

**STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI BIAS TUGEL SEBAGAI
DAYA TARIK WISATA SNORKLING DAN SURFING DI DESA
PADANGBAI, KECAMATAN MANGGIS, KABUPATEN
KARANGASEM, BALI**

I Nyoman Parta¹, Ni Putu Riana Sari²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Handayani, Jalan Tukad Banyusari No. 17 B
Panjer Denpasar

Email: parta.kmbp@gmail.com, rianadeluna@gmail.com

ABSTRACT

Tourist visits to Karangasem Regency continue to increase so that it becomes a very big opportunity for Bias Tugel Beach to be further developed into a tourist attraction for snorkeling and surfing. Developed Bias Tugel Beach is able to open jobs in the tourism sector so that it can reduce unemployment in the area. This research will provide a conservation solution through preservation in the field of Strategic Management, especially the strategy for sustainable tourism development on the Bias Tugel coast. This research was conducted at Bias Tugel Beach which is based on several problems such as lack of supporting facilities, tourist attractions that only rely on the beauty of the beach, and increased security to guard tourists, and implementation of tourism development strategies that are not yet optimal. The access to Tunggul Ordinary Beach is very unfriendly, tends to be dangerous, because of the steep, slippery paths, which threaten the safety of the tourists who visit. The data analysis technique used SWOT and QSPM analysis.

Keywords: *Development Strategy, SWOT Analysis, QSPM Matrix, development strategy*

1. PENDAHULUAN

Pantai Bias Tugel terletak di Desa Padangbai, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem Bali. Pengembangan Pantai Bias Tugel masih mengalami beberapa kendala dan kurangnya perhatian dari pemerintah. Keindahan dan keunikan daya tarik wisata ini sudah dikunjungi oleh para wisatawan lokal maupun manca negara. Sepanjang sisi pantai, terdapat tebing batu karang yang menjulang tinggi, sehingga terasingkan dari pantai yang lainnya dan memiliki pasir yang putih dengan gelombang ombak yang tinggi dan panjang, sangat cocok untuk para peselancar. *Visibility* air laut sangat baik untuk melihat alam bawah air yang masih alami dengan berbagai jenis ikan dan terumbu karang. Pantai Bias Tugel memiliki panjang pantai yang tidak begitu luas, dapat memudahkan wisatawan untuk menjaga anak-anaknya sambil menikmati *sunrise*.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Karangasem Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik (Orang)	Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing (Orang)	Jumlah (Orang)
2014	162069	301985	464054
2015	137601	317201	454802
2016	164522	343274	507796
2017	158797	400435	559232
2018	278251	727574	1005825

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karangasem

Dari Tabel 1 dapat dilihat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Karangasem setiap tahunnya terus meningkat sehingga menjadi peluang yang sangat besar bagi Pantai Bias Tugel untuk lebih dikembangkan menjadi daya tarik wisata *snorkling dan surfing*. Pantai Bias Tugel mampu menjadi motor penggerak ekonomi bagi masyarakat di sekitar dengan terlibat secara langsung. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke pantai ini sudah tentu dapat membuka peluang usaha dan merekrut tenaga kerja di sektor pariwisata. Semakin dikenalnya Pantai Bias Tugel, seharusnya diiringi dengan peningkatan daya tarik wisata yang berkualitas. Elemen pariwisata yang harus dimiliki daya tarik wisata menurut Cooper (1993), terdiri dari 4A: *attraction, accessibility, amenity, ancillary*. Potensi daya tarik wisata harus mengandung tiga aspek, Diwangkara (2020) menyatakan yaitu: *Something To See, Something To Do, Something To Buy*.

Sesuai dengan hasil identifikasi 4A (*attraction, accessibility, amenity, ancillary*) di Pantai Bias Tugel tidak terdapat fasilitas-fasilitas pendukung *snorkling dan surfing*, sehingga bisa dikatakan belum berkembang dengan baik, namun jika dilihat secara langsung pantai ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Selain hal tersebut banyak faktor dan kendala dari internal maupun eksternal yang menyebabkan mengapa Pantai Bias Tugel belum bisa berkembang dengan baik. Dari kacamata inilah yang melatar belakangi kami untuk membahas secara rinci strategi pengembangan daya tarik wisata Pantai Bias Tugel.

Penelitian ini dilakukan di Pantai Bias Tugel yang didasari beberapa permasalahan seperti kurangnya sarana pendukung, atraksi wisata yang hanya mengandalkan keindahan pantai, implementasi strategi pengembangan pariwisata yang belum optimal.

Adapun tujuan penelitian ini adalah: Memberikan arahan strategi berdasarkan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* sehingga dapat menjadi wisata *snorkling dan surfing*. Tahapan dalam penelitian ini di mulai dengan gambaran umum penelitian, pengamatan langsung kesubyek penelitian, mempelajari penelitian-penelitian sejenis dan juga literatur-literatur yang terkait

dengan rumusan masalah, mengembangkan kerangka penelitian, mengumpulkan data, kemudian mengolah data dan menganalisis data.

2. KAJIAN PUSTAKA

Mananda (2015) berpendapat, potensi dalam kepariwisataan dapat diartikan sebagai modal atau aset yang dimiliki suatu daerah wisata (DTW) dan eksploitasi untuk kepentingan ekonomi yang secara ideal terangkum didalamnya perhatian terhadap aspek- aspek sosial dan budaya.

Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009, tentang Kepariwisata, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keaneka ragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia, yang menjadi sasaran, atau kunjungan wisatawan. Pendit (2003) mengemukakan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi.

World Tourism Organization (2007) mengemukakan, destinasi pariwisata terdiri atas enam elemen, yaitu: *Attraction, Public and Private Amenities, Accesibilities, Human Resources, Image and Character, Price*. *Attractions* umumnya menjadi fokus perhatian pengunjung dan dapat memberikan motivasi awal bagi wisatawan untuk berkunjung. Atraksi bisa dikategorikan sebagai atraksi wisata alam (pantai, pegunungan, taman, cuaca), bangunan, budaya. Keberadaannya bisa di ruang publik seperti taman alam, situs budaya atau sejarah atau bisa di komunitas masyarakat seperti budaya, warisan atau gaya hidup. Bisa juga berupa keunikan dan emosional atau pengalaman yang memicu ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.

Permilasari (2014), menyatakan *snorkling* (selam permukaan) atau selam dangkal (*skin diving*) adalah kegiatan berenang atau menyelam dengan mengenakan peralatan berupa masker selam dan *snorkel*. Selain itu, penyelam sering mengenakan alat bantu gerak berupa kaki katak (sirip selam) untuk menambah daya dorong pada kaki. Sedangkan *surfing* adalah salah satu aktivitas olahraga air dengan naik papan seluncur melalui gelombang laut, selancar diartikan sebagai olahraga yang dilakukan diatas air dengan cara berdiri diatas sebilah papan yang digunakan untuk bermanuver diatas ombak.

Echeler (2008) mengemukakan, evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT. Tercakup disini pemantauan lingkungan pemasaran internal dan eksternal. Pada Gambar menerangkan bahwa setiap unit bisnis perlu mendefinisikan misi bisnisnya secara spesifik. Misi bisnis harus mencakup tujuan, nilai-nilai, standar perilaku dan strategi. SWOT adalah singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Ini adalah teknik menyediakan kerangka kerja untuk mengidentifikasi secara sistematis posisi organisasi caranya berhubungan dengan lingkungan eksternal yang mencakup masalah serta peluang yang dihadapi. Kotler dan Keller (2009) menyatakan, tujuan analisis SWOT adalah untuk memisahkan masalah pokok dan memudahkan pendekatan strategis.

Pearce dan Robinson (2003) mengemukakan, analisis yang kedua menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) adalah teknik yang secara objektif yang dapat menetapkan startegi alternatif yang diprioritaskan,

sebagai suatu teknik QSPM memerlukan *good intuitive judgement*. *Quantitative Startegic Planning Matrix* adalah sebagai alat untuk mengevaluasi strategi yang akan diterapkan sehingga dapat dioptimalkan hasil yang diperoleh. Para pakar memberikan penilaian dengan membandingkan setiap faktor internal dan eksternal perusahaan dengan alternatif strategi yang telah disusun. QSPM memungkinkan para penyusun strategi untuk mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor internal-eksternal yang telah didefinisikan sebelumnya. Penggunaan analisis SWOT dan QSPM untuk memeberikan rekomendasi strategi pengembangan yang tepat, telah banyak digunakan oleh beberapa peneliti. Penelitian – penelitian empiris tentang Strategi Pengembangan daya tarik wisata dapat dilihat sebagai berikut:

Efendi dkk (2017) menyatakan prioritas strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan promosi produk dengan iklan, mengikuti *event-event* tertentu, dan membuka galeri baru (STS) serta meningkatkan penjualan dengan pengembangan varian produk coklat dan memaksimalkan fasilitas pendukung

Kholil (2018) mengemukakan, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis potensi desa wisata Gubugklakah dan mengidentifikasi IFE dan EFE. Untuk menganalisis strategi pengembangan Desa Gubugklakah menggunakan analisis QSPM.

Winarko (2015) mengemukakan, berdasarkan dari hasil perhitungan QSPM nilai total untuk alternatif strategi penetrasi pasar adalah sebesar 6.14, untuk alternatif strategi pengembangan produk adalah sebesar 6.55, untuk alternatif strategi integrasi ke depan adalah sebesar 6.22, dan untuk alternatif strategi ke belakang adalah sebesar 5,9. Untuk hasil nilai dari alternatif terbesar adalah pada alternatif strategi pengembangan produk sebesar 6,55.

Menurut Widyanto (2008), dirumuskannya usulan strategi pengembangan berdasarkan strategi yang mendasarkan pada strategi kekuatan dan peluang, strategi kelemahan dan peluang, strategi kekuatan dan ancaman, dan strategi kelemahan dan ancaman.

Puspitasari (2013) mengemukakan analisis IFAS dan EFAS dapat dijadikan acuan utama untuk melakukan perbaikan strategi, kemudian dilakukan penetapan prioritas dari strategi SWOT dengan matriks QSPM. SWOT dan QSPM, Industri IKM dapat melakukan strategi pengembangan produk dan penetrasi pasar. Selain itu membuat desa kosongan lebih menarik dengan mengembangkan desa menjadi destinasi wisata yang memang menarik untuk dikunjungi. Kesiapan ini juga diiringi dengan adanya kesiapan oleh masyarakat dan para pengusaha dengan lebih mengembangkan produknya dengan melakukan diversikasi produk dengan bahan baku yang sama yaitu tanah tersebut.

Putri (2015) menyatakan dalam merumuskan IFAS dan EFAS dibutuhkan data untuk merumuskan strategi, matriks GE, matriks IE dan matriks SWOT digabung untuk mengambil strategi berdasarkan QSPM. SWOT dan QSPM, menghasilkan strategi untuk diimplementasikan pada Eins Bistro & Boutiq agar dapat bersaing dengan pesaingnya.

Susanty (2015) menyatakan *Analytical Hierarchy Process*, SWOT, *Multy-Attribute Utility Theory*, Pantai Tugurejo merupakan obyek wisata yang memiliki bobot tertinggi dibandingkan dengan obyek wisata lainya. Terdapat 6 faktor yang

merupakan kekuatan, 6 faktor yang merupakan kelemahan, 6 faktor yang merupakan peluang, dan 4 faktor yang merupakan ancaman terhadap pengembangan wisata Pantai Tugerejo.

Menurut Bahiyah (2018), faktor internal dan Eksternal, Hasil penelitian ini adalah faktor internal dan eksternal mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan pada objek wisata Pantai Duta, analisis SWOT merupakan strategi perencanaan dan pengembangan yang dapat diterapkan pada objek wisata Pantai Duta. Strategi S-O, S-T,W-O dan W-T masing-masing menghasilkan strategi untuk pengembangan objek wisata Pantai Duta.

Listiowati (2020) mengemukakan, strategi pengembangan DTW Pantai Diamond di Dusun Pelilit. Triangulasi digunakan untuk mengumpulkan data, mengidentifikasi IFAS dan EFAS, kemudian *grand strategy* yang tepat untuk diterapkan di level berikutnya adalah menjaga dan mempertahankan tanpa mengubah strategi sebelumnya.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi (pengamatan langsung di objek penelitian) wawancara mendalam terhadap informan yang telah ditetapkan dan studi dokumentasi. Data penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan disajikan dalam naratif. Penelitian ini memaparkan makna, arti dan fungsi dari data yang dapat oleh para ahli dibidangnya (informan).

Adapun obyek yang diamati/adalah potensi daya tarik wisata *snorkling dan surfing*. Pantai Bias Tugel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: wawancara atau *interview* yaitu dengan mengajukan pertanyaan dan diskusi pada Pimpinan dan staf Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, tokoh masyarakat dan pelaku bisnis. Dokumentasi dalam penelitian ini: mengambil gambar Pantai Bias Tugel. Studi pustaka: dengan mengadakan penelaah terhadap buku-buku dan jurnal-jurnal terbaru, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungan dengan permasalahan yang dipecahkan.

Definisi operasional variabel

Kekuatan adalah sumberdaya keterampilan, keunggulan-keunggulan lain yang dimiliki oleh Pantai Bias Tugel. Kekuatan (*strenght*) indikatornya sebagai berikut: 1). Garis pantai yang tidak panjang dan dikelilingi oleh tebing (terasingkan), 2) Pasir yang putih dan bersih, 3) Keindahan alam Pantai yang unik, 4) Ombak yang tinggi dan panjang, 5) *visibility* air laut yang jernih, 6) keindahan alam bawah laut dengan terumbu karang yang masih alami, 7) sunrise dan cuaca yang hangat, 8) adanya *waterblow* yang cukup tinggi, 9) adanya tempat spritual, 10) kapal ferry yang lalulang dikejauhan dengan membunyikan klakson khas kapal besar.

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan (*Weakness*) indikatornya sebagai berikut: 1) akses jalan setapak yang curam, terjal sangat tidak ramah bagi para pengunjung, 2) tidak adanya fasilitas penyewaan peralatan *surfing* dan *snorkling*, 3) tidak adanya

sarana penunjang seperti toilet, ganti pakian, air bersih, tidak ada parkir mobil yang memadai, 4) kurang aman, sering terjadi pencurian helm, 5) pengembangan potensi wisata yang belum optimal.

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Peluang (*Opportunity*) indikatornya sebagai berikut: 1) adanya trend global *mass tourism* ke pariwisata minat khusus, 2) Kemajuan teknologi informasi dan transportasi, 3) Citra Bali sebagai DTW dunia, 4) Program Pemkab Karangasem dalam pengembangan wisata bahari, 5) Kerjasama dengan biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, dan hotel.

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman (*threath*) indikatornya adalah sebagai berikut: 1). Pandemi covid 19, 2). Persaingan dengan daya tarik wisata sejenis, 3) Ancaman terhadap keamanan Bali, 4). Kondisi politik dan keamanan nasional yang kurang stabil, 5) investor sepadan Pantai,

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggunakan IFE, EFE, SWOT, dan kemudian QSPM untuk memilih formulasi strategis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Padangbai terdapat beberapa pantai yang sudah terkenal di manca negara diantaranya, Pantai Padangbai, Pantai Bluelagun, dan Pantai Bias Tugel. Dari ketiga Pantai tersebut, Pantai Bias Tugel Lah yang paling unik, karena berada diantara tebing yang tinggi seperti terasingkan dari ke tiga pantai yang ada di Padangbai. Pantai ini memiliki pasir yang putih dan bersih, tetapi disisi selatan pasairnya berwarna hitam. Nama Pantai Bias Tugel berasal dari perbedaan pasir yang ada disana, setengah berwarna putih bersih, dan setengahnya lagi di sisi selatan berwarna hitam. Kata setengah dalam Bahasa Balinya yaitu "Atugel" oleh karena itu masyarakat disekitar menyebutnya Pantai ini dengan nama Pantai Bias Tugel, dan digunakan sampai saat ini.

Pantai Bias Tugel termasuk kawasan pantai pesisir kabupaten Karangasem yang merupakan bagian dari kawasan Konservasi Pesisir Karangasem (KKP). Pemerintah daerah kabupaten Karangasem sudah pernah mengemukakan upaya konservasi. *Responsible Tourism* adalah dampak atau kegiatan yang dapat menimbulkan hal positif, dalam perjalanannya bagian dari pariwisata yang bertanggungjawab.

Disebelah selatan Pantai Bias Tugel terdapat sebuah Gua, yang bernama Gua Paranggan Gan. Gua Paranggan berada dalam satu areal Pantai Bias Tugel di percaya keramat oleh masayarat sekitar, dan terdapat sumber mata air yang digunakan untuk pembersihan diri atau yang dikenal dengan melukat. Setiap hari yang di anggap baik oleh umat Hindu, Gua ini banyak di kunjungi untuk melakukan ritual melukat (pembersihan diri) dengan mebawa sesajen yang diperlukan. Disamping itu terdapat cerita rakyat mengenai seajarah dari Gua Paranggan Gan. Berawal dari seorang yang sakti mandra guna dari Nusa Penida, ingin menguasai Bali, nama pemimpinya adalah Irenggan. Pasukan dari Nusa-Penida ini berlayar menggunakan kapal laut yang besar. Di Padangbai banyak terdapat pura setidaknya ada tiga pura Dangkayangan, yaitu pura Silayukti yang merupakan setana dari Betara Empu Kuturan, Pura Tanjung Sari adalah

setana dari Empu Beradah, dan Pura Penataran Agung merupakan setana dari Betara Sakti Wawu Rauh. Diceritakan dengan kesaktian beliau bertiga, membuat orang-orang yang dari Nusa Penida tidak mampu melawan ketiga Para Empu tersebut untuk mengusai Bali. Irenggan meluapkan emosinya dengan menabrakan kapal lautnya hingga pecah di Gua tersebut, semenjak saat itu Gua tersebut di beri nama Gua Parangan Gan.

Kendala yang paling krusial adalah tanah sepanjang sepadan pantai di miliki oleh perseorangan sehingga keberadaan Pantai Bias Tugel dikuasi oleh kelompok tertentu saja. Dari perangkat Desa sudah pernah bermusyawarah kepada pemilik lahan, meminta agar akses jalan tetap diberikan untuk masyarakat agar dapat menikmati keindahan Pantai. Akses jalan yang diberikan oleh pemilik lahan berupa jalan setapak yang tidak lebar dan kurang layak untuk pengunjung. Dari parkir kendaraan menuju ke Pantai Bias Tugel hanya terdapat jalan tanah, yang licin dan terjal. Posisi jalan bersebelahan dengan tebing yang curam, sangat membahayakan keselamatan para wisatawan. Dari pihak Desa Padangbai tidak memiliki dana yang cukup untuk memperbaiki jalan tersebut, pihak Desa pun sudah pernah membuat laporan tertulis kepada pemerintah Kabupaten Karangasem, tetapi sampai saat ini belum ada tanggapan. Di pantai ini tidak terdapat parkir kendaraan yang layak, parkir hanya memanfaatkan pinggir jalan sehingga kurang aman. Jalan yang sempit, menanjak dan berkelok, sangat menyulitkan kendaraan roda empat untuk memutar balik kendaraannya. Mobil yang panjang dan lebar tidak dapat memutar balik kendaraan nya dan harus jalan mundur, tentu tidak menjamin keselamatan wisatawan.

Desa Padangbai sudah mempersiapkan akses yang baru yang lebih lebar dan tidak mengganggu pemilik tanah di sepanjang garis Pantai Bias Tugel. Akses yang baru tersebut baru hanya sebatas wecana karena keterbatasan dana yang dimiliki oleh Desa Padangbai. Untuk lahan parkir sepeda motor, mobil dan bus Pariwisata akan disiapkan lebih lebar dengan memanfaatkan tanah Desa. Fasilitas-fasilitas penunjang lainnya akan disiapkan bekerjasama dengan pemerintah Kabupaten Karangasem, sehingga keberadaan Pantai Bias tugel dapat dikelola oleh Desa Padangbai. Pengelolaan yang lebih baik diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan dan sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat sekitar. Dengan di bangun infrastruktur yang lebih baik diharapkan mampu mengundang para insvestor.

KONDISI LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM PENGEMBANGAN PANGTAI BIAS TUGEL

Berdasarkan teori *life cycle destinasi* wisata (Butler, 2006) Pantai Bias Tugel berada dalam fase keterlibatan ini terbukti dengan, kondisi kenyataan di lapangan kontak masyarakat lokal dengan wisatawan sangat tinggi. Kegiatan promosi sudah dilakukan melalui beberapa media seperti media cetak berupa brosur yang sudah di bagikan di beberpa hotel dan tempat informasi, melalui media elektronik berupa facebook dan instagram. Pasar wisatawan berasal dari Australia, Perancis, Jepang china dan wisatawan lokal. Masyarakat sekitar sudah mulai merasakan manfaat ekonomi dari keberadaan Pantai Bias Tugel, sebagai pedagang, pemandu wisata, jasa pijat dan tukang parkir. Pemerintah

juga di harapkan partisipasi langsung dalam hal pengembangan infrastruktur, penataan wilayah, serta kerjasama dan promosi kepada asosiasi-asosiasi pariwisata sehingga kunjungan wisata meningkat.

Analisis lingkungan internal Pantai Bias Tugel

Faktor-faktor internal dianalisis dengan melakukan pembobotan dan peringkatan faktor internal dilakukan oleh responden melalui pengisian kuisener. Dari hasil kuisener yang telah diisi responden didapatkan nilai bobot dan ranting faktor-faktor internal yang berbeda-beda pada tiap responden. Dengan demikian untuk mendapatkan bobot dan rating yang sama, tiap faktor internal Pantai Bias Tugel diambil nilai rata-rata (mean) atas bobot dan rating yang diberikan responden. Hasil perkalian antara bobot dan rating akan menghasilkan skor yang No. posisi kawasan. Hasil pembobotan dan pemeringkatan faktor-faktor internal Pantai Bias Tugel pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil pembobotan dan pemeringkatan faktor-faktor internal Pantai Bias Tugel

No.	Variable/Indikator	Bobot	Rating	Skor*
1.	KEKUATAN			
1.	Garis pantai yang tidak panjang dan dikelilingi tebing (terasingkan)	0.17	4	0.68
2.	Keindahan alam Pantai yang unik	0.13	4	0.52
3.	Pasir yang putih dan bersih	0.10	3.70	0.37
4.	Ombak yang tinggi dan panjang	0.08	3.30	0.26
5.	Visibility air laut yang jernih	0.08	3.80	0.30
6.	Keindahan alam bawah laut dengan terumbu karang yang masih alami	0.07	3.20	0.22
7.	Sunrise dan cuaca yang hangat	0.07	3.80	0.27
8.	Adanya <i>waterblow</i> yang cukup tinggi	0.07	3.80	0.27
9.	Adanya tempat spritual	0.06	3.60	0.22
10.	Kapal fery yang lalulang di kejauhan dengan membunyikan klakson khas kapal besar	0.04	3.70	0.22
2.	KELEMAHAN			
1.	Akses jalan setapak yang curam, terjal dan tinggi,	0.05	1.3	0.07
2.	Tidak adanya fasilitas penyewaan peralatan <i>surfing</i> dan <i>snorkling</i>	0.02	1.4	0.04
3.	Tidak adanya sarana penunjang seperti toilet, ganti pakian, air bersih, tidak ada parkir mobil yang memadai.	0.02	1.4	0.03
4.	Kurang aman, sering terjadi pencurian helm.	0.02	1.4	0.03
5.	Pengembangan Potensi wisata yang belum optimal	0.02	1.4	0.03
	Total	1.00		3.46

Sumber: Hasil analisis, 2020

Lingkungan Eksternal Pantai Bias Tugel

Lingkungan Eksternal Pantai Bias Tugel merupakan lingkungan luar yang berpengaruh dalam pengembangan kawasan baik yang bersifat positif yakni mendorong maupun bersifat negatif yang dapat mengancam pengembangannya. Lingkungan eksternal, terdiri dari faktor peluang (*opportunities*) yang bersifat positif dan faktor ancaman (*threats*) yang bersifat negatif. Analisis Lingkungan Eksternal Pantai Bias Tugel seperti halnya lingkungan internal, pembobotan dan

pemeringkatan faktor eksternal dilakukan oleh responden melalui pengisian kuesioner. Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden didapatkan nilai bobot dan rating faktor-faktor Eksternal yang berbeda-beda pada tiap responden. Dengan demikian untuk mendapatkan bobot dan rating yang sama tiap faktor eksternal Pantai Bias Tugel diambil dari nilai rata-rata (mean) atas bobot dan rating yang diberikan responden. Hasil perkalian antara bobot dan rating akan menghasilkan skor yang menunjukkan posisi kawasan. Hasil pembobotan dan pemeringkatan faktor-faktor eksternal Pantai Bias Tugel tampak pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil pembobotan dan pemeringkatan faktor-faktor eksternal Pantai Bias Tugel

No.	Variable/Indikator	Bobot	Rating	Skor*
3. PELUANG				
1.	Adanya trend global <i>mass tourism</i> ke pariwisata minat khusus	0.16	3.8	0.61
2.	Kemajuan teknologi informasi dan transportasi	0.11	3.8	0.42
3.	Citra Bali sebagai DTW dunia	0.06	3.6	0.22
4.	Program Pemkab Karangasem dalam pengembangan wisata bahari	0.10	3.9	0.39
5.	Kerjasama dengan biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, dan hotel.	0.07	3.8	0.27
4. ANCAMAN				
1.	Pandemi covid 19	0.11	1.5	0.17
2.	Persaingan dengan daya tarik wisata sejenis	0.10	1.5	0.15
3.	Ancaman terhadap keamanan Bali	0.08	1.7	0.14
4.	Kondisi politik dan keamanan nasional yang kurang stabil.	0.05	2.2	0.11
5.	Investor sepadan Pantai	0.06	2.6	0.16
Total		1.00		3.01

Sumber: Hasil analisis, 2020

Teknik Penyajian Hasil Analisis Data

Penyajian hasil analisis data dilakukan secara formal (dalam bentuk tabel) maupun informal (dalam bentuk narasi). Penyajian hasil analisis data secara formal digunakan dalam analisis matriks IFAS dan EFAS serta analisis matriks SWOT sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca, namun secara keseluruhan penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara informal dalam bentuk narasi yang menjelaskan dan memberikan keterangan-keterangan yang lebih komprehensif. Analisis matriks IFAS dan EFAS akan menghasilkan strategi umum (*grand strategy*), sedangkan analisis SWOT dengan menggunakan diagram dan matriks SWOT akan menghasilkan strategi alternatif serta program-program dalam pengembangan Pantai Bias Tugel. *Diplotting* ke dalam matriks IFAS dan EFAS sehingga menghasilkan strategi umum (*grand strategy*) pengembangan Pantai Bias Tugel.

Tabel 4. Matriks Internal-Eksternal Pantai Bias Tugel
TOTAL NILAI IFE

		Kuat 3,0 – 4,0	Sedang 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99	
		03	2,808	02	01
T O T A L N I L A I E K S T E R N A L	04	Kuat 3,0 – 4,0	I. Growth Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi vertikal)	II. Growth Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi horizontal)	III. Retrenchment Pertahankan dan pelihara (pertumbuhan berputar)
	03	2,710 Sedang 2,0 – 2,99	IV. Stability Tumbuh dan bina (berhenti sejenak)	V. Growth Pertahankan dan pelihara (strategitidak berubah)	VI. Retrenchment Panen atau divestasi (kawasanterikatatau jual)
	02	Lemah 1,0 – 1,99	VII. Growth Pertahankan dan pelihara (diversifikasi konsentrik)	VIII. Growth Panen atau divestasi (diversifikasi konglomerat)	VII. Retenchantment Panen atau divestasi (likuidasi)
	01				

(Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2020)

Dari Tabel 4, dapat diketahui bahwa kondisi pengembangan pariwisata Pantai Bias Tugel terletak pada sel 1 dalam matriks internal - eksternal. Ini berarti keberadaan Pantai Bias Tugel terletak pada posisi tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi vertikal).

Tabel 5. Analisis SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p><i>STRENGTHS(S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garis pantai yang tidak panjang dan dikelilingi tebing (terasingkan) 2. Keindahan alam Pantai yang unik. 3. Pasir yang putih dan bersih. 4. Ombak yang tinggi dan panjang. 5. Visibility air laut yang jernih. 6. Keindahan alam bawah laut dengan terumbu karang yang masih alami 7. Sunrise dan cuaca yang hangat. 8. Adanya <i>waterblow</i> yang cukup tinggi . 9. Adanya tempat spritual. 10. Kapal fery yang lalulang di kejauhan dengan membunyikan klakson khas kapal besar 	<p><i>WEAKNESSES (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses jalan setapak yang curam, terjal dan tinggi. 2. Tidak adanya fasilitas penyewaan peralatan <i>surfing dan snorkling</i>. 3. Tidak adanya sarana penunjang seperti toilet,ganti pakian, air bersih,tidak ada parkir mobil yang memadai. 4. Kurang aman, sering terjadi pencurian helm. 5. Pengembangan Potensi wisata yang belum optimal.
<p><i>OPPORTUNIES(O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya trend global <i>mass tourism</i> ke pariwisataaminat khusus 2. Kemajuan teknologi informasi dan transportasi 3. Citra Bali sebagai DTW dunia 4. Program Pemkab Karangasem dalam pengembangan wisata bahari 5. Kerjasama dengan biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, dan hotel 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dan kerjasama dengan pemerintah daerah dan biro perjalanan wisata. 2. Memanfaatkan sosial media untuk memasarkan. 3. Pengembangan element pariwisata <i>attraction, accessibility, amenity, anciliary</i> 	<p>Strategi (WO)</p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Strategi pengembangan sarana dan prasarana maupun penunjang pariwisata yang ramah terhadap wisatawan
<p><i>THREATS(T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pandemi covid 19 2. Persaingan dengan daya tarik wisata sejenis 3. Ancaman terhadap keamanan Bali 4. Kondisi politik dan keamanan nasional yang kurang stabil. 5. Investor sepadan Pantai 	<p>Strategi (ST)</p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Penerapan protokol kesehatan yang lebih ketat. 5. Strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan dan menjaga komunikasi yang baik dengan investor 	<p>Strategi (WT)</p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. mendorong investor untuk segera membangun kawasan. 8. Menjaga dtw tetap alami

Sumber: Diadaptasi dari Rangkuti, 2011

ANALISIS QSPM

Erislan (2018-148) menyatakan bahwa secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai setrategi berdasarkan sejauh mana faktor keberhasilan internal dan eksternal dikapitalisasi atau yang paling utama untuk mendapatkan prioritas. Sejumlah strategi alternatif dapat disertakan dalam QSPM yang nantinya akan membentuk satu pilihan strategi utama yang dibutuhkan.

Tabel 6. Tabel QSPM Pantai Bias Tugel

Urutan	Alternatif Strategi	Weight	AS	TAS
1	Meningkatkan promosi dan kerjasama dengan pemerintah daerah dan biro perjalanan wisata (SO-1)	0.14	3	0,42
2	Memanfaatkan sosial media untuk memasarkan (SO-2)	0.13	3	0,39
3	Pengembangan element pariwisata <i>attraction, accessibility, amenity, anciliary</i> (SO-3)	0.30	4	1,2
4	Penerapan protokol kesehatan yang lebih ketat. (ST-1)	0,10	4	0,4
5	Strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan dan menjaga komunikasi yang baik dengan investor (ST-2)	0,15	3	0,45
6	Strategi pengembangan sarana dan prasarana maupun penunjang pariwisata yang ramah terhadap wisatawan (WO)	0,07	4	0,28
7	Menjaga daya tarik wisata Pantai Bias tugel tetap alami (WT)	0,11	4	0,44

Sumber: diolah dari hasil penelitian, 2020

Perumusan berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan nilai AS dan TAS. Nilai AS menunjukkan daya tarik masing-masing strategi terhadap faktor kunci yang dimiliki. Nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) diperoleh melalui kuisioner yang ditunjukkan kepada 5 orang responden yang terkait langsung dengan para ahli yang dianggap benar-benar mengetahui Pantai Bias Tugel. Alternatif strategi yang telah disusun diatas merupakan strategi yang paling menarik untuk diimplementasikan.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa alternatif strategi yang paling utama (urgent) adalah Pengembangan element pariwisata *attraction, accessibility, amenity, anciliary* (SO-3) dengan TAS yang paling tinggi yaitu 1,2. Jadi hasil dari analisis QSPM yakni pengembangan elemen pariwisata *attraction, accessibility, amenity, anciliary* untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang akan melakukan aktifitas *Snorkling dan surfing* di Pantai Bias tugel.

5.SIMPULAN dan SARAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan:

1. Dalam matriks internal – eksternal, diperoleh angka IEF 3,46 dan EFE 3,01, ini berarti keberadaan Pantai Bias Tugel terletak pada posisi tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi vertikal).
2. Dari hasil analisis SWOT strategi SO menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, belum berjalan dengan baik, karena keterbatasan dana yang dimiliki oleh Desa Padangbai dan pemerintah, pengembangan yang tidak maksimal.

3. Hasil QSPM menunjukkan bahwa angka TAS pada faktor strategi Internal sebesar 1,2 menunjukkan bahwa pengembangan elemen pariwisata *attraction, accessibility, amenity, ancillary* (SO-3) harus segera mendapatkan perhatian.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta wawancara dengan para narasumber, maka saran yang dapat diberikan yaitu: meningkatkan promosi dengan menjalin kerjasama dengan pemerintah, pelaku pariwisata, dan media sosial untuk mengenalkan potensi Pantai Bias Tugel, pemilik sepadan pantai untuk segera membangun hotel, restoran dan lain-lain sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal dan Desa Padangbai serta Pemerintah Karangasem melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem harus segera menyusun rancangan strategis untuk membangun *attraction, accessibility, amenity, ancillary* Pantai Bias Tugel.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, Chris. Dkk. (1993), *Tourism Principle & Practice*. England: Longman Group.
- Diwangkara, Naufal Kresna, Suzanna Ratih Sari, and R. Siti Rukayah. 2020. Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 4 (2), 120-128.
- Bahiyah, Choridotul, Wahyu Hidayat Riyanto, and Sudarti Sudarti. Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 2 (1), 95-103. <http://202.52.52.22/index.php/jie/article/view/6970/5902>
- Echeler, Lionel. Vellas, Francois. 2008 *Pemasaran Pariwisata Internasional*. Jakarta, Yayasan Obor Indonesia.
- Effendi, Usaman., Atuti, Retno., Melati, Diana Candra. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Coklat Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Multi Attribute Utility Theory (MAUT) di Kampung Coklat, Blitar. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 6 (1), 31-40. <https://industri.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/262>.
- Erislan, 2018. *Manajemen Strategi Konsep dan Penerapan*, Bandung, Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran. Edisi 13 Jilid I. Jakarta, Erlangga.
- Kholil, A. Yusuf, dan Ninin Khoirunnisa. 2018. Strategi Pengembangan Desa Wisata Gubugklakah. *OPTIMA*. 2(1), 27-40. <https://45.32.120.76/index.php/Optima/article/view/899>
- Listiowati, Agnela Saneta; Wiranatha, Agung Suryawan; Suryawardani, I Gusti Ayu Oka. 2020. Strategi Pengembangan DTW Pantai Diamond di Dusun Pelilit, Desa Pejukutan, Nusa Penida, Klungkung, Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, p. 516 - 540, doi: <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v06.i02.p13>
- Mananda, I G.P.B Sasrawan. (2015). Strategi Pengembangan Potensi Pantai Pasir Putih Sebagai Wisata Bahari di Desa Perasi Kecamatan Karangasem,

- Kabupaten Karangasem, Bali. Skripsi Fakultas Pariwisata Universitas Udayana Denpasar.
(<https://repositori.unud.ac.id/protected/storage/upload/repositori/64688110dab557320f058f30ac655839.pdf>).
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)* Jakarta, Pradnya Paramita.
- Permilasari, Ni Komang; Arida, I Nyoman Sukma. 2014. Bentuk Pengelolaan Pantai Batu Bolong Sebagai Daya Tarik Wisata Surfing Di Desa Canggu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 2 (2), 37 – 48.
<<https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/view/23195>>.
- Pearce, J.A. and Robinson, R.B., 2003. *Strategic Management: Formulation, Implementation, and control*. 5th Edition. USA, Richard D Irwin, Inc.
- Puspitasari, Nia Budi, Rani Rumita, dan Gilang Yuda Pratama. 2013. Pemilihan Strategi Bisnis dengan Menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) dan Model MAUT (Multi Attribute Utility Theory) (Studi Kasus Pada Sentra Industri Gerabah Kasongan, Bantul, Yogyakarta). *Jurnal Teknik Industri*, 8 (3), 171-180.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/viewFile/5385/4827>
- Putri, Ria Triani, Dwi Novirani, and Dwi Kurniawan. 2015. Formulasi Strategi Menghadapi Persaingan Industri Kuliner pada EINS Bistro & Boutique di Bandung. *REKA INTEGRASIA* 3 (2).
<https://ejournal.itenas.ac.id/rekaintegra/article/viewFile/755/955>
- Prastyadewi, M. I., & Saitri, P. W. (2017). PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP KAWASAN BATUR GLOBAL GEOPARK DI KECAMATAN KINTAMANI KABUPATEN BANGLI. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis dan Manajemen)*, 1(2).
- Susanty, Aries, Susatyo Nugroho, and Adyan Adyan. 2015. Optimasi Pengembangan Kawasan Wisata Di Semarang Dengan Menggunakan Metode analytical Hierarchy Process,
<<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/8602>>
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009
- World Tourism Organization, (2007). *Travel and Tourism Economic Impact*.
- Winarko, Agus Indra, dan Dyah Ika Rinawati. 2015. Pemilihan dan Pengembangan Obyek Wisata Kabupaten Kebumen Menjadi Obyek Wisata Unggulan Kabupaten Kebumen dengan Menggunakan Metode Ahp, Swot dan Qspm. *Industrial Engineering Online Journal*, 4 (3)
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/viewFile/9001/8747>