

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PANTAI YEH GANGGA MENJADI PRODUK WISATA BERDAYA SAING DI KABUPATEN TABANAN BALI

I Made Bayu Wisnawa¹, I Ketut Sutapa², I Gusti Agung Bagus Widiantera³

^{1,2,3}STIPAR Triatma Jaya

bayu.wisnawa@triatma-mapindo.ac.id

Abstract : *This research has a specific purpose: (i) determine the potential of coastal area can be developed as a tourism product, (ii) Knowing constraints are faced in developing the tourism potential, and (iii) determine strategies that can be used in developing the tourism potential of the coast as a creative tourism products Yeh Gangga Beach, Sudimara village, Tabanan Bali. The general objective to be achieved is to improve the performance of the tourism sector in the welfare of society Tabanan through sustainable tourism development by developing creative potential.. The research found that (i) Yeh Gangga Beach has some potential creativity attraction, such as: art market, handicraft, video and photography, music and art performance, scenery, and accomodation; (ii) The main problems encountered are (i) Most strategic land has been switched ownership to investors. The strategy should be applied is (i) Maintain Yeh Gangga Beach as tourist attraction developed Tabanan through local regulations, (ii) increasing public awareness of tourism. The implications are (i) theoretically enriching literature of sustainability in tourism coastal area, (ii) practically could enhance the government to develop coastal tourism in Tabanan Bali.*

Keywords : *coastal tourism potential, competitive tourism product, sustainability*

PENDAHULUAN

Bali adalah tujuan wisata internasional dan menjadi kebanggaan Indonesia. Pariwisata bersoda di Bali telah mengundang investor untuk mengembangkan modal mereka. Sayangnya pengembangan pariwisata di Bali masih berpusat pada daerah yang meliputi Bali Selatan Badung, Gianyar dan Denpasar kota. Pembangunan di daerah masih mengandalkan pembangunan fisik dari konsep pariwisata massal. Akibatnya, dampak negatif dari pengembangan pariwisata di wilayah ini mulai mengganggu kehidupan masyarakat dirasakan sekitarnya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk pengembangan pariwisata di masa depan adalah untuk mengembangkan konsep industri kreatif sering disebut ekonomi kreatif.. Ekonomi kreatif mampu menghasilkan produk kreatif

yang tuntutan pasar, menjaga kelestarian sumber daya, dan kesejahteraan masyarakat bahkan mampu mengangkat citra daerah.

Tabanan, Bali merupakan daerah yang dikenal sebagai “lumbung” dari Bali yang memiliki berbagai sumber daya yang dapat dikembangkan sebagai tujuan wisata. Namun, potensi ini masih belum berkembang dengan baik untuk dapat meningkatkan pendapatan (PAD), yang saat ini masih kurang memadai pembiayaan untuk pembangunan. Kondisi ini dapat dilihat pada Tabel 1 di mana persentase pendapatan 14,88%, menduduki peringkat 4 dari 4 kabupaten menunjukkan tingginya tingkat ketergantungan Tabanan pemerintah daerah kepada pemerintah pusat untuk mengembangkan daerahnya.

Tabel 1.
Realisasi dan Persentase PAD dan Dana Perimbangan pada Pemerintah Kabupaten/Kota Kawasan Metropolitan Surabaya Tahun 2010

No	Daerah	PAD	Dana Perimbangan	Total Pemecutan Daerah	%PAD Total Pemecutan Daerah
1	Babak	979.194.610.828,25	322.095.702.460,00	1.301.290.323,25	75,24
2	Degayu	266.402.614.201,85	499.195.166.820,00	765.597.781,01	29,82
3	Ganyu	151.559.078.280,00	406.266.063.903,00	557.825.142,00	27,18
4	Tahunan	116.960.678.330,31	513.083.012.125,00	630.043.690,31	18,56

Sumber: Biro Keuangan Senda Pengantar, 2012 (data diolah)

Pada tahun 2013 terjadi peningkatan PAD menjadi Rp.202,741 miliar dan pendapatan daerah sebesar Rp.1,214 triliun, dengan kontribusi persentase dari pendapatan (PAD) sebesar 16,70%. Bahkan pada tahun 2012 Tabanan defisit Rp. 38 miliar. Situasi ini menunjukkan banyak potensi sumber daya yang dimiliki Tabanan Bali belum dikelola dengan baik, termasuk sektor pariwisata.

Pantai Yeh Gangga adalah salah satu pantai yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daya saing tujuan maritim. Tabanan saat ini memiliki 32 objek wisata terkemuka dengan tempat-tempat wisata bahari di enam atraksi, yaitu Tanah Lot, Pantai Kelating, Pasut Beach, Yeh Gangga, dan Pantai Soka. Bila dibandingkan dengan pantai-pantai lainnya, terutama Tanah Lot, Pantai Yeh Gangga belum dikembangkan secara optimal. Meskipun pantai ini memiliki banyak potensi dan ditetapkan sebagai salah satu atraksi wisata di Tabanan dengan Surat Keputusan Bupati Tabanan Regional Keputusan No. 470 Tahun 1998, hingga kini perkembangan di daerah ini masih belum signifikan.



Gambar 1. Lokasi Pantai Yeh Gangga yang Strategis

Dari Gambar 1 di atas, dapat dilihat bahwa Yeh Gangga Beach memiliki posisi yang sangat strategis di lingkaran tarik wisata yang sangat populer di Bali, seperti Tanah Lot, Kuta, Abian Semal (Sangeh), dan dikelilingi oleh berbagai fasilitas pendukung pariwisata seperti akomodasi, makanan dan minuman, dan agen perjalanan.

Penelitian ini didasarkan motivasi untuk mendukung kebijakan pemerintah yang mempromosikan ekonomi kreatif dalam konsep keberlanjutan. Pengembangan pariwisata di Pantai Yeh Gangga diharapkan akan didukung/dipercepat melalui kegiatan ekonomi kreatif. Pengembangan pariwisata melalui kegiatan ekonomi kreatif, harus didasarkan pada konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan, dengan menggunakan konsep ekowisata sehingga dapat mengurangi dampak negatif terhadap pengembangan pariwisata itu sendiri.

Literatur

KAJIAN LITERATUR

Dunia telah mengakui peran pariwisata bagi pembangunan ekonomi, lingkungan, masyarakat dan kehidupan sosial (Ecles, 1995). Hal ini juga dapat dikatakan bahwa pariwisata adalah alat yang ampuh untuk mengatasi kemiskinan, kesempatan kerja dan meningkatkan devisa (Croes 2006; Scheyvens & Mornsen, 2008). Di sisi lain, selain memberikan dampak yang baik pariwisata memiliki dampak yang tidak baik bagi lingkungan. Oleh karena itu, konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan didasarkan pada pelestarian lingkungan untuk diterapkan dalam setiap aspek pengembangan pariwisata (Sastrayuda, 2010). Sehingga upaya yang paling penting dan sulit adalah mengubah pola pikir dan perilaku dalam kegiatan pariwisata untuk masing-masing stakeholder terhadap pemikiran sadar lingkungan merupakan dasar untuk melakukan (Ross & Dinding, 1999). Relevan untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia, di mana masing-masing daerah memiliki kekayaan atau sumber daya pariwisata yang melimpah.

Ekonomi kreatif merupakan perwujudan dari upaya untuk pembangunan berkelanjutan melalui kreativitas, di mana pembangunan berkelanjutan adalah iklim ekonomi yang kompetitif dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan. Pesan besar dari ekonomi kreatif adalah pemanfaatan sumber daya tak terbatas, yaitu, ide, bakat dan kreativitas (Pangestu, 2008).

Ekowisata memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan konsep pariwisata massal atau mass pariwisata yang dilakukan sejauh ini, karena mengandung unsur pengembangan masyarakat dan menghormati kepemilikan, perlindungan dan penyelamatan sumber daya alam, pengembangan aspek sosial ekonomi, serta pengunjung akan memiliki nilai tambah dari pengalaman perjalanan (Honey, 2008; Page & Dowling, 2002). Sinergi antara masyarakat, dunia usaha, pemerintah, pemangku kepentingan di mana masyarakat sebagai aktor utama dalam aspek manajemen akan memberikan tingkat tinggi pembangunan pariwisata berkelanjutan fit dalam prinsip-prinsip ekowisata (Byrd *et al*, 2009; Drumm, 1998; Ross & Wall, 1999). Pada akhirnya, pariwisata berkelanjutan dapat terwujud dan dapat meningkatkan kualitas hidup tanpa merusak lingkungan sekitarnya melalui pengembangan produk berbasis pada pariwisata kreatif, ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh pemerintah saat ini.

Pariwisata

Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan, dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah.

Ismayanti (2010: 223) menyatakan Pariwisata adalah kegiatan wisata yang beragam yang dilakukan di luar rumah selama lebih dari 24 jam untuk tujuan bersenang-senang menggunakan berbagai fasilitas

wisata, seperti transportasi dan akomodasi.

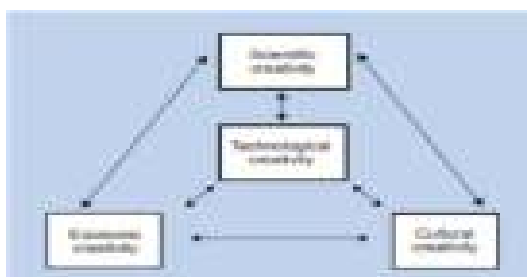
Pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang dilakukan untuk waktu satu tempat asli untuk tujuan dengan alasan tidak puas atau mencari nafkah, tapi hanya untuk bersenang-senang, memuaskan rasa ingin tahu, menghabiskan waktu luang atau waktu off dan tujuan tujuan lain. Satu atau lebih orang yang melakukan perjalanan dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan tur yang disebut Wisatawan. Wisatawan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu wisatawan domestik dan wisatawan asing. Turis wisatawan domestik adalah warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan sedangkan wisatawan mancanegara ditujukan untuk warga negara asing yang melakukan perjalanan.

Ekonomi Kreatif: Definisi, Potensi, dan Tantangan

(Murjana Yasa, 2010), ekonomi kreatif merupakan kegiatan yang didasarkan pada pemenuhan intelektual, keterampilan, bakat, dan ide-ide yang asli. Ekonomi kreatif adalah proses peningkatan nilai tambah dari eksploitasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian dan bakat individu menjadi suatu produk yang dapat dikomersialkan.

Pengembangan pola pikir ekonomi kreatif dapat dikembangkan dari pemahaman tentang industri kreatif. Sebuah produk yang berasal dari proses kreatif dapat dicirikan sebagai berikut. (i) siklus hidup yang pendek, (ii) Memiliki risiko yang relatif tinggi, (iii) Memiliki margin tinggi, (iv) Memiliki keragaman yang tinggi, (v) Memiliki kompetisi yang tinggi dan (vi) Mudah ditiru (Murjanayasa 2010)

Definisi yang lebih jelas diberikan oleh UNDP (2008) yang merumuskan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang inovatif, kreatif menggunakan teknologi, dan budaya. Seperti dijelaskan pada Gambar 2



Gambar 2. Bagan Rumusan Ekonomi Kreatif Menurut UNDP

Ruang lingkup kegiatan ekonomi kreatif dapat mencakup banyak aspek. Departemen Perdagangan (2008) mengidentifikasi setidaknya 14 sektor termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu: (i) Periklanan, (ii) arsitektur, (iii) produk seni pasar, (iv) Kerajinan (kerajinan), (v) desain, (vi) Mode, (vii) Film, (viii) video, dan fotografi, (ix) permainan interaktif, (x) Musik, (xi) seni pertunjukan, (xii) Penerbitan dan percetakan, (xiii) layanan komputer dan perangkat lunak, (xiv) Radio dan televisi, (xv) Penelitian dan pengembangan

Mengacu pada angka yang disebutkan di atas, potensi ekonomi kreatif dan perlu dikembangkan di Indonesia. Dr Mari Elka Pangestu dalam Konvensi Ekonomi Kreatif Pembangunan 2009-2015 menyebutkan beberapa alasan mengapa industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia, antara lain:

1. Menyediakan, memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan
2. Menciptakan iklim bisnis yang positif
3. Membangun citra dan identitas bangsa
4. Berdasarkan sumber daya terbarukan
5. Membuat inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa
6. Memberikan dampak sosial yang positif

Pembangunan Ekonomi kreatif dan Pariwisata

Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata adalah dua hal yang saling berpengaruh dan dapat bersinergi jika dikelola dengan

baik (Ooi, 2006). Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan oleh tiga faktor, yaitu harus ada sesuatu untuk melihat, sesuatu untuk dilakukan, dan sesuatu untuk membeli (Yoeti, 1985). Sesuatu untuk lihat terkait dengan objek wisata di daerah tujuan wisata, sesuatu harus dilakukan terkait dengan kegiatan wisata di kawasan wisata, sementara terkait dengan sesuatu untuk membeli oleh-oleh khas dibeli di kawasan wisata sebagai memorabilia pribadi/wisatawan. Dalam tiga komponen ini, ekonomi kreatif dapat masuk melalui sesuatu untuk membeli dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor pariwisata yang dijelaskan lebih lanjut oleh Yozcu dan İçöz (2010), kreativitas akan merangsang tujuan wisata untuk menciptakan produk inovatif yang akan menambah nilai dan daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan tujuan wisata lainnya. Dalam hal turis, mereka akan merasa lebih tertarik untuk mengunjungi daerah wisata yang memiliki produk khas untuk kemudian dibawa pulang sebagai suvenir. Di sisi lain, produk kreatif yang secara tidak langsung akan melibatkan pengusaha individu dan perusahaan dalam kontak dengan sektor budaya. Kedekatan yang akan membawa dampak positif pada upaya untuk melestarikan budaya dan pada saat yang sama meningkatkan ekonomi dan estetika lokasi wisata

METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian

Pada tahap ini, kegiatan mendalami semua informasi yang berkaitan dengan kondisi fisik (dasar, dibangun), kondisi sosial (hubungan sosial demografi), kegiatan ekonomi (mata pencaharian, pendapatan, kegiatan ekonomi, sumber pendapatan), sosial budaya (7 unsur budaya), kebijakan dan peraturan (aparatur desa dan adat) di Desa Yeh Gangga, Kabupaten Tabanan, Tabanan, melakukan penyelidikan informal untuk mengembangkan kerangka penelitian formal,

mengumpulkan data, melakukan tabulasi dan analisis data, diskusi dan menarik kesimpulan dan saran.

Lokasi penelitian.

Penelitian ini berlangsung di Desa Sudimara, Kecamatan Tabanan, Tabanan. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja dalam pandangan keunikan yang dimiliki sehingga digunakan sebagai bahan pertimbangan. Sedangkan penentuan isu yang diangkat didasarkan pada kurangnya penelitian tentang masalah ini.

Variabel yang Diamati

Variabel/variabel yang akan diamati peran dalam kegiatan penelitian ini adalah:

1. Kegiatan Komunitas yang berpotensi ekonomi kreatif sehingga menghasilkan produk pariwisata kreatif yang meliputi: (i) Periklanan, (ii) arsitektur, (iii) produk seni pasar, (iv) Kerajinan, (v) desain, (vi) Mode, (vii) Film, (viii) video, dan fotografi, (ix) permainan interaktif, (x) Musik, (xi) seni pertunjukan, (xii) Penerbitan dan percetakan, (xiii) layanan komputer dan perangkat lunak, (xiv) Radio dan televisi, (xv) Penelitian dan pengembangan
2. Kegiatan ekowisata atau aktivitas apapun yang terkandung potensi ekowisata.
3. SWOT analisis komponen yang meliputi: (i) Kekuatan, (ii) kelemahan, (iii) peluang dan (iv) ancaman yang dihadapi dalam pengembangan potensi pariwisata Yeh Gangga Pantai sebagai produk ramah lingkungan kreatif di desa Sudimara, Kecamatan Tabanan Kabupaten Tabanan Bali

Responden Penelitian

Responden dari penelitian ini adalah:

1. Masyarakat Pedesaan Sudimara serta orang-orang biasa (krama desa) serta tokoh masyarakat (tradisional dan lembaga)

2. Wisatawan (turis) diperlukan dengan bertujuan untuk menilai potensi pariwisata
3. Pemerintah Tabanan, terutama mereka yang bertanggung jawab atas Dinas Pariwisata pengembangan potensi wisata
4. Biro Perjalanan Wisata, untuk menentukan paket wisata yang ditawarkan posisi di Gangga Yeh Pantai
5. Akademisi di bidang pengembangan produk pariwisata
6. Metode pengambilan sampel

Fokus penelitian ini bertujuan untuk Sudimara Masyarakat Desa (tokoh masyarakat dan warga negara biasa) serta wisatawan yang berkunjung di desa ini. Penentuan sampel masyarakat dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode sampling teknik purposive sampling dengan pertimbangan yaitu tertentu (Sugiyono, 2008:124). Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang Sudimara yang memiliki pengetahuan tentang obyek yang akan diperiksa. Kriteria masyarakat untuk dijadikan sampel adalah:

1. Mereka yang tahu kedalaman informasi dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti di desa Sudimara.
2. Mereka diterima sebagai terkait dengan penentuan kebijakan kelompok.

Metode pengumpulan data

Data yang diperoleh dari penelitian ini dikumpulkan dengan metode:

1. Kuisisioner: pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar lengkap pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya dengan responden/sampel.
2. *Indepth interview* (wawancara mendalam). Data yang dikumpulkan oleh tanya jawab langsung di bawah pedoman wawancara untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan isu-isu utama yang dibahas. Adapun yang akan diwawancarai

adalah Kepala Desa Sudimara Tabanan dan Dinas Pariwisata Daerah Tk.II Tabanan.

3. Dokumentasi
Pengumpulan data sekunder melalui dokumen yang dimiliki sumber data sekunder atau instansi pemerintah terkait.
4. Pengamatan
Observasi langsung ke lapangan untuk menentukan Yeh Gangga Pantai internal dan eksternal situasi, Sudimara, Kecamatan Tabanan, Tabanan dan masalah yang dihadapi.

Teknik analisis data

Dengan mempertimbangkan tujuan dari penelitian yang telah ditetapkan, maka penelitian ini cenderung menggunakan metode kualitatif. Setelah data terkumpul, maka akan dilakukan analisis dan pembahasan: (i) untuk menjawab masalah pertama dan kedua, maka informasi yang diperoleh akan dibandingkan dengan teori dan konsep ekonomi kreatif dan ekowisata untuk mendapatkan jawaban mengenai potensi dan kendala yang dihadapi, (ii) untuk menjawab masalah ketiga, dalam merumuskan strategi akan dilakukan teknik analisis SWOT (Boryk, 2010). Hasil diskusi akan dirangkum dan diberikan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Industri Kreatif dan Ekowisata

Potensi industri kreatif yang dapat dikembangkan, antara lain: (i) pasar untuk barang dan seni, karena banyak wisatawan yang berkunjung Yeh Gangga Pantai bertanya tentang kurangnya fasilitas belanja souvenir. Hal ini tentunya merupakan peluang yang dapat bekerja untuk kesejahteraan masyarakat (ii) kerajinan, karena pada dasarnya orang Yeh Gangga Beach memiliki jiwa seni dan seniman (iii) video dan fotografi, sebagai cukup banyak kegiatan mengambil foto prewedding dilakukan diseluruh Yeh Gangga Pantai (iv) musik, karena desa Sudimara memiliki organisasi seni seperti gong dan angklung, (v) seni pertunjukan.

Potensi Ekowisata

Pantai Yeh Gangga memiliki potensi ekowisata yang meliputi (i) dan atraksi dari lingkungan budaya, (ii) *Landscape* (iii) Akomodasi dan restoran, (iv) Peralatan dan perlengkapan untuk kegiatan wisata memancing (*fishing*).

Masalah yang Dihadapi dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Menjadi Wisata Pesisir Produk Kreatif Lingkungan Yeh Gangga Beach.

Berdasarkan wawancara, kuesioner, dengan pola penilaian desa partisipatif, ada beberapa kendala yang dihadapi dalam pengembangan potensi wisata Yeh Gangga Pantai menjadi produk pariwisata kreatif ramah lingkungan, sebagai berikut:

1. Pantai Yeh Gangga memiliki pasir abu-abu dan pasir hitam. Kondisi ini menyebabkan Yeh Gangga Pantai kurang eksotis, berbeda dari Kuta dan Nusa Dua Beach, dengan warna pasir putih. Hal ini menyebabkan posisi Yeh Gangga Beach sebagai pilihan kedua atau ketiga untuk wisata pantai.
2. Hygiene tidak memenuhi standar pariwisata.
3. Fasilitas terbatas dengan standar manajemen rendah. Sampai saat ini, fasilitas yang tersedia antara lain: akomodasi dan restoran, dan kamar mandi.
4. Akses ke Yeh Gangga Pantai cukup sempit dan berliku, kurang didukung plang papan informasi. Hal ini cukup sulit bagi wisatawan pertama kali yang berkunjung.
5. Masyarakat lokal belum dilengkapi dengan pengetahuan tentang pariwisata, meskipun sudah memiliki sikap keramahan, tapi akan lebih baik jika masyarakat komponen terkait memiliki sikap dasar dan pengetahuan tentang pariwisata.
6. Pantai Yeh Gangga belum memiliki organisasi atau badan khusus yang menangani kepariwisataan di Pantai

Yeh Gangga. Saat ini, pengelolaan masih dilakukan oleh Desa Adat Sudimara. Oleh karenanya hasil dari kegiatan wisata belum dapat dikelola secara optimal untuk kesejahteraan rakyat.

Berbagai macam kendala tersebut di atas menyebabkan sampai saat ini, kepariwisataan di Pantai Yeh Gangga belum dapat dikelola secara optimal. Kondisi tersebut tercermin dari sebagian besar penduduk sekitar Pantai Yeh Gangga masih berprofesi sebagai petani, peternak dan tidak begitu menggantungkan diri pada sektor pariwisata.

Faktor Strategis Internal

Tabel 2. Kondisi Internal Pantai Yeh Gangga

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Nilai Rating	Skor
1	KEKUATAN			
a	Posisi strategis lingkaran Kuta, Tanah Lot, Alas Kedaton, Bedugul	0.15	4	0.6
b	Pemandangan karang bolong yang indah	0.08	3	0.24
c	Ombak yang cocok untuk kegiatan berselancar	0.1	3	0.3
d	Masyarakat yang ramah, terbuka dan mampu menerima perbedaan	0.16	4	0.64
e	Memiliki fasilitas pendukung kepariwisataan	0.03	2	0.06
f	Tercantum sebagai daya tarik wisata yang dikembangkan Pemerintah Kabupaten Tabanan	0.19	4	0.76
	Jumlah	0.71		2.6
2	KELEMAHAN			
a	Sebagian besar lahan strategis disepanjang pantai sudah dikuasai investor	0.15	4	0.6
b	Pantai yang kurang bersih	0.04	2	0.08
c	Sebagian masyarakat belum memiliki pengetahuan mengenai kepariwisataan	0.03	2	0.06
d	Pasir pantai yang kurang eksotis	0.02	3	0.06
e	Fasilitas pariwisata yang sangat terbatas	0.01	2	0.02
f	Akses masuk yang sempit dan berliku	0.04	1	0.04
	Jumlah	0.29		0.86
	Total Skor	1		3.46

Analisis Faktor Eksternal Menggunakan Matrik EFA

Tabel 3. Kondisi Eksternal Pantai Yeh Gangga

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Nilai Rating	Skor
1	PELUANG			
a	Kunjungan wisatawan yang semakin meningkat ke Pulau Bali	0.15	2	0.3
b	Minat investor untuk mengembangkan kepariwisataan yang semakin tinggi	0.09	2	0.18
c	Tanah Lot semakin dikembangkan fasilitas dan layanannya	0.15	4	0.6
d	Wisatawan dengan minat khusus berselancar sangat menggemari Pantai Yeh Gangga sebagai Pantai yang masih sangat alami dengan ombak yang memadai untuk berselancar	0.05	3	0.15
e	Kawasan Pangkung Tibah yang sedang dikembangkan sebagai salah satu daya tarik wisata <i>off road</i> di Kabupaten Tabanan	0.02	3	0.06
	Jumlah	0.46		1.29
2	ANCAMAN			
a	Investor dan calo tanah semakin agresif dalam merayu masyarakat lokal untuk menjual tanah	0.15	4	0.6
b	Abrasi pantai sebagai akibat pemanasan global	0.3	4	1.2
c	Perekonomian negara yang tidak stabil	0.05	2	0.1
d	Pemberlakuan <i>travel warning</i> oleh beberapa negara	0.02	2	0.04
e	Persaingan obyek wisata sejenis	0.02	3	0.06
	Jumlah	0.54		2
		1		3.29

Hasil Matrix Internal-Eksternal

IFE Matrix 1.46

	IFE = 1.46 EFE = 3.29	STRONG (3.00-4.00)	AVERAGE (2.00-2.99)	WEAK (1.00-1.99)
3.29 EFE Matrix	HIGH (3.00-4.00)	I Grow	II and	III Maintain
	MEDIUM (2.00-2.99)	IV Build	V and	VI Harvest
	LOW (1.00-1.99)	VII Hold	VIII or	IX Digest

Gambar 3. Matriks Internal-Eksternal Pantai Yeh Gangga

Matriks pada Gambar 3 menunjukkan pertemuan antara total skor EFAS dan IFAS yang berada pada sel ke dua (II), yakni Grow dan Maintain (tumbuh danelihara/bina). Sel II dapat dikategorikan dalam strategi pertumbuhan, dengan cara (i) meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas, (ii) mengembangkan produk baru, (iii) meningkatkan jasa yang ditawarkan.

Oleh karena Pantai Yeh Gangga masih belum dikelola secara profesional dan belum terorganisasi dengan baik, maka berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal, perlu dilakukan usaha

sebagai berikut: (i) Membentuk perangkat khusus yang bertanggung jawab dalam pengembangan kepariwisataan Pantai Yeh Gangga, (ii) Mempertahankan dan memanfaatkan status Pantai Yeh Gangga sebaga salah satu daya tarik wisata yang dikembangkan di Kabupaten Tabanan melalui Keputusan Bupati Kepala Daerah Kabupaten

Tabanan No: 470 Tahun 1998, dimanan Pantai Yeh Gangga dijadikan obyek wisata utama di Tabanan (iii) Mempromosikan Pantai Yeh Gangga melalui website, biro perjalanan, (iv) Pengembangan potensi-potensi kreatif yang mampu menghasilkan produk kreatif dan berwawasan lingkungan, (v) Memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai sadar wisata.

Kebijakan yang Dapat Diterapkan dalam Pengembangan Kepariwisataan Pantai Yeh Gangga.

Berdasarkan identifikasi faktor internal-eksternal dan matriks grand strategy, maka dirumuskan strategi yang diterapkan adalah Grow and Maintain. Namun demikian agar kedepannya strategi tersebut dapat diimplementasikan dengan baik, perlu dilakukan pengkajian secara lebih mendalam lagi dengan Focus Group Discussion

Tabel 1. Hasil SWOT Pengembangan Potensi Wisata Pantai Yeh Gangga

	Kelebihan	Kelemahan	Opportunitas	Threats
Kelebihan	1. Lokasi strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman
Kelemahan	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman
Opportunitas	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman
Threats	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman	1. Lokasi yang strategis, akses mudah 2. Fasilitas yang memadai 3. Lingkungan yang indah 4. Fasilitas yang lengkap 5. Fasilitas yang modern 6. Fasilitas yang aman dan nyaman

Hasil *Focus Group Discussion* dengan menitikberatkan pada strategi *Grow and Maintain*, menghasilkan kebijakan terhadap strategi yang digunakan untuk pengembangan potensi wisata Pantai Yeh Gangga Menjadi Produk Wisata Kreatif di Kabupaten Tabanan Bali sebagai berikut:

1. Memanfaatkan status Pantai Yeh Gangga sebagai sebagai salah satu daya tarik wisata utama bahari yang dikembangkan di Kabupaten Tabanan untuk meraih pendanaan pembangunan pariwisata.
2. Membentuk kelompok sadar wisata yang khusus menangani pengembangan potensi kepariwisataan di Pantai Yeh Gangga
3. Menjalni kerjasama dengan pengelola Daya Tarik Wisata Tanah Lot, Pantai Kedungu dan Pangkung Tibah serta Biro perjalanan wisata untuk dapat masuk dalam itenary tour
4. Menjalni kerjasama dengan akademisi khususnya Sekolah Tinggi Pariwisata, Universitas yang mebidangi ilmu kepariwisataan agar dapat mengamalkan Tri Dharma Pengabdian kepada Masyarakat di Pantai Yeh Gangga, dalam menciptakan masyarakat sadar wisata
5. Mengadakan festival-festival sebagai sarana promosi Pantai Yeh Gangga

6. Tidak menjual lahan kepada investor, tetapi mengontrakkan saja
7. Meningkatkan kebersihan Pantai Yeh Gangga
8. Meningkatkan jumlah dan kualitas fasilitas pariwisata di Pantai Yeh Gangga, khususnya untuk aktifitas berselancar/*surfing*
9. enambah papan penunjuk jalan, di sepanjang jalan menuju Pantai Yeh Gangga

DAFTAR PUSTAKA

- Boryk, O. 2010. ANALYSIS OF TOURIST RECREATIONAL POTENTIAL OF TERNOPIL REGION. *Economics & Sociology*, 3 (1): 143-149.
- Byrd, E. T., Cardenas, D. A., & Dregalla, S. E. 2009. Differences in stakeholder attitudes of tourism development and the natural environment. *e-Review of Tourism Research*, 7 (2).
- Croes, R. R. 2006. A paradigm shift to a new strategy for small island economies: embracing demand side economics for value enhancement and long term economic stability. *Tourism Management*, 27 (3).
- Drumm, A. 1998. New approaches to community-based ecotourism management. Learning from Ecuador. In K. Lindberg, M. E. Wood, & D. E. Hawkins (Eds.).
- Eccles, G. 1995. Marketing Sustainable Development and International Tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 7 (7).
- Honey, M. 2008. Ecotourism and sustainable development: Who own paradise? 2nd ed. Island Press. Washington, DC.

- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Grasindo. Jakarta.
- Murjanayasa, I Wayan. 2010. Ekonomi Kreatif: Konsep, Metodologi dan Implementasi (Sebuah Pemikiran Awal). <http://www.scribd.com/doc/81566623/EKONOMI-KREATIF-2009>.
- Ooi, Can-Seng. 2006. "Tourism and the Creative Economy in Singapore"
- Page, S. J., & Dowling, R. K. 2002. Ecotourism (themes in tourism). Prentice Hall. New York.
- Pangestu, Mari Elka. 2008. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025", Pekan Produk Budaya Indonesia 2008, JCC, 4-8 Juni 2008. <http://indonesiakreatif.net/cms/wp-content/uploads/2009/10/Buku-3-Pengembangan-Industri-Kreatif-Menuju-Visi-Ekonomi-Kreatif-Indonesia-2025.pdf>.
- Ross, S., & Wall, G. 1999. Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism Management*. 20 (1).
- Sastrayuda, Gumelar S. 2010. Konsep pengembangan kawasan desa wisata. http://www.google.co.id/file.upi.edu/Direktori/Gumelar_S.
- Scheyvens, R., & Morsen, J. H. 2008. Tourism and poverty reduction: issues for small island states. *Tourism Geographies*. 10 (1).
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ke-Dua Belas, Penerbit Alfabeta. Bandung.
- UNDP. 2008. Creative Economy Report 2008. http://unctad.org/es/Docs/ditc20082cer_en.pdf.
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung.
- Yozcu, Özen Kıran dan İçöz, Orhan. 2010. "A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix", *PASOS*. 8 (3) Special Issue 2010