melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dalam melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Pulau Tegal Mas Desa Gebang Pesawaran Lampung Pasca Pandemi” maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan pariwisata sebelumnya belum mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara detail sehingga peneliti melakukan penelitian menggunakan SWOT dengan hasil perumusan strategi sebagai berikut:
  - a. Dinas Pariwisata serta dinas dinas terkait bersama pihak Tegal Mas berkolaborasi dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas.
  - b. Dinas Pariwisata dan dinas dinas terkait bersama Pihak Tegal Mas bekerja sama dalam menarik investor sesuai dengan undang-undang nomor 35 tahun 2017 tentang pengelolaan wisata bahari Kabupaten Pesawaran.

- c. Memanfaatkan dana yang ada untuk bekerja sama dengan konten kreator untuk membuat video pemasaran wisata terkhusus tentang Objek wisata Pulau Tegal Mas
  - d. Dinas Pariwisata bekerjasama dengan pihak Tegal Mas dalam melakukan penyuluhan atau pemahanan kepada masyarakat sekitar tentang usaha produk lokal yang akan menjadi ciri khas Tegal Mas.
  - e. Pemerintah bersama Pihak Tegal Mas bekerjasama dengan Tourguide untuk mendampingi turis dari negara asing.
  - f. Lebih mengefektifkan koordinasi dan konsultasi dengan para pelaku usaha pariwisata dan instansi terkait.
  - g. Memaksimalkan koordinasi,kolaborasi antara pihak swasta (Tegal Mas) dengan pemerintah untuk menyiapkan dan membuat program dan inovasi teraru terkait Pulau Tegal Mas
  - h. Memaksimalkan dana untuk pengelolaan baik dari segi pembangunan atau pengembangan
  - i. Melakukan monitoring,evaluasi terhadap pengembangan atau pembangunan
  - j. Bekerjasama dengan pelaku usaha pariwisata melalui pertemuan, sosialisasi lalu pembuatan program dan kegiatan pengembangan.
2. Dalam menjalankan strategi pengembangan Objek wisata Pulau Tegal Mas terdapat faktor pendukung dan penghambat yaitu:
- A. Faktor pendukung
    - 1) Adanya daya tarik berupa panorama laut yang indah dan sejuk
    - 2) Tersedia Sarana Wisata dengan fasilitas yang memadai,spot foto, dan penginapan yang banyak.
    - 3) Pariwisata sedang diagungkan oleh pemerintah
    - 4) Menambah pendapatan Negara
    - 5) Memiliki potensi lahan yang masih dapat dikembangkan
    - 6) Dinas Pariwisata Kabupaten Peswaran memiliki struktur organisasi yang jas.
    - 7) Keterlibatan antara pihak swasta dan pemerintah
  - B. Faktor Penghambat
    - 1) Kerjasama antara pihak swasta dan pemerintah belum optimal
    - 2) Terbatasnya Anggaran
    - 3) Kurangnya Kreatifitas Masyarakat dalam Usaha Produk Lokal

## **Saran**

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

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

meningkatkan kenyamanan wisatawan yang ingin menuju lokasi melalui Pulau Ketapang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku:**

- Arjana, I Gusti Bagus. (2017) Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Depok: PT Raja Grafindo
- AB Susanto, Jakarta (2014). Manajemen Strategik komprehensif, Erlangga
- David, F. R. (2010). Manajemen Strategi : Konsep. Jakarta: Salemba Empat edisi 12.
- Dewi, Rismanti. 2002. Pengantar Mikro Sektor Pariwisata. Jurnal. Nganjuk.
- Emzir.2012. Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data.PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Fandeli, C. dan Mukhlison. 2000. Pengusahaan Ekowisata. UGM. Yogyakarta.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat.Salatiga: Graha Ilmu.
- Heene, Aime, dkk. 2010. Manajemen Strategik Keorganisasian Publik. Bandung: Refika Aditama.
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta.
- Mangkuprawira, Syafri. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik. PT Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Moleong, L.J. 2004. Metode Penelitian Kualitatif. Pt. Rosdakarya. Bandung
- Marpaung, Happy. 2000. Pengetahuan Kepariwisataaan. Bandung: Alfabeta. Muljadi A.J. 2009. Kepariwisataaan dan Perjalanan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Najib, Mukhamad dan Hubeis, Musa. 2014. Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Nurmawati, 2006, Pengembangan Desa Wisata Berbasis Budaya, Citra Aditya Bakti, Bandung,
- Puja, Novia dan Herison, Ahmad. 2019. Indeks Kesesuaian Ekowisata Bahari Ditinjau Dari Segi Kelayakan Infrastruktur (Studi Kasus Pulau Tegal Mas Lampung, Kabupaten Pesawaran). LPPM Unila. Lampung.
- Prasiasa, Dewa Putu Oka & Hermawan, Heri. 2012. Pengembangan Wisata Bahari di Indonesia. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataaan.
- Permana, Eka.2010. Kearifan Lokal Masyarakat Baduy dalam menghadapi bencana.Jakarta. Wedatama Widya Sastra.
- Priasukmana Soetarso dan R. Mohamad Mulyadin, Pembangunan Desa Wisata : Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah, jurnal,2013.
- Pitana & Gayatri. 2005. Sosioolgi Pariwisata. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Renstra Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Tahun 2015-2019 Salim, Peter. 1999. Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer. Jakarta, Modern English Press.

Salusu, J. 2015. Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Provit. Jakarta : PT Gramedia Widiasama Indonesia.

Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata; Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Gava Media. Jakarta.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. CV. Alfabeta. Bandung

Soekanto, Soerjono. 1997. Sosiologi Suatu Pengantar. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Waluyo, Harry. 1993. Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi. Depdikbud. Jakarta.

Wicaksono, Ardiyan. 2011. Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Mewujudkan Kawasan Wisata Berbasis Keamanan dan Kenyamanan

### **Jurnal:**

Kristo, K., & Sopiana, Y. (2020). Analisis Dampak Sektor Pariwisata terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 3(2), 551. <https://doi.org/10.20527/jiep.v3i2.2556>

Abdillah, Aby. 2016. Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Masyarakat Lokal (Studi Pada Masyarakat Desa Wendit, Kabupaten Malang). *Jurnal Pariwisata*. Malang.

Ferdinando.(2014) C. L. PAAT hal. 15. Analisis Potensi dan Pengembangan Pariwisata di Kota Tomohon. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.

Jurnaidi., Djumadi., Pranoan, DB. (2015). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas penyaluran alokasi dana desa di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Kutai Timur. *eJournal Administrative Reform*, p. 112- 124.

Ratnaningsih. 2015. Partisipasi Masyarkat Lokal Dalam Pariwisata (Studi Kasus Di Desa Belimbing, Tabanan, Bali). *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Universitas Udayana.

Wisata Berbasis Keamanan Dan Kenyamanan (Studi Pada Kawasan Wisata Pantai Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah). *Jurnal Pariwisata*. Lombok.

Supriadi, Bambang dan Roedjinandari, Nanny. (2017) Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Hal 151*. Malang: Universitas Negeri Malang.

### **Sumber Lainnya:**

[www.presidentri.go.id](http://www.presidentri.go.id). diakses tanggal 03September 2021.

[www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)diakses pada tanggal 10 Juni 2021.

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

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