

## STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA GARAM DI KABUPATEN PAMEKASAN

Neneng Nurul Hidayah, Isdiana Suprapti\*, Mokh. Rum  
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura,  
Bangkalan, Indonesia

### ABSTRAK

Negara Indonesia adalah Negara maritim dengan laut seluas 3,25 juta km<sup>2</sup>. Jawa Timur khususnya pulau Madura memiliki banyak potensi yang perlu dikembangkan. Garam salah satu produk unggulan dari pulau madura, karena produksi garam di pulau madura sepertiga dari hasil nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi wisata garam di Kabupaten Pamekasan dan mengetahui masalah yang dihadapi oleh pengelola wisata garam. Selain itu penelitian ini menganalisis strategi pengembanagn wisata garam di Kabupaten Pamekasan, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan wawancara dengan menggunakan data primer. Penelitian ini menggunakan empat responden diantaranya Perwakilan dinas pariwisata, perwakilan dari dinas kelautan dan perikanan, direktur dinas kelautan dan perikanan, dan pengelolah tambak garam. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi lapangan. Teknik analisis menggunakan analytic hierarchy process (AHP). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rehabilitas wisata garam dijadikan strategi pengembangan wisata garam. Wisata garam terbilang sangat unik, yang memberikan pengalaman berbeda bagi wisatawan yang berkunjung. Dari diskusi dengan para expert menunjukkan bahwa rehabilitas wisata garam memiliki nilai paling tertinggi untuk pengembangan wisata garam seperti penambahan tempat bermain anak-anak, mapun tempat santai keluarga seperti gazebo.

**Kata kunci:** AHM, Choice, Pengembangan, Wisata, Garam

## SALT TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN PAMEKASAN REGENCY

### ABSTRACT

*Indonesia is a maritime country with a sea area of 3.25 million km<sup>2</sup>. East Java, especially the island of Madura, has a lot of potential that needs to be developed. Salt is one of the superior products from the island of Madura, because the production of salt on the island of Madura is a third of the national output. This study aims to develop a salt tourism strategy in Pamekasan Regency and find out the problems faced by salt tourism managers. In addition, this study analyzes the strategy of developing salt tourism in Pamekasan Regency, using a quantitative approach. Sampling was done by interview and secondary data collection. This study used four respondents including representatives from the tourism office, representatives from the fisheries and marine service, and salt pond managers. Data collection techniques with interviews, documentation, and field observations. The analysis technique uses the analytic hierarchy process (AHP). Based on the results of the research, it is known that the rehabilitation of salt tourism is used as a*

---

\* Corresponding author:  
[isdiana@trunojoyo.ac.id](mailto:isdiana@trunojoyo.ac.id)

*strategy for developing salt tourism. Salt tourism is quite unique, which provides a different experience for tourists who visit. From discussions with experts, it was shown that the rehabilitation of salt tourism has the highest value for the development of salt tourism, such as the addition of children's playgrounds, and family relaxing places such as gazebos.*

**Keywords:** AHM, Choice, Development, Tourism, Salt

## **PENDAHULUAN**

Negara Indonesia adalah Negara maritim dengan laut seluas 3,25 juta km<sup>2</sup>, laut Indonesia lebih luas dibandingkan wilayah daratannya yang memiliki luas 2,01 juta km<sup>2</sup> (Fauzin, 2019). Hampir di seluruh wilayah Indonesia adalah kepulauan. Wilayah luas itu cukup seharusnya cukup potensial untuk memenuhi kebutuhan garam dalam negeri. Tingginya potensi kekayaan sumber daya non hayati belum diimbangi dengan kebijakan pemerintah, dan semakin lemahnya daya saing garam dalam negeri dan kurang berpihak pada petambak garam.

Provinsi Jawa Timur merupakan sentranya produksi garam. Dalam konteks ini Indonesia, kata garam tidak lepas dengan pulau Madura. Garam salah satu produk unggulan dari pulau Madura, karena produksi garam di pulau Madura sepertiga dari hasil produksi nasional. Dalam produksi nasional mencapai 1,2 juta ton per tahun. Pulau Madura memberikan kontribusi sebesar 60% karena lahan produksinya terbesar dari beberapa Kabupaten (Prihantini, 2017). Kabupaten Pamekasan merupakan penghasil garam terbesar di Jawa Timur (Hidayati, 2020). Berdasarkan dokumen RT/RW Provinsi Jawa Timur menetapkan Kabupaten Pamekasan sebagai kawasan perikanan budidaya air payau dan komoditas garam. Dapat dilihat dari dokumen Kabupaten Pamekasan tahun 2012-2016, menyatakan 3 kecamatan sebagai penghasil garam Kecamatan Galis, Kecamatan Pademawu, dan Kecamatan Tlanakan. Berdasarkan data statistik Kementerian Kelautan dan Perikanan tahun 2012-2016, Produksi garam rakyat Kabupaten Pamekasan mengalami penurunan, begitu juga dengan Kabupaten lainnya (Prihantini, Dkk, 2017).

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, produksi garam nasional masih rendah berbanding terbalik dengan kebutuhan akan garam sendiri. Permasalahan di Pamekasan meliputi produktivitas penghasil garam tinggi, namun keuntungan yang diterima petani garam masih rendah, sehingga kesejahteraan petani rendah. Penyebab utamanya yaitu bagi hasil. Pamekasan ini terdapat lokasi wisata garam yang belum berkembang. Adanya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan wisata di Kabupaten Pamekasan, bagaimana kriteria-kriteria pengembangan wisata di Kabupaten Pamekasan, Apa saja alternatif pengembangan wisata di Kabupaten Pamekasan. Untuk itu perlu adanya strategi pengembangan agar tercapainya kesejahteraan masyarakat. Namun untuk dapat merealisasikannya petambak garam perlu adanya strategi pengembangan wisata garam. Tujuan untuk mengetahui strategi pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan, untuk mengetahui kriteria-kriteria pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan, dan untuk mengetahui alternatif pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan.

Wisata garam merupakan wisata alam yang memiliki keunikan, dimana wisatawan akan ditawarkan wisata dengan hamparan tanah berwarna putih dan tumpukan gunung garam. Hal tersebut menjadikan peluang untuk memperkenalkan wisatawan bagaimana produksi garam Madura, untuk meningkatkan kesejahteraan petani garam maupun masyarakat sekitar wisata garam. Wisata yang ditawarkan adalah wisata yang bertema wisata belajar bertani garam secara sekilas, yang membutuhkan waktu satu sampai dua jam (wisata pendidikan). Yang memiliki sasaran wisatawan domestic maupun mancanegara. Diperlukan kajian yang lebih mendalam terkait potensi pariwisata garam khususnya di Kabupaten Pamekasan. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi terkait strategi pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan.

Pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan, dapat melibatkan pihak masyarakat sekitar wisata garam dan pemerintah daerah secara optimal untuk proses pengembangan wisata. Hal ini dilakukan untuk memberikan manfaat masyarakat setempat agar dapat menikmati keuntungan secara langsung dari pengembangan wisata di wilayah Kabupaten Pamekasan. Selain itu, komunikasi yang intens untuk pengembangan wisata garam antara pemerintah daerah dan masyarakat lokal dapat terwujud, serta membentuk forum komunitas. Forum ini selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, juga sebagai sarana untuk pembinaan dan pelatihan yang berkelanjutan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Putri, (2015) strategi merupakan bagaimana melihat suatu kondisi yang berpeluang memberikan keuntungan untuk mengarah ke sumber daya manajerial. Strategi dikatakan baik bekerjasama antara tim, yang memiliki prinsip dan gagasan yang logis untuk membangun tujuan secara efektif suatu wisata. Menurut Istiqomah & Triafinna Khoyyun, (2021) menyatakan bahwa strategi merupakan sebuah tujuan, kebijakan, maupun program yang dapat mengambil keputusan yang tepat untuk mengalokasikan sumber daya daerah tertentu. Konsep-konsep strategi sebagai berikut; *Distinctive Competence* Merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk kegiatan yang lebih baik dari pada pesaingnya, *Competitive Advantage* Merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk lebih unggul dari pada pesaingnya.

Strategi bertujuan untuk mendukung pembangunan agar dapat membantu sarana, prasarana, fasilitas, objek wisata yang belum berjalan secara profesional di suatu kawasan wisata. Maka diperlukan koordinasi dan daya tarik dari pemerintah atau investor untuk menambahkan modalnya dalam bentuk kerja sama. Menurut Utami, (2016) strategi adalah tujuan pariwisata untuk mencapai tujuan mengembangkan wisata dan peningkatan pelayanan yang berkualitas serta kenyamanan bagi setiap wisatawan. Strategi untuk pariwisata lebih mengarah pada jangka panjang. Strategi merupakan sebuah aktivitas yang mengarah pada waktu jangka panjang dan berhubungan dengan perencanaan, gagasan, serta pelaksanaan. Strategi dikatakan baik yang memiliki tujuan efektif yang dapat bekerjasama, dapat mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai prinsip yang rasional, dan efisien.

Pengembangan adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas. Pengembangan adalah usaha yang direncanakan dari suatu organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan juga kemampuan. Pengembangan pariwisata yang bermanfaat untuk masyarakat sekitar wisata garam. Pengembangan sektor pariwisata direncanakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, maupun budaya lokal masyarakat sekitar. Pengembangan dalam sektor pariwisata tidak lepas peran dari kelembagaan yang terdapat di kawasan tersebut, dan dalam kawasan tersebut harus ada destinasi berpotensi untuk dikembangkan (Devy, 2017). Kelembagaan memiliki kewenangan, dan kelembagaan bertanggung jawab terhadap pengelolaan objek wisata untuk merencanakan atau mengawasi kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata. Hal tersebut untuk mengembangkan objek wisata yang dikelola di daerah tersebut. Menurut Giantari, I G A Ketut, (2015) Pengembangan pariwisata adalah usaha untuk mengembangkan serta memajukan objek wisata untuk lebih baik dan menarik yang ditinjau dari segi fasilitas yang tersedia untuk menarik wisatawan yang berkunjung. Perkembangan pariwisata tidak lepas dari perkembangan ekonomi, pembangunan, dan politik bertujuan memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar maupun wisatawan yang berkunjung.

Menurut (Utami, 2016) obyek wisata yaitu yang bersumber dari alam semesta yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan. Objek wisata memiliki daya tarik yang berasal dari alam itu sendiri, dan memiliki unsur pokok yang terdiri dari objek wisata, daya tarik wisata, fasilitas wisata, sarana dan transportasi wisata, dan infrastruktur masyarakat lingkungan wisata. Objek wisata adalah salah satu jasa lingkungan yang menambah nilai ekonomi masyarakat sekitar wisata. Selain itu, jasa lingkungan wisata pengelolaan sumber daya terdapat di kawasan tersebut (Zulpikar, 2017). Objek wisata adalah suatu tempat yang keadaan alamnya memiliki daya tarik, serta memiliki sumberdaya alam yang dibangun untuk dikembangkan sehingga memiliki daya tarik untuk wisatawan kunjungi. Daya tarik merupakan salah satu komponen wisata garam. Daya tarik memiliki sifat yang berupa keunikan, keaslian, kelangkaan, dan memiliki sifat yang menimbulkan minat wisatawan berkunjung (Nurdin, 2016).

Menurut Jasilah, (2018) Garam adalah gabungan dua unsur yang terdiri dari Natrium dan Klorida, membentuk ikatan ionic dengan nama kimia natrium Klorida (NaCl) atau Sodium Klorida. Garam adalah benda padat berbentuk Kristal yang berwarna putih kumpulan senyawa dengan bagian terbesar *Natrium Chlorida* (>80%). Terdapat senyawa lainnya di dalamnya seperti *magnesium chlorida*, *magnesium sulfat*, dan *calcium chlorida* sumber garam berasal dari air danau yang asin, deposit dalam tanah, air laut, tambang garam, sumber air dalam tanah asilah, (2018). Menurut Bengi, Fitri Mah, (2018), garam terdiri dari beberapa jenis dan memiliki manfaat, berikut jenis-jenis garam; garam industri, garam konsumsi, garam pengawet, garam dapur, garam meja.

Berdasarkan *European Salt Producers' Assosiation* (EUSALT), garam (natrium klorida) adalah mineral yang terjadi di laut dan deposit dari bawah tanah. Garam merupakan senyawa kimia yang memiliki rumus kimia NaCl. Untuk setiap garam yang dihasilkan, hampir 40% (39,337%) merupakan Sodium (Na) dan lebih

dari 60% (60,663%) merupakan klorin (Cl). Warna garam bervariasi tergantung tingkat kemurniannya.

Menurut (Holis, Moh Sayyidi, 2019) *analytic hierarchy process* (AHP) merupakan suatu metode pertama kali dikemukakan oleh Dr. Thomas L. Saaty dari *Wharton school of business* pada tahun 1970. AHP direncanakan dan disusun untuk menentukan alternatif prioritas, dan memecahkan masalah untuk pengambilan keputusan suatu masalah yang kompleks. Masalah yang kompleks dapat diselesaikan dengan *analytic hierarchy proses* (AHP) apabila struktur permasalahan tidak akurat, sehingga input yang digunakan untuk menyelesaikan masalah ini adalah pemikiran manusia. Namun pemikiran ini, harus dari seorang yang memiliki keahlian (*expert*) dalam bidang yang dijadikan objek. Pada dasarnya AHP merupakan suatu model *decision making* yang komprehensif dengan memperkirakan hal-hal yang memiliki sifat *kualitatif* dan *kuantitatif* sebagai estimasi. Perangkat yang paling cocok dari model ahp adalah struktur hirarki fungsional, input utama adalah persepsi manusia. (Mutmainnah, dkk 2018). Hierarki memiliki definisi sebagai suatu representasi suatu permasalahan yang kompleks dan struktur multi level. Dengan adanya hierarki, suatu masalah kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompok yang kemudian disusun menjadi hierarki sehingga permasalahan dapat terstruktur dan sistematis. Pada tingkat paling atas dari hierarki dinyatakan tujuan/sasaran dari sistem yang akan dicari solusi masalahnya.

Menurut (Hidayati, 2020) dalam jurnal konsep pengembangan eduwisata tambak garam di Desa Bunder Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan pengertian sederhana wisata edukasi adalah upaya meningkatnya pengetahuan dengan terjun langsung ke lapangan melalui kegiatan wisata. Ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu; faktor daya tarik destinasi dan faktor daerah asal. Daya tarik bisa berupa: pemandangan yang bagus, biaya murah, dan kualitas pendidikan yang bagus. Pengelola wisata sangatlah memiliki peranan penting untuk mendesain lokasi wisata untuk lebih kreatif lagi, serta sebagai elemen penting untuk strategi pengembangan wisata garam. Dalam konteks pengembangan eduwisata tambak garam, maka wisata edukasi yang dimaksud dapat berupa pengenalan dan pembelajaran tentang proses produksi garam dari awal pembuatan tanah berpetak sampai garam di panen dan masuk ke dalam gudang penyimpanan. Dari segi penawaran komoditas dibidang unggul yang memiliki superior dalam pertumbuhannya, mulai dari teknologi, dan kondisi ekonomi pertanian daerah tersebut. Kondisi sosial ekonomi mencakup bisa menggunakan teknologi, dan kemampuan sumber daya manusia, dan infrastruktur pasar serta kebiasaan petani setempat. Komoditas dikatakan unggulan merupakan komoditas yang memiliki peranan penting di pasar domestik maupun internasional dengan keunggulan kompetitif (Jasilah, 2018).

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pademawu. Pemilihan lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*) didasarkan dengan pertimbangan bahwa kecamatan Pademawu adalah daerah wisata garam di Kabupaten Pamekasan

yang menghasilkan garam. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan September pada tahun 2021 sampai Januari 2022.

### Metode Penelitian & Penentuan Responden

Metode penentuan sampel dilakukan dengan cara *teknik purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan 4 responden, penentuan responden melalui wawancara pengelola tambak garam, dinas pariwisata, dinas kelautan dan perikanan, dan direktur dinas kelautan dan perikanan (Aurachman, 2019). Sampel yang digunakan untuk responden yang dipilih merupakan orang-orang atau suatu pihak yang dipandang expert.

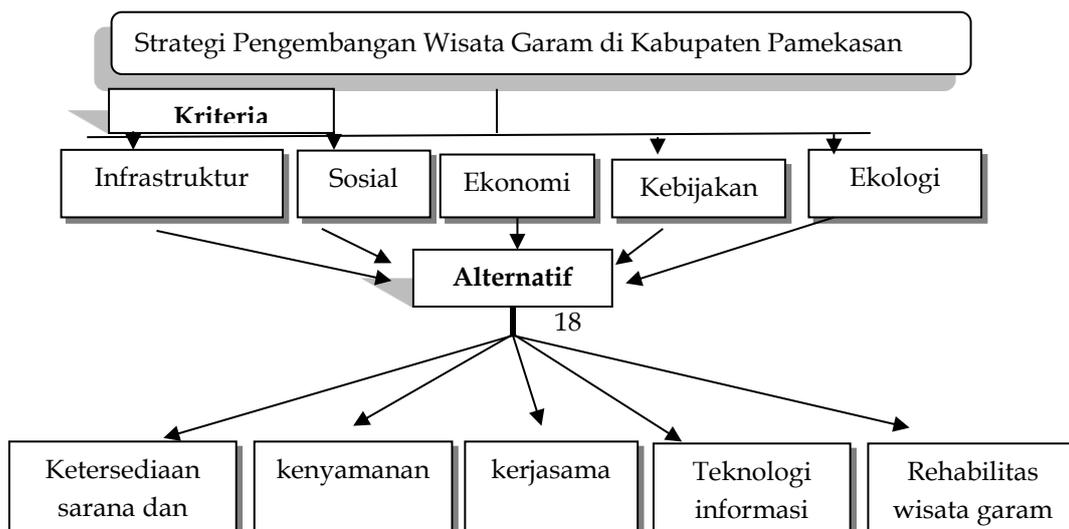
### Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Jenis data pada penelitian data primer merupakan data yang harus melalui proses wawancara kepada narasumber. Data ini belum dapat dipakai dan harus diolah terlebih dahulu untuk menghilangkan unsur-unsur yang tidak penting. Seperti data yang diperoleh dari kuesioner, pengumpulan data dengan alat mekanis dan lain-lain. Data primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh dengan wawancara dan pengisian kuesioner kepada responden. Data primer meliputi identitas responden; nama, usia, pendapatan, dan pertanyaan (Sinaga, Antara, & Dewi, 2020).

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji rumusan masalah dengan analisis *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Penentuan strategi pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan menggunakan AHP seperti yang dikemukakan oleh (Holis, Moh, Sayyidi, 2019). Tahapan yang dilakukan sebagai berikut : (1) menentukan rumusan masalah yaitu pemilihan strategi pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan dengan lima alternatif yang terdiri dari ketersediaan sarana dan transportasi, kenyamanan, kerjasama, teknologi informasi, dan rehabilitas wisata garam, (2) Penyusunan permasalahan mulai struktur hierarki sehingga permasalahan menjadi kompleks dan terperinci. Penyusunan hierarki yang memenuhi harus melibatkan pihak-pihak *expert* dalam permasalahan. (3) penyusunan suatu prioritas untuk semua elemen masalah pada tingkat hierarki. Dari proses tersebut akan menghasilkan bobot/kontribusi elemen terhadap pencapaian tujuan. Bobot yang didapatkan oleh matriks perbandingan berpasangan antara elemen dari semua elemen pada tingkat hierarki yang sama. (4) selanjutnya, uji konsistensi matriks perbandingan berpasangan dari setiap elemen yang diperoleh dari tingkat hierarki keseluruhan. Uji konsistensi berfungsi untuk hasil prioritas mana yang paling penting dari rangkaian perbandingan yang memiliki batas yang logis.

#### a. Penentuan struktur hierarki



- b. Membuat matriks berpasangan Aturan pemberian nilai tingkat kepentingan dalam matriks perbandingan sebagai berikut: dan diasumsikan terdapat elemen, yaitu A1, A2, ....., A3, yang dinilai secara perbandingan "judgement" perbandingan antara ( Ai, Aj) dapat dipresentasikan seperti matriks tersebut. Dengan rumus :  
$$A_i/W_j = a(ij) ; i, j = 1, 2, \dots, n$$
- c. Menghitung bobot kriteria pada matriks berpasangan
- d. Menghitung nilai eigen dan menguji konsentrasi. Menghitung bobot kriteria pada matriks berpasangan, menghitung nilai eigen dan menguji konsistensi. Model AHP matriks berpasangan dapat diterima jika nilai *ratio consistency*  $CR \leq 0,1$  (10%). Pengukuran konsistensi dari suatu matriks didasarkan atas *eigenvalue* maksimum. Dengan *eigenvalue* maksimum, inkonsistensi yang dihasilkan matriks perbandingan dapat diminimumkan (Holis, Moh, Sayyidi, 2019). Rumus dari matriks konsistensi (*consistency index/CI*) adalah :  
$$CI = (\Sigma maks - n)/(n-1)$$
- e. Menghitung *consistency index/CI*  
Rumus dari matriks konsistensi (*consistency index/CI*) adalah :  
$$CI = (\Sigma maks - n)/(n-1)$$
- f. Membuat rangking
- g. Memberikan alternatif.

#### Perancangan Struktur Hirarki

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, proses selanjutnya setelah studi *literature* yaitu perancangan struktur hirarki. Tujuan dan *goal* dari penelitian ini untuk mengimplementasikan metode *Analytical Hierarchy Proses* (AHP) sehingga mendukung keputusan strategi pengembangan wisata garam mana yang paling cocok sesuai dengan kriteria yang diperlukan. Menurut (Aurachman, 2019) AHP minimal menggunakan dua responden. Maka yang menjadi responden untuk penelitian ini ada empat responden yang dapat mewakili dari beberapa konteks dan pemahaman dalam penelitian ini. Keempat responden tersebut yaitu perwakilan dari dinas pariwisata, seorang perwakilan dari dinas kelautan dan perikanan, direktur dinas kelautan dan perikanan, dan pengelola tambak garam. Untuk lebih spesifik maka para responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1  
Responden Penelitian

No Responden	Kapasitas
Responden 1	perwakilan dari dinas pariwisata

Responden 2	seorang dari dinas perikanan dan kelautan
Responden 3	direktur dinas perikanan dan kelautan
Responden 4	pengelola tambak garam

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perhitungan Nilai CR

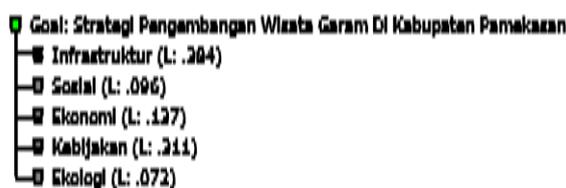
**Tabel 2**  
Hasil Nilai CR *Expert Choice*

No	Perbandingan kriteria diukur	Nilai CR	Hasil
1	Per Kriteria	K	Diterima
2	Kriteria Pengembangan wisata garam		
	- Kriteria Infrastruktur	0,1	Diterima
	-Kriteria Sosial	0,02	Diterima
	-Kriteria Ekonomi	0,07	Diterima
	-Kriteria Kebijakan	0,06	Diterima
	-Kriteria Ekologi	0,04	Diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui untuk yang pertama mengukur konsistensi matriks perbandingan kriteria infrastruktur senilai 0,1, karena nilai CR < 0,1 maka *Consistency Ratio* (CR) dari perhitungan tersebut diterima. Yang kedua mengukur konsistensi matriks perbandingan kriteria sosial dengan nilai 0,02, karena nilai CR < 0,1 maka *Consistency Ratio* (CR) dari perhitungan tersebut diterima. Yang ketiga mengukur konsistensi matriks perbandingan kriteria ekonomi dengan nilai 0,07, karena nilai CR < 0,1 maka *Consistency Ratio* (CR) dari perhitungan tersebut diterima. Yang keempat mengukur konsistensi matriks kebijakan dengan nilai 0,06, karena nilai CR < 0,1 maka *Consistency Ratio* (CR) dari perhitungan tersebut diterima. Sedang yang yang terakhir mengukur konsistensi kriteria ekologi dengan nilai 0,04. karena nilai CR < 0,1 maka *Consistency Ratio* (CR) dari perhitungan tersebut diterima

### Implementasi Menggunakan Expert Choice



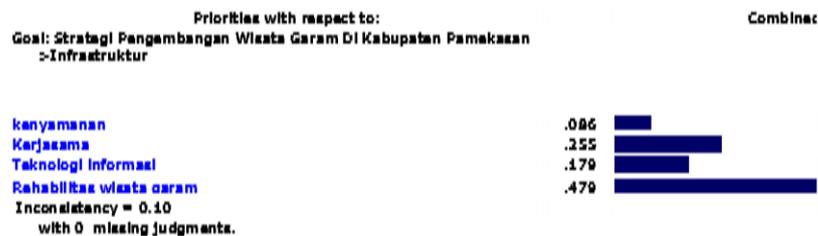
**Gambar 1**  
Model Hierarki

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 1 diatas, analisis dari gabungan dari 4 responden yang ada, menunjukkan bahwa infrastruktur merupakan kriteria tertinggi dengan bobot nilai 0384% atau setara dengan 38.4% dari total kriteria. Hal ini dikarenakan infrastruktur sekitar wisata garam kurang mendukung, kurangnya fasilitas untuk kenyamanan pengunjung saat berwisata sehingga faktor infrastruktur merupakan kriteria utama untuk pengembangan strategi wisata garam. Menurut Hidayati, (2020) pengembangan eduwisata garam di Desa Bunder, Kabupaten Pamekasan ini semaksimal mungkin harus melibatkan pihak pemerintah maupun masyarakat sekitar daerah secara optimal. Hal tersebut dilakukan guna masyarakat dapat merasakan keuntungan secara langsung dari pengembangan eduwisata di Desa Bunder, Kabupaten Pamekasan.

Hasil perhitungan *Consistency Ratio (CR)* pada masing-masing aspek:

- a. Kriteria infrastruktur

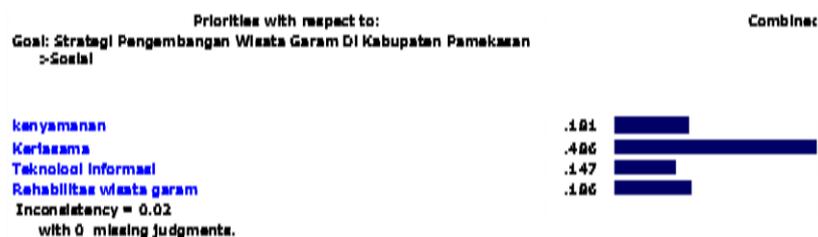


Gambar 2

### Consistency Ratio (CR) Infrastruktur

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Gambar 2 menunjukkan, bahwa pengolahan data software AHP *expert choice*. Diperoleh hasil bahwa strategi pengembangan wisata garam yang dipilih expert berdasarkan kriteria infrastruktur adalah rehabilitas wisata garam menempati posisi pertama karena perbaikan wisata garam agar lebih baik lagi dengan adanya taman bermain anak-anak, Tempat santai keluarga agar menarik wisatawan. Karena selama ini wisata garam masih berupa hamparan luas lahan pertanian, dan gundukan garam yang sudah di panen.



Gambar 3

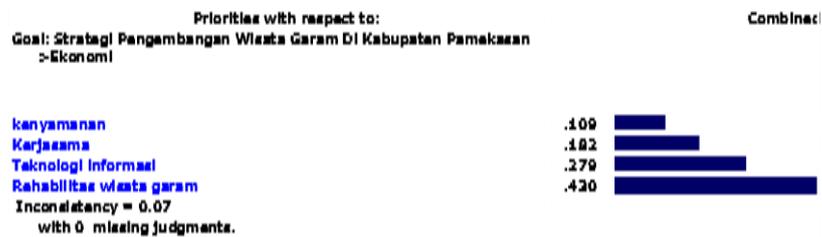
### Consistency Ratio (CR) Sosial

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Gambar 3 menunjukkan, bahwa strategi pengembangan wisata garam di pilih expert berdasarkan kriteria sosial adalah kerjasama menempati posisi pertama,

Kerjasama menempati posisi pertama dikarenakan dengan adanya beberapa pihak terkait yang menangani masalah pariwisata dan pengelolaan wisata garam. karena selama ini kurangnya komunikasi antara pengelola tambak garam, bumdes, maupun dinas pariwisata, ditambah adanya pandemic menjadikan wisata garam makin sepi pengunjung, maka perlunya diskusi intens pihak-pihak tertentu untuk menentukan strategi pengembangan wisata garam.

b. Aspek ekonomi



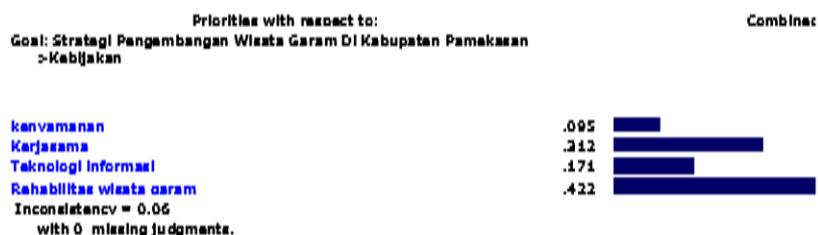
Gambar 4

Consistency Ratio (CR) Ekonomi

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 4 menunjukkan strategi pengembangan wisata garam yang dipilih para expert berdasarkan kriteria ekonomi, pertama adalah rehabilitas wisata garam, kedua teknologi informasi, ketiga kerjasama, dan yang terakhir adalah kenyamanan. Dari kriteria ekonomi rehabilitas wisata garam dipilih yang pertama karena perbaikan wisata garam lebih baik dengan adanya taman bermain anak-anak untuk menarik wisatawan akan meningkatkan kunjungan wisatawan, dan akan menaikkan perekonomian warga sekitar. Karenakan selama ini masih bermanfaat untuk perekonomian petani garam dan masih belum untuk masyarakat pedagang sekitar wisata garam maupun warga sekitar wisata.

c. Aspek Kebijakan



Gambar 5

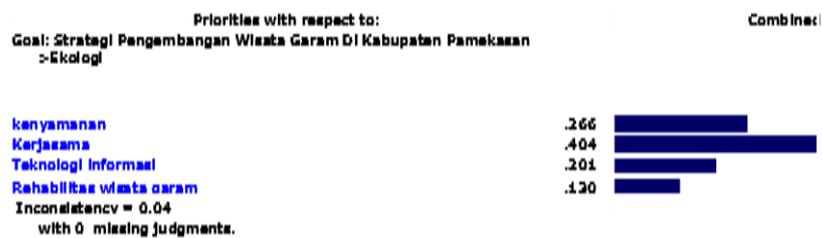
Consistency Ratio (CR) Kebijakan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 5 menunjukkan, bahwa strategi pengembangan wisata garam yang dipilih para expert berdasarkan kriteria kebijakan yang pertama adalah rehabilitas wisata garam. Dalam kriteria kebijakan rehabilitas wisata garam dipilih yang pertama dikarenakan kumpulan individu atau kelompok instansi

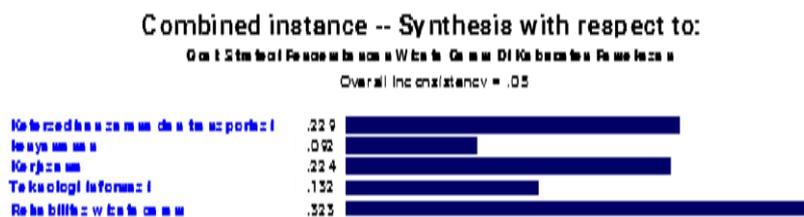
yang berhubungan dengan objek wisata untuk mencapai tujuan dengan adanya fasilitas yang mendukung untuk wisata garam. Dikarenakan selama ini rehabilitas wisata garam masih kurang mendukung karena kurangnya tempat bermain anak-anak maupun tempat santai keluarga atau gazebo.

d. Aspek Ekologi



**Gambar 6**  
**Consistency Ratio (CR) Ekologi**  
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 6 menunjukkan bahwa strategi wisata garam yang dipilih expert berdasarkan kriteria ekologi adalah kerjasama dengan pilihan terbanyak. Berdasarkan kriteria ekologi, kerjasama dipilih yang pertama dikarenakan kondisi sekitar alam menjadikan tempat pariwisata jauh lebih baik bagus dapat dijaga kelestariannya, keamanan pengunjung faktor terpenting. Karena kondisi sekarang masih ada isu bahwa pulau Madura masih identic dengan begal. Pembobotan dan perbandingan berpasangan antara kriteria dan antara kriteria dengan alternatif dilakukan dengan pendekatan *distributive mode*. Dapat dilihat masing-masing kriteria memiliki bobot sebagai berikut: infrastruktur 0,384%; sosial 0,096%; ekonomi 0,137%; kebijakan 0,311%; ekologi 0,072%. Bobot tersebut menunjukkan besarnya pengaruh kriteria dalam pemilihan alternatif strategi pengembangan wisata.

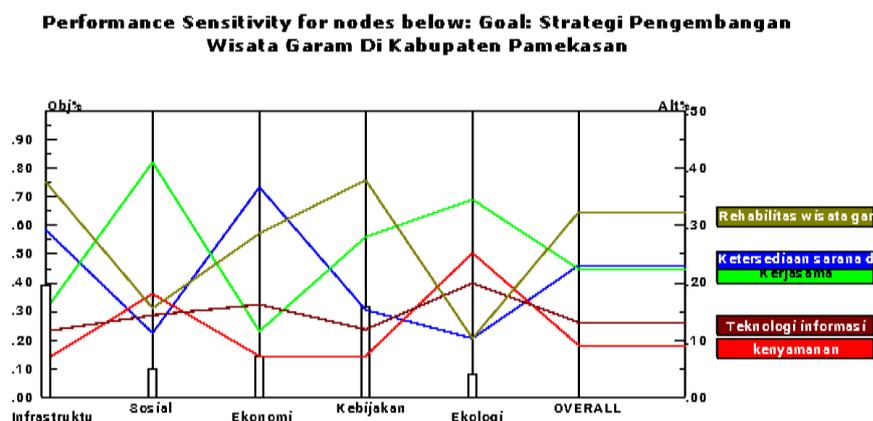


**Gambar 7**  
**Hasil Akhir Bobot Penilaian Setiap Alternatif**  
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Dari pengolahan data menggunakan software AHP *Expert Choice*, didapatkan hasil bawah rehabilitas wisata garam terpilih sebagai prioritas

pertama dan dapat dikatakan paling berpengaruh terhadap pengembangan wisata garam di pamekasan dibandingkan alternatif lainnya. Dengan nilai rehabilitas wisata garam 0,323%, disusul ketersediaan sarana dan transportasi 0,229%, kerjasama 0,224%, teknologi informasi 0,132%, dan nilai terakhir kenyamanan 0,092%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa rehabilitas wisata garam sebenarnya memiliki pengaruh terhadap pengembangan wisata garam di pamekasan. Dari gambar diatas menunjukkan, bahwa strategi pengembangan wisata garam yang dipilih oleh expert berdasarkan alternatif nilai tertinggi adalah rehabilitas wisata garam. Ini dimana perbaikan wisata garam untuk lebih baik lagi dengan adanya taman bermain untuk anak-anak atau tempat bersantai keluarga. Selanjutnya disusul ketersediaan sarana dan transportasi nilai kedua tertinggi dari nilai alternatif, dimana ketersediaan sarana dan transportasi seperti gazebo, sarana tempat ibadah, toilet, dapat menarik wisatawan yang berkunjung. Yang ketiga nilai alternatif tertinggi adalah kerjasama yang dipilih expert adalah kerjasama dengan beberapa pihak-pihak yang terkait yang menangani masalah pariwisata. Nilai yang keempat yang dipilih expert dari alternatif adalah teknologi informasi adalah strategi wisata garam yang berkaitan dengan promosi wisata garam ataupun pengelola dan masyarakat dalam meningkatkan wisata garam. Nilai yang kelima yang dipilih expert adalah alternatif kenyamanan, kenyamanan pengunjung di wisata garam, dapat diperoleh dengan merasa aman di sekitar wisata garam. Menurut Susandini & Islam, (2022) upaya strategi pengembangan wisata garam Madura harus dilakukan bersama dimana kerjasama antara pemerintah dan masyarakat sekitar wisata garam. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut publikasi media sosial perlu dilakukan untuk pengembangan wisata garam.

### Analisis Sensitivitas

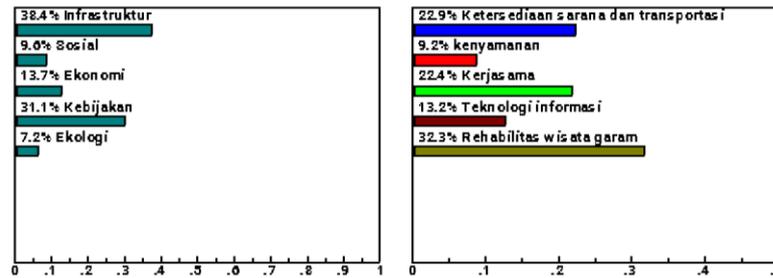


Gambar 8

Sensitivitas *Distributive Mode Modifikasi: dynamic analysis*

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

**Dynamic Sensitivity for nodes below: Goal: Strategi Pengembangan  
Wisata Garam Di Kabupaten Pamekasan**



Gambar 9

**Sensitivitas Distributive Mode Modifikasi: *dynamic analysis***

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Menurut Gunawan, (2014) Berdasarkan *software expert choice* tersedia alat untuk melakukan analisis sensitivitas. Alat analisis untuk kepekaan suatu keadaan untuk membantu pengambilan keputusan untuk melihat bagaimana bobot yang berbeda dari setiap kriteria bisa mempengaruhi hasil dari setiap model. Menurut Haryanto, Masyhuri, & Irham, (2018) uji sensitivitas dilakukan untuk melihat strategi pengembangan wisata garam. Dari pengolahan data menggunakan software *AHP Expert Choice*, didapatkan hasil bawah rehabilitas wisata garam terpilih sebagai prioritas pertama dan dapat dikatakan paling berpengaruh terhadap pengembangan wisata garam di Kabupaten Pamekasan dibandingkan alternatif lainnya, dimana kondisi wisata garam saat ini pemandangan yang bagus, biaya murah, dan kualitas pendidikan yang bagus. Pengelola wisata sangatlah memiliki peranan penting untuk mendesain lokasi wisata untuk lebih kreatif lagi, serta sebagai elemen penting untuk strategi pengembangan wisata garam. Maka rehabilitas wisata garam dapat dilakukan dengan cara perbaikan wisata garam untuk lebih baik lagi dengan adanya taman bermain untuk anak-anak atau tempat bersantai keluarga, memiliki nilai sebesar 32,3%, dan apabila rehabilitas wisata garam memiliki nilai yang paling rentan ini akan mengakibatkan wisata garam di Kabupaten Pamekasan kurang diminati wisatawan seperti saat ini. Dapat dilihat dari sebelah kanan adalah nilai kriteria yang memiliki nilai tertinggi sebesar infrastruktur sebesar 38,4% ini menunjukkan bahwa infrastruktur sangat berpengaruh terhadap strategi pengembangan wisata garam, apabila infrastruktur memiliki nilai yang paling rentan ini membuat kenyamanan, dan keamanan wisatawan kurang saat berkunjung ke wisata garam dari segi infrastruktur.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian nilai rehabilitas wisata garam memiliki nilai paling unggul sebesar 32,3% untuk strategi pengembangan wisata garam, Disusul ketersediaan sarana dan transportasi sebesar 22,9%, disusul kerjasama sebesar 22,4%, disusul teknologi informasi sebesar 13,2%, dan yang terakhir kenyamanan sebesar 9,2%. Dapat diketahui bahwa rehabilitas wisata garam paling berpengaruh untuk strategi pengembangan wisata garam. Nilai kriteria yang paling berpengaruh adalah infrastruktur yang memiliki nilai sebesar 38,4%.

Berdasarkan hasil penelitian kedepannya wisata garam memiliki taman bermain anak-anak, tempat bersantai keluarga seperti gazebo, ketersediaan sarana dan transportasi seperti gazebo, sarana tempat ibadah, toilet.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aurachman, R. (2019). Proses Pengambilan Data Pada Ahp (Analytical Hierarchy Process) Menggunakan Prinsip Closed Loop Control System. *Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 6(1), 55–64.
- Bengi, Fitri Mah, & Dkk. (2018). Perbandingan Arus Dan Tegangan Larutan Elektrolit Berbagai Jenis Garam. *Gravitasi ( Jurnal Pendidikan Fisika Dan Sains )*, 1(1), 32–36.
- Devy, H. A. (2017). Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi Dilema*, 32(1), 34–44.
- Fauzin. (2019). Analisis Pengaturan Perlindungan Petambak Garam Di Kabupaten Sampang Dalam Kebijakan Tata Kelola Garam. *Jurnal Pamator*, 12(2), 113–122.
- Giantari, I G A Ketut, & Dkk. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste Mario. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(11), 773–796.
- Gunawan, G. (2014). Implementasi Metode Analytical Hierarchy Process Dalam Pengelolaan Daerah Aliran Sungai. *Jurnal Inersia*, 6(1), 91–97.
- Haryanto, L. I., Masyhuri, M., & Irham, I. (2018). Daya Saing Dan Sensitivitas Usahatani Jagung Di Kabupaten Pacitan. *Jurnal Kawistara*, 8(3), 262–274. <https://doi.org/10.22146/Kawistara.38363>
- Hidayati, D. (2020a). Konsep Pengembangan Eduwisata Tambak Garam Di Desa Bunder Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. *Hidayati, Konsep Pengembangan Eduwisata*, (November), 1–8.
- Hidayati, D. (2020b). Konsep Pengembangan Eduwisata Tambak Garam Di Desa Bunder Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan, 1–8.
- Holis, Moh, Sayyidi, Dan M. (2019). Strategi Peningkatan Optimalisasi Aktivitas Petani Garam Pamekasan Dengan Analytical Hierarchy Process (Ahp). *Seminar Nasional Humaniora & Aplikasi Teknologi Informasi (Sehati)*, 129–238.
- Istiqomah, Triafinna Khoyyun, D. (2021). Strategi Pengembangan Air Terjun Putuk Truno Di Kabupaten Pasuruan Era Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode Quantutative Strategic Planning Matrix ( Qspm ) Putuk Truno Waterfall Defelopment Strategy In Pasuruan Regency Era Of Covid- 19 Pandemic Using Quant. *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation*, 4(2), 161–172.
- Jasilah, N. (2018). Pengembangan Kawasan Pegaraman Di Kabupaten Pamekasan, 1–173.
- Nuridin. (2016). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Pulau Samalona, Makassar. *Jurnal Master Pariwisata (Jumpa)*, 3(1), 175–189. <https://doi.org/10.24843/Jumpa.2016.V03.I01.P12>
- Prihantini, C. I., Syaukat, Y., & Fariyanti, A. (2017). Pola Bagi Hasil Usaha Garam Rakyat Di Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.29244/Jai.2016.4.1.1-16>

- Putri, K. R. (2015). Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bukittinggi Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad). *Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bukittinggi Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad)*, 1-121.
- Sinaga, O., Antara, M., & Dewi, R. K. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Garam Rakyat Di Desa Kusamba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung. *Agrisociconomics*, 4(1), 96-110. <https://doi.org/10.14710/Agrisociconomics.V4i1.6081>
- Susandini, A., & Islam, D. (2022). Konsep Pengembangan Wisata Garam Madura Dengan Analisis Swot. *Mbr (Management And Business Review)*, 6(1), 59-68.
- Utami, Annisa Retno. (2016). Kompetensi Khas Di Sektor Pariwisata. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 75-88. <https://doi.org/10.15408/Ess.V6i1.3121>
- Zulpikar, F. & Dkk. (2017). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Di Green Canyon Pangandaran Menggunakan Travel Cost Method. *Creative Research Journal*, 03(01), 43-54. <https://doi.org/10.34147/Crj.V3i01.80>