

Pengembangan Pantai Sembilan Sumenep Berbasis Partisipasi Masyarakat

Jakfar Sadik^{1*}, Andri Wijanarko²

^{1,2}Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Trunojoyo Madura

Email: jakfar.sadik@trunojoyo.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v3i1.18498>

ABSTRACT

This study aims to develop a Sembilan coastal tourism development strategy based on community participation through Importance Performance Analysis (IPA). Overview of the current conditions (Performance) and the level of importance/needs of stakeholders (Importance) Sembilan coastal tourism includes: tourism attraction forming, availability of tourism infrastructure, availability of tourism facilities, community participation, institutional, investment opportunities, environment quality, resources protection, policies and marketing

Keyword: *Sembilan Beach, Tourism, community participation*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyusun strategi pengembangan wisata Pantai Sembilan di Kabupaten Sumenep yang berbasis partisipasi masyarakat melalui metode Importance Performance Analysis (IPA). Gambaran kondisi saat ini (Performance) dan Tingkat Kepentingan/Kebutuhan stakeholder (Importance) wisata Pantai Sembilan yang mencakup: pembentu daya Tarik wisata, ketersediaan prasarana wisata, ketersediaan sarana wisata, partisipasi masyarakat, kelembagaan, kesempatan investasi, kualitas lingkungan, perlindungan sumberdaya, kebijakan, dan pemasaran

Kata Kunci: *Pantai Sembilan, pariwisata, partisipasi masyarakat*

PENDAHULUAN

Potensi kelautan di Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas 47.922 km², yang merupakan provinsi terluas di antara enam provinsi di Pulau Jawa, di wilayah Provinsi Jawa Timur terdapat 229 pulau dan disebut sebagai Sub Wilayah II. Jika dilihat dari perbatasan, sisi utaranya berbatasan dengan Laut Jawa, sisi selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia, sisi timur berbatasan dengan Selat Bali/Provinsi Bali, dan sisi barat berbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah.

Pulau Madura sendiri terdapat 127 pulau, dan di Kabupaten Sumenep memiliki 126 pulau, serta 1 pulau di Kabupaten Sampang. Kabupaten Sumenep yang secara administratif berada di ujung timur Pulau Madura, berdasarkan kondisi geografis wilayahnya, maka Kabupaten Sumenep dapat dikelompokkan atas wilayah daratan dan wilayah kepulauan. Wilayah daratan Kabupaten Sumenep meliputi 18 (*delapan belas*) Kecamatan dan luas wilayahnya 1.146,927065 km² atau 54,79%, sedangkan wilayah kepulauannya sebanyak 9 (*sembilan*) Kecamatan dengan luas wilayah 946,530508 km² atau 45,21%, yang

yang meliputi 126 buah pulau, 48 pulau berpenghuni (38%) dan 78 pulau tidak berpenghuni (62%).

Luasnya daerah kepulauan di Kabupaten Sumenep memiliki potensi untuk dikembangkan, salah satunya melalui wisata bahari. Pengembangan wisata bahari di pulau-pulau Kabupaten Sumenep yang belum optimal menjadi daya tarik untuk dikembangkan dan diteliti dengan upaya penguatan masyarakat lokal dalam mengembangkan wisata bahari. Wisata bahari di Kabupaten Sumenep ini terfokus di tiga tempat, yakni Pulau Gili Iyang, Pulau Gili Labak, dan Pulau Sembilan, yang merupakan pulau-pulau dengan keunikan dan keindahan pulaunya, serta memiliki keunggulan bawah lautnya yang masih sangat terjaga ekosistem biota lautnya. Namun, dalam penelitian ini hanya difokuskan pengembangan wisata berbasis potensi local masyarakat di Pantai Sembilan Kecamatan Gili Genting Kabupaten Sumenep.

Luasnya pulau-pulau di Kabupaten Sumenep Madura dan belum tergarap dengan baik untuk dijadikan sebagai destinasi wisata bahari, telah menjadi tujuan utama dalam penelitian ini. Pengembangan destinasi daerah-daerah wisata bahari berbasis masyarakat lokal, akan menguatkan nilai ekonomis bagi masyarakat dan daerah Kabupaten Sumenep, terutama di Pulau Sembilan Kecamatan Gili Genting. Potensi penguatan ekonomis dalam sector pariwisata menjadi peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. Karena dengan kepariwisataan akan berkembang usaha-usaha lainnya, yakni UMKM-UMKM baru, mulai dari alat transportasi, perahu, oleh-oleh, penginapan, dan lain sebagainya. Sehingga dengan destinasi sebuah daerah menjadi tempat pariwisata maka akan menyebabkan perputaran uang dari sisi ekonomis akan semakin kuat dan tinggi.

Oleh karena itu penelitian ini memiliki tujuan untuk menguatkan masyarakat lokal dalam mengembangkan potensi wisata bahari Pantai Sembilan Kecamatan Gili Genting Kabupaten Sumenep. Sehingga penelitian ini akan melakukan tahapan secara bertahap, yakni:

- i. Mengidentifikasi potensi faktor pendukung pengembangan wisata bahari di Pantai Sembilan Kecamatan Gili Genting Kabupaten Sumenep ,
- ii. Menyusun strategi pengembangan wisata bahari Pantai Sembilan Kecamatan Gili Genting Kabupaten Sumenep berbasis masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Materi/substansi yang terkait dengan kepariwisataan merupakan hal yang menarik untuk dikaji, mengingat penyusunan penelitian ini nantinya diarahkan pada memberi warna yang khas pada jati diri pengembangan wisata di Pantai Sembilan Kecamatan Giligenting. Penalaran ini menyangkut tentang definisi-definisi, pengertian dan konsepsi dasar kepariwisataan. Serta ruang lingkup sarana dan prasarana dalam mengelola usaha pariwisata di Pantai Sembilan Kecamatan Gili Genting.

Pengertian Pariwisata dapat disepadankan dengan istilah *Tourism*. Dalam hal ini pengertian Pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Soekardjo, 1996). Berdasarkan pendapat-pendapat dan para ahli tersebut maka penulis dapat memberikan pengertian pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain yang mempunyai obyek dan daya tarik wisata untuk dapat dinikmati sebagai suatu rekreasi atau hiburan mendapatkan kepuasan lahir

dan batin, sedangkan yang disebut wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap ditempat yang didatanginya, atau hanya untuk sementara waktu tinggal ditempat yang didatanginya. Penggolongan pariwisata menjadi beberapa jenis yaitu (Pendit, 1999):

- 1) Wisata Budaya, merupakan perjalanan wisata atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan seseorang dengan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka.
- 2) Wisata Kesehatan, hal ini dimaksudkan dengan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang memiliki iklim udara menyehatkan atau tempat yang memiliki fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.
- 3) Wisata Olah Raga, wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam peserta olahraga disuatu tempat atau Negara seperti Asian Games, Olympiade, Thomas Cup, Uber Cup dan lain-lain. Bisa saja olah raga memancing, berburu, berenang.
- 4) Wisata Komersial, dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- 5) Wisata Industri, perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian. Misalnya, rombongan pelajar yang mengunjungi industri tekstil.
- 6) Wisata Politik, perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik. Misalnya, ulang tahun 17 Agustus di Jakarta, Perayaan 10 Oktober di Moskow, Penobatan Ratu Inggris, Perayaan Kemerdekaan, Kongres atau konvensi politik yang disertai dengan darmawisata.
- 7) Wisata Konvensi, perjalanan yang dilakukan untuk melakukan konvensi atau konferensi. Misalnya APEC, KTT non Blok.
- 8) Wisata Sosial, merupakan pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan seperti kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.
- 9) Wisata Pertanian, merupakan pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka ragam warna dan suburnya pembibitan di tempat yang dikunjunginya.
- 10) Wisata Maritim (Marina) atau Bahari, wisata yang dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, lebih-lebih danau, bengawan, teluk atau laut. Seperti memancing, berlayar, menyelam, berselancar, balapan mendayung dan lainnya.

- 11) Wisata Cagar Alam, wisata ini biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, tanaman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya.
- 12) Wisata Buru, wisata untuk buru ditempat atau hutan yang telah ditetapkan pemerintah Negara yang bersangkutan sebagai daerah perburuan, seperti di Baluran, Jawa Timur untuk menembak babi hutan atau banteng.
- 13) Wisata Pilgrim, jenis wisata ini dikaitkan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Ini banyak dilakukan oleh rombongan atau perorangan ketempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar, bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pimpinan yang dianggap legenda. Contoh makam Bung Karno di Blitar, Makam Wali Songo, tempat ibadah seperti di Candi Borobudur, Pura Besakih di Bali, Sendang Sono di Jawa Tengah dan sebagainya.
- 14) Wisata Bulan Madu, suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

Ditinjau dari sudut pemasaran pariwisata, terutama dalam mengembangkan obyek wisata atau produk wisata baru, sesungguhnya suatu daerah tujuan wisata mempunyai banyak hal yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik wisatawan kepada pasar yang berbeda-beda denganselera wisatawan. Yang perlu diperhatikan daerah tujuan wisata agar dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dengan macam-macam pasar, maka harus memenuhi syarat yaitu (Yoeti, 1985):

- a. Ada sesuatu yang dilihat (*something to see*), yaitu daerah tujuan wisata harus mempunyai sesuatu yang dapat dilihat dan berbeda dengan tempat lain (punya daya tarik khusus)
- b. Ada sesuatu yang dikerjakan (*something to do*), yaitu daerah tersebut harus menyediakan banyak fasilitas agar dapat membuat betah wisatawan, selain itu menyediakan berbagai kegiatan yang dapat membuat wisatawan aktif dalam berwisata.
- c. Ada sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*), yaitu daerah tersebut harus menyediakan fasilitas berbelanja maupun hasil kerajinan daerah (souvenir) yang dapat dibawa pulang sebagai oleh-oleh.

Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata, yang meliputi (Indonesia, 2009) :

- a. Usaha daya tarik wisata
- b. Usaha kawasan pariwisata
- c. Usaha jasa transportasi wisata
- d. Usaha perjalanan wisata
- e. Usaha jasa makanan dan minuman
- f. Usaha penyediaan akomodasi
- g. Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi

- h. Usaha penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran
- i. Usaha jasa informasi pariwisata
- j. Usaha jasa consultan pariwisata
- k. Usaha jasa pramuwisata
- l. Usaha wisata tirta
- m. Usaha spa

Masih dalam pengertian pariwisata, UU RI Nomor 10 Tahun 2009 mendefinisikan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, yaitu setiap orang yang melakukan perjalanan dan persinggahan sementara di luar tempat tinggalnya dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi. Statistik kedatangan wisatawan dalam penelitian ini dianggap sebagai *statistik kunjungan*, bukan sebagai statistik jumlah individu pengunjung atau individu wisatawan, karena dalam kurun waktu satu tahun seseorang bisa datang lebih dari satu kali.

Dalam hali ini ditegaskan sekali lagi bahwa industry pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang berpergian. Berdasarkan pendapat dari para ahli tersebut maka penulis dapat memberikan pengertian pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain yang mempunyai obyek dan daya tarik wisata untuk dapat dinikmati sebagai suatu rekreasi atau hiburan mendapatkan kepuasan lahir dan batin.

Pengembangan Kepariwisataan

Persoalan pariwisata merupakan suatu aktivitas yang kompleks, yang bisa dipandang sebagai suatu system yang memiliki berbagai ragam komponen, seperti komponen ekonomi, politik, social, budaya, dan seterusnya. Sehingga dengan melihat pariwisata sebagai sebuah system, berarti analisis mengenai berbagai aspek komponen kepariwisataan tidak bisa dilepaskan dari subsistem lain yang saling terikat, seperti politik, ekonomi, budaya, dan seterusnya, di mana setiap subsistem tersebut saling tergantung dan saling terkait. Meskipun demikian, sebagai sebuah sistem, maka antar komponen dalam system tersebut memiliki ikatan hubungan yang bersifat interdependensi, di mana perubahan pada salah satu subsistem akan menyebabkan terjadinya perubahan pada subsistem lainnya, sampai akhirnya kembali ditemukan harmoni system yang baru.

Selain itu, dalam sistem kepariwisataan, ada banyak aktor (pelaku) yang berperan dalam menggerakkan system tersebut. Aktor tersebut adalah insan-insan yang terkait dengan pariwisata yang berada pada berbagai sector komponen. Secara umum, aktor kepariwisataan dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu 1). Masyarakat, 2). Swasta, dan 3). Pemerintah. Yang termasuk masyarakat di sini adalah masyarakat lokal atau masyarakat yang berada pada wilayah destinasi pariwisata, sebagai pemilik dari berbagai sumber daya yang merupakan modal pariwisata, seperti wisata budaya atau wisata buatan. Termasuk kedalam kelompok masyarakat ini juga tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM, dan media massa. Selanjutnya, dalam kelompok swasta adalah asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha, sedangkan kelompok

pemerintah adalah berbagai wilayah administratif, mulai dari Pemerintah Pusat, Provinsi, Kabupaten, Kecamatan, Desa, dan seterusnya.

Penyelenggaraan sistem kepariwisataan akan berjalan dengan baik apabila komponen-komponen tersebut melebur, berhubungan, dan terkait menjadi satu dan saling mendukung satu dengan lainnya, seperti kewajiban pemerintah adalah bersama-sama merencanakan, pembangunan, pengorganisasian, pemeliharaan, dan pengawasan dengan pemerintah daerah lainnya dalam segala sektor yang mendukung kegiatan pariwisata.

Dalam pengembangan potensi pariwisata di Pulau Sembilan Kecamatan Gili Genting Kabupaten Sumenep Madura banyak faktor yang mempengaruhi sukses atau tidak pengembangannya. Hal ini dikarenakan di Kabupaten Sumenep Madura memiliki banyak potensi pariwisatanya yang meliputi: wisata bahari, wisata alam, wisata religi dan wisata sejarah.

Pemerintah Kabupaten Sumenep sampai saat ini terus melakukan promosi untuk mengenalkan destinasi wilayah pariwisatanya, di mana setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan dan efektif meski belum secara luas dikenal oleh semua masyarakat. Pemerintah Kabupaten Sumenep pun juga mengembangkan pariwisatanya hal ini dilakukan agar para pelancong dapat menikmati keindahan wisata di Kabupaten Sumenep, sehingga pemerintah Kabupaten Sumenep memperoleh sumber pendapatan daerah dari segi pariwisata, yang diimbangi dengan pengembangan dan promosi-promosi dalam pengembangannya. Selain itu, Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep juga bekerjasama dengan media guna menampilkan wisata yang ada di Kabupaten Sumenep, termasuk di Pulau Sembilan Kecamatan Gili Genting (Rani, 2014).

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini berada di Pulau Sembilan Kecamatan Gili Genting Kabupaten Sumenep Madura. Pemilihan lokasi dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa di Madura hampir semuanya kepulauannya ada di Kabupaten Sumenep, yakni 126 pulau, dan hanya satu pulau yang berada di luar Kabupaten Sumenep, yakni Pulau Mandangin yang berada di Kabupaten Sampang Madura. Selain itu, Pulau Sembilan ini merupakan pulau yang bisa dianggap mampu merepresentasikan sebagai daerah destinasi yang memiliki potensi wisata bahari, dengan ragam keunikan masyarakat lokalnya, serta pemandangan di sekitar pulau tersebut yang banyak dikelilingi kelapa dan perbukitan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam studi ini, penelitian kualitatif akan dioperasikan melalui analisis deskriptif, dengan melakukan reinterpretasi objektif tentang fenomena sosial yang terdapat dalam permasalahan yang diteliti, jadi pergerakannya tidak hanya sebatas pengumpulan dan penyusunan data melalui tehnik delphy, tapi mencakup analisis dan interpretasi tentang data itu (Singarimbun & Effendi, 1989). Studi ini menggunakan data kualitatif (Nawawi & Hadari, 1995) dan data kuantitatif (Koentjaraningrat, 1997), kedua data ini digali dari sumber data primer dan data sekunder. Analisis data dilakukan dengan memeriksa hasil observasi partisipan, wawancara mendalam, FGD, dan dokumentasi, dengan menggunakan teknik *triangulasi* sumber data maupun teknik pengumpulan datanya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Data Kuantitatif Deskriptif (*Importance Performance Analisis*) yang pertama kali

diperkenalkan oleh Martilla dan James (Martilla & James, 1977). Pendekatan ini dilakukan dengan melakukan data kuantitatif yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kuantitatif diolah dan dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran saat ini (*performance*) wisata bahari Pantai Sembilan. Gambaran tersebut diperoleh dengan menganalisis pandangan konsumen terhadap objek wisata pantai Sembilan dari berbagai sudut pandang seperti; daya tarik, sarana dan prasarana, atraksi, kuliner dan kelembagaan. Sementara, tingkat kepentingan/kebutuhan (*importance*) masyarakat terhadap wisata bahari Pantai Sembilan pada sudut pandang yang sama seperti pada gambaran (*performance*) yang diukur dengan skala Likert diolah pula secara kuantitatif deskriptif sehingga didapat rata-rata tingkat penilaian mereka.

Tahapan olah dan analisis data, adalah sebagai berikut:

1. Dalam mengolah data/variabel berskala Likert (dalam Kuesioner Kuantitatif, skala Likert berada di rentang nilai 1 s.d. 4.), harus dipastikan bahwa skala semua variabel memiliki 'arah' sama. Misalnya, semakin tinggi nilai, maka semakin tinggi pula performa dan kepentingan atau sebaliknya.
2. Pengolahan data melalui Importance performance Analisis (IPA)

IPA pada penelitian ini menggabungkan pengukuran kondisi eksisting (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) sebagai rujukan untuk menyusun strategi pengembangan wisata bahari Pantai Sembilan berbasis masyarakat dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *IPA* sangat mudah, dimana grafik *IPA* dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance* - *performance* sebagaimana terlihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Kuadran Pengukuran Importance-Performance



Berikut penjelasan untuk masing-masing kuadran (Brant, 2000) :

- a) Kuadran Pertama, "Pertahankan Kinerja" (*high importance & high performance*). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan masyarakat sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.
- b) Kuadran Kedua, "Cenderung Berlebihan" (*low importance & high performance*). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan

sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal dikudran keempat.

- c) Kuadran Ketiga, “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi masyarakat, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.
- d) Kuadran Keempat, “Tingkatkan Kinerja” (*high importance & low performance*). Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh masyarakat namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data IPA (Martinez, 2003) yaitu: **pertama** menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa, **kedua** menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa. Metode yang kedua lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti.

Berikut prosedur berkaitan dengan penggunaan metode IPA:

- a) Penentuan faktor-faktor yang akan dianalisa,
- b) Melakukan survey melalui penyebaran kuesioner,
- c) Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan,
- d) Membuat grafik IPA,
- e) Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kepuasan Masyarakat Dan Prioritas Penanganan Wisata Bahari Pantai Sembilan

Potensi faktor pendukung pengembangan wisata bahari Pantai Sembilan dianalisis melalui eksplorasi data potensi melalui penilaian responden dari berbagai stakeholders pada kondisi eksisting (*performance*) dan tingkat kepentingannya (*importance*). Jumlah total responden 100 dengan rincian 50 orang dari pengunjung wisata bahari Pantai Sembilan pada hari aktif (*weekday*) dan hari libur (*weekend*), 20 orang dari masyarakat sekitar wisata, 20 orang aparatur, dan 10 orang kelompok sadar wisata. Dari sebaran kuisisioner kemudian diperoleh gambaran seperti yang tertuang pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1
Kepuasan (*Performance*) dan Kepentingan (*Importance*)
Terhadap Wisata Bahari Pantai Sembilan

KRITERIA	FAKTOR	PERFORMANCE	IMPORTANCE
Pembentuk Daya Tarik Wisata	Pasir putih sepanjang pantai	4,7	4,8
	Melihat matahari terbenam		
	Melihat perahu nelayan yang lalu lalang	4,1	4,3
	Ombak yang relatif tenang	4,2	4,4
	Pohon bidara sepanjang pantai	3,9	3,7
	Kerlip lampu nelayan dan plankton di malam hari terlihat jelas	3,9	3,8
	Ketersediaan Prasarana Wisata	Jaringn telepon seluler	2,9
Air bersih dari sumur/bor		3,6	3,4
Transportasi perahu		2,7	4,7
Transportasi darat menuju lokasi		1,9	4,3
Jalan aspal ke lokasi		2,6	4,3
Ketersediaan Sarana Wisata		Taman bermain	2,9
	Tempat kemah	3,3	3,6
	Kios souvenir	2,3	4,8
	Warung makan dan minum	3,3	3,6
	Fasilitas olah raga air	5,2	4,7
	Kantor pengelola	2,4	3,8
	Mushalla	1,8	4,7
	MCK	3,3	4,3
	Gazebo	3,7	4,7
	Perahu	2,7	4,1
	Penginapan	3,2	4,5
	Tempat parkir	3,4	4,2
Partisipasi Masyarakat	Nelayan sekitar pantai	3,2	4,3
	Pemenuh kegiatan wisata seperti pendirian warung makan dan kios souvenir	3,6	4,3
	Tradisi masyarakat sebagai	2,3	4,9

atraksi budaya			
Kelembagaan	Dinas pariwisata	2,2	4,6
	Kecamatan Giligenting	2,7	4,3
	Desa Bringsang	3,9	3,7
	Kelompok Sadar Wisata	2,6	4,4
Kesempatan Investasi	Memberikan peluang dan kemudahan investasi	3,3	4,3
Kualitas Lingkungan	Kebersihan yang ada di pantai sudah di atur dengan manajemen yang sesuai dengan sistem pengangkutan pemukiman warga	4,9	4,3
Perlindungan Sumberdaya	Sumberdaya yang ada di Pantai Sembilan yaitu hasil tangkapan ikan yang menjadi mata pencaharian masyarakat sekitar, adanya pohon bidara sepanjang pantai dan penanaman cemara udang	4,2	4,1
Kebijakan	Adanya program pemerintah Kabupaten Sumenep untuk mengembangkan pariwisata daerah	2,8	4,7
Pemasaran	Mengembangkan teknologi informasi untuk media publikasi	3,6	3,3
	Mengemas aktivitas terkait dengan wisata minat khusus untuk menarik pengunjung	2,7	4,7
RATA-RATA		3,03	4,23

Gambaran penilaian responden tentang tingkat kepuasan (*performace*) dan kepentingan (*importance*) kemudian dimasukkan ke dalam 4 diagram IPA untuk mengetahui kinerja faktor pendukung dengan terlebih dahulu dihitung nilai rata-rata faktor. Tabel 2 menunjukkan pembagian faktor pada 4 kuadran IPA).

Tabel 2
Kuadran Importance Performance Analysis (IPA)

Importance	Performance
<p>TINGKATKAN KINERJA</p> <p><u>Ketersediaan Prasarana Wisata</u> - Transportasi perahu - Transportasi darat menuju lokasi - Jalan aspal ke lokasi</p> <p><u>Ketersediaan sarana wisata</u> - Taman bermain - Kios souvenir - Mushalla</p> <p><u>Partisipasi masyarakat</u> - Tradisi masyarakat sebagai atraksi budaya</p> <p><u>Kelembagaan</u> - Dinas Pariwisata - Kecamatan Giligenting - Kelompok Sadar Wisata</p> <p><u>Kebijakan</u> - Adanya program pemerintah Kabupaten Sumenep untuk mengembangkan pariwisata daerah</p> <p><u>Pemasaran</u> - Mengemas aktivitas terkait dengan wisata minat khusus untuk menarik pengunjung</p>	<p>PERTAHANKAN KINERJA</p> <p><u>Daya Tarik wisata</u> - Pasir putih sepanjang pantai - Melihat perahu nelayan - Ombak yang relatif tenang</p> <p><u>Ketersediaan Prasarana Wisata</u> - Air bersih dari sumur/bor</p> <p><u>Ketersediaan sarana wisata</u> - Fasilitas olah raga air - MCK - Gazebo - Penginapan - Tempat parkir</p> <p><u>Partisipasi Masyarakat</u> - Nelayan sekitar pantai - Pemenuh kegiatan usaha seperti pendirian warung makan dan kios souvenir</p> <p><u>Kesempatan Investasi</u> - Peluang dan kemudahan investasi</p> <p><u>Kualitas lingkungan</u> - Kebersihan yang ada di pantai sudah diatur dengan manajemen yang sesuai dengan sistem pengangkutan permukiman warga</p>
<p>PRIORITAS RENDAH</p> <p><u>Ketersediaan Prasarana Wisata</u> - Jaringan telpon seluler</p> <p><u>Ketersediaan Sarana Wisata</u> - Kantor pengelola</p>	<p>CENDERUNG BERLEBIHAN</p> <p><u>Pembentuk Daya Tarik</u> - Pohon bidara sepanjang pantai - Kerlip lampu nelayan dan plankton di malam hari</p> <p><u>Ketersediaan Prasarana Wisata</u> - Air bersih dari sumur bor</p> <p><u>Ketersediaan Sarana Wisata</u> - Tempat kemah - Warung makan dan minum</p> <p><u>Kelembagaan</u> - Desa Bringsang</p> <p><u>Pemasaran</u> - Mengembangkan teknologi untuk media publikasi</p>

Grafik kuadran IPA tentang wisata bahari Pantai Sembilan yang terbagi dalam 4 kuadran dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kuadran I “Pertahankan Kinerja”, yaitu pada kuadran ini obyek wisata Pantai Sembilan memiliki keunggulan komparatif seperti pasir putih sepanjang pantai yang sangat bagus dan halus, bisa melihat langsung matahari terbenam dan deburan ombak yang relatif tenang. Hal itu dinilai oleh responden sangat tinggi dengan ukuran nilai keindahan. Fasilitas air bersih, olah raga air, MCK, Gazebo, penginapan dan tempat parkir baik itu tempat parkir di lokasi wisata maupun tempat parkir di sekitar dermaga pelabuhan di Desa Tanjung, Lobuk dan Kebundadap Timur dianggap sudah memuaskan dan keberadaannya sangat diminati. Pelibatan masyarakat sekitar juga dianggap telah sesuai dengan keinginan masyarakat sehingga rasa kepedulian dan kepemilikan terhadap lokasi wisata sangat tinggi. Pengelola juga memberikan peluang investasi kepada investor yang tertarik untuk menambah sarana permainan, kerajinan (*handycraft*) maupun kuliner (*privat labels*). Kepuasan dan kekaguman responden disematkan juga terhadap pengelolaan sampah yang terorganisir sehingga kebersihan pantai relatif terjaga.

Kuadran II “Tingkatkan Kinerja” yaitu pada kuadran ini responden menganggap ketersediaan prasarana wisata pada faktor transportasi perahu, jalan aspal menuju lokasi dan transportasi darat menuju lokasi kurang memuaskan dan responden berharap ini segera diupayakan. Transportasi perahu pada momen hari-hari besar dan libur panjang nasional tidak mampu melayani secara optimal karena keberadaannya secara kuantitas sangat kurang. Transportasi darat juga diperlukan karena jarak dari pelabuhan ke lokasi wisata cukup jauh. Responden juga menganggap ketersediaan sarana wisata juga masih kurang seperti pada faktor taman bermain anak, toko souvenir dan mushalla. Pengunjung kebanyakan membawa anak kecil yang butuh permainan dan pengunjung juga butuh oleh-oleh cinderamata dan kuliner khas. Keluhan responden paling banyak terhadap keberadaan tempat ibadah (mushalla) yang representatif dan segera disediakan. Pengintegrasian budaya lokal juga sangat diharapkan oleh masyarakat untuk mengenalkan keunikan daerah disamping peran serta kelembagaan (Dinas Pariwisata, Kecamatan Giligenting, dan kelompok sadar wisata) yang dianggap masih kurang respon terhadap potensi wisata daerah. Kelembagaan formal dari Desa Bringsang dianggap oleh responden paling cepat dan tanggap dalam pengembangan wisata bahari Pantai Sembilan. Responden sangat berharap pemerintah daerah lebih bijak dalam hal pengembangan wisata baik dalam hal pendanaan maupun program, even-even khusus bisa diselenggarakan oleh pemerintah dilokasi wisata guna promosi dalam rangka perluasan pangsa pasar.

Kuadran III “Cenderung Berlebih” pada kuadran ini responden menganggap keberadaan faktor sudah memuaskan sehingga kepentingannya untuk ditingkatkan cukup rendah. Keberadaan pohon bidara dan kerlip lampu nelayan di malam hari dianggap sebagai kekhasan objek wisata (*comparative advantage*). Luasan areal tempat kemah dan warung makan dan minum dianggap sudah memadai sehingga tidak terlalu penting untuk ditingkatkan. Kepala Desa Bringsang dianggap oleh responden sudah cukup bagus keterlibatannya dalam pengembangan obyek wisata terutama dalam pendanaan (pribadi maupun dengan Dana Desa) utamanya dalam mengenalkan obyek wisata melalui media sosial.

Kuadran IV “Prioritas Rendah” pada kuadran ini responden dari berbagai stakeholders menilai kualitas jaringan seluler kurang bagus namun responden tidak menganggapnya mendesak untuk diatasi termasuk juga keberadaan kantor pengelola dianggap responden kurang representatif namun juga tidak mendesak utk diatasi karena bukan faktor pembentuk kepuasan secara langsung.

Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Sembilan

Penyusunan strategi pengembangan wisata bahari Pantai Sembilan mengacu pada hasil *Importance Performance Analisis* (IPA) untuk menentukan skala prioritasnya, dan mengacu pada kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan tantangan (*treat*).

Faktor Internal

1. Kekuatan

Pantai Sembilan merupakan obyek wisata yang mempunyai keunggulan komparatif (*comparative advantage*) diantaranya;

- a. Pasir putih halus yang membentang sepanjang bibir pantai
- b. Matahari terbenam terlihat secara jelas
- c. Gelombang ombak yang relatif kecil membuat pengunjung yang berendam di pantai relatif tenang
- d. Pohon bidara yang tumbuh alami sepanjang pantai sebagai tempat berteduh dari terik matahari pantai
- e. Keamanan yang relatif terjaga karena melibatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaan obyek wisata termasuk penjagaan keamanan dan kebersihan
- f. Jarak tempuh ke lokasi wisata relatif dekat dari pusat Kota Sumenep.
- g. Keramahan dari masyarakat sekitar, aparatur desa, pengelola wisata maupun kelompok sadar wisata yang terlibat.
- h. Tempat penginapan didesain unik, khas rumah adat Kecamatan Gili Ginting
- i. Kuliner khas Kecamatan Gili Ginting yaitu Bepel dan Gula Tai Kucing (gula kelapa) cukup terkenal.

2. Kelemahan

Panorama yang indah harus didukung oleh sarana dan prasarana yang mampu menarik minat pengunjung. Beberapa kelemahan di Pantai Sembilan yang tingkat kepentingannya tinggi, diantaranya;

- a. Transportasi laut (perahu) pada musim libur hari besar dan libur panjang tidak mampu mengangkut membludaknya pengunjung.
- b. Jalan darat dari pelabuhan menuju lokasi wisata belum diaspal sepenuhnya dan relatif sempit
- c. Belum ada transportasi darat dari pelabuhan menuju lokasi wisata
- d. Air bersih untuk MCK ketersediaannya masih kurang terutama disaat libur panjang anak sekolah pengunjung membludak
- e. Belum menampilkan atraksi wisata berbasis budaya setempat
- f. Kuliner bapel dan gula tai kucing belum dijual di tempat wisata
- g. Belum ada sarana bermain untuk anak kecil
- h. Kios souvenir juga belum nampak di lokasi wisata

- i. Belum tersedia tempat ibadah (Musholla) yang akomodatif

Faktor Eksternal

1. Peluang

Keberadaan obyek wisata Pantai Sembilan diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan mampu menjadi magnet ekonomi (*multiplier effect*) yang mampu menarik kegiatan ekonomi yang lain untuk tumbuh dan berkembang, adapun peluang yang ada yang bisa dimanfaatkan untuk kesinambungan pengembangan pantai sembilan diantaranya;

- a. Program nasional yang menitikberatkan pada optimalisasi potensi kelautan atau kemaritiman
- b. Program Provinsi Jawa Timur yang bertekad meningkatkan daya saing ekonomi kreatif dalam rangka perluasan pangsa pasar di MEA
- c. Program pemerintah Kabupaten Sumenep dalam rangka penancangan tahun kunjungan wisata, prioritas pada Optimalisasi Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW).
- d. Minat wisatawan asing dan lokal pada wisata pantai masih mendominasi
- e. Adanya alokasi dana desa yang memungkinkan desa bisa membentuk Badan Usaha Milik Desa dalam pengelolaan obyek wisata berbasis desa wisata.

2. Tantangan

Adapun tantangan yang harus dihadapi dalam pengembangan Pantai Sembilan berbasis masyarakat adalah;

- a. Di era globalisasi akan meningkatkan persaingan, searah makin maju dan berkembangnya sarana dan prasarana penunjang seperti transportasi, komunikasi, kebijakan pariwisata di wilayah lain. Orang akan lebih mudah ke tempat lain karena transportasi, tertarik oleh promosi, atau adanya kemudahan yang diperoleh dari kebijakan pemerintah. Sebaliknya kelemahan yang kita miliki akan mudah diketahui oleh penduduk di wilayah lain.
- b. Terdapat banyak objek wisata yang dapat menjadi saingan baik ditingkat lokal, nasional dan manca negara, bukan saja tidak mampu menarik wisatawan dari luar, tetapi pasar akan terserap ke objek wisata lain, apalagi di tingkat lokal telah ada dan bermunculan beberapa objek wisata alam.
- c. Tantangan lain adalah akses menuju destinasi dan obyek wisata, semua obyek wisata harus memiliki akses agar wisatawan dapat mencapainya, meskipun obyek wisata bahari tersebut dikatakan indah, namun jika tidak ada akses, maka wisatawan akan mengalami kesulitan mendatanginya.

Mengacu pada analisis IPA dan faktor internal dan eksternal, maka dapat disusun strategi pengembangan Pantai Sembilan sebagai berikut :

Tabel 3.
Strategi Pengembangan Pantai Sembilan dan Peran Kelembagaan

No	Strategi	Peran Kelembagaan
1	Aspek Perencanaan Pembangunan obyek wisata alam Pantai Sembilan yang antara lain mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan ruang (tata ruang wilayah), standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi lintas sektoral, pendanaan, dan sistem informasi obyek wisata.	BAPPEDA Dinas Pariwisata Dinas Kelautan dan Perikanan Kecamatan Gili Genting Desa Bringsang
2	Aspek Kelembagaan meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas institusi, sebagai mekanisme yang dapat mengatur berbagai kepentingan, secara operasional merupakan organisasi dengan SDM dan peraturan yang sesuai dan memiliki efisiensi tinggi.	Dinas Pariwisata Dinas Kelautan dan Perikanan
3	Aspek Sarana dan Prasarana yang memiliki dua sisi kepentingan, yaitu (1) alat memenuhi kebutuhan pariwisata alam, (2) sebagai pengendalian dalam rangka memelihara keseimbangan lingkungan, pembangunan sarana dan prasarana dapat meningkatkan daya dukung sehingga upaya pemanfaatan dapat dilakukan secara optimal.	Dinas Pariwisata Dinas PU BinaMarga Dinas PU Cipta Karya Pengelola Wisata
4	Aspek Pengelolaan, yaitu dengan mengembangkan profesionalisme dan pola pengelolaan obyek wisata alam yang siap mendukung kegiatan pariwisata alam dan mampu memanfaatkan potensi obyek wisata alam secara lestari.	Dinas Pariwisata Desa Bringsang Pengelola Wisata
5	Aspek Pengusahaan yang memberi kesempatan dan mengatur pemanfaatan obyek wisata alam untuk tujuan pariwisata yang bersifat komersial kepada pihak ketiga dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat.	Dinas Pariwisata Dinas Perijinan dan Penanaman Modal Kecamatan Gili Genting Desa Bringsang Pengelola Wisata
6	Aspek Pemasaran dengan mempergunakan teknologi tinggi dan bekerja sama dengan berbagai pihak baik dalam negeri maupun luar negeri.	Dinas Pariwisata Dinas Infokom
7	Aspek Peran Serta Masyarakat melalui kesempatan-kesempatan usaha sehingga ikut membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.	Dinas Koperasi dan UMKM Desa Bringsang Pengelola Wisata
8	Aspek Penelitian dan Pengembangan yang meliputi aspek fisik lingkungan, dan sosial ekonomi dari obyek wisata alam. Diharapkan nantinya mampu menyediakan informasi bagi pengembangan dan pembangunan kawasan, kebijaksanaan dan arahan pemanfaatan obyek wisata alam	BAPPEDA Dinas Pariwisata

PENUTUP

Kesimpulan

Potensi daya dukung pengembangan wisata Pantai Sembilan meliputi; pembentuk daya tarik wisata, ketersediaan prasarana wisata, ketersediaan sarana wisata, partisipasi masyarakat, kelembagaan, kesempatan investasi, kualitas lingkungan, perlindungan sumberdaya, kebijakan, dan pemasaran.

Saran

Strategi pengembangan wisata bahari Pantai Sembilan diarahkan pada aspek; perencanaan pengembangan obyek wisata, kelembagaan, sarana dan prasarana, pengelolaan, pengusahaan, pemasaran, peran serta masyarakat, dan penelitian dan pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brant, D. . (2000). *An "Outside-in" Approach to Determining Customer-driven Priorities for Improvement and Innovation*.
Indonesia. (2009). *Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*.
Koentjaraningrat. (1997). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat - Metode Wawancara*. Gramedia Pustaka Utama.
Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://www.jstor.org/stable/1250495>
Martinez, C. . (2003). *Evaluation Report: Tools Cluster Networking Meeting #1*. CenterPoint Institute Inc.
Nawawi, H., & Hadari, M. (1995). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press.
Pendit, N. S. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT. Pradnya Paramita.
Rani, D. P. M. (2014). PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412–421. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpm5b0b20ff16full.pdf>
Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES Indonesia.
Soekardjo, R. (1996). *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai Sistemik Linkage)*. PT. Gramedia.
Yoeti, O. A. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.