
Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Batakan Baru di Desa Batakan Baru Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut

M. Mirza Noor Saddiq*, Eny Fahrati

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

*E-mail: m.mirzanoor.s@gmail.com

Abstract

This study aims determine internal factors strengths and weaknesses in development of New Batakan Beach tourist attractions, external factors opportunities and threats in development of New Batakan Beach tourist attractions, the right development strategy for New Batakan Beach tourist attractions. Respondents amounted to 74 tourist and respondents who were considered experts amounted to 6 respondents. Using SWOT Analysis. The results showed the right development strategy for New Batakan Beach tourist attraction is S-O strategy, which means using strength to take advantage opportunities so that the development program can on target, namely: Improving and maintaining the beauty of natural scenery and fresh air makes tourists comfortable and strategic tourist locations so that they are easily accessible to tourists. Increased government support in development of tourist attractions such as the construction of camping places around the outskirts New Batakan Beach tourist attraction.

Keywords: Development Strategy; New Batakan Beach Attractions; SWOT Analysis Method

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada pengembangan objek wisata Pantai Batakan Baru, faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman pada pengembangan objek wisata Pantai Batakan Baru, strategi pengembangan yang tepat untuk objek wisata Pantai Batakan Baru. Responden dalam penelitian ini berjumlah 74 responden wisatawan dan responden yang dianggap ahli berjumlah 6 responden. Dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang tepat untuk objek wisata Pantai Batakan Baru yaitu strategi S-O yang artinya menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang agar program pengembangan dapat tepat sasaran, yaitu peningkatan dan mempertahankan keindahan pemandangan alam dan udara yang segar membuat wisatawan nyaman serta lokasi wisata yang strategis sehingga mudah dijangkau wisatawan. Peningkatan dukungan pemerintah dalam pembangunan objek wisata seperti pembangunan tempat untuk berkemah disekitar pinggiran objek wisata Pantai Batakan Baru.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; Objek Wisata Pantai Batakan Baru; Metode Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara yang sedang berkembang, mempunyai potensi yang luar biasa di berbagai sektor, termasuk objek wisata. Menurut Marpaung (2002) objek wisata merupakan entitas atau kegiatan yang terkait satu sama lain, yang memiliki daya tarik bagi wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi sebuah tempat atau daerah tertentu.

Pantai Batakan Baru berada di Desa Batakan, Kecamatan Panyipatan, Kabupaten Tanah Laut, Provinsi Kalimantan Selatan, Pantai Batakan Baru memiliki potensi untuk dikembangkan seperti panorama matahari terbenam yang sangat indah, banyaknya kursi untuk bersantai di pinggir pantai yang tidak kalah menariknya dengan objek wisata pantai lain, tidak jauh dari pantai ada terdapat Pulau Datu yang merupakan objek wisata religi yaitu Makam Datu Pamulatan, seorang Ulama Waliyullah. Akses ke pantai ini, dapat dilewati dengan kendaraan

roda dua maupun roda empat. Lokasi objek wisata Pantai Batakan Baru yang strategis untuk dijadikan tempat bersantai maupun tempat berkumpul baik dengan keluarga maupun teman menjadikan keunggulan dari objek wisata ini untuk dikembangkan.

Maka dari itu, diperlukan kebijakan yang tepat dari Pemerintah Daerah. Kuncoro (2006) strategi merupakan serangkaian keputusan serta langkah-langkah yang ditujukan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan Zulkarnain & Iskandar (2015) menjelaskan pengembangan merupakan suatu meningkatkan diri menuju pencapaian martabat, mutu, serta kemampuan manusia secara maksimal, serta mencapai kemandirian pribadi.

Analisis daya saing yang komprehensif perlu dilakukan untuk mengevaluasi perkembangan objek wisata. Hasil analisis tersebut dapat mengungkap sejauh mana pemerintah telah memanfaatkan potensi objek wisata yang ada, serta faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan objek wisata Pantai Batakan Baru. Selain itu, hasil analisis tersebut dapat memberikan panduan dalam merancang strategi pengembangan yang efektif bagi objek wisata Pantai Batakan Baru.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Sri Wahyuningsih (2019) yang berjudul strategi pengembangan objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba, bertujuan untuk melihat peluang serta melihat strategi apa yang dilakukan pemerintah terhadap pengembangan objek wisata Pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba, metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT, hasil penelitian terdapat sejumlah strategi utama yang telah dihasilkan yaitu dengan mengadakan sosialisasi sapta pesona dalam bentuk penyadaran kepada seluruh masyarakat terkait manfaat pariwisata dengan sistematis dan berkesinambungan, dalam hal pembangunan pariwisata harus berbasis masyarakat, dan Dinas Sumber Daya Manusia Pariwisata harus memiliki sertifikat dalam kepariwisataan. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Sri Wahyuningsih sampel responden yang digunakan berjumlah 1 responden dan tempat atau lokasi penelitian dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bulukumba sedangkan pada penelitian ini mengambil sampel sejumlah 6 responden dengan menggunakan metode saaty dimana responden ialah orang yang ahli dan tempat atau lokasi dalam penelitian ini bertempat di objek wisata Pantai Batakan Baru.

Penelitian Ian Asriandy (2016) yang berjudul strategi pengembangan Air Terjun Bissapu di Bantaeng, penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Bantaeng, metode yang digunakan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng adalah strategi sebagai rencana strategi pengembangan yakni pengembangan yang dilakukan harus berfokus pada satu titik, keterlibatan semua elemen-elemen yang terkait, mengidentifikasi secara menyeluruh terhadap objek yang akan dikembangkan, melakukan pelatihan baik pemandu wisata, pelaku wisata, dan pengelola wisata, koordinasi yang terus dilakukan kepada pemerintah dan warga sekitar kawasan obyek wisata. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Ian Asriandy sampel responden yang digunakan berjumlah 4 responden dan teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, kepustakaan, dokumentasi, tidak menggunakan kuesioner dan tempat atau lokasi penelitian dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng sedangkan pada penelitian ini mengambil sampel sejumlah 6 responden dengan menggunakan metode saaty dimana responden ialah orang yang ahli dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan tempat atau lokasi dalam penelitian ini bertempat di objek wisata Pantai Batakan Baru.

Penelitian Rika Sylvia (2016) yang berjudul analisis strategi pengembangan obyek wisata air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di obyek wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif secara kualitatif, sampel dalam penelitian ini diambil melalui metode *accidental sampling*, alternatif strategi yang akan digunakan adalah meningkatkan citra produk obyek wisata agar dapat bersaing dengan obyek wisata yang lain, meningkatkan kebersihan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas yang sudah ada, menambah fasilitas dan sarana pendukung wisata yang masih kurang, merealisasikan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah, meningkatkan kualitas lingkungan kawasan wisata, dan melakukan kegiatan promosi yang efektif. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Rika Sylvia menggunakan metode *accidental sampling* untuk menentukan jumlah sampel responden sebanyak 10 responden dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara serta dokumentasi dan tempat atau lokasi penelitian dilakukan di Wisata Air Terjun Tumpang Dua sedangkan pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* untuk menentukan jumlah sampel responden sebanyak 6 responden dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan tempat atau lokasi dalam penelitian ini bertempat di objek wisata Pantai Batakan Baru.

Penelitian Syarif Hidayat (2016) yang berjudul pengembangan ekowisata desa kinarum, memakai pendekatan kuantitatif penggabungan bersama pendekatan kualitatif, tujuan dari penelitian ini yaitu mencari alternatif strategi yang dapat dipergunakan untuk melengkapi infrastruktur pendukung wisata alam, khususnya ekowisata. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Syarif Hidayat menggunakan analisis data dengan cara mengumpulkan dan menyusun data kedalam bentuk tabulasi dan metode pendekatan penelitian menggunakan metode survey dan tempat atau lokasi penelitian dilakukan di Ekowisata Desa Kinarum sedangkan pada penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode analisis deskriptif kualitatif untuk menjawab faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan objek wisata dan untuk menjawab strategi pengembangan yang tepat menggunakan analisis SWOT dan tempat atau lokasi dalam penelitian ini bertempat di objek wisata Pantai Batakan Baru.

Penelitian Subhan Abdillah (2020) yang berjudul analisis strategi pengembangan obyek wisata Waduk Riam Kanan di Kabupaten Banjar, tujuan penelitian ini untuk melihat faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Waduk Riam Kanan di Kabupaten Banjar serta mengetahui strategi pengembangan yang cocok, analisis SWOT, mendapatkan hasil bahwa strategi yang paling tepat yaitu strategi S-O. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Subhan Abdillah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis data ordinal dan sampel responden yang digunakan berjumlah 5-7 responden dan tempat atau lokasi penelitian dilakukan pada Kawasan Waduk Riam Kanan di Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar sedangkan penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode analisis deskriptif kualitatif untuk menjawab faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan objek wisata dan untuk menjawab strategi pengembangan yang tepat menggunakan analisis SWOT, untuk sampel responden yang digunakan berjumlah 6 responden dan tempat atau lokasi dalam penelitian ini bertempat di objek wisata Pantai Batakan Baru.

METODE

Tempat atau Lokasi Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian dalam penelitian ini bertempat pada objek wisata Pantai Batakan Baru di Desa Batakan Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini digunakan perhitungan sampel menurut rumus slovin untuk menghitung jumlah responden wisatawan dan didapatkan hasil sebanyak 74 wisatawan.

Peneliti juga memanfaatkan metode mengambil sampel menggunakan *Non Probability* dengan memakai teknik *Purposive Sampling*, yang juga dikenal sebagai sampel pertimbangan. Teknik ini digunakan untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan khusus yang membuatnya layak dipilih sebagai sampel dalam penelitian menurut Mahyudin dkk., (2017) sebanyak 6 responden yang ahli atau berpengaruh dalam pengembangan objek wisata Pantai Batakan Baru.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pertama observasi data yang diambil dengan terjun langsung ke lapangan, kedua wawancara mengumpulkan data tentang berbagai hal dari seseorang secara lisan dan langsung, ketiga kuesioner pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya dan keempat dokumentasi pengumpulan data dalam bentuk dokumen yang menyajikan hasil penelitian yang asli atau langsung dari sumbernya.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilaksanakan dengan memanfaatkan metode SWOT, yang melibatkan analisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Beragam hal kemudian diorganisasikan ke dalam dua matrik yaitu internal dan eksternal. Hal ini bertujuan agar dapat mengetahui lebih detail strategi bisnis yang meliputi faktor internal dan eksternal (Rangkuti, 2015) dalam (Sudiarto dkk., 2021).

HASIL DAN ANALISIS

Gambaran Umum Objek Penelitian

Kecamatan Panyipatan termasuk salah 1(satu) Kecamatan yang berada di Kabupaten Tanah Laut dengan Ibukota Kecamatan yang terletak di Desa Batakan. Total Kecamatan yang terdapat di Kabupaten Tanah Laut yaitu berjumlah 11 Kecamatan, dimana pusat pemerintahannya berada di Kecamatan Pelaihari.

Secara geografis, Kecamatan Panyipatan terletak di 114,619° - 114,825° Bujur Timur, 3,88573° - 4,8015° Lintang Selatan, tinggi Kecamatan Panyipatan dari permukaan laut yaitu 25 – 100 meter, serta memiliki luas wilayah sebesar 336,00 km².

Keadaan Umum Objek Wisata Pantai Batakan Baru

Pantai Batakan Baru termasuk salah satu destinasi wisata yang paling sering dikunjungi wisatawan dibandingkan wisata yang lain ada di Kecamatan Panyipatan. Potensi wisata adalah semua objek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Satria, 2009). Potensi wisata Pantai Batakan Baru sering dikunjungi karena lokasinya yang strategis dimana objek wisata ini berada cukup jauh dari wilayah perkotaan, sehingga cocok menjadi tempat bersantai sembari menikmati keindahan alam yang ada di Pantai Batakan Baru.

Hasil Penelitian

Peneliti dalam penelitian ini, menjalankan penelitian lapangan dengan mewawancarai serta membagikan kuesioner kepada 6 responden yang sudah ditetapkan, pemilihan terhadap 6

responden tersebut dikarenakan responden adalah orang yang ahli dalam bidang objeknya. Berikut uraian penjelasan dari 6 responden tersebut. *Pertama*, Kabid Destinasi Pariwisata pada Instansi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Laut, yang memberikan informasi serta menjelaskan terkait kondisi perencanaan pariwisata yang ada di Tanah Laut khususnya Pantai Batakan Baru. *Kedua*, Kabid Ekonomi dan SDA pada Instansi Bappeda Kabupaten Tanah Laut, yang memberikan informasi terkait kondisi objek wisata Pantai Batakan Baru. Ketiga, Camat Kecamatan Panyipatan, yang memberikan informasi terkait pembangunan objek wisata Pantai Batakan Baru saat ini. *Keempat*, Kepala Dusun I Desa Batakan pada Instansi Pemdes Batakan, yang memberikan informasi terkait rencana pengembangan objek wisata yang ada di Desa Batakan. *Kelima*, sebagai pengelola Pantai Batakan Baru yang diutus dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Laut, yang memberikan informasi terkait hubungan antara objek wisata Pantai Batakan Baru dengan pemerintah. *Keenam*, tokoh masyarakat di Desa Batakan, yang memberikan informasi terkait perbedaan objek wisata saat belum dikelola dan setelah dikelola pemerintah.

Penelitian ini juga dilakukan melalui pengumpulan data lapangan dengan memberikan kuesioner kepada para wisatawan yang mengunjungi objek wisata Pantai Batakan Baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik wisatawan tersebut, berdasarkan jenis kelamin, umur, status perkawinan, asal daerah, pendidikan terakhir, tingkat penghasilan, total kunjungan, jarak tempuh, rombongan/sendiri, tanggapan wisatawan terhadap (akses jalan, kualitas sarana dan prasarana, kondisi kebersihan, serta kepuasan selama berwisata di objek wisata pantai Batakan Baru).

Sapta Pesona

Dalam jurnal Subhan & Rahmini (2020) menjelaskan bahwa menurut Direktur Jendral Pengembangan Destinasi (2012) konsep sadar wisata melibatkan partisipasi serta peran aktif masyarakat dalam usaha menghadirkan keadaan yang kondusif untuk mendukung pertumbuhan serta perkembangan industri pariwisata.

Tabel 1
Sapta Pesona Pantai Batakan Baru

Unsur	Kondisi
Aman	Unsur keamanan di objek wisata Pantai Batakan Baru sangat aman, hal ini karena banyak nya petugas yang berjaga di kawasan objek wisata Pantai Batakan Baru.
Tertib	Unsur ketertiban di objek wisata Pantai Batakan Baru dianggap masih kurang, hal ini karena banyak nya wisatawan yang parkir sembarangan sehingga menghalangi jalan wisatawan lain.
Bersih	Unsur kebersihan di objek wisata Pantai Batakan Baru dianggap masih kurang bersih, hal ini karena beberapa wisatawan belum memiliki kesadaran untuk buang sampah pada tempatnya.
Sejuk	Unsur kesejukan di objek wisata Pantai Batakan Baru sangat sejuk, hal ini karena banyak nya terdapat pepohonan di pesisir pantai serta adanya hembusan angin yang membuat wisatawan dapat bersantai dengan nyaman.
Indah	Unsur keindahan di objek wisata Pantai Batakan Baru sudah sangat bagus, hal ini karena luasnya hamparan laut dan pasir pantai serta indahnya matahari terbenam yang menjadi daya tarik tersendiri.
Ramah	Unsur keramahan di objek wisata Pantai Batakan Baru memiliki sifat yang dianggap ramah, hal ini karena pedagang disana tidak akan memaksa wisatawan untuk membeli barang dagangan nya sehingga wisatawan merasa nyaman ketika berkunjung ke objek wisata Pantai Batakan Baru.
Kenangan	Dengan memiliki daya tarik tersendiri bagi Pantai Batakan Baru membuat wisatawan yang berkunjung mendapat kenangan nya masing-masing.

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Konsep ini mencakup implementasi unsur sapta pesona yang menjadi landasan penting dalam pengembangan pariwisata.

Analisis SWOT Pengembangan Objek Wisata Pantai Batakan Baru

Dalam jurnal Shodiq Permana & Maulina (2023) analisis SWOT yaitu penetapan beberapa faktor untuk merumuskan strategi bagi perusahaan. Dalam pengambilan keputusan

strategis selalu berhubungan dengan pengembangan misi, tujuan dan kebijakan. Ada empat faktor strategis yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Rangkuti (2015) juga menjelaskan bahwa matriks dapat memperlihatkan dengan jelas bagaimana faktor peluang dan ancaman (eksternal) yang ditemui oleh perusahaan bisa disesuaikan melalui kekuatan dan kelemahan yang dipunyai. Matriks bisa menghasilkan empat strategi kemungkinan.

Sesuai dengan kondisi dan potensi di objek wisata Pantai Batakan Baru serta dari informasi yang didapat dari semua Responden, maka selanjutnya dilakukan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Melalui analisis SWOT, semua hal yang berkaitan dengan Pantai Batakan Baru telah diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu kelompok internal dan kelompok eksternal. Menurut Mellu dkk. (2018) sebuah daerah atau lokasi hanya dapat menjadi tujuan pariwisata jika memiliki kondisi yang memadai dan menurut Wibowo (2016) faktor penghambat merujuk pada suatu kondisi yang memiliki potensi untuk menggagalkan atau menghambat dalam produksi, kegiatan dan usaha.

Berdasar informasi serta penelitian di lokasi, berikut adalah deskripsi analisis SWOT yang diperoleh:

Kekuatan (Strengths)

Pemandangan alam yang indah serta udara yang segar sehingga membuat suasana nyaman. Tersedianya akses jalan yang baik dan terdapat papan penunjuk jalan informasi menuju lokasi objek wisata. Tersedianya fasilitas penunjang seperti musholla, WC, pendopo dan gazebo. Terdapat banyak rumah – rumah makan yang harganya cukup terjangkau. Tarif retribusi atau harga masuk yang murah serta memiliki lahan parkir yang luas. Tersedia akses jaringan internet. Terdapat banyak penginapan disekitar objek wisata. Adanya dukungan dari Pemerintah dalam pembangunan objek wisata.

Kelemahan (Weakness)

Fasilitas pendukung kebersihan seperti tempat sampah yang masih terbatas belum tersedia dengan baik. Penataan lahan parkir yang belum optimal dan belum tertata dengan baik. Kesadaran masyarakat sekitar untuk turut menjaga dan merawat objek wisata masih rendah. Harga sewa penginapan tergolong cukup mahal untuk sebagian wisatawan. Kurangnya tempat spot foto. Kurangnya penanganan dalam hal perbaikan seperti jalan masuk objek wisata yang berlubang. Ketersediaan jalur transportasi wisata angkutan umum publik belum efektif. Kurangnya himbauan kepada wisatawan apabila akan terjadi perubahan cuaca.

Peluang (Opportunity)

Lokasi objek wisata yang strategis sehingga mudah di jangkau wisatawan. Sistem informasi yang menggunakan media sosial dengan mudah menyebarluaskan informasi tentang objek wisata sekaligus melakukan promosi. Banyak wisatawan yang ingin datang berkunjung dengan tujuan berwisata baik itu bersama keluarga maupun teman. Kondisi objek wisata yang aman dan kondusif menjadi daya tarik wisatawan. Adanya tempat untuk berkemah di sekitar pinggir objek wisata. Terbukanya peluang untuk menambah aktraksi wisata baru.

Ancaman (Threats)

Terjadinya kemacetan menuju objek wisata saat hari libur tertentu khususnya saat libur hari-hari besar. Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga lingkungan objek wisata. Adanya tindak perilaku masyarakat sekitar objek wisata yang melakukan hal tertentu yang membuat wisatawan kurang nyaman. Kesadaran wisatawan akan keselamatan diri saat berwisata masih rendah. Banyak nya objek wisata pantai lain yang ada di Kecamatan Panyipatan. Kemungkinan terjadinya bencana alam seperti air pasang yang tinggi ataupun badai kencang di kawasan objek wisata.

IFAS (Internal Faktor Analisis Strategi)

Analisis faktor internal strategi dilakukan untuk mendapat penilaian secara lebih akurat terhadap faktor-faktor strategis untuk pengembangan Objek Wisata Pantai Batakan Baru dalam unsur kekuatan (*Strengths*) dan unsur kelemahan (*Weakness*).

Tabel 2
Tabel Analisis IFAS (Kekuatan)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Skor	Nilai
Kekuatan	100		
Memiliki keindahan pemandangan alam dan udara yang segar sehingga membuat suasana nyaman	20	5	100
Tersedianya akses jalan yang baik dan terdapat papan penunjuk jalan informasi menuju lokasi objek wisata	10	5	50
Tersedianya fasilitas penunjang seperti musholla, WC, pendopo dan gazebo	14	4	56
Terdapat banyak rumah – rumah makan yang harganya cukup terjangkau	12	4	48
Tarif retribusi atau harga masuk yang murah serta memiliki lahan parkir yang luas	12	4	48
Tersedia akses jaringan internet	9	4	36
Terdapat banyak penginapan di sekitar objek wisata	9	4	36
Adanya dukungan dari pemerintah dalam Pembangunan objek wisata	15	5	75
Total			449

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Dalam unsur kekuatan (*Strenghts*) terdapat dua nilai yang paling besar faktor strategis internal nya yaitu faktor pertama memiliki keindahan pemandangan alam dan udara yang segar sehingga membuat suasana nyaman dengan nilai 100, kemudian faktor kedua adanya dukungan dari pemerintah dalam pembangunan objek wisata dengan nilai 75.

Tabel 3
Tabel Analisis IFAS (Kelemahan)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Skor	Nilai
Kelemahan	100		
Belum tersedianya dengan baik fasilitas penunjang kebersihan seperti tempat sampah yang masih minim	10	3	30
Lahan parkir yang belum sepenuhnya tertata dengan rapi	12	3	36
Kesadaran masyarakat sekitar untuk ikut memelihara dan menjaga objek wisata masih tergolong rendah	15	4	60
Harga sewa penginapan tergolong cukup mahal untuk sebagian wisatawan	13	3	39
Kurangnya tempat spot foto	13	4	52
Kurangnya penanganan dalam hal perbaikan seperti jalan masuk objek wisata yang berlubang	15	4	60
Ketersediaan jalur transportasi wisata angkutan umum publik belum efektif	12	3	36
Kurangnya himbauan kepada wisatawan apabila akan terjadi perubahan cuaca	12	4	48
Total			361

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Dalam unsur kelemahan (*Weakness*) terdapat dua nilai yang paling besar faktor strategis internal nya yakni faktor pertama kesadaran masyarakat sekitar untuk ikut memelihara dan menjaga objek wisata masih tergolong rendah dengan nilai 60, kemudian faktor kedua kurangnya penanganan dalam hal perbaikan seperti jalan masuk objek wisata yang berlubang dengan nilai 60.

EFAS (Eksternal Faktor Analisis Strategi)

Analisis faktor strategi eksternal dilakukan untuk mendapat penilaian secara lebih akurat terhadap faktor-faktor strategis pengembangan objek wisata Pantai Pantai Batakan Baru dalam unsur peluang (*Opportunities*) dan unsur ancaman (*Threats*).

Tabel 4
Tabel Analisis EFAS (Peluang)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Skor	Nilai
Peluang	100		
Lokasi objek wisata yang strategis sehingga mudah di jangkau wisatawan	20	4	2
Sistem informasi yang menggunakan media sosial dengan mudah menyebarluaskan informasi tentang objek wisata sekaligus melakukan promosi	17	4	68

Banyak wisatawan yang ingin datang berkunjung dengan tujuan berwisata baik itu bersama keluarga maupun teman	15	4	60
Kondisi objek wisata yang aman dan kondusif menjadi daya tarik wisatawan	15	4	60
Adanya tempat untuk berkemah di sekitar pinggiran objek wisata	18	5	90
Terbukanya peluang untuk menambah atraksi wisata baru	14	4	56
Total			414

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Dalam unsur peluang (*Opportunities*) terdapat dua nilai paling besar faktor strategis eksternal nya yakni faktor pertama lokasi objek wisata yang strategis sehingga mudah dijangkau wisatawan dengan nilai 80, kemudian faktor kedua adanya tempat untuk berkemah di sekitar pinggiran objek wisata dengan nilai 90.

Tabel 5
Tabel Analisis EFAS (Ancaman)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Skor	Nilai
Ancaman	100		
Terjadinya kemacetan menuju objek wisata saat hari libur tertentu khususnya saat libur hari-hari besar	19	4	76
Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga lingkungan objek wisata	13	4	52
Adanya tindak perilaku masyarakat sekitar objek wisata yang melakukan hal tertentu yang membuat wisatawan kurang nyaman	18	4	72
Kesadaran wisatawan akan keselamatan diri saat berwisata masih rendah	18	4	72
Banyak nya objek wisata pantai lain yang ada di Kecamatan Panyipatan	16	4	64
Kemungkinan terjadinya bencana alam seperti air pasang yang tinggi ataupun badai kencang di kawasan objek wisata	16	3	48
Total			384

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Dalam unsur ancaman (*Threats*) terdapat dua nilai yang paling besar faktor strategis eksternal nya yakni faktor pertama terjadinya kemacetan menuju objek wisata saat hari libur tertentu khususnya saat libur hari-hari besar dengan nilai 76, kemudian faktor kedua adanya tindak perilaku masyarakat sekitar objek wisata yang melakukan hal tertentu yang membuat wisatawan kurang nyaman dengan nilai 72.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan menganalisis faktor-faktor strategis suatu organisasi dengan menghubungkan dua unsur yang terkait untuk membuat strategi.

Tabel 6
Tabel Analisis SWOT

SWOT	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
	Memiliki keindahan pemandangan alam dan udara yang segar sehingga membuat suasana nyaman. Adanya dukungan dari Pemerintah dalam pembangunan objek wisata	Kesadaran masyarakat sekitar untuk ikut memelihara dan menjaga objek wisata masih tergolong rendah. Kurangnya penanganan dalam hal perbaikan seperti jalan masuk objek wisata yang berlubang.
Peluang (Opportunities) Lokasi objek wisata yang strategis sehingga mudah dijangkau wisatawan. Adanya tempat untuk berkemah disekitar pinggiran objek wisata	Strategi S-O : Peningkatan dan mempertahankan keindahan pemandangan alam dan udara yang segar membuat wisatawan nyaman serta lokasi objek wisata yang strategis sehingga mudah dijangkau wisatawan. Peningkatan dukungan dari pemerintah dalam pembangunan objek wisata seperti pembuatan tempat untuk berkemah disekitar pinggiran objek wisata Pantai Batakan Baru.	Strategi W-O : Peningkatan kesadaran masyarakat untuk ikut memelihara dan menjaga objek wisata karena lokasi objek wisata yang strategis maka makin banyak juga wisatawan yang akan berkunjung. Peningkatan penanganan dalam hal perbaikan jalan serta pembuatan tempat untuk berkemah disekitar pinggiran objek wisata Pantai Batakan Baru.
Ancaman (Threats)	Strategi S-T :	Strategi W-T :

Terjadinya kemacetan menuju objek wisata saat hari libur tertentu khususnya saat libur hari-hari besar.

Adanya tindak perilaku masyarakat sekitar objek wisata yang melakukan hal tertentu yang membuat wisatawan kurang nyaman.

Peningkatan kesadaran wisatawan untuk tertib dalam berkendara sehingga tidak terjadi kemacetan agar bisa sama-sama dapat melihat keindahan pemandangan alam Pantai Batakan Baru.

Peningkatan peran pemerintah dalam membuat kebijakan serta menindak tegas perilaku masyarakat sekitar objek wisata yang melakukan hal tertentu yang membuat wisatawan yang berkunjung kurang nyaman.

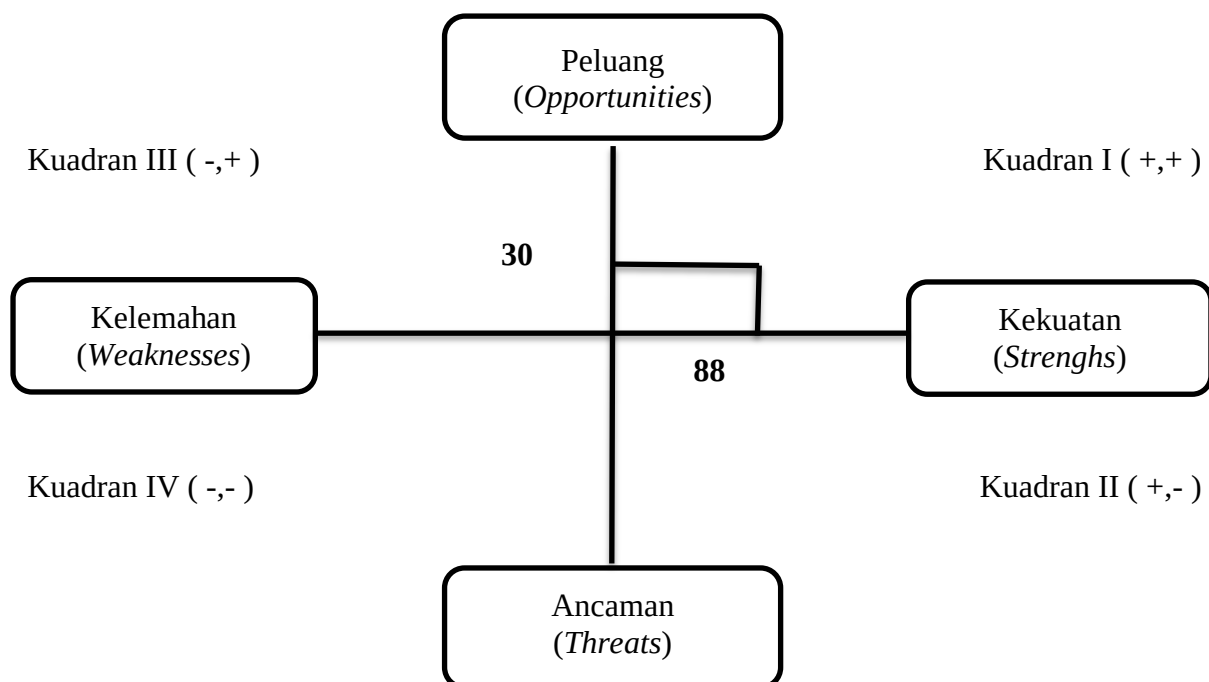
Peningkatan himbauan kepada masyarakat sekitar dan wisatawan agar menjaga kebersihan serta tertib dalam berkendara agar tidak terjadi kemacetan saat menuju objek wisata Pantai Batakan Baru.

Peningkatan penanganan dalam hal perbaikan jalan masuk yang berlubang serta peningkatan keamanan dalam mengatasi tindak perilaku masyarakat sekitar yang merugikan objek wisata Pantai Batakan Baru.

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Matriks SPACE

Berdasarkan perhitungan IFAS dan EFAS, dilakukan analisis matriks SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*-SPACE Matrix) untuk mendapatkan gambaran strategi yang sejalan dengan kondisi saat ini.



Sumber : Data, diolah 2023

Gambar 1
Analisis Matriks SPACE

Keterangan:

SumbuX = Total Kekuatan-Total Kelemahan = $449 - 361 = 88$

SumbuY = Total Peluang-Total Ancaman = $414 - 384 = 30$

Dari hasil perhitungan tersebut, terlihat bila strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Batakan Baru masuk dalam Kuadran I, yaitu agresif/ekspansif/pertumbuhan. Strategi yang dianjurkan adalah strategi S-O, yang mengandalkan kekuatan internal dalam memanfaatkan peluang eksternal.

Strategi Prioritas Pengembangan Objek Wisata Pantai Batakan Baru

Dalam pandangan Amirullah & Cantika (2002) dapat dijelaskan strategi sebagai suatu rencana untuk menyatukan, luas, serta terintegrasi. Rencana ini bertujuan untuk menghubungkan tantangan lingkungan yang dihadapi dengan keunggulan strategis perusahaan.

Strategi dirancang dengan tujuan memastikan bila perusahaan bisa mencapai tujuan yang ditetapkan lewat pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bila strategi merupakan sebuah rencana perusahaan yang dibentuk dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Didalam strategi terdapat komponen pariwisata, Menurut Yoeti (2002) dalam jurnal Rahmini dkk. (2022) komponen pariwisata merupakan segala sesuatu hal yang dapat mendorong terjadinya kegiatan dalam wisata, seorang wisatawan biasanya memerlukan bermacam jasa serta produk wisata yang mereka butuhkan, segala macam bentuk dan jasa produk wisata. Menurut Heri (2011) faktor yang tidak bisa lepas dari pengembangan daya tarik wisata salah satunya yaitu, tidak adanya peran serta masyarakat, kurangnya dalam hal prioritas pembangunan terhadap sektor pariwisata, tidak adanya kerja sama dengan investor.

Strategi yang paling sesuai dengan kondisi saat ini dapat ditentukan melalui analisis SWOT atau matriks SPACE. Dalam matriks SPACE, strategi pengembangan yang tepat untuk Objek Wisata Pantai Batakan Baru di Desa Batakan, Kecamatan Panyipatan, Kabupaten Tanah Laut adalah strategi S-O, yaitu: *Pertama*, Peningkatan dan mempertahankan keindahan pemandangan alam dan udara yang segar membuat wisatawan nyaman serta lokasi objek wisata yang strategis sehingga mudah dijangkau wisatawan. Penjabaran strategi pertama, pihak pengelola Pantai Batakan Baru dapat fokus meningkatkan keindahan pemandangan alam dengan menambahkan dekorasi-dekorasi yang bersifat alamiah agar keasrian nya tetap terjaga sehingga dapat memberikan memberikan suasana nyaman bagi wisatawan yang berkunjung, kemudian dengan letak lokasi yang strategis maka pertahankan kualitas kondisi akses jalan menuju objek wisata sehingga Pantai Batakan Baru tetap menjadi pilihan wisatawan dalam berlibur.

Kedua, Peningkatan dukungan dari pemerintah dalam pembangunan objek wisata seperti pembuatan tempat untuk berkemah disekitar pinggiran objek wisata Pantai Batakan Baru. Penjabaran strategi kedua, pihak pemerintah dapat memberikan dukungan terhadap pembangunan objek wisata seperti pembuatan tempat khusus untuk berkemah di sekitar pinggiran objek wisata, pisahkan tempat bagi wisatawan yang mau berkemah dengan wisatawan yang tidak berkemah, pengelolaan tata letak sangat penting agar objek wisata terlihat bagus untuk dipandang dan dinikmati sehingga wisatawan lebih tertarik lagi untuk datang ke objek wisata Pantai Batakan Baru sehingga hal tersebut meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Batakan Baru di Desa Batakan Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut, maka dapat diambil kesimpulan strategi yang paling sesuai atau tepat dengan kondisi saat ini yang telah ditentukan melalui analisis SWOT dan matriks SPACE terletak pada Kuadran I sehingga mendapatkan hasil strategi S-O sebagai berikut. Pertama, peningkatan dan mempertahankan keindahan pemandangan alam dan udara yang segar membuat wisatawan nyaman serta lokasi objek wisata yang strategis sehingga mudah dijangkau wisatawan. Kedua, peningkatan dukungan dari pemerintah dalam pembangunan objek wisata seperti pembuatan tempat untuk berkemah disekitar pinggiran objek wisata Pantai Batakan Baru.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, maka terdapat beberapa usulan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak terkait. Pertama, peningkatan sinergi antara pemerintah dengan pengelola Pantai Batakan Baru agar menjadi objek wisata yang lebih berkembang serta bertambah pembangunan atraksi baru di objek wisata Pantai Batakan Baru. Kedua, peningkatan sarana dan prasarana serta infrastruktur jalan agar Pantai Batakan Baru tetap menjadi pilihan utama wisatawan untuk berkunjung. Ketiga, peningkatan pihak pengelola

Pantai Batakan Baru dalam hal menjaga kebersihan, keasrian dan keamanan di objek wisata Pantai Batakan Baru. Keempat, memperlebar area parkir bagi wisatawan sehingga tidak ada yang parkir di area pinggir jalan yang membuat kemacetan di objek wisata Pantai Batakan Baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, & Cantika, S. B. (2002). *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asriandy, I. (2016). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng*.
- Direktur Jendral Pengembangan Destinasi. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Persada.
- Heri, L. (2011). Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Hidayat, S. (2016). Strategi Pengembangan Ekowisata di Desa Kinarum Kabupaten Tabalong. *Jurnal Hutan Tropis*, 4(3).
- Kuncoro, M. (2006). *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: Salemba.
- Mahyudin, T. N., Tamrizi, M. I., & Yulianita, A. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Pariwisata edisi revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Mellu, Marlin Rosanti, Juita LD Besie, & Tobias Tokan Bunga. (2018). Analisis Faktor Penunjang Dan Penghambat Pengembangan Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Alam Bola Palelo, Kecamatan Mollo Tengah, Kabupaten Timor Tengah Selatan). *Journal of Management Small and Medium Enterprises*, 269–289.
- Rahmini, N., Muzdalifah, Rusmin Nuryadin, M., & Fahrianoor. (2022). Strategi Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan Melalui Wisata Religi Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah. <https://disbudporapar.banjarkab.go.id/pariwisata>
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Satria, D. (2009). Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*.
- Shodiq Permana, M., & Maulina, D. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kain Sasirangan dengan Pemanfaatan Platform Digital saat Pandemi Covid-19 di Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 6(1), 269–284. <https://doi.org/10.20527/jiep.v6i1.8979>
- Subhan, A., & Rahmini, N. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Riam Kanan di Kabupaten Banjar. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 3(2), 390–406. <https://doi.org/10.20527/jiep.v3i2.2542>
- Sudiarto, A., Afriani, S., & Effendi, Y. (2021). An Analysis of External Factor Evaluation (EFE) Matrix and Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix at Baruna Fish Crackers Business in Kebun Tebeng Village of Ratu Agung Sub-District in Bengkulu City Analisis Exsternal Factor Evaluation (EFE) Matrix dan Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix pada Usaha Kerupuk Ikan Baruna di Kelurahan Kebun Tebeng Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, 2(4), 443–452. <https://doi.org/10.53697/emak.v2i4>
- Sylvia, R. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Wahyuningsih, S., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba*. *Jurnal*

-
- Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (Vol. 3).*
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yoeti, A. (2002). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata (Pertama)*. Pradnya Paramita.
- Zulkarnain, & Iskandar, M. (2015). Peran Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta Dalam Pengembangan Kewirausahaan Pemuda Untuk Mendukung Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Tentang Persepsi Peserta Kegiatan Pelatihan Keterampilan BPO DIY). *Jurnal Ketahanan Nasional*.