

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI BOOM TUBAN BERDASARKAN POTENSI SOSIAL, EKONOMI DAN EKOLOGI**

*Development Strategy of Object Tour Tubans Boom Beach by Potency of Economic, Social and Ecology*

**Hima Desy Lestari, Pujiono Wahyu Purnomo\*), Frida Purwanti**

Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Departemen Sumberdaya Akuatik  
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah – 50275, Telp/Fax. +6224 7474698  
Email : Himalestari@yahoo.com

**ABSTRAK**

Pantai Boom merupakan bekas pelabuhan Internasional pada zaman Kerajaan Majapahit yang dimanfaatkan oleh pemerintah Kabupaten Tuban untuk menjadi obyek wisata pantai. Adanya aspek historis tersebut menjadikan potensi sosial, ekonomi dan ekologi sangat berpengaruh terhadap potensi wisata. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi potensi sosial, ekonomi, ekologi, kelembagaan dan posisi nilai faktor internal dan eksternal, serta menyusun strategi pengembangan obyek wisata. Metode penelitian bersifat deskriptif analitis, dimana data dikumpulkan dengan survei dan wawancara terhadap 100 responden pengunjung, 30 penyedia jasa dan 4 pengelola. Data diolah secara deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan matriks IFAS dan EFAS, juga dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan potensi sosial terbesar berada pada kondisi sarana informasi sejarah, potensi ekonomi berada pada biaya wisata, potensi ekologi berada pada kondisi air bersih dan potensi kelembagaan berada pada upaya pengembangan obyek wisata yang telah dilakukan oleh pemerintah/pengelola; Nilai faktor internal dan eksternal berada pada posisi mendukung strategi ofensif, yaitu memanfaatkan potensi dan peluang yang ada untuk pengembangan obyek wisata, selisih nilai untuk faktor internal adalah 0,3;1,29;1,12, dan untuk faktor eksternal adalah 1,45;0,8;1,8, dengan kekuatan dan ancaman terbesar berada pada aspek ekonomi, sedangkan kelemahan dan peluang berada pada aspek ekologi. Strategi pengembangan obyek wisata dilakukan dengan menjalin kerjasama antara Pemerintah Daerah dengan paguyuban penyedia jasa untuk mengadakan kegiatan pengembangan penyedia jasa; meningkatkan peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa dengan menyediakan toko/kios dan meningkatkan upaya perlindungan sumberdaya alam di lokasi wisata.

**Kata kunci :** Strategi Pengembangan; Pantai Boom Tuban; Potensi Sosial, Ekonomi dan Ekologi

**ABSTRACT**

*Boom Beach is formally an International port at the Majapahit Kingdom which used by the government of Tuban Regency to become coastal tourism attractions. The existence of these historical aspects make the social, economic and ecological potential influence tourism potential. The study aims to identify potency of economy, ecological, institutional and to evaluate value position of internal and external factors, and to arrange tourism development strategy. The research method is analytical descriptive, in which data were collected by survey and interview to 100 respondents, 30 service providers and 4 staff. Data were analysed using qualitative and quantitative through IFAS and EFAS matrix as well as SWOT analysis. The results showed that the largest social potency is the condition of historical information facilities, the economic potency is the cost of tourism, and the ecological potency is the cleanliness water conditions and the institutional potency is the development efforts of tourism that has been done by the government/manager; The values of internal and external factors are in a position to support offensive strategy, that is utilizing the potential and opportunities that exist for the development of tourism object, in sequence the different value of internal factors are 0.3;1.29;1.12, while the external factors are 1.45;0.8;1.8, with the greatest strength and threat being on the economic aspect, while the weaknesses and opportunities on the ecological aspect. Tourism development strategy are done by establishing cooperation between local government with service provider association conduct development activities of service provider; enhancing the active role of tourism managers to the existence of service providers by providing shops/kiosks and increasing the effort to protect the natural resources at tourism sites.*

**Keywords :** Development Strategy; Beach Boom Tuban: Social, Economic and Ecological potency

\*) Penulis penanggungjawab

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki garis pantai sepanjang 81.000 km berpotensi dapat dimanfaatkan bagi pembangunan di berbagai aspek kehidupan sebagai upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat, salah satunya adalah melalui pembangunan daerah pesisir menjadi objek pariwisata. Wilayah pesisir memiliki arti strategis karena merupakan wilayah peralihan antara ekosistem darat dan laut, memiliki potensi sumberdaya alam serta jasa-jasa lingkungan yang sangat kaya. Kekayaan sumberdaya tersebut menimbulkan daya tarik bagi berbagai pihak untuk memanfaatkan sumberdayanya serta berbagai instansi untuk meregulasi pemanfaatannya (Hidayat, 2011).

Kabupaten Tuban merupakan suatu wilayah di Pulau Jawa yang memiliki kondisi geografis lautan yang sangat luas karena berbatasan langsung dengan laut. Sejak puluhan tahun yang lalu Pantai Boom dipergunakan untuk pelabuhan. Seiring dengan berbagai perkembangan ekonomi, sosial dan ekologi serta kelembagaan, pelabuhan tersebut sudah tidak dipergunakan lagi. Daya tarik masyarakat yang tinggi terhadap keberadaan wisata bahari menyebabkan pemerintah Kabupaten Tuban kemudian memanfaatkan bekas pelabuhan tersebut menjadi obyek wisata pantai yang diberi nama "Pantai Boom Tuban". Pemilihan Pantai Boom sebagai wisata bahari dikarenakan adanya keunikan dan keindahan obyek wisata tersebut, keunikan dapat dilihat dari sejarah keberadaan Pantai Boom dan keindahan panorama alam yang dimiliki.

Potensi pariwisata Kabupaten Tuban yang paling besar adalah kelautan dan sejarah budaya, khususnya sejarah Kota Tuban. Ada dua aspek historis yang menjadikan Kabupaten Tuban sebagai destinasi wisata, yaitu merupakan kota pelabuhan atau pusat niaga tertua di Jawa dan masuknya pengaruh Belanda yang mengandalkan hubungan dengan dunia luar, sehingga dapat memiliki penyangga wilayahnya sendiri. Aspek historis tersebut menjadikan dukungan potensi ekonomi, sosial dan ekologi masyarakatnya sudah terbentuk sejak lama. Dukungan ini ditunjukkan dengan keterbiasaan masyarakat untuk menerima pendatang dan menjalin interaksinya melalui akulturalisasi sosial. Potensi tersebut ditunjang oleh letak Kota Tuban khususnya Pantai Boom yang strategis yaitu mudah dijangkau, menyebabkan sinergisme potensi yang ada. Berdasarkan aspek tersebut maka pengembangan pariwisata sejarah Kota Tuban sangat menunjang untuk meningkatkan daerah pariwisata laut dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Tuban yang pada dasarnya adalah masyarakat bahari (Sediawati, 1997). Potensi sosial, ekonomi, dan ekologi sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan Obyek Wisata Pantai Boom Tuban, untuk itu perlu penelitian mengenai strategi pengembangan Obyek Wisata Pantai Boom Tuban berdasarkan potensi sosial, ekonomi dan ekologi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi sosial, ekonomi, ekologi dan kelembagaan dan posisi nilai faktor internal dan eksternal, serta menyusun strategi pengembangan obyek wisata berdasarkan potensi sosial, ekonomi dan ekologi.

## 2. MATERI DAN METODE PENELITIAN

### Materi Penelitian

Materi penelitian ini adalah mengenai potensi sosial, ekonomi, ekologi dan kelembagaan Obyek Wisata Pantai Boom Tuban.

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis, dimana data primer akan diidentifikasi dengan skala nilai 1-10 dan menggunakan 5 pilihan ganda, responden meliputi 218 pengunjung, 30 penyedia jasa dan 4 pengelola obyek wisata, sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa data yang ada di Instansi terkait serta hasil penelitian yang telah ada sebelumnya dengan lokasi penelitian yang sama.

### Metode analisis data

Beberapa tahapan analisis data, yaitu sebagai berikut :

#### a. Analisis Kualitatif

Memprosentasikan nilai jumlah responden yang memilih nilai sangat baik, baik, cukup, buruk, sangat buruk terhadap beberapa variabel dalam aspek ekonomi, sosial dan ekologi, kemudian dari hasil prosentase kuesioner tersebut dapat diidentifikasi pendapat responden, yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat berpengaruh terhadap pengembangan Obyek Wisata Pantai Boom Tuban.

#### b. Analisis Kuantitatif

Data SWOT kualitatif kemudian dikembangkan secara kuantitatif, melalui perhitungan analisis SWOT agar diketahui secara pasti posisi yang sesungguhnya. Analisis ini didasarkan pada usaha untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman secara bersamaan. Berdasarkan data faktor internal dan eksternal, dilakukan pembobotan untuk mendapatkan skor pembobotan. Untuk mengukur sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, digunakan matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factors Analysis Summary* (EFAS).

#### c. Analisis matriks SWOT

Keseluruhan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi dalam matriks EFAS dan IFAS dikelompokkan dalam matriks SWOT yang kemudian secara kualitatif dikombinasikan untuk menghasilkan klasifikasi strategi yang meliputi empat bagian kemungkinan alternatif strategi, yaitu kekuatan (*Strength*) - peluang (*Opportunity*) (SO), kekuatan (*Strength*) - ancaman (*Threats*) (ST), kelemahan (*Weakness*) - peluang (*Opportunity*) (WO) dan kelemahan (*Weakness*) - ancaman (*Threats*) (WT).

#### d. Pengambilan Keputusan

Menyusun beberapa strategi yang telah digambarkan oleh Matriks SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan obyek wisata Pantai Boom Tuban.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Keadaan umum lokasi wisata Pantai Boom Tuban

Tuban merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang letaknya berada di jalur Pantai Utara Jawa yang bersinggungan langsung dengan laut sehingga mempunyai wisata pantai yang berpotensi, diantaranya Pantai Boom Tuban, Pantai Pasir Putih Remen, Pantai Mangrove, Pantai Sowan, dan Pantai Kelapa. Salah satu obyek wisata pantai yang mempunyai daya tarik besar terhadap kedatangan pengunjung adalah Pantai Boom Tuban.

Obyek wisata Pantai Boom Tuban didirikan pada tahun 2011, letaknya sangat strategis karena berada pada pusat perputaran ekonomi Kota Tuban, yaitu di Kelurahan Kutorejo, Kecamatan Tuban, Kabupaten Tuban. Lokasi wisata Pantai Boom Tuban merupakan bekas peninggalan pelabuhan kuno pada zaman Kerajaan Majapahit, sehingga berbentuk dermaga panjang yang menjorok ke laut dengan panjang 1000 meter dan mempunyai luas total lahan 1000x100 meter. Konsep obyek wisata adalah tempat rekreasi keluarga, sehingga didalamnya dilengkapi dengan fasilitas taman air mancur, *playground*, *walking track*, *gardu/pendopo* peristirahatan, pohon peneduh cemara laut, tempat pemancingan, informasi dan peninggalan sejarah (sumur *Tirtha Jaladhi*). Kegiatan yang dapat dilakukan di lokasi wisata adalah bermain wahana, melihat sumur *Tirtha Jaladhi* dan prasasti Pantai Boom, memancing, bersepeda, berolahraga, belajar dan bersantai.

#### Potensi Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

Potensi Obyek Wisata Pantai Boom Tuban dibagi menjadi empat yaitu sosial, ekonomi, ekologi dan kelembagaan. Potensi sosial adalah keberadaan informasi sejarah di lokasi wisata yang mempunyai ciri khusus pendukung wisata pantai, dalam hal ini ditunjang oleh adanya faktor sejarah yang melatarbelakangi terbentuknya Kabupaten Tuban, penyebaran agama Islam dan dibangunnya pelabuhan Internasional pada zaman Kerajaan Majapahit di lokasi wisata. Informasi sejarah yang dapat dibaca dan diketahui pengunjung adalah Prasasti Pantai Boom, Relief sejarah Ronggolawe, pendaratan tentara Tar-Tar, dan penyebaran agama Islam oleh para Wali, serta pintu gerbang masuk obyek wisata yang berbentuk perahu tentara Tar-Tar Hasil kuisioner pengunjung menunjukkan tingginya kepuasan pengunjung terhadap kondisi keberadaan informasi sejarah, hal tersebut dijabarkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Kondisi keberadaan sarana informasi sejarah

| No     | Pendapat responden | Jumlah | %     |
|--------|--------------------|--------|-------|
| 1      | Sangat baik        | 55     | 25,3  |
| 2      | Baik               | 73     | 33,58 |
| 3      | Sedang/cukup baik  | 58     | 26,68 |
| 4      | Tidak baik         | 31     | 14,26 |
| 5      | Sangat tidak baik  | 0      | 0     |
| 6.     | Tidak tahu         | 1      | 0,46  |
| Jumlah |                    | 218    | 100   |

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai tertinggi sebesar 33,58% pengunjung berpendapat bahwa keberadaan informasi sejarah di lokasi wisata baik, 26,68% sedang/cukup baik, dan 25,3 sangat baik. Menurut Yoeti dan Oka (2002), Daya tarik wisata meliputi adanya peninggalan sejarah dan informasi sejarah.

Potensi Ekonomi adalah aksesibilitas, yaitu tingkat kemudahan mencapai lokasi wisata dengan bantuan pelayanan agen *travel*. Hasil kuisioner pengunjung menunjukkan besarnya kemudahan untuk memperoleh agen *travel* menuju lokasi wisata. Hal tersebut dijabarkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Kemudahan memperoleh agen *travel* menuju lokasi wisata

| No     | Pendapat responden | Jumlah | %     |
|--------|--------------------|--------|-------|
| 1      | Sangat mudah       | 3      | 18,75 |
| 2      | Mudah              | 8      | 50    |
| 3      | Sedang/cukup mudah | 5      | 31,25 |
| 4      | Sulit              | 0      | 0     |
| 5      | Sangat sulit       | 0      | 0     |
| Jumlah |                    | 16     | 100   |

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi sebesar 50% pengunjung berpendapat bahwa keberadaan agen *travel* untuk menuju obyek wisata Pantai Boom mudah, 31,25% sedang/cukup mudah, dan 18,75 sangat mudah. Kondisi tersebut dapat mendukung kegiatan kunjungan sekolah, karena berdasarkan wawancara langsung kepada pengelola dan pengamatan di lapangan, menunjukkan adanya kerjasama pengelola dengan sekolah untuk melakukan kunjungan wisata melalui Dinas Pendidikan, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tuban. Menurut Hidayat (2011), Kebijakan perencanaan usaha atraksi (alam dan budaya) harus didukung oleh bisnis perjalanan (*travel*).

Potensi ekologi adalah kondisi air bersih, hasil kuisioner pengunjung menunjukkan adanya kepuasan terhadap kondisi air bersih di lokasi wisata, hal tersebut dijabarkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Kondisi air bersih

| No | Pendapat responden  | Jumlah | %     |
|----|---------------------|--------|-------|
| 1  | Sangat bersih       | 37     | 17,02 |
| 2  | Bersih              | 70     | 32,2  |
| 3  | Sedang/cukup bersih | 78     | 35,88 |

|        |              |     |       |
|--------|--------------|-----|-------|
| 4      | Kotor        | 33  | 15,18 |
| 5      | Sangat kotor | 0   | 0     |
| Jumlah |              | 218 | 100   |

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi sebesar 35,88% kondisi air bersih sedang/cukup bersih dan 32,2% bersih. Hal tersebut diperkuat dengan pengamatan di lapangan, yang menunjukkan tercukupinya air bersih untuk wudhu dan toilet bagi seluruh pengunjung obyek wisata. Menurut Pearce (1989), Salah satu unsur yang harus tersedia di dalam upaya pengembangan pariwisata adalah adanya fasilitas umum, seperti air bersih, toilet umum, dan listrik. Hal tersebut didukung oleh Umardiono (2011), Salah satu faktor untuk melakukan evaluasi terhadap sumberdaya wisata adalah adanya fasilitas pendukung, seperti sumber air bersih.

Potensi Kelembagaan adalah dukungan pemerintah, yaitu besarnya kepuasan pengunjung terhadap hasil pengembangan obyek wisata yang telah dilakukan oleh pemerintah/pengelola. Hasil kuisioner pengunjung menunjukkan tingginya tingkat kepuasan pengunjung terhadap upaya pengembangan obyek wisata yang telah dilakukan oleh pengelola/pemerintah. Hal tersebut dijabarkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4. Penilaian pengunjung terhadap upaya pengembangan obyek wisata yang telah dilakukan oleh pemerintah/pengelola

| No     | Pendapat responden      | Jumlah | %     |
|--------|-------------------------|--------|-------|
| 1      | 1-2 (sangat kurang)     | 6      | 2,76  |
| 2      | 3-4 (kurang)            | 18     | 8,28  |
| 3      | 5-6 (sedang/cukup baik) | 34     | 15,64 |
| 4      | 7-8 (baik)              | 68     | 31,28 |
| 5      | 9-10 (sangat baik)      | 92     | 42,32 |
| Jumlah |                         | 218    | 100   |

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi sebesar 42,32% pengunjung berpendapat upaya pengembangan sangat baik dan 31,28% baik. Hal tersebut diperkuat oleh pengamatan di lapangan yaitu adanya kelengkapan fasilitas di lokasi wisata, seperti fasilitas informasi sejarah (replika perahu tar-tar dan relief sejarah ronggolawe, pendaratan tentara tar-tar, dan penyebaran agama islam oleh para wali; taman air mancur), *playground*, *walking track*; gardu/pendopo peristirahatan, pohon penuduh cemara laut, tempat pemancingan dan jembatan pintu keluar. Menurut Gautama (2011), Perkembangan wisata bahari dapat dinilai dari perubahan yang terjadi pada wilayah pesisir yang memiliki sesuatu kegiatan wisata yang berkesinambungan baik secara fisik, sosial dan ekonominya.

#### Posisi Nilai Faktor Internal dan Eksternal untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

##### a. Aspek Sosial

Kekuatan terbesar untuk aspek sosial berada pada adanya peran aktif Pemerintah Daerah untuk pengembangan obyek wisata dan tingginya kesadaran penduduk sekitar akan pentingnya pendidikan, kelemahan pada kepadatan penduduk tinggi dan kurangnya penelitian di lokasi wisata, peluang pada tingginya peran aktif paguyuban penyedia jasa dan mata pencaharian penduduk sekitar didominasi oleh wiraswasta yang berdagang di lokasi wisata, ancaman ada pada tingginya ketidaktahuan penyedia jasa mengenai adanya paguyuban yang menaungi mereka dan kurangnya fasilitas kesehatan untuk pengunjung. Hal tersebut dijabarkan dalam tabel 5 dan 6 sebagai berikut :

Tabel 5. Matriks IFAS (kekuatan dan kelemahan) aspek sosial Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

| Faktor-faktor strategi internal   | Bobot | Rating | B X R |
|---|-------|--------|-------|
| <b>Kekuatan</b>   |       |        |       |
| 1. Adanya peran aktif Pemerintah Daerah untuk pengembangan obyek wisata                   | 0,15  | 4      | 0,6   |
| 2. Tingginya kesadaran penyedia jasa untuk mentaati peraturan dari pengelola obyek wisata | 0,10  | 3      | 0,3   |
| 3. Tingginya solidaritas antar penyedia jasa  | 0,09  | 3      | 0,27  |
| 4. Pengelola obyek wisata sangat mengutamakan peraturan kebersihan                        | 0,10  | 4      | 0,4   |
| 5. Tingginya kesadaran penduduk sekitar akan pentingnya pendidikan                        | 0,15  | 4      | 0,6   |
| Sub total   | 0,52  |        | 2,17  |

Lanjutan Tabel 5

| Faktor-faktor strategi internal                                      | Bobot | Rating | B X R |
|--|-------|--------|-------|
| <b>Kelemahan</b>   |       |        |       |
| 1. Kurangnya variasi dan jumlah pedagang cinderamata                 | 0,15  | 4      | 0,6   |
| 2. Adanya konflik antara penyedia jasa dengan pengelola obyek wisata | 0,15  | 4      | 0,6   |
| 3. Kepadatan penduduk tinggi   | 0,02  | 2      | 0,04  |
| 4. Tingginya tingkat pengangguran                                    | 0,15  | 4      | 0,6   |
| 5. Kurangnya penelitian di lokasi wisata                             | 0,01  | 3      | 0,03  |
| Sub total  | 0,48  |        | 1,87  |
| Total  | 1,00  |        | 4,04  |

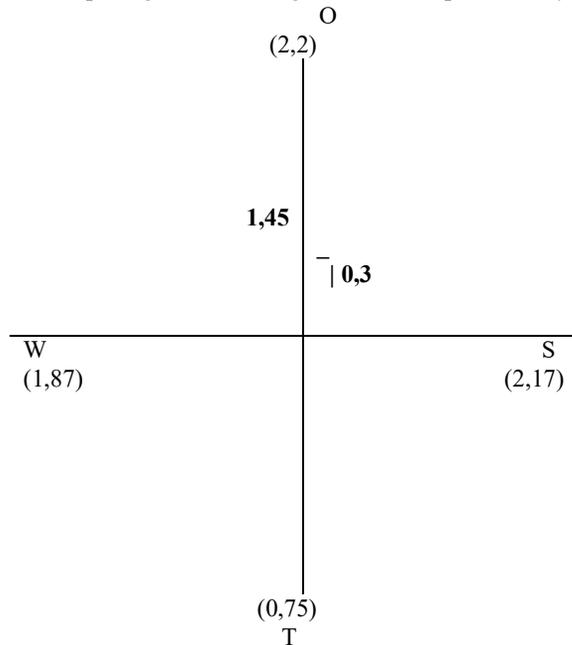
Sumber : Data primer dan sekunder yang telah diolah (2017)

Tabel 6. Matriks EFAS (peluang dan ancaman) aspek sosial Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

| Faktor-faktor strategi eksternal  | Bobot | Rating | B X R |
|---|-------|--------|-------|
| <b>Peluang</b>  |       |        |       |
| 1. Tingginya peran aktif paguyuban penyedia jasa  | 0,15  | 4      | 0,6   |
| 2. Adanya petugas kebersihan  | 0,10  | 4      | 0,4   |
| 3. Adanya kerjasama pengelola dengan sekolah melalui Dinas Pendidikan, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga untuk melakukan kunjungan wisata | 0,10  | 2      | 0,2   |
| 4. Mata pencaharian penduduk sekitar didominasi oleh wiraswasta yang berdagang di lokasi wisata   | 0,15  | 4      | 0,6   |
| 5. Adanya organisasi sosial dan kemasyrarakatan yang di bentuk oleh penduduk sekitar  | 0,10  | 4      | 0,4   |
| Sub total   | 0,60  |        | 2,2   |
| <b>Ancaman</b>  |       |        |       |
| 1. Tingginya ketidaktahuan penyedia jasa mengenai adanya paguyuban yang menaungi mereka   | 0,15  | 2      | 0,3   |
| 2. Rendahnya peran aktif pengelola obyek wisata terhadap adanya paguyuban penyedia jasa   | 0,10  | 2      | 0,2   |
| 3. Kurangnya jumlah tempat sampah untuk menampung sampah pengunjung menampung sampah pengunjung   | 0,01  | 3      | 0,03  |
| 4. Kurangnya fasilitas kesehatan untuk pengunjung   | 0,10  | 1      | 0,1   |
| 5. Kurangnya peran aktif pihak kelurahan terhadap kondisi warga   | 0,04  | 3      | 0,12  |
| Sub total   | 0,40  |        | 0,75  |
| Total   | 1,00  |        | 2,95  |

Sumber : Data primer dan sekunder yang telah diolah (2017)

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat digambarkan diagram SWOT aspek sosial, yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram analisis SWOT aspek sosial

Diagram tersebut menunjukkan bahwa Obyek Wisata Pantai Boom Tuban berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pengembangan (*growth*) sebagai potensi sosial wisata bahari.

**b. Aspek Ekonomi**

Kekuatan terbesar untuk aspek ekonomi berada pada keberadaan obyek wisata telah mampu meningkatkan PAD Kabupaten Tuban dan pengelola obyek wisata telah melakukan upaya promosi wisata, kelemahan pada rendahnya minat pengunjung untuk membeli oleh-oleh dan rendahnya pendapatan pengelola non PNS, peluang pada rata-rata pendapatan penyedia jasa di atas UMK Tuban dan besarnya daya tarik keberadaan obyek wisata terhadap perpindahan profesi masyarakat menjadi penyedia jasa di lokasi wisata, ancaman ada pada kurangnya dukungan pengelola obyek wisata akan keberadaan koperasi untuk penyedia jasa dan kurangnya peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa. Hal tersebut dijabarkan dalam tabel 7 dan 8 sebagai berikut :

Tabel 7. Matriks IFAS (kekuatan dan kelemahan) aspek ekonomi Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

| Faktor-faktor strategi internal   | Bobot | Rating | B X R |
|---|-------|--------|-------|
| <b>Kekuatan</b>   |       |        |       |
| 1. Tercukupinya jumlah pengelola obyek wisata                           | 0,10  | 3      | 0,3   |
| 2. Biaya wisata terjangkau  | 0,10  | 1      | 0,10  |
| 3. Pengelola obyek wisata telah melakukan upaya promosi wisata          | 0,20  | 4      | 0,8   |
| 4. Keberadaan obyek wisata telah mampu meningkatkan PAD Kabupaten Tuban | 0,30  | 4      | 1,2   |
| Sub total   | 0,70  |        | 2,4   |
| <b>Kelemahan</b>  |       |        |       |
| 1. Adanya retribusi kebersihan dari paguyuban untuk penyedia jasa       | 0,01  | 4      | 0,04  |
| 2. Rendahnya minat pengunjung untuk membeli oleh-oleh                   | 0,06  | 3      | 0,18  |
| 3. Belum adanya tempat yang layak untuk penyedia jasa                   | 0,20  | 4      | 0,8   |
| 4. Rendahnya pendapatan pengelola non PNS                               | 0,03  | 3      | 0,09  |
| Sub total   | 0,30  |        | 1,11  |
| Total   | 1,00  |        | 3,51  |

Sumber : Data primer dan sekunder yang telah diolah (2017)

Tabel 8. Matriks EFAS (peluang dan ancaman) aspek ekonomi Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

| Faktor-faktor strategi eksternal  | Bobot | Rating | B X R |
|---|-------|--------|-------|
| <b>Peluang</b>  |       |        |       |
| 1. Besarnya kemampuan obyek wisata untuk menciptakan lapangan pekerjaan   | 0,10  | 2      | 0,2   |
| 2. Rata-rata pendapatan penyedia jasa di atas UMK Tuban   | 0,20  | 4      | 0,8   |
| 3. Adanya kenaikan pendapatan untuk penyedia jasa (pekerja sambilan) di lokasi wisata                                       | 0,05  | 1      | 0,05  |
| 4. Besarnya daya tarik keberadaan obyek wisata terhadap perpindahan profesi masyarakat menjadi pelaku jasa di lokasi wisata | 0,20  | 4      | 0,8   |
| Sub total   | 0,55  |        | 1,5   |
| <b>Ancaman</b>  |       |        |       |
| 1. Kurangnya pengetahuan penyedia jasa mengenai prosedur pemberian ijin berdagang di lokasi wisata                          | 0,05  | 2      | 0,1   |
| 2. Kurangnya dukungan pengelola akan keberadaan koperasi  | 0,10  | 2      | 0,2   |
| 3. Kurangnya fungsi koperasi  | 0,10  | 2      | 0,2   |
| 4. Kurangnya peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa   | 0,20  | 1      | 0,2   |
| Sub total   | 0,45  |        | 0,7   |
| Total   | 1,00  |        | 2,2   |

Sumber : Data primer dan sekunder yang telah diolah (2017)

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat digambarkan diagram SWOT aspek ekonomi, yaitu sebagai berikut :

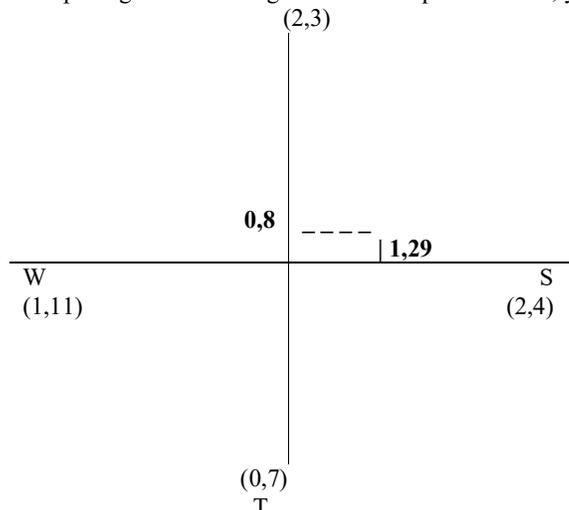


Diagram 2. Analisis SWOT aspek ekonomi

Diagram tersebut menunjukkan bahwa Obyek Wisata Pantai Boom Tuban berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pengembangan (*growth*) sebagai potensi ekonomi wisata bahari.

### c. Aspek Ekologi

Kekuatan terbesar untuk aspek ekologi berada pada potensi sumberdaya alam yang menjadi daya tarik terbesar kedatangan pengunjung dan adanya upaya peningkatan sarana dan prasarana oleh pengelola obyek wisata, kelemahan pada belum maksimalnya upaya pengelola obyek wisata untuk memulihkan kondisi lingkungan yang telah mengalami kerusakan dan pengelola belum mempunyai rencana pengembangan wisata ke depan, peluang pada besarnya pengaruh letak strategis lokasi wisata sebagai pusat perputaran ekonomi Kabupaten Tuban dengan keberadaan penyedia jasa dan tingginya tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi kebersihan di lokasi wisata, ancaman ada pada adanya sampah bawaan dari penduduk (sampah rumah tangga) yang mencemari laut dan sumberdaya ikan rendah. Hal tersebut dijabarkan dalam tabel 9 dan 10 sebagai berikut :

Tabel 9. Matriks IFAS (kekuatan dan kelemahan) aspek ekologi Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

| Faktor-faktor strategi internal  | Bobot | Rating | B X R |
|--|-------|--------|-------|
| <b>Kekuatan</b>  |       |        |       |
| 1. Potensi sumberdaya alam yang menjadi daya tarik terbesar kedatangan pengunjung  | 0,20  | 4      | 0,8   |
| 2. Lokasi wisata strategis   | 0,10  | 2      | 0,2   |
| 3. Adanya upaya peningkatan sarana dan prasarana oleh pengelola  | 0,15  | 3      | 0,45  |
| 4. Tingginya potensi sejarah lokasi wisata   | 0,10  | 2      | 0,2   |
| Sub total  | 0,55  |        | 1,65  |
| <b>Kelemahan</b>   |       |        |       |
| 1. Rendahnya daya tarik pengunjung terhadap keberadaan peninggalan sejarah (sumur <i>tirtha jaladhi</i> ) di lokasi wisata | 0,01  | 1      | 0,01  |
| 2. Keberadaan aturan tertulis yang telah disediakan oleh pengelola kurang tersampaikan ke pengunjung obyek wisata          | 0,04  | 3      | 0,12  |
| 3. Belum maksimalnya upaya pengelola untuk memulihkan kondisi lingkungan yang telah mengalami kerusakan                    | 0,20  | 1      | 0,20  |
| 4. Pengelola belum mempunyai rencana pengembangan wisata ke depan  | 0,20  | 1      | 0,20  |
| Sub total  | 0,45  |        | 0,53  |
| Total  | 1,00  |        | 2,18  |

Sumber : Data primer dan sekunder yang telah diolah (2017)

Tabel 10. Matriks EFAS (peluang dan ancaman) aspek ekologi Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

| Faktor-faktor strategi eksternal  | Bobot | Rating | B X R |
|---|-------|--------|-------|
| <b>Peluang</b>  |       |        |       |
| 1. Tingginya tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi kebersihan  | 0,20  | 4      | 0,8   |
| <b>Lanjutan Tabel 10</b>  |       |        |       |
| Faktor-faktor strategi eksternal  | Bobot | Rating | B X R |
| lokasi wisata   |       |        |       |
| 2. Besarnya pengaruh letak strategis lokasi wisata sebagai pusat perputaran ekonomi Kabupaten Tuban dengan keberadaan penyedia jasa | 0,20  | 4      | 0,8   |
| 3. Mayoritas penyedia jasa bertempat tinggal di sekitar lokasi wisata   | 0,15  | 3      | 0,45  |
| 4. Sampah dari pengunjung telah di bedakan menurut jenisnya   | 0,10  | 2      | 0,2   |
| Sub total   |       |        | 2,25  |
| <b>Ancaman</b>  |       |        |       |
| 1. Adanya sampah bawaan dari penduduk (sampah rumah tangga) yang mencemari laut   | 0,20  | 1      | 0,20  |
| 2. Tidak adanya pengolahan sampah, sampah langsung di buang ke TPA  | 0,04  | 3      | 0,12  |
| 3. Kurangnya pengairan untuk penduduk sekitar   | 0,01  | 3      | 0,03  |
| 4. Sumberdaya ikan rendah   | 0,10  | 1      | 0,10  |
| Sub total   | 0,35  |        | 0,45  |
| Total   | 1,00  |        | 2,7   |

Sumber : Data primer dan sekunder yang telah diolah (2017)

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat digambarkan diagram SWOT, yaitu sebagai berikut :

(O)

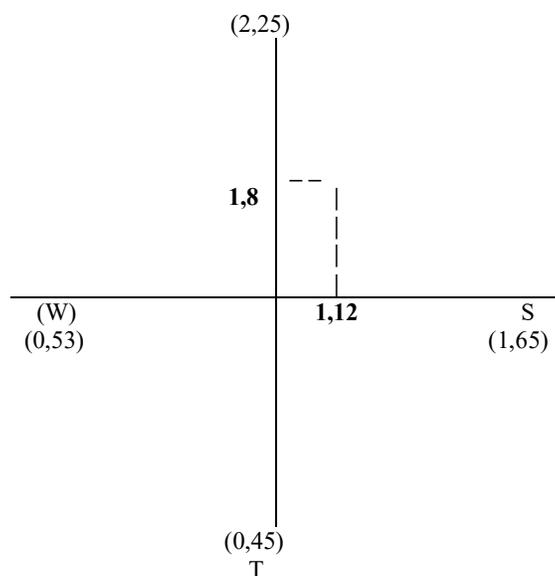


Diagram 3. Analisis SWOT aspek ekologi

Diagram tersebut menunjukkan bahwa Obyek Wisata Pantai Boom Tuban berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pengembangan (*growth*) sebagai potensi ekologi wisata bahari.

### Strategi pengembangan Obyek Wisata Pantai Boom Tuban

Tabel 11. Matriks SWOT aspek sosial, ekonomi dan ekologi

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>Faktor-faktor internal</b>   | <b>(S) Strength (Kekuatan)</b><br>1. Adanya peran aktif Pemerintah Daerah untuk pengembangan obyek wisata<br>2. Tingginya kesadaran penduduk sekitar akan pentingnya pendidikan<br>3. Keberadaan obyek wisata telah mampu meningkatkan PAD Kabupaten Tuban<br>4. Pengelola obyek wisata telah melakukan upaya promosi wisata<br>5. Potensi sumberdaya alam yang menjadi daya tarik terbesar kedatangan pengunjung<br>6. Adanya upaya peningkatan sarana dan prasarana oleh pengelola obyek wisata   | <b>(W) Weakness (Kelemahan)</b><br>1. Kepadatan penduduk tinggi<br>2. Kurangnya penelitian di lokasi wisata<br>3. Rendahnya minat pengunjung untuk membeli oleh-oleh<br>4. Rendahnya pendapatan pengelola non PNS<br>5. Belum maksimalnya upaya pengelola obyek wisata untuk memulihkan kondisi lingkungan yang telah mengalami kerusakan<br>6. Pengelola belum mempunyai rencana pengembangan wisata ke depan   |
| <b>Faktor-faktor eksternal</b>  | <b>Strategi SO</b><br>1. Melakukan kerjasama antara Pemerintah Daerah dengan paguyuban penyedia jasa untuk mengadakan kegiatan pengembangan penyedia jasa<br>2. Mengikutsertakan masyarakat sekitar dalam upaya pengembangan penyedia jasa<br>3. Meningkatkan peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa dengan menyediakan toko/kios<br>4. Mengoptimalkan upaya promosi wisata<br>5. Meningkatkan peran aktif pengelola obyek wisata terhadap upaya perlindungan SDA di lokasi wisata<br>6. Mengoptimalkan upaya peningkatan sarana dan prasarana, khususnya yang menyangkut kebersihan obyek wisata, seperti tempat sampah dan petugas kebersihan | <b>Strategi WO</b><br>1. Adanya peran aktif pengurus paguyuban penyedia jasa untuk menekan pertumbuhan penduduk<br>2. Adanya peran aktif pengelola obyek wisata untuk mengikutsertakan masyarakat sekitar dalam upaya pengembangan obyek wisata<br>3. Meningkatkan peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa dengan menghimbau untuk menyediakan barang dagangan yang merupakan ciri khas oleh-oleh Tuban<br>4. Mengoptimalkan peran aktif pengelola dalam upaya pengembangan obyek wisata untuk meningkatkan kedatangan pengunjung setiap tahunnya<br>5. Adanya kerjasama antara pengelola obyek wisata dengan pihak Kelurahan untuk menyediakan petugas kebersihan bagi masyarakat sekitar<br>6. Adanya peran aktif pengelola untuk membuat rencana pengembangan wisata ke depan yang salah satunya menyangkut upaya pengoptimalan kondisi kebersihan lokasi wisata |
| <b>(O) Opportunity (Peluang)</b><br>1. Tingginya peran aktif paguyuban penyedia jasa<br>2. Mata pencaharian penduduk sekitar didominasi oleh wiraswasta yang berdagang di lokasi wisata<br>3. Rata-rata pendapatan penyedia jasa di atas UMK Tuban<br>4. Besarnya daya tarik keberadaan obyek wisata terhadap perpindahan profesi masyarakat menjadi penyedia jasa di lokasi wisata<br>5. Besarnya pengaruh letak strategis lokasi wisata sebagai pusat perputaran ekonomi Kabupaten Tuban dengan keberadaan penyedia jasa<br>6. Tingginya tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi kebersihan di lokasi wisata |   |  |

| <b>(T) Threats (Ancaman)</b>   | <b>Strategi ST</b>  | <b>Strategi WT</b>  |
|--|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingginya ketidaktahuan penyedia jasa mengenai adanya paguyuban yang menaungi mereka</li> <li>2. Kurangnya fasilitas kesehatan untuk pengunjung</li> <li>3. Kurangnya dukungan pengelola obyek wisata akan keberadaan koperasi untuk penyedia jasa</li> <li>4. Kurangnya peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa</li> <li>5. Adanya sampah bawaan dari penduduk (sampah rumah tangga) yang mencemari laut</li> <li>6. Sumberdaya ikan rendah</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya peran aktif Pemerintah Daerah untuk mengadakan sosialisasi mengenai keberadaan paguyuban penyedia jasa</li> <li>2. Adanya peran aktif pengelola obyek wisata untuk membuka lowongan pekerjaan menjadi tenaga medis di lokasi wisata, yang penerimaannya dikhususnya untuk penduduk sekitar</li> <li>3. Meningkatkan dukungan pengelola obyek wisata terhadap keberadaan koperasi untuk penyedia jasa dengan menyediakan koperasi khusus bagi mereka</li> <li>4. Meningkatkan peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa dengan membantu mencari <i>supplier</i> barang oleh-oleh</li> <li>5. Mengoptimalkan peran aktif pengelola untuk selalu menjaga kebersihan lokasi wisata dengan mengadakan kerja bhakti pembersihan sampah di laut, yang diikuti oleh pengelola, penyedia jasa dan masyarakat sekitar</li> <li>6. Adanya peran aktif pengelola obyek wisata untuk menyediakan fasilitas bagi nelayan Pantai Boom dengan menyediakan keramba jaring apung</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya peran aktif Pemerintah Daerah untuk melakukan kerjasama dengan pengurus paguyuban dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat sekitar, yang bertujuan untuk menekan jumlah penduduk</li> <li>2. Meningkatkan peran aktif pengelola dalam upaya peningkatan jumlah penelitian di lokasi wisata dengan menyediakan tenaga medis dan melengkapi peralatan kesehatan</li> <li>3. Meningkatkan dukungan pengelola obyek wisata terhadap keberadaan koperasi bagi penyedia jasa dengan melakukan promosi wisata kepada salah satu koperasi yang sudah berkompeten dalam melakukan upaya pengembangan penyedia jasa, khususnya penyedia jasa di lokasi wisata</li> <li>4. Meningkatkan peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa dengan mempermudah perijinan berdagang di lokasi wisata</li> <li>5. Adanya kerjasama antara pengelola obyek wisata dengan pihak Kelurahan untuk menyediakan tempat penampungan sampah sementara bagi masyarakat sekitar</li> <li>6. Adanya peran aktif pengelola obyek wisata untuk membuat rencana pengembangan wisata ke depan yang salah satunya menyangkut upaya peningkatan produksi ikan bagi nelayan di Pantai Boom</li> </ol> |

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil matriks SWOT aspek sosial, ekonomi dan ekologi, didapatkan beberapa keputusan yang dapat diambil sebagai acuan untuk pengembangan Obyek Wisata Pantai Boom Tuban, yaitu meningkatkan peran aktif pemerintah/pengelola terhadap pengunjung, penyedia jasa, paguyuban penyedia jasa, masyarakat sekitar, dan nelayan, yang menyangkut kebersihan, kesehatan, perlindungan SDA, promosi wisata, kegiatan pelatihan, penyediaan toko/kios, koperasi, barang oleh-oleh, sosialisasi keberadaan paguyuban, penekanan pertumbuhan penduduk, lowongan pekerjaan, dan penyediaan keramba jaring apung.

Matriks SWOT pada intinya adalah mengkombinasikan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dalam sebuah matriks. Dengan demikian, matriks tersebut terdiri atas empat kuadran, dimana tiap-tiap kuadran memuat masing-masing strategi. Matriks SWOT merupakan pendekatan yang paling sederhana dan cenderung bersifat subyektif-kualitatif. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Keseluruhan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi dalam matriks EFAS dan IFAS dikelompokkan dalam matriks SWOT yang kemudian secara kualitatif dikombinasikan untuk menghasilkan klasifikasi strategi yang meliputi empat set kemungkinan alternatif strategi (Kurmiawan, 2011).

Pengelola obyek wisata dan Pemerintah Daerah bertugas untuk mengordinasi penyelenggaraan pariwisata untuk meningkatkan daya tarik objek wisata, yang pengelolaannya mengacu pada prinsip penekanan nilai kelestarian sumberdaya alam, komunitas dan nilai sosial yang dapat menjadikan wisatawan merasa nyaman dalam menikmati kegiatan wisata, serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas sosial yaitu penyedia jasa dan masyarakat sekitar lokasi wisata (Siam, 2015).

**4. Kesimpulan**

Potensi sosial terbesar berada pada kondisi sarana informasi sejarah, potensi ekonomi pada biaya wisata, potensi ekologi pada kondisi air bersih dan potensi kelembagaan ada pada upaya pengembangan obyek wisata yang telah dilakukan oleh pemerintah/pengelola. Nilai faktor internal dan eksternal berada pada posisi mendukung strategi ofensif, yaitu memanfaatkan potensi dan peluang yang ada untuk pengembangan obyek wisata, didapatkan selisih nilai secara berurutan untuk faktor internal 0,3;1,29;1,12, dan faktor eksternal 1,45;0,8;1,8, dengan kekuatan dan ancaman terbesar berada pada aspek ekonomi, sedangkan kelemahan dan peluang berada pada aspek ekologi. Strategi pengembangan obyek wisata dilakukan dengan menjalin kerjasama antara Pemerintah Daerah dengan paguyuban penyedia jasa untuk mengadakan kegiatan pengembangan penyedia jasa dan meningkatkan peran aktif pengelola obyek wisata terhadap keberadaan penyedia jasa dengan menyediakan toko/kios dan dalam upaya perlindungan sumberdaya alam di lokasi wisata

**Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ir. Suryanti, MPi. selaku dosen penguji atas masukannya kepada penulis dalam pelaksanaan penulisan skripsi ini, ayah dan mama yang tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan dan kasih sayang kepada penulis, serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan penelitian ini.

**Daftar Pustaka**

- Abdillah, D. 2016. *Pengembangan Wisata Bahari di Pesisir Pantai Teluk Lampung*. Jurnal Destinasi Kepariwisataaan Indonesia., 1(1).
- Hidayat, M. 2011. *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Obyek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)*. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal.*, 1(1):33.
- Gautama, I. G. 2011. *Evaluasi Perkembangan Wisata Bahari di Panatai Sanur*. Program Magister Program Studi Kajian Wisata Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar.
- Kurniawan, L. 2011. *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP)., 1(4):135-143.
- Pearce, D. 1989. *Applied Geography Tourist Development*. New York. Longman Inc.
- Siam, N. 2015. *Peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lingga dalam Pengembangan Obyek Wisata*. Jurnal Ipteks Terapan, *Research of Applied Science and Education.*, 8:210-221.
- Sediawati, E. 1997. *Tuban Kota Pelabuhan di Jalan Sutra*. CV. Putra Sejati Raya. Jakarta.
- Umardiono. 2011. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Yoeti, S dan O. Prasetya. 2002. *Ekonomi Pariwisata : Introduksi, Informasi dan Aplikasi*. PT. Kompas Media Nusantara. Jakarta.