

Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Semau Berbasis *Local Wisdom* dengan Pendekatan *Ecotourism*

Tito Nanda Cahyasari^{1✉}

¹Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Permalink/DOI: <https://doi.org/10.15294/beaj.v3i2.46387>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata pulau semau berbasis *local wisdom* dengan pendekatan *ecotourism* dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat. Desain penelitian ini adalah penelitian *mix methods* atau gabungan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Metode analisis data penelitian ini meliputi Statistik Deskriptif, Interpretative Structural Modeling (ISM) dan Analytic Network process. Pulau Semau memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi tujuan wisata di Nusa Tenggara Timur. Potensi besar yang dimaksud dalam pasal ini meliputi potensi alam, potensi budaya dan potensi pertanian. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis ISM dapat disimpulkan bahwa elemen kebijakan yang berada pada level pertama adalah A1 yaitu Penambahan fasilitas penunjang obyek wisata dan A3 yaitu Penertiban transportasi. Kemudian elemen kebijakan yang berada di level kedua meliputi A2 yaitu Perbaikan infrastruktur jalan, A4 yaitu Pemberian petunjuk arah dan peta objek wisata, A5 yaitu Penyediaan lahan parkir yang memadai dan A6 yaitu Pemasaran melalui event-event menarik. Berdasarkan hasil analisis ANP menunjukkan bahwa kriteria yang paling diprioritaskan dalam pengembangan objek wisata Pulau Semau adalah infrastruktur. Sedangkan alternatif prioritas kedua dan ketiga adalah promosi pemasaran dan kelembagaan.

Kata Kunci : Pulau Semau, Strategi Pengembangan, Pariwisata

PENDAHULUAN

Pulau Semau adalah salah satu pulau di provinsi Nusa Tenggara Timur yang mana berada di wilayah administratif Kabupaten Kupang. Pulau semau terdiri dari 2 kecamatan yaitu kecamatan Semau dan kecamatan Semau Selatan. Jumlah Penduduk di Pulau Semau yaitu sejumlah 8.481 jiwa yang tersebar pada 8 desa di kecamatan Semau dan 6 desa di kecamatan Semau Selamatan (Badan Pusat Statistik, 2023). Adapun sebagian besar mata pencaharian masyarakat di pulau Semau adalah sebagai petani, padahal apabila dilihat secara potensial pulau Semau adalah wilayah yang memiliki unggulan di sektor pariwisata khususnya wisata alamnya. Wisata unggulan di pulau Semau yaitu pantai Liman, pantai Unian, pantai Otan, pantai Unanbalu, pantai Uimake, pantai Utiuhuan, pantai Bahansalit, dan kolam penyu semau. Selain wisata alam di pulau Semau juga memiliki potensi budaya yaitu kain tenun local khas pulau Semau yang dibuat oleh masyarakat suku Helong di pulau Semau. Kain tenun khas pulau Semau ini bisa menjadi salah satu oleh-oleh khas dari pulau Semau Nusa Tenggara Timur.

Destinasi wisata yang ada di pulau Semau sangat cocok bagi para wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata keluarga, wisata bersama teman, maupun cocok bagi para wisatawan yang ingin menikmati wisata pantai yang masih asri. Selain itu bagi para wisatawan yang memiliki hobi camping di pinggir pantai, wisata pulau Semau khususnya pada pantai Unian dan pantai Liman sangat cocok untuk menginap menggunakan tenda. Bentangan pantai pasir putih di sepanjang pantai barat pulau semau menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang akan menghabiskan waktu sore hari untuk menikmati matahari tenggelam. Wisatawan yang pergi ke pulau

Semau harus melalui pelabuhan penyeberangan Bolok yang berada di Kota Kupang. Transportasi yang tersedia untuk menuju ke pulau Semau dari Kota Kupang dapat menggunakan kapal *ferry* dan dapat juga menggunakan perahu motor yang ada di pelabuhan. Keberangkatan kapal *ferry* yang menuju ke pulau Semau saat ini hanya ada satu kali keberangkatan saja dan sebaliknya dari pulau Semau ke Kota Kupang juga hanya satu kali keberangkatan, tetapi untuk perahu motor tersedia sampai dengan jam 6 sore. Selanjutnya tidak ada transportasi lain yang dapat digunakan untuk menuju pulau Semau. Selain itu dikarenakan belum adanya transportasi umum di pulau Semau maka para wisatawan yang akan pergi ke Semau harus menggunakan kendaraan pribadi.

Penelitian terdahulu tentang strategi pengembangan pariwisata juga diperoleh hasil strategi pengembangan yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Ginanjar et al (2021) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata perlu memfokuskan pada pelayanan pengunjung. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Mangiri (2020) menyatakan bahwa pengembangan wisata alam yaitu dengan tetap mempertahankan ekosistem dan menjaga keaslian dari wisata tersebut serta dengan adanya dukungan kebijakan pemerintah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zaki dan Pujiati (2018) menyatakan bahwa strategi dalam pengembangan wisata difokuskan pada kegiatan promosi melalui event wisata maupun media televisi nasional. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tambunan (2020) untuk mengembangkan kawasan wisata difokuskan pada peningkatan infrastruktur seperti akses jalan, transportasi, serta sarana dan prasarana yang ada pada kawasan wisata tersebut.

Adapun dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizal et al. (2015) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata pada sebuah daerah perlu meningkatkan peran masyarakat dan meningkatkan peran masyarakat dalam pengembangan kawasan wisata. Penelitian yang dilakukan Sibarani (2018) bahwa masyarakat Batak Toba memiliki kaidah dasar gotong royong yang dipraktikkan dalam siklus hidup, siklus mata pencaharian, dan pekerjaan umum terlebih dalam pengembangan pariwisata. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Vitasurya (2015) bahwa prinsip kearifan lokal “Hamemayu Hayunung Bawana” menjadi motivasi masyarakat Yogyakarta untuk terus berkembang dengan cara memperbaiki kondisi yang ada melalui inovasi untuk menjadi desa wisata yang berkelanjutan.

Dampak ekonomi juga belum tentu dapat dirasakan oleh masyarakat, hal ini dibuktikan dengan perbedaan hasil dari penelitian terdahulu terkait dengan dampak perekonomian masyarakat dari pengembangan pariwisata. Menurut Vitriani et al. (2017) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pengembangan sektor wisata berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat, hal tersebut disebabkan karena akan berkembangnya UMKM di sekitar daerah wisata dan meningkatnya pendapatan masyarakat khususnya bagi yang bekerja di kawasan wisata tersebut, serta meningkatkan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki usaha pada bidang pariwisata. Adapun penelitian Tohmo (2018) bahwa pariwisata memiliki dampak besar pada pendapatan masyarakat setempat dan produksi di Finlandia Tengah (termasuk efek konsumsi langsung dan tidak langsung oleh wisatawan di berbagai sektor). Menurut Kurniawan (2015) dalam penelitiannya juga mengatakan bahwa pengembangan wisata selain dapat

meningkatkan pendapatan masyarakat yang bekerja di tempat wisata juga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Mangiri (2020) menyatakan bahwa dampak perekonomian dari pengembangan kawasan wisata masih rendah dan belum dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di sekitar kawasan wisata.

Adanya hasil penelitian yang bervariasi terkait strategi pengembangan pariwisata dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat memberikan celah untuk melakukan penelitian lanjutan terkait strategi pengembangan pariwisata dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan pariwisata pulau semau berbasis *local wisdom* dengan pendekatan *ecotourism* dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah penelitian *mix methods* atau gabungan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel untuk menjawab dalam penelitian ini dipilih *keypersons* atau informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun di dalam teknik *purposive sampling* diperlukan pertimbangan-pertimbangan untuk memilih dan menentukan sampel yaitu harus memilih sampel yang dianggap mengetahui permasalahan yang sedang dikaji sekaligus memahami apa yang diharapkan dalam penelitian. Penelitian ini terfokus pada strategi dalam pengembangan pariwisata Pulau Semau berbasis *local wisdom* dengan pendekatan *ecotourism* yang mencakup beberapa aspek dan indikator. Adapun model analisis pertama

yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari suatu penelitian yang telah dilakukan. Metode analisis kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Interpretative Structural Modeling (ISM)*. Adapun metode analisis ketiga dalam penelitian ini adalah ANP. *Analytic Network Process (ANP)* yang merupakan suatu teori matematika yang memungkinkan pengambilan keputusan menghadapi faktor-faktor yang saling berhubungan (*dependence*) serta umpan balik *feedback* secara matematik. Menurut (Tanjung dan Devi, 2013) ANP merupakan suatu dari metode pengumpulan berdasarkan banyaknya kriteria atau *Multiple Kriteria Decision Making (MCDM)* yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Metode ini merupakan pengembangan dari alat analisis sebelumnya yaitu AHP (*Analytic Hierarchy Process*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pulau Semau merupakan pulau kecil dengan panjang sekitar 45 kilometer dan lebar sekitar 5-6 kilometer, terletak di bagian barat pulau Timor yang merupakan bagian dari wilayah administratif Kabupaten Kupang, di negara bagian Kupang, Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Pulau ini memiliki dua wilayah yang secara administratif dimekarkan pada tahun 2006, terdiri dari wilayah Semau Utara dan Semau Selatan. Kecamatan Semau Utara terdiri dari delapan desa yaitu: Desa Batuinan, Desa Bokonusan, Desa Hansis, Desa Huilelot, Desa Letbaun, Desa Otani, Desa Uiasa dan Desa Uitao dan Kecamatan Semau Selatan terdiri dari enam desa yaitu Desa Onansila, Desa Uitiuhana (Oetefu kecil), Desa Akle, Desa Uitiuhtuan (Oetefu Besar), Desa Naikean dan Desa Uiboa.

Pulau Semau memiliki nama lain yang dikenal dengan Nusa Bungtilu yang merupakan nama asli pulau tersebut. Nusa Bungtilu berarti pulau tiga bunga berwarna-warni. Arti kata bunga pada judul ini bukanlah bunga yang dikenal luas, namun bunga yang dimaksud adalah kapas yang digunakan sebagai bahan awal tenun kain adat yang digunakan untuk acara-acara penting seperti pernikahan, festival rakyat, orang sekarat, gereja dan bahkan memakainya. Arti dari ketiga warna tersebut adalah putih, merah dan hitam. Tiga warna kain adat tersebut diyakini merupakan perpaduan warna kain adat masyarakat Pulau Semau, antara lain suku Helong, Timor dan Rote. Suku Helong (penduduk asli) mendominasi kain adat berwarna putih di antara warna merah, sedangkan suku Timor (penduduk pendatang) mendominasi kain adat berwarna merah dan kain adat Rote (pendatang) mendominasi kain adat berwarna hitam.

Pulau Semau memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi tujuan wisata di Nusa Tenggara Timur, namun pemerintah Kabupaten Kupang tidak merespon untuk mengembangkan potensi tersebut. Pemerintah Kabupaten Kupang terkesan tenang dan damai serta membiarkan potensi yang ada tetap beroperasi tanpa rusak, terbukti dengan minimnya SDM di bidang pariwisata, akses air bersih dan rusaknya jalan. kekurangan listrik dan masyarakat tidak memiliki mandat untuk staf. Potensi besar yang dimaksud dalam hal ini meliputi potensi alam, potensi budaya dan potensi pertanian, yang dirinci sebagai berikut: Potensi alam Karena letak alam dan kondisi geografis kepulauan Pulau Semau, maka kekayaan alamnya berupa pantai pasir putih yang begitu indah sehingga dapat dijadikan sebagai tujuan wisata unggulan di provinsi Nusa Tenggara Timur.

Ada beberapa pantai yang bisa dikelola sebagai tempat wisata antara lain Pantai Otan, Pantai Uinian, Pantai Onanbalu, Pantai Liman dan Pantai Pulau Tabui. Namun untuk mengunjungi pantai Pulau Tabui, wisatawan harus menyewa perahu nelayan karena pulau ini terletak di luar daratan Pulau Semau. Meskipun saat ini pemerintah daerah Kabupaten Kupang belum mengelola pariwisata Pulau Semau sebagai destinasi wisata, banyak wisatawan domestik yang berkunjung ke pantai Pulau Semau untuk bergabung di akun media sosial seperti Facebook, Instagram, situs blog, dll. banyak juga turis mancanegara yang sangat tertarik sehingga mereka mengunjungi Google Maps sebagai guide.

Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi dengan para pakar, diperoleh hasil bahwa aspek dan variabel strategi pengembangan pariwisata Pulau Semau. Adapun aspek dan variable tersebut meliputi: Pertama, Penambahan fasilitas penunjang obyek wisata. Kurangnya atau tidak memadainya fasilitas penunjang yang ada di tempat wisata, dapat berdampak pada sepiunya pengunjung. Salah satu cara untuk memperbaiki kualitas dari destinasi wisata ialah memberikan fasilitas lengkap untuk seluruh wisatawan. Fasilitas pariwisata inilah yang nantinya dapat mendukung terciptanya kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan bagi para wisatawan saat mengunjungi destinasi wisata.

Kedua, perbaikan infrastruktur jalan. Upaya peningkatan kinerja layanan obyek wisata perlu dikembangkan sedemikian rupa baik yang berupa sarana/prasarana jalan yang lancar dan kemudahan akses sehingga waktu perjalanan dapat ditempuh dengan cepat dan mudah. Kemudahan akses dapat dilihat dari

kondisi jalan yang tidak rusak dan memberikan jaminan keselamatan bagi pengguna jalan.

Ketiga, Penertiban transportasi. Perkembangan objek wisata yang terjadi sangat pesat dan tidak diimbangi oleh sarana dan prasarana transportasi yang memadai, menyebabkan timbulnya salah satu masalah yakni parkir liar. Hal ini memiliki hubungan erat dengan tata guna lahan sesuai dengan kegiatan yang berlangsung di daerah tersebut, dengan perkembangan yang tidak seimbang antara jumlah kendaraan dan prasarana transportasi di daerah tersebut.

Keempat, pemberian petunjuk arah dan peta objek wisata. Penunjuk arah merupakan media visual yang sangat penting di dalam menyampaikan informasi mengenai suatu arah tujuan. Umumnya penunjuk arah memiliki dua unsur yaitu simbol dan huruf. Dua simbol pokok ini dapat saja tidak dipergunakan salah satunya akan tetapi sangat baik jika dipergunakan bersamaan. Kedua unsur ini akan mempertegas sekaligus mempermudah pemahaman bagi masyarakat di dalam mempersepsikan simbol dan huruf ke arah mana tujuan perjalanan mereka. Di dalam konteks daerah atau suatu lokasi wisata, penunjuk arah memiliki fungsi yang sangat penting yaitu sebagai media informasi agar para pengunjung suatu objek wisata tidak kebingungan dalam mencari jalan atau menuju kepada titik-titik penting lokasi yang ingin mereka kunjungi.

Kelima, penyediaan lahan parkir yang memadai. Dalam pengaturan lalu lintas jalan terutama di daerah perkotaan, masalah parkir menjadi salah satu hal yang rumit. Oleh sebab itu, masalah parkir diatur kemudian diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, yang di dalam ketentuan

umum mengartikan parkir sebagai keadaan kendaraan berhenti atau tidak bergerak untuk beberapa saat dan ditinggalkan pengemudinya. Keberadaan parkir liar ini seharusnya ditanggapi dengan cepat karena sangat mengganggu lalu lintas. Pemerintah Kabupaten/Kota hendaknya dilakukan secara persuasif dan lebih aktif dengan melakukan upaya pencegahan seperti sosialisasi dan penertiban dengan langkah yang bijaksana sebagai bagian dari kebijakan publik.

Keenam, pemasaran melalui event-event menarik. Event marketing juga membutuhkan modal yang lebih sedikit ketimbang membuka toko secara permanen serta dapat berpindah-pindah sehingga menjangkau berbagai pasar. Ketika pelaksanaan event marketing didalamnya dapat mengimplementasikan strategi promosi dengan menggunakan alat promosi yang tepat. Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat 7 unsur bauran promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran online dan pemasaran mobile.

Ketujuh, promosi dan pemasaran digital. Pada saat ini, teknologi dan internet merupakan suatu hal yang sangat digemari dan digunakan sehari-hari oleh masyarakat. Penggunaan internet menjadi sangat fungsional mulai dari bidang pendidikan, sosial, komunikasi, informasi, dan juga bisnis. Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat, bisnis baru pun banyak bertambah dengan memanfaatkan internet untuk menjalankan bisnisnya. Bisnis-bisnis ini melakukan sebagian besar sistem bisnisnya dengan internet, seperti memasarkan produk, menampilkan produk, sampai kegiatan transaksi pun melalui teknologi internet.

Kedelapan, peningkatan *brand image* kawasan wisata. Branding atau pemerekan adalah sebuah usaha komunikasi yang disusun dan direncanakan dengan baik oleh pengelola untuk membangun dan membesarkan suatu merek (brand) juga termasuk sebagai indikator yang memumpuni dalam mengimplementasikan strategi marketing dan menghindari komoditasi dengan membangun merek yang berbeda (Chhabra & Sharma, 2014; Marty Neumeier, 2014) Setiap tempat atau lokasi dapat diberikan nama atau branding dengan tujuan menciptakan dan mengkomunikasikan identitas setiap lokasi yang bersangkutan. (Dinnie, 2011; Kotler Philip, 2015). Dalam pandang pemasaran, suatu branding pada tempat destinasi atau wisata untuk mencari pelaku bisnis baik investor serta pengunjung. Branding akan berhasil bilamana setelah dalam penerapan tingkat penjualan atau jumlah visit lebih banyak dibanding sebelum melakukan branding. Salah satu branding yang dapat meningkatkan wisatawan adalah adanya city branding.

Kesembilan, peningkatan keramahan dalam pelayanan terhadap wisatawan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia Keramahaman adalah ramah tamah, sedangkan Ramah tamah adalah amat ramah, sehingga maksud keramahaman dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu perilaku seseorang pada saat berinteraksi yang dilakukan dengan sopan, baik, ramah, dan lainnya kepada orang lain, hingga membuat orang lain itu senang dengan pelayanannya. Mill mendefinisikan keramahaman pada sebuah kawasan adalah perasaan disambut baik yang diterima oleh wisatawan pada waktu mengunjungi sebuah kawasan.

Kesepuluh, peningkatan kemampuan pengelolaan manajemen wisata. Menurut

Siswanto pengelolaan merupakan suatu aktivitas yang sistematis saling bersusulan agar tercapai tujuan (Siswanto, 2005), Pengelolaan kawasan wisata ditujukan untuk melindungi tata nilai asli saat area dikembangkan. Sarana akomodasi, SDM, produk jasa, kepemimpinan, produk dan kemasan, seyogyanya secara hati-hati dikembangkan dengan mengadopsi tata nilai asli serta melibatkan penduduk lokal. Kegiatan pariwisata ini akan membawa dampak positif bagi berbagai aspek kehidupan baik pada bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan hidup. Dampak sosial, ekonomi, dan budaya langsung akan dirasakan oleh masyarakat yang memiliki daerah tempat tujuan wisata.

Kesebelas, pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien. Menurut Sitopu dalam

Kuntjoroadi & Safitri (2011), strategi diperlukan setiap industri agar mampu berada pada posisi yang terbaik, mampu bersaing serta terus berkembang dengan mengoptimalkan semua potensi sumber daya yang dimiliki. Dalam industri pariwisata, strategi yang komprehensif dan berkelanjutan mampu menjamin keberhasilan implementasi dalam rentang waktu tertentu (milestone). Selain itu strategi juga merupakan proses pengembangan jangka panjang institutional untuk mencapai tujuan yang lebih efektif dan efisien melalui analisa lingkungan persaingan berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil klasifikasi elemen-elemen strategi pengembangan pariwisata Pulau Semau adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Elemen Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Semau

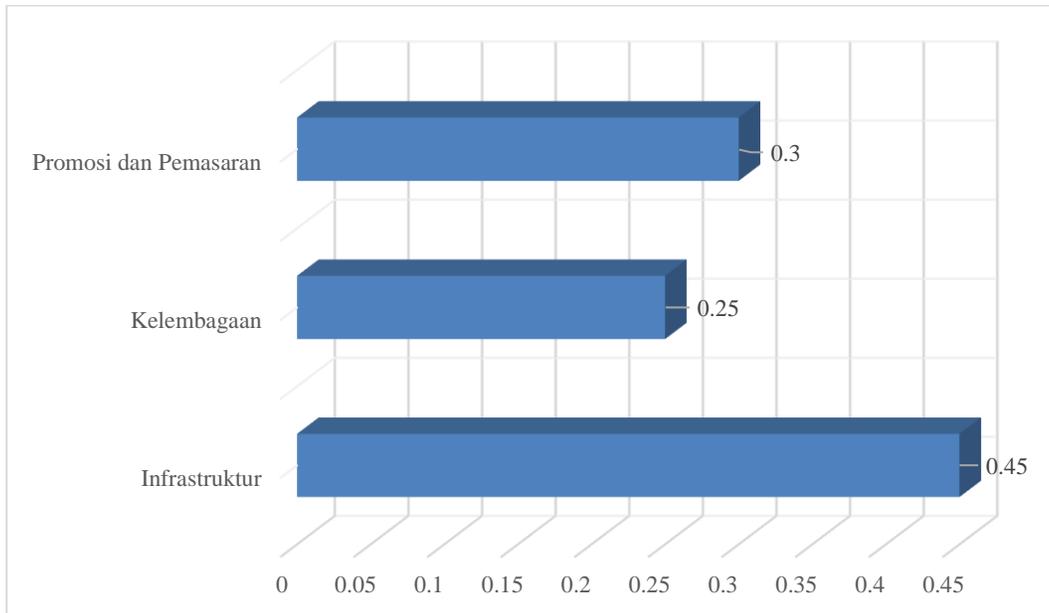
Berdasarkan struktur hierarki yang tersaji pada gambar 4.1 dapat dijelaskan bahwa elemen kebijakan yang berada pada level pertama adalah A1 yaitu Penambahan fasilitas penunjang obyek wisata dan A3 yaitu Penertiban transportasi. Kemudian elemen kebijakan yang berada di level kedua meliputi A2 yaitu Perbaikan infrastruktur jalan, A4 yaitu

Pemberian petunjuk arah dan peta objek wisata, A5 yaitu Penyediaan lahan parkir yang memadai dan A6 yaitu Pemasaran melalui event-event menarik.

Matrik perbandingan berpasangan pada *inner dependence* diperoleh dari hubungan antar node yang berada pada kluster. Dimana hubungan antar node dalam satu kluster akan

membentuk garis lengkung diatas kriteria atau disebut dengan *loop*. Adapun hasil analisis antar kriteria dalam strategi pengembangan

objek wisata Pulau Semau adalah sebagai berikut:

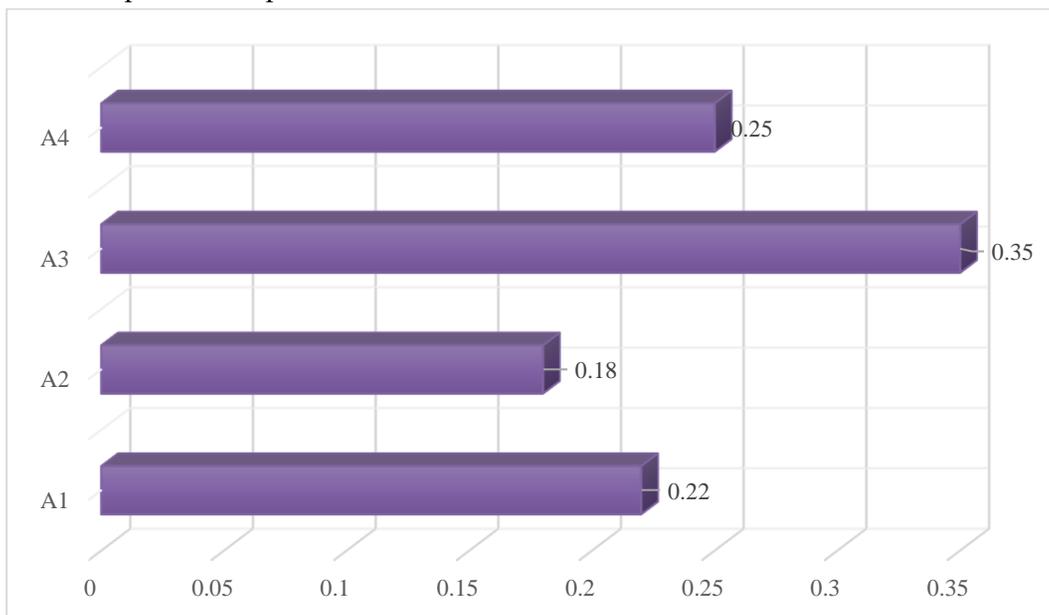


Gambar 2. Hasil Analisis ANP Pada Masing Masing Kriteria

Berdasarkan gambar 2 dapat dijelaskan bahwa kriteria yang paling diprioritaskan dalam pengembangan objek wisata Pulau Semau adalah infrastruktur dengan nilai bobot 0.45. Sedangkan alternatif prioritas kedua dan ketiga adalah promosi pemasaran dan

kelembagaan dengan masing-masing nilai bobot sebesar 0.30 dan 0.25.

Kemudian hasil perhitungan prioritas alternatif dalam kriteria infrastruktur adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Analisis Alternatif Pada Kriteria Infrastruktur

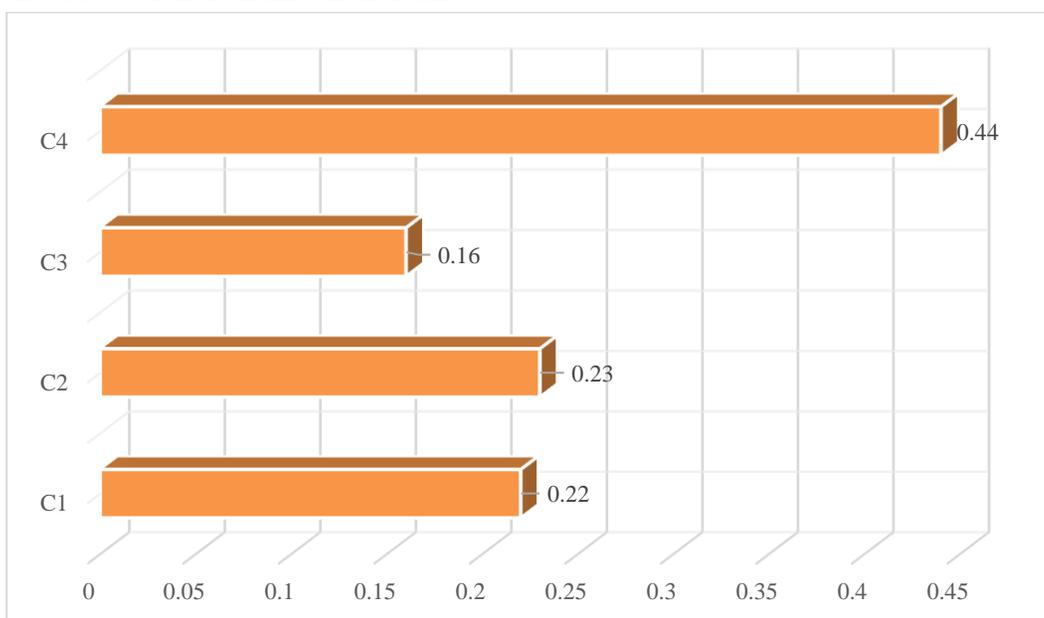
Keterangan:

- A₁ : Penambahan fasilitas umum pendukung wisata seperti toilet, tempat sampah dan tempat ibadah
- A₂ : Perbaikan akses jalan menuju objek wisata
- A₃ : Penambahan atraksi pendukung wisata
- A₄ : Penambahan penginapan dan restoran

Gambar 3. menunjukkan bahwa hasil analisis ANP pada kriteria infrastruktur, alternatif yang paling diprioritaskan adalah Penambahan atraksi pendukung wisata dengan nilai bobot sebesar 0.35. Kemudian alternatif prioritas kedua adalah Penambahan fasilitas

umum pendukung wisata seperti toilet, tempat sampah dan tempat ibadah dengan nilai bobot sebesar 0.22.

Selanjutnya hasil perhitungan prioritas alternatif dalam kriteria promosi dan pemasaran adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Hasil Analisis Alternatif Pada Kriteria Promosi dan Pemasaran

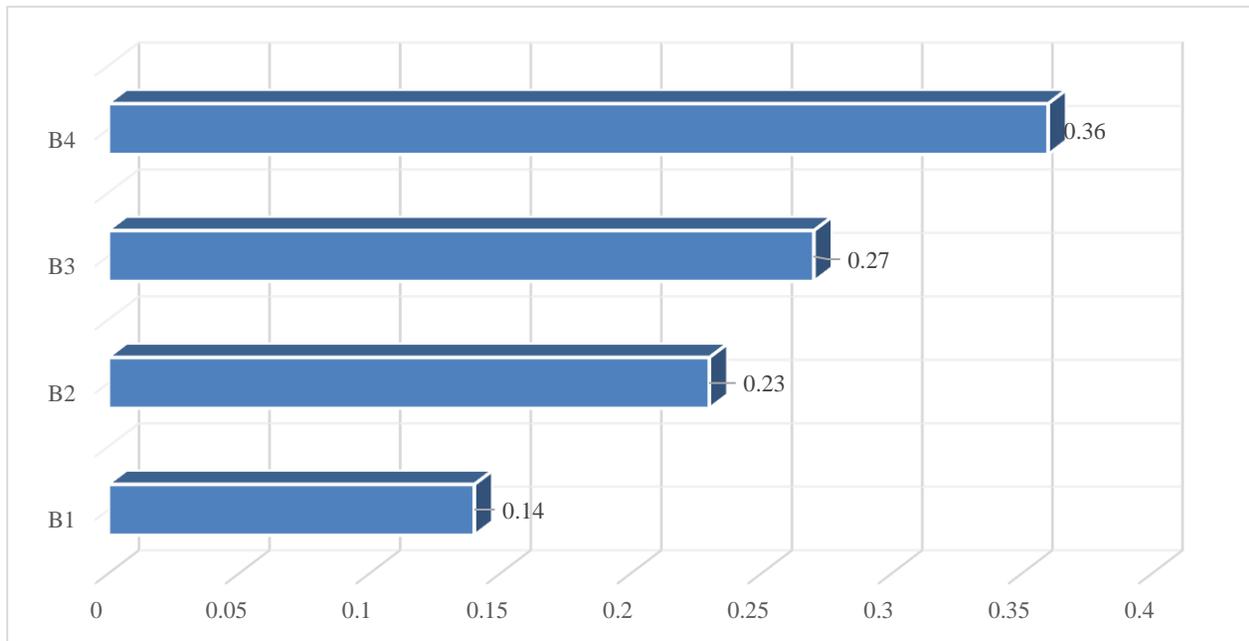
Keterangan:

- C₁: Peningkatan inovasi promosi dan pemasaran
- C₂: Peningkatan promosi melalui media social
- C₃: Penyebarluasan segmen dan target pasar wisata
- C₄: Peningkatan intensitas promosi dan pemasaran yang konsisten

Gambar 4 menunjukkan bahwa hasil analisis ANP pada kriteria promosi dan pemasaran, alternatif yang paling diprioritaskan adalah Peningkatan intensitas promosi dan pemasaran yang konsisten dengan nilai bobot sebesar 0.44. Sedangkan alternatif

prioritas kedua adalah Peningkatan promosi melalui media social dengan nilai bobot sebesar 0.23.

Hasil perhitungan prioritas alternatif dalam kriteria kelembagaan adalah sebagai berikut:



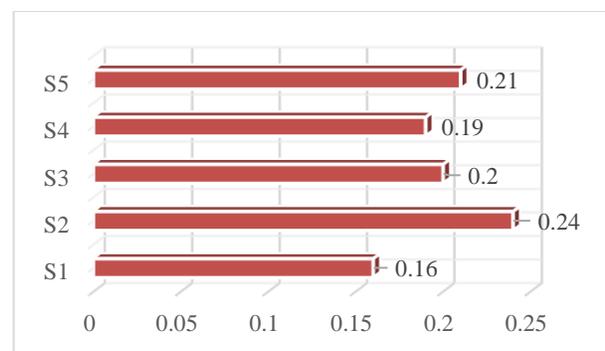
Gambar 5. Hasil Analisis Alternatif Pada Kriteria Kelembagaan

Keterangan:

- B1 : Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)
- B2 : Peningkatan efektivitas dan efisiensi pengelolaan objek wisata
- B3 : Peningkatan skill dan kompetensi pengelola wisata
- B4 : Peningkatan pelayanan terhadap pengunjung wisata

Gambar 5 menunjukkan bahwa hasil analisis ANP pada kriteria kelembagaan, alternatif yang paling diprioritaskan adalah Peningkatan pelayanan terhadap pengunjung wisata dengan nilai bobot sebesar 0.36. Kemudian alternatif prioritas kedua adalah Peningkatan skill dan kompetensi pengelola wisata dengan nilai bobot sebesar 0.27.

Hasil perhitungan prioritas alternatif strategi dalam pengembangan pariwisata objek wisata Pulau Semau adalah sebagai berikut:



Gambar 6. Hasil Analisis Alternatif Pada Alternatif Strategi Kebijakan

Keterangan:

- S1 :Peningkatan kualitas SDM dan kelembagaan
- S2 :Peningkatan fasilitas dan infrastruktur pendukung
- S3 :Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis community based tourism

S4 :Peningkatan promosi dan pemasaran intensif

S5 :Peningkatan kuantitas dan kualitas produk wisata

Berdasarkan gambar 6 dapat dijelaskan bahwa alternatif strategi yang diprioritaskan dalam pengembangan objek wisata Pulau Semau adalah Peningkatan fasilitas dan infrastruktur pendukung dengan nilai bobot sebesar 0.24. Kemudian alternatif strategi prioritas kedua adalah Peningkatan kuantitas dan kualitas produk wisata dengan nilai bobot sebesar 0.21.

Bagi suatu daerah yang ingin mengembangkan atau membangun industri pariwisata, maka harus memperhatikan dasasila pariwisata sebagai landasan perhitungan bagi perencanaan, sehingga industri pariwisata dapat memberi hasil yang maksimal bagi pengembangan daerah yang bersangkutan. Pengembangan pariwisata tentu dengan pembangunan berkelanjutan untuk mendorong pengembangan objek wisata. Dalam hal ini menurut Undang-Undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan pasal (5) menyatakan bahwa pembangunan Objek Wisata Dan Daya Tarik Wisata (ODTW) dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata, kemudian pasal (6) dinyatakan bahwa kemampuan untuk mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya, nilai-nilai agama, adat-istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam Masyarakat dan kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup serta kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri.

Dampak pengembangan dari segi dampak positif bagi Warga (Pedagang) yaitu membantu meningkatkan perekonomian warga setempat,

membantu membukakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Sedangkan dampak negatif menurut warga (pedagang) yaitu tidak adanya dampak negatif yang diterima, karena antara pengelola dan pedagang saling terikat atau saling membantu satu sama lain.

Adapun dampak positif bagi pengunjung yaitu menambah rasa nyaman, menambah rasa aman. Tidak dampak negatif yang dirasakan pengunjung karena pengunjung diterima saat datang kesini.

Dampak ekonomi dalam pembangunan pariwisata adalah dampak negatif atau dampak positif yang terjadi terhadap lingkungan ekonomi dalam kehidupan masyarakat sebagai akibat pengembangan pariwisata, terhadap perubahan pekerjaan dan pendapatan masyarakat, pola pembagian kerja, kesempatan kerja dan berusaha. Dampak pariwisata terhadap kondisi ekonomi dikategorikan dalam tujuh kategori seperti berikut: penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, distribusi manfaat atau keuntungan, kepemilikan dan kontrol (ekonomi) masyarakat, pembangunan pada umumnya dan pendapatan Pemerintah.

Perencanaan dan pengembangan pariwisata merupakan suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan menuju ketataran nilai yang lebih tinggi dengan cara melakukan penyesuaian dan koreksi berdasar pada hasil monitoring dan evaluasi serta umpan balik implementasi rencana sebelumnya yang merupakan dasar kebijaksanaan dan merupakan misi yang harus dikembangkan. Pengembangan pariwisata dilakukan bertujuan untuk menjadikan pariwisata maju dan berkembang kearah yang lebih baik dari segi kualitas sarana-prasarana, memudahkan akses kemana saja, menjadi destinasi yang

diinginkan, dan menjadikan manfaat yang baik secara ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Perencanaan dan pengembangan pariwisata di Pulau Semau bukanlah sistem yang berdiri sendiri, melainkan terkait erat dengan sistem perencanaan pembangunan yang lain secara intern sektoral dan intern regional. Perencanaan pariwisata haruslah didasarkan pada kondisi dan daya dukung dengan maksud menciptakan interaksi jangka panjang yang saling menguntungkan diantara pencapaian tujuan pembangunan pariwisata, peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat, dan berkelanjutan daya dukung lingkungan di masa mendatang. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang.

Pengembangan kepariwisataan saat ini tidak hanya untuk menambah devisa negara maupun pendapatan pemerintah daerah. Akan tetapi juga diharapkan dapat memperluas kesempatan berusaha disamping memberikan lapangan pekerjaan baru untuk mengurangi pengangguran. Pariwisata dapat menaikkan taraf hidup masyarakat yang tinggal di kawasan wisata tersebut melalui keuntungan secara ekonomi, dengan cara mengembangkan fasilitas yang mendukung dan menyediakan fasilitas rekreasi, wisatawan dan penduduk setempat saling diuntungkan. Pengembangan daerah wisata hendaknya memperlihatkan tingkatnya budaya, sejarah dan ekonomi dari tujuan wisata. Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya, keberagaman budaya, seni dan alam (potensi alam).

Perkembangan pariwisata yang pesat ini didorong pula oleh terwujudnya peningkatan kehidupan sosial ekonomi masyarakat yang didukung kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi transportasi telah menyebabkan perjalanan menjadi semakin cepat dan murah terutama dengan berkembangnya penerbangan murah (low cost carrier). Informasi destinasi pun semakin mudah didapat melalui kemajuan teknologi informasi internet, demikian pula dengan pemesanan transportasi dan akomodasi secara online.

Pengembangan pariwisata harus dapat diperlakukan secara arif untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat lokal sebagai pemilik sumber daya tersebut. Pengembangan pariwisata juga berdimensi jangka panjang, karena pengembangan pariwisata yang tidak terencana justru dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan dan sosial masyarakat lokal, yang akan menghancurkan kehidupan jangka panjang bagi masyarakat dan keberlangsungan usaha dari pelaku usaha itu sendiri. Kemudian pengembangan destinasi wisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik pengembangan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pulau Semau memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi tujuan wisata di Nusa Tenggara Timur. Potensi besar yang dimaksud dalam pasal ini meliputi potensi alam, potensi budaya dan potensi pertanian, yang dirinci sebagai berikut: Potensi alam Karena letak alam dan kondisi geografis kepulauan Pulau Semau, maka kekayaan alamnya berupa pantai pasir putih yang begitu

indah sehingga dapat dijadikan sebagai tujuan wisata unggulan di provinsi Nusa Tenggara Timur. Berdasarkan hasil analisis ISM dapat disimpulkan bahwa elemen kebijakan yang berada pada level pertama adalah A1 yaitu Penambahan fasilitas penunjang obyek wisata dan A3 yaitu Penertiban transportasi. Kemudian elemen kebijakan yang berada di level kedua meliputi A2 yaitu Perbaikan infrastruktur jalan, A4 yaitu Pemberian petunjuk arah dan peta objek wisata, A5 yaitu Penyediaan lahan parkir yang memadai dan A6 yaitu Pemasaran melalui event-event menarik. Berdasarkan hasil analisis ANP menunjukkan bahwa kriteria yang paling diprioritaskan dalam pengembangan objek wisata Pulau Semau adalah infrastruktur. Sedangkan alternatif prioritas kedua dan ketiga adalah promosi pemasaran dan kelembagaan. Adapun alternatif strategi yang diprioritaskan dalam pengembangan objek wisata Pulau Semau adalah Peningkatan fasilitas dan infrastruktur pendukung. Kemudian alternatif strategi prioritas kedua adalah Peningkatan kuantitas dan kualitas produk wisata. Dampak pariwisata terhadap kondisi ekonomi dikategorikan dalam tujuh kategori yaitu Dampak terhadap penerimaan devisa, Dampak terhadap pendapatan Masyarakat, Dampak terhadap kesempatan kerja, Dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan, Dampak terhadap kepemilikan dan kontrol (ekonomi) Masyarakat, Dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dan Dampak terhadap pendapatan pemerintah

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. A., Noor, G. S., Maulana, A. Z., & Putryanda, Y. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 13(2), 187-197.
- Asy'ari, R., Tahir, R., Rakhman, C. U., & Putra, R. R. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 8(1), 47-58.
- Delita, F., Yetti, E., & Sidauruk, T. (2017). Analisis swot untuk strategi pengembangan obyek wisata pemandian mual mata kecamatan Pematang Bandar kabupaten Simalungun. *Jurnal geografi*, 9(1), 41-52.
- GINANJAR, B., PURNANTO, D., WIDYASTUTI, H., & WIDYASTUTI, C. S. (2021). Kohesi gramatikal referensi pronomina persona dalam teks pariwisata pada pesonaindonesia. *Kompas. Com/gramatical cohesion of personal pronouns in the tourism text on pesonaindonesia. Kompas. Com. Aksara*, 33(2), 257-268.
- Kurniawan, W. (2015). Dampak sosial ekonomi pembangunan pariwisata umbul sidomukti kecamatan bandungan kabupaten semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 4(4), 443-451.
- Mangiri, H. S., & Sudomo, R. I. (2020). Pembuatan Website Pariwisata Unggulan di Kota Jepara. *Joined Journal (Journal of Informatics Education)*, 2(2), 19-28.
- Pamularsih, T. R. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Desa Abangsongan, Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 5(1), 46-54.
- Purwanto, S., Syaufina, L., & Gunawan, A. (2014). Kajian potensi dan daya dukung

- Taman Wisata Alam Bukit Kelam untuk strategi pengembangan ekowisata. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan (Journal of Natural Resources and Environmental Management)*, 4(2), 119-119.
- Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoearth*, 4(2), 111-116.
- Rizal, A. A., Soemarno, S., Mulawarman, A. D., & Kamayanti, A. (2015). Tourism Marketing Strategy to Increase Tourist Visit to Bawean Island, Gresik, East Java. *American Journal of Tourism Management*, 4(3), 54-60.
- Sibarani, R., Mulyadi, M., & Ritonga, M. U. (2018). Traditional food in the perspective of culinary linguistics.
- Suryani, E., Furkan, L. M., & Diswandi, D. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Alam Hutan Irup Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat. *Jurnal PEPADU*, 1(1), 64-73.
- Tambunan, E., & Masatip, A. (2020). Konsep Augmented Reality Sebagai Pengembangan Pemasaran Pariwisata dalam Menghadapi New Normal Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 7(2), 1-10.
- Tarigan, R. (2007). *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara.
- Tohmo, T. (2018). The economic impact of tourism in Central Finland: a regional input-output study. *Tourism Review*.
- Vitasurya, V. R., Pudianti, A., Purwaningsih, A., & Herawati, A. (2015). Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Lingkungan Desa Wisata Kalibiru di DI Yogyakarta. In *SEMINAR NASIONAL SCAN# 6: 2015* (pp. 151-158).
- Vitriani, C. D., Sudiby, D., & Hermantoro, H. (2017). Socio-Economic Impacts of Tourism Development in Rural Area of Sembalun East Lombok West Nusa Tenggara. *TRJ Tourism Research Journal*, 1(1), 1-21.
- Wowor, M. H., Kapantow, G. H. M., & Ruauw, E. (2018). Dampak Objek Wisata Bukit Kasih Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Desa Kanonang Dua Kecamatan Kawangkoan Barat. *Agri-SosioEkonomi Unsrat, ISSN 1907- 4298*, 14(3), 355-364.
- Yakup, A. P. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Tesis. Universitas Airlangga.
- Yanti, N., & Hadya, R. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan PAD Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 3(3), 370-379.
- Zaki, M. F., & Pujiati, A. (2018). Analisis Kebijakan Pengembangan Wisata Bahari Pantai Marina Tahun 2010-2015. *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 1(3), 207-213.