

**STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PEMERINTAH KOTA BALIKPAPAN DALAM
MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA PANTAI MANGGAR**

Gina Fauziah*), Dr. Dewi Erowati**)

Email: gina.fauziah10@gmail.com

Dapartemen Politik dan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Dr. Antonius Suroyo, Universitas Diponegoro, Tembalang, Kota Semarang, 50275 Telepon:

024-746540

Website: <https://fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Studi ini menganalisis strategi promosi Pemerintah Kota Balikpapan dalam memasarkan objek wisata Pantai Manggar Segara Sari, seiring dengan menurunnya jumlah kunjungan wisatawan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai destinasi unggulan, Pantai Manggar memiliki peran strategis dalam mendukung sektor pariwisata dan ekonomi lokal, sehingga diperlukan upaya promosi yang efektif untuk meningkatkan daya saing. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang difokuskan pada analisis strategi promosi dalam dokumen rencana strategis daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi telah mengacu pada prinsip manajemen strategis, namun implementasinya belum optimal. Hambatan utama meliputi kurangnya inovasi digital, keterbatasan promosi berbasis media sosial, minimnya event berskala nasional, dan alokasi anggaran yang belum memadai. Untuk itu, Disporapar Balikpapan disarankan memperkuat promosi digital, meningkatkan infrastruktur pariwisata, serta memperluas kolaborasi dengan pelaku usaha guna mewujudkan pengelolaan Pantai Manggar yang berkelanjutan dan kompetitif.

Kata kunci: Strategi Promosi, Pariwisata, Dinas Pariwisata Kota Balikpapan, Pantai Manggar Segara Sari.

ABSTRACT

This study analyzes the promotional strategy of the Balikpapan City Government in marketing the Pantai Manggar Segara Sari tourist destination, amid a decline in visitor numbers in recent years. As a leading destination, Pantai Manggar plays a strategic role in supporting the tourism sector and the local economy, thus requiring effective promotional efforts to enhance competitiveness. The research adopts a descriptive qualitative approach, utilizing observation, interviews, and documentation techniques, with a focus on analyzing promotional strategies outlined in the regional tourism strategic plan. Findings indicate that the promotional strategy aligns with strategic management principles, yet its implementation remains suboptimal. Key obstacles include limited digital innovation, insufficient use of social media-based promotion, a lack of large-scale national events, and inadequate promotional budget allocation. Therefore, it is recommended that the Balikpapan Office of Youth, Sports, and Tourism strengthen digital promotion, improve tourism infrastructure, and expand collaboration with tourism stakeholders to achieve sustainable and competitive destination management at Pantai Manggar.

Keywords: Promotional Strategy, Tourism, Balikpapan City Tourism Office, Manggar Segara Sari Beach

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis dengan kontribusi besar terhadap devisa negara, menempati posisi ketiga setelah kelapa sawit dan batu bara, sebagai industri dengan pertumbuhan pesat, pariwisata bersifat kompleks dan melibatkan berbagai disiplin serta pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, swasta, dan masyarakat (Luturlean, 2019). Kota Balikpapan memiliki potensi strategis sebagai destinasi wisata, didukung oleh infrastruktur transportasi yang memadai termasuk bandara internasional, jalan tol, pelabuhan laut serta peningkatan jumlah akomodasi seperti hotel yang mendukung perkembangan sektor pariwisata daerah. Kota Balikpapan memiliki ragam destinasi wisata, termasuk wisata alam, budaya, edukasi, kuliner, dan bahari. Di antara semuanya, wisata bahari menjadi sektor unggulan yang mendapat perhatian khusus dari pemerintah daerah. Letaknya di pesisir timur Kalimantan yang berbatasan langsung dengan Selat Makassar, serta keberadaan teluk yang dimanfaatkan sebagai pelabuhan komersial, minyak, dan wisata, memperkuat potensi tersebut (Nyaman Bagus Purwaniawan, 2024). Sebagai kota pesisir, Balikpapan dikenal dengan potensi wisata baharinya, menurut data Disporapar tahun 2022 mencatat terdapat

20 destinasi wisata bahari, dan jumlah ini diperkirakan terus bertambah seiring perkembangan sektor pariwisata (Dinas Pariwisata Kaltim, 2024). Data BPS Kota Balikpapan menunjukkan tren peningkatan kunjungan wisatawan selama periode 2018 hingga 2022.

Setelah mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19 pada 2020–2021, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Balikpapan kembali meningkat secara signifikan pada tahun 2022. Tren positif ini berdampak langsung terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang tercatat mencapai Rp966 miliar pada 2023 dan naik menjadi Rp1,06 triliun pada 2024. Pemerintah merespons hal ini melalui alokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) sebesar Rp3,2 triliun, di mana sekitar Rp30 miliar dialokasikan untuk sektor pemuda, olahraga, dan pariwisata. Salah satu destinasi unggulan adalah Pantai Manggar Segara Sari, yang menawarkan keindahan alam, fasilitas wisata bahari, kuliner, serta atraksi budaya, menjadikannya tujuan favorit wisatawan lokal dan mancanegara (Dinas Pariwisata Kaltim, 2024). Pantai Manggar menjadi salah satu destinasi utama yang direkomendasikan bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Balikpapan.

Meskipun secara umum jumlah wisatawan ke Kota Balikpapan meningkat, data Disporapar menunjukkan adanya penurunan kunjungan ke Pantai Manggar pada periode 2018 hingga 2021. Penurunan kunjungan wisatawan ke Pantai Manggar menjadi ironi, mengingat potensi alam dan pesona yang dimilikinya sebagai ikon wisata bahari Balikpapan. Fenomena ini mencerminkan adanya permasalahan yang perlu segera diidentifikasi dan ditangani oleh pemangku kepentingan sektor pariwisata. Penurunan kunjungan wisatawan ke Pantai Manggar diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kurangnya inovasi dalam pengembangan fasilitas dan atraksi, minimnya pengalaman wisata yang unik, persaingan dengan destinasi baru, promosi yang belum optimal, serta pengelolaan kebersihan dan lingkungan yang kurang maksimal (Silalahi, 2023). Promosi merupakan faktor krusial dalam pengembangan destinasi wisata, karena berfungsi sebagai alat komunikasi yang menyebarkan informasi, memengaruhi persepsi, dan meningkatkan minat pasar. Bagi pemerintah, promosi berperan penting dalam menarik wisatawan serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Wolah, 2016). Promosi pariwisata merupakan aktivitas komunikasi yang bertujuan membentuk citra positif destinasi. Menurut Suryana (2015),

teknik promosi mencakup periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Efektivitas promosi sangat bergantung pada kesesuaiannya dengan preferensi wisatawan serta inovasi dalam pelaksanaannya.

Meskipun kunjungan wisatawan ke Kota Balikpapan meningkat, jumlah wisatawan ke Pantai Manggar justru mengalami penurunan. Kondisi ini menuntut penguatan strategi promosi, yang berperan penting dalam menyampaikan informasi dan menjadi kunci dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan (Irawan, 2023). Kondisi tersebut menegaskan pentingnya kajian mendalam terhadap strategi promosi yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Balikpapan dalam memasarkan Pantai Manggar. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi strategi promosi yang diterapkan Pemerintah Kota Balikpapan terhadap Pantai Manggar, seiring dengan menurunnya jumlah kunjungan wisatawan. Evaluasi ini bertujuan untuk merumuskan strategi promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

B. KAJIAN TEORI

1. Manajemen Strategis

Strategi adalah rencana umum dalam mencapai tujuan organisasi seperti pencapaian visi dan misi organisasi.

Strategi ini bertujuan untuk memberikan arahan terpadu bagi organisasi dan memaksimalkan pendayagunaan sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan. Secara umum, strategi diartikan suatu perencanaan yang dilakukan para pemimpin dengan fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang yang dilengkapi dengan upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut. Secara khusus, strategi dapat dipahami sebagai tindakan yang bersifat incremental (selalu meningkat) dan berkelanjutan, yang dijalankan berdasarkan persepsi atau pandangan mengenai harapan pelanggan. Maka dari itu, strategi hampir selalu bermula dari potensi dari kejadian, bukan dari kejadian yang sudah ada. Menurut David J dan Thomas L. Wheelen, manajemen strategis adalah serangkaian tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan atau organisasi dalam jangka panjang. Adapun proses manajemen strategi menurut David J dan Thomas L. Wheelen, terdapat beberapa elemen dasar yakni:

- 1) *Environmental Scanning* (Pengamatan Lingkungan): proses mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi organisasi.
- 2) *Strategy Formulation* (Penyusunan Strategi): proses merumuskan visi, misi, tujuan, serta strategi

berdasarkan hasil pengamatan lingkungan.

- 3) *Strategy Implementation* (Pelaksanaan Strategi): pelaksanaan strategi yang telah dirancang dalam bentuk program, kebijakan, dan aktivitas konkret.
- 4) *Strategy Evaluation* (Evaluasi Strategi): tahapan untuk mengukur kinerja, mengidentifikasi penyimpangan, dan mengambil tindakan korektif jika diperlukan.

Manajemen strategis memungkinkan organisasi, dalam hal ini pemerintah daerah, untuk menyusun kebijakan promosi wisata secara sistematis dan berorientasi jangka panjang.

Dalam praktiknya, manajemen strategis menjadi pendekatan yang relevan untuk menganalisis lebih dalam mengenai kebijakan promosi pariwisata, termasuk dalam menganalisis evaluasi implementasi strategi promosi yang dilakukan di Pantai Manggar. Dalam pelaksanaannya teori manajemen strategis mencakup dalam proses formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi untuk mencapai tujuan jangka Panjang dari tempat wisata Pantai Manggar. Dalam konteks evaluasi implementasi strategi promosi pemerintah dalam mempromosikan Pantai Manggar, pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa

setiap kebijakan atau program, termasuk promosi pariwisata, disusun secara sistematis, berbasis data, dan terukur.

2. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2013), analisis SWOT diartikan sebagai alat yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara terstruktur guna merancang strategi bagi perusahaan atau organisasi. Analisis ini berdasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dan secara bersama-sama dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Dalam proses pengambilan keputusan strategis pengembangan visi, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan selalu berkaitan. Oleh karena itu, perencanaan strategis membutuhkan analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, peluang, kelemahan, ancaman) berdasarkan kondisi yang sedang berlangsung. Proses ini dikenal sebagai analisis situasi. Adapun penjelasan mengenai SWOT menurut David dan Freddy Rangkuti, yaitu, Kekuatan (*Strength*), Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing. Umumnya kekuatan ini menggambarkan situasi suatu perusahaan yang unggul dalam pelaksanaan tugasnya karena sarana dan

prasarana yang sangat memadai.

Kelemahan (Weakness)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan yang menyebabkan perusahaan atau organisasi kurang menguntungkan, sehingga berdampak pada kemampuan bersaing dengan para pesaing lainnya. Peluang (*Opportunities*) Peluang adalah analisis eksternal perusahaan yang membantu manajemen menemukan peluang atau kesempatan untuk menjalankan bisnis, sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan lebih besar.

Ancaman (*Threats*) Ancaman adalah situasi penting bersifat merugikan. Bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang dapat membantu manajemen mengenali tantangan yang sedang dihadapi maupun yang berpotensi muncul bagi suatu perusahaan. Dengan dilakukannya analisis SWOT tersebut menjelaskan apakah informasi tersebut menunjukkan hal-hal yang mendukung perusahaan atau sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya atau justru mengidentifikasi hambatan yang perlu diatasi atau dikurangi agar memenuhi pemasukan yang diinginkan.

3. Strategi Promosi Pariwisata

Keberhasilan kegiatan marketing perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produknya, strategi yang efektif, pelayanan serta distribusi yang efisien,

tetapi juga dipengaruhi oleh pemeliharaan hubungan yang berkelanjutan antara produsen dan konsumen. Kata promosi memberikan banyak arti. Namun, pada hakikatnya promosi ialah aktivitas menginformasikan, meyakinkan, atau mengingatkan secara spesifik. Promosi adalah kegiatan penyampaian informasi kepada target pasar, mengenai produk, harga, dan lokasi penjualan yang dilakukan secara gencar agar target melakukan pembelian (Yoeti, 2000).

Pada praktiknya promosi yang dilakukan oleh pemerintah kota Balikpapan dalam mempromosikan objek wisata Pantai Manggar, merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran pariwisata. Strategi promosi bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, meningkatkan minat wisatawan, serta membentuk citra positif terhadap destinasi.

Dalam era digital, promosi pariwisata objek wisata Pantai Manggar membutuhkan pendekatan yang adaptif dan terintegrasi. Pemerintah kota Balikpapan dituntut mampu menggunakan teknologi informasi secara kreatif dan inovatif untuk meningkatkan daya tarik destinasi. Strategi digital marketing yang kuat dan kolaboratif juga penting untuk menjangkau pasar wisatawan domestik dan internasional.

C. METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian mengenai, Evaluasi Implementasi Strategi Promosi Pariwisata Kota Balikpapan Terhadap Objek Wisata Pantai Manggar penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.

Peneliti menggunakan metode ini untuk menjelaskan fakta di lapangan, baik masalah maupun gejala yang ditemukan. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, perumusan pertanyaan penelitian difokuskan oleh peneliti untuk mencapai pengumpulan data secara langsung. Mengacu pada definisi tersebut, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena peneliti bertujuan untuk menggambarkan secara nyata kondisi di lapangan serta menganalisis secara mendalam terkait strategi promosi yang dilakukan Pemerintah Kota Balikpapan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis manajemen strategis promosi pariwisata Pantai Manggar Segara Sari oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan

Pada bagian ini membahas strategi promosi Pemerintah Kota Balikpapan dalam mengembangkan wisata bahari, khususnya Pantai Manggar, dengan didukung data empiris dari berbagai informan seperti pejabat Disporapar,

pengelola UPTD, pelaku UMKM, dan pengunjung, guna memperoleh gambaran promosi yang sesuai dengan kondisi di lapangan

1. Mengamati Lingkungan (*Environment Scanning*)

a) Kekuatan

Pantai Manggar sebagai Destinasi Strategis Wisata Bahari di Balikpapan. Pantai Manggar memiliki sejumlah kekuatan strategis yang menjadikannya salah satu destinasi wisata unggulan di Kota Balikpapan. Secara geografis, lokasinya yang hanya berjarak 13 kilometer dari pusat kota memberikan kemudahan akses bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Keindahan alam seperti pasir putih, ombak yang tenang, dan panorama matahari terbit menjadi daya tarik utama. Fasilitas pendukung seperti area parkir luas, tempat ibadah, penginapan, hingga wahana permainan air turut meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Selain itu, Pantai Manggar telah ditetapkan dalam dokumen perencanaan daerah Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Balikpapan Nomor 7 Tahun 2006 sebagai bagian dari Sentra Pengembangan Kepariwisata Wilayah (SPKW) II. Status ini menunjukkan pengakuan formal atas peran strategis Pantai Manggar dalam pengembangan

wisata bahari dan pesisir di wilayah timur Balikpapan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, pelaku usaha, dan pengunjung, diperoleh konsensus bahwa Pantai Manggar memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan, baik dari sisi promosi, infrastruktur, maupun inovasi layanan. Hal ini memperkuat posisi Pantai Manggar sebagai aset wisata yang berdaya saing tinggi di tingkat lokal maupun nasional.

b) Kelemahan

Identifikasi Kelemahan Pengelolaan Wisata Pantai Manggar, Pantai Manggar menghadapi sejumlah tantangan dalam aspek pengelolaan dan pelayanan wisata. Luas area sekitar 1,3 hektar yang berpotensi besar justru menjadi hambatan apabila tidak diimbangi dengan ketersediaan sumber daya manusia dan anggaran pemeliharaan yang memadai. Keterbatasan tenaga kerja dan dana membuat pemeliharaan kawasan menjadi tidak optimal. Selain itu, masih rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pelayanan yang baik turut menjadi persoalan. Ditemukan praktik-praktik tidak etis seperti manipulasi harga makanan dan penyewaan fasilitas tanpa standar tarif yang jelas. Estetika dan kebersihan tempat usaha juga cenderung diabaikan, sehingga berdampak negatif terhadap citra destinasi. Masalah

kebersihan lingkungan menjadi sorotan utama, terutama karena kurangnya fasilitas tempat sampah dan rendahnya kesadaran pengunjung serta pelaku usaha. Penataan kawasan yang kurang terstruktur, termasuk penempatan pedagang kaki lima dan warung UMKM yang tidak terorganisir, menciptakan kesan kumuh. Kondisi ini diperparah dengan permasalahan banjir/rob yang sering terjadi, khususnya di area usaha. Genangan air menyebabkan gangguan aktivitas ekonomi serta menciptakan lingkungan yang kurang higienis, menurunkan kenyamanan pengunjung secara keseluruhan. Untuk mengatasi kelemahan ini, dibutuhkan sinergi antara pengelola, pelaku usaha, dan pemerintah dalam hal peningkatan manajemen, pengawasan, dan edukasi pelaku wisata, serta perbaikan infrastruktur dan zonasi wilayah wisata.

c) Kesempatan

Peluang Pengembangan Objek Wisata Pantai Manggar. Pantai Manggar memiliki berbagai peluang strategis untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan di Kota Balikpapan. Salah satu strategi potensial adalah penguatan promosi berbasis paket kegiatan, seperti family gathering yang dirancang secara tematik dan edukatif. Kegiatan ini dapat mencakup lomba, permainan pantai, workshop, dan pertunjukan seni budaya

yang disesuaikan dengan berbagai kelompok usia. Peluang lain adalah revitalisasi infrastruktur dan fasilitas pendukung. Perbaikan bangunan dan penataan area usaha akan meningkatkan daya tarik visual, kenyamanan, serta profesionalisme destinasi. Dengan kondisi ini, Pantai Manggar berpotensi menarik investor untuk pengembangan fasilitas baru seperti vila, kafe, wahana air modern, dan taman tematik. Secara geografis, Pantai Manggar juga diuntungkan oleh lokasinya yang strategis dekat pusat kota dan ditetapkannya Balikpapan sebagai kota penyangga Ibu Kota Nusantara (IKN). Proyeksi peningkatan jumlah penduduk dan aktivitas ekonomi akibat pemindahan ibu kota menciptakan kebutuhan tinggi akan ruang rekreasi berkualitas, yang menjadi peluang besar bagi pengembangan destinasi ini. Dari sisi kelembagaan, terdapat inisiatif untuk meningkatkan status pengelolaan Pantai Manggar dari UPTD menjadi BLUD (Badan Layanan Umum Daerah). Transformasi ini bertujuan untuk meningkatkan fleksibilitas manajerial dan optimalisasi pendapatan non-APBD seperti tiket masuk, parkir, dan penyewaan fasilitas. Perubahan ini diharapkan mampu mendorong kemandirian pengelolaan, inovasi layanan, serta peningkatan

kualitas sarana dan prasarana secara berkelanjutan.

d) Ancaman

Ancaman terhadap Kelestarian dan Keberlanjutan Wisata Pantai Manggar. Destinasi wisata Pantai Manggar menghadapi beberapa potensi ancaman yang dapat menghambat keberlanjutan dan kualitas pelayanannya. Pertama, peningkatan jumlah pengunjung memang berdampak positif terhadap pendapatan, namun juga menimbulkan risiko kerusakan lingkungan apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan kebersihan yang optimal. Sampah dari wisatawan yang tidak tertangani dengan baik dapat mencemari ekosistem pantai dan menurunkan daya tarik kawasan wisata. Kedua, abrasi pantai merupakan ancaman ekologis yang nyata. Proses pengikisan garis pantai akibat ombak yang terus menerus menggerus daratan telah menyebabkan penyusutan lahan dan berpotensi merusak infrastruktur di sekitar pantai. Penanganan abrasi memerlukan intervensi strategis dari pemerintah dan kolaborasi lintas sektor. Ketiga, kondisi ekonomi makro juga menjadi faktor eksternal yang mempengaruhi kunjungan wisata. Melemahnya daya beli masyarakat akibat krisis ekonomi dapat menurunkan jumlah wisatawan, yang pada akhirnya berdampak pada Pendapatan Asli Daerah

(PAD) serta kemampuan pemerintah dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata tersebut. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam pengelolaan dan promosi agar wisata tetap bertahan dalam situasi ekonomi yang tidak stabil. Terakhir, rendahnya kesadaran para pelaku usaha lokal dalam memberikan pelayanan berkualitas turut menjadi ancaman tersendiri. Masih banyak ditemukan praktik tidak transparan seperti tidak mencantumkan harga pada produk yang dijual, serta area berjualan yang kurang tertata dan tidak menarik secara visual. Hal ini dapat menurunkan kepuasan pengunjung dan memengaruhi citra Pantai Manggar sebagai destinasi wisata unggulan.

2. Penyusunan Strategi (*Strategy Formulation*)

Formulasi strategi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Balikpapan terhadap pengembangan Pantai Manggar Segara Sari difokuskan pada upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Strategi ini diimplementasikan melalui dua indikator utama, yaitu: (1) fasilitasi kegiatan promosi pariwisata di dalam dan luar negeri, serta (2) peningkatan kualitas sarana dan prasarana pendukung pariwisata.

memfasilitasi promosi pariwisata dalam dan luar negeri serta meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana pariwisata. Pantai Manggar Segara Sari merupakan destinasi wisata unggulan di Balikpapan, Kalimantan Timur, yang memiliki nilai historis sejak masa kolonial dan kini dikelola oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata melalui UPTD. Lokasinya yang strategis dan daya tarik alam berupa pasir putih serta pemandangan laut menjadikannya ikon pariwisata kota. Sebagai kawasan yang dikelola pemerintah, Pantai Manggar menawarkan harga yang terjangkau dan fokus pada pelayanan publik, bukan keuntungan komersial.

Keberadaan Pantai Manggar berkontribusi positif terhadap ekonomi lokal melalui pemberdayaan masyarakat sekitar, termasuk kelompok usia lanjut. Pemerintah menjalin kerja sama dengan pelaku usaha lokal untuk mendorong kegiatan ekonomi melalui penyediaan jasa dan usaha makanan di kawasan wisata. Dalam pengembangan wisata berkelanjutan, promosi digital menjadi strategi utama. Dinas Pariwisata Balikpapan memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, dan menggandeng Duta Wisata Kota sebagai mitra promosi. Duta Wisata, sebagai representasi generasi muda, berperan aktif dalam

menyebarkan potensi pariwisata melalui platform digital.

3. Pelaksanaan Strategi (*Strategy Implementation*)

Penyusunan strategi dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Balikpapan dengan fokus pada peningkatan pertumbuhan ekonomi kreatif di kawasan wisata Pantai Manggar Segara Sari. Upaya ini diwujudkan melalui revitalisasi sarana dan prasarana pariwisata serta pengembangan sektor ekonomi kreatif sebagai indikator utama. Revitalisasi Pantai Manggar Segara Sari merupakan bagian dari strategi pengembangan pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Balikpapan. Upaya ini meliputi peningkatan infrastruktur fisik, seperti pembangunan villa dan wisma, pembaruan toilet dan gazebo, serta penanggulangan abrasi pantai. Pembayaran tiket masuk juga telah beralih ke sistem non-tunai melalui QRIS guna mendukung efisiensi dan transparansi. Dalam hal kebersihan, pengelolaan dilakukan melalui kerja sama dengan pihak swasta, namun tetap melibatkan masyarakat lokal untuk mendukung pemberdayaan ekonomi. Program seperti “Jumat Bersih” dan edukasi terhadap pengunjung serta pelaku usaha juga diterapkan secara aktif. Di sisi

ekonomi kreatif, pengembangan difokuskan pada sektor kuliner dan seni budaya melalui pembangunan panggung seni dan penyelenggaraan event seperti “Pesona Balikpapan”. Kolaborasi dilakukan dengan komunitas lokal, sanggar seni, dan forum ekonomi kreatif, termasuk pemberian fasilitas seperti kios UMKM dan amphitheater. Meskipun banyak kemajuan, evaluasi dari pengunjung dan pelaku usaha menunjukkan bahwa infrastruktur akses jalan masih kurang baik, promosi event belum optimal, dan perhatian terhadap pelaku UMKM masih terbatas, khususnya dalam aspek pembinaan dan fasilitas pendukung. Strategi ini secara umum telah meningkatkan daya tarik dan ekonomi lokal, tetapi masih memerlukan penyempurnaan agar manfaatnya dapat dirasakan lebih merata.

4. Evaluasi atau control

Pelaksanaan evaluasi atau control dilakukan dengan melaksanakan strategi Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan terhadap Pantai Manggar Segara Sari melalui aspek meningkatkan kualitas pemuda dan birokrasi memiliki indikator diantaranya :

- a. Meningkatkan biokrasi pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan, melalui UPTD Pantai Manggar, telah menerapkan sistem

evaluasi berbasis kinerja untuk meningkatkan kualitas birokrasi dan pelayanan publik. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui analisis progres, identifikasi kekuatan dan kelemahan, serta penyerapan aspirasi masyarakat, termasuk melalui kegiatan seperti Musrenbang, survei kepuasan publik, dan monitoring program seperti “Manggar Family Camp”. Pengelolaan Pantai Manggar melibatkan perencanaan berbasis evaluasi, yang dituangkan melalui rapat koordinasi internal (rakor), sebagai sarana refleksi dan penetapan strategi perbaikan. Selain itu, Pantai Manggar juga dijadikan titik pantau dalam program penilaian Adipura, menegaskan komitmen pengelola terhadap aspek lingkungan dan keberlanjutan.

Dari sisi pelayanan, pengunjung menilai bahwa fasilitas dan tata kelola Pantai Manggar telah menunjukkan peningkatan signifikan, seperti penyediaan area bermain anak, zona kuliner, dan kebersihan lingkungan yang lebih terjaga. Namun demikian, efektivitas promosi masih dirasa kurang maksimal, terutama dalam penyebaran informasi program melalui media sosial. Sementara itu, pelaku usaha turut dilibatkan dalam evaluasi kinerja melalui forum rapat rutin bersama UPTD, membahas capaian Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta

tantangan operasional lainnya. Partisipasi pelaku usaha menunjukkan adanya transparansi dan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata. Secara keseluruhan, meskipun kualitas pelayanan telah berkembang, promosi pariwisata masih memerlukan penguatan terutama dalam hal distribusi informasi yang luas, menarik, dan tepat sasaran agar strategi yang dirancang dapat menjangkau masyarakat secara efektif.

5. Analisis Penelitian terhadap Temuan Lapangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dijalankan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kota Balikpapan umumnya telah selaras dengan empat dimensi manajemen strategis. Implementasi strategi terlihat progresif, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kebersihan lingkungan, optimalisasi promosi digital, serta partisipasi masyarakat dan pelaku usaha dalam menjaga keberlanjutan Pantai Manggar. Secara rinci, perbandingan antara indikator teoritis dan temuan lapangan dapat dirangkum sebagai berikut:

Environmental Scanning telah dilakukan dengan baik melalui identifikasi faktor SWOT, namun perhatian khusus perlu diarahkan pada pengelolaan kebersihan

dan peningkatan kesadaran lingkungan. *Strategy Formulation* tercermin dalam berbagai program promosi, baik digital maupun kolaboratif, meskipun efektivitas implementasinya di lapangan belum sepenuhnya optimal. *Strategy Implementation* menunjukkan kemajuan signifikan dengan peningkatan fasilitas dan citra destinasi. *Strategy Evaluation* dilaksanakan secara sistematis dan melibatkan evaluasi internal serta masukan dari pihak eksternal, sehingga mendukung perbaikan berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa strategi promosi telah dijalankan sesuai kerangka teoritis, namun perbaikan di beberapa aspek tetap diperlukan untuk mencapai efektivitas yang lebih maksimal.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Evaluasi implementasi Strategi promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan, melalui Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Disporapar), dalam mempromosikan objek wisata Pantai Manggar dilakukan melalui berbagai pendekatan strategis, dengan pendekatan terstruktur. Adapun strategi yang dilakukan oleh Disporapar kota Balikpapan diantaranya, pemanfaatan media sosial, sebagai sarana utama penyebaran informasi tentang kegiatan, fasilitas, dan penyelenggaraan event-event pariwisata, kemudian kerja sama

dengan berbagai kemitraan, Duta Wisata dan influencer lokal guna menjangkau generasi muda yang aktif di dunia digital, serta promosi luar daerah yang melibatkan berbagai pihak terkait. Namun strategi promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan masih kurang optimal karena pengetahuan masyarakat mengenai program-program Disporapar tergolong minim, sehingga peningkatan strategi promosi dengan pemanfaatan teknologi informasi yang lebih inovatif masih perlu menjadi perhatian Pemerintah Kota Balikpapan agar cakupan informasi dapat tersebar lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan melalui Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (Disporapar) belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pantai Manggar Segara Sari. Penyebab utamanya antara lain: minimnya pemanfaatan media digital promosi, keterbatasan pelaksanaan event berskala nasional, serta masih terbatasnya alokasi anggaran untuk kegiatan promosi wisata. Adapun saran yang bisa disarankan:

- 1) Bagi Pemerintah Kota Balikpapan melalui Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata disarankan untuk menyoergerakan perubahan status pengelolaan Pantai Manggar dari UPTD menjadi BLUD guna memperoleh fleksibilitas dalam pendanaan dan pengelolaan SDM non-ASN.
- 2) Pemerintah diharapkan dapat lebih mengoptimalkan media promosi digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam promosi wisata.
- 3) Pemerintah disarankan menjalin kerja sama strategis dengan marketplace wisata seperti Traveloka, Tiket.com, dan Online Travel Agencies (OTAs) lainnya untuk memperluas jaringan pemasaran wisata Pantai Manggar secara nasional dan internasional.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneruskan penelitian dengan menggunakan metode yang berbeda seperti mix method, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih variative dan relevant.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin, B. P. (2023). Jumlah Wisatawan ke Balikpapan Meningkat 21,42 Persen. Diambil kembali dari Balikpapan Prokal:<https://balikpapan.prokal.co/read/news/251176-jumlah-wisatawankebalikpapan-meningkat-2142-persen.html>
- Disporapar Balikpapan. (2023). Tugas Pokok dan Fungsi. Diambil kembali dari [disporapar.balikpapan.go.id:https://disporapar.balikpapan.go.id/content/605/tugas-pokok-danfungsi](https://disporapar.balikpapan.go.id/content/605/tugas-pokok-danfungsi).
- DPMPT Pemerintah Kota Balikpapan. (2020). Pantai Manggar. <http://investasi.balikpapan.go.id/halaman/detail/pantai-manggar>
- Luturlean, B. S. (2019). Strategi Bisnis Pariwisata. Humaniora. <https://books.google.co.id/books?id=BVi9DwAAQBAJ>
- Nyaman Bagus Purwaniawan, M. S. (2024). Balikpapan sebagai beranda dan mitra Kota Nusantara. Diambil kembali dari Antaranews:<https://www.antaranews.com/berita/4222259/balikpapan-sebagai-beranda-dan-mitra-kota-nusantara>.
- Pemerintah Kota Balikpapan. (2024). PERATURAN WALI KOTA BALIKPAPAN NOMOR 09 TAHUN 2023 TENTANG RENCANA KERJA PEMERINTAH DAERAH KOTA BALIKPAPAN TAHUN 2024. Diambil kembali dari web.balikpapan.go.id:
<https://web.balikpapan.go.id/uploaded/ProgramKerja/tpad2024/RKPD%20BPN%20TAHUN%202024.pdf>.
- Prokal.co. (2022). Jadi Penyangga IKN, Balikpapan Perkuat Industri Pariwisata. Diambil kembali dari News Prokal: <https://news.prokal.co/read/news/13043-jadi-penyangga-ikn-balikpapanperkuat-industri-pariwisata>.
- Syahputra, R., Yuliana, & Kasmita. (2017). Strategi Promosi Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat . Diambil kembali dari ejournal.unp.ac.id:<https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/article/view/7173>
- Silalahi, I. P. (2023). Strategi Meningkatkan Daya Tarik Wisata Pada Pantai Manggar Segara Sari Di Kota Balikpapan. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*,.
- Wolah, F. F. (2016). PERANAN PROMOSI DALAM

MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI KABUPATEN
POSO. *Acta Diurna.*