

STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI NIMTUKA SEBAGAI POTENSI WISATA BERBASIS MASYARAKAT DI DESA BONE, KABUPATEN KUPANG

Martarida Bagaihing¹, Christina Mariana Mantolas², Yudha Eka Nugraha³

Politeknik Negeri Kupang

E-mail: eedatha@gmail.com, mantolaschristina@gmail.com, yudhaekanugraha@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi di Pantai Nimtuka Desa Bone sehingga dapat dikembangkan menjadi suatu daerah tujuan wisata, serta mengetahui strategi pengembangan Pantai Nimtuka yang berbasis masyarakat di Desa Bone, Kecamatan Nekamese, Kabupaten Kupang. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan observasi. Alat analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan potensi wisata berbasis masyarakat di Pantai Nimtuka adalah analisis SWOT dengan melihat matriks SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan matriks SWOT strategi pengembangan potensi wisata berbasis masyarakat di Pantai Nimtuka dapat dirumuskan untuk menjadikan Pantai Nimtuka sebagai *sport tourism* menambah fasilitas pendukung, mendorong pemerintah daerah untuk meningkatkan akses jalan, menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah, menambah sumber daya manusia, meningkatkan media promosi melalui media social, dan menjaga nilai-nilai budaya.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Pariwisata Berbasis Masyarakat, Potensi Wisata

Abstract

This study aims to determine the potential of Nimtuka Beach in Bone Village so that it can be developed into a tourist destination, as well as to determine community-based development strategies for Nimtuka Beach in Bone Village, Nekamese District, Kupang Regency. This type of research uses descriptive qualitative, with the informant collection technique using purposive sampling technique. Data collection techniques were carried out by interviews, documentation, literature study, and observation. The analytical tool used to formulate a community-based tourism potential development strategy at Nimtuka Beach is a SWOT analysis by looking at the SWOT matrix. Based on the results of the SWOT analysis and the SWOT matrix, a community-based tourism potential development strategy at Nimtuka Beach can be formulated to make Nimtuka Beach a sport tourism, add supporting facilities, encourage local governments to improve road access, collaborate with local governments, increase human resources, increase promotional media through social media, and maintain cultural values.

Keywords: Development Strategy, Community Based Tourism, Tourism Potential

PENDAHULUAN

Pariwisata mendorong pertumbuhan ekonomi, dimana wisatawan mengkonsumsi banyak layanan dan produk di daerah tujuan wisata. Pariwisata yang berbasis masyarakat dianggap sebagai upaya dalam memberikan alternative pilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Wisatawan selama ini berorientasi pada kegiatan pariwisata modern yang lebih berbasis pada perkembangan teknologi. Sedangkan model pariwisata yang berorientasi

pada masyarakat merupakan bagian dari praktik pariwisata yang secara praktis memberikan pembaharuan dalam sector pariwisata (Zubair, 2017). Berbagai pendekatan perlu dilakukan secara bersama-sama baik dari segi lingkungan maupun dari masyarakat local serta pemanfaatan ekonomi sehingga mencapai tujuan yaitu mensejahterakan masyarakat local suatu daerah wisata. Upaya ini perlu dilakukan sebagai langkah awal untuk menggali, memanfaatkan, memberdayakan, serta

mengoptimalkan potensi kepariwisataan yang ada di suatu destinasi pariwisata dengan prinsip berkelanjutan. Pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat dan kebudayaan mulai dilirik berbagai daerah sebagai daya tarik pariwisata.

Pantai Nimtuka terletak di Desa Bone, Kecamatan Nekamese, Kabupaten Kupang. Akses Jalan yang tidak begitu baik dari Kota Kupang menuju Pantai Nimtuka. Pantai Nimtuka ini memang belum dikenal seperti halnya pantai-pantai lainnya yang berada di wilayah Kabupaten Kupang. Saat ini sudah banyak wisatawan memilih untuk berwisata di Pantai Nimtuka dengan keindahan pantainya yang masih alami. Sisi kiri terbentang hamparan pasir yang luas sementara sisi kanan terdapat bebatuan karang. Bebatuan karang pantai ini menjadi daya pikat tersendiri. Bukit disisi kanan ini juga menjadi spot menarik untuk menyaksikan pantai dari ketinggian. Pengunjung dapat bebas melakukan aktivitasnya seperti berkemah, rekreasi, berenang, memancing, bermain pasir, bermain sepak bola, dan bermain volley pantai, serta tidak kalah menarik adalah dengan berfoto dan mengunduhnya ke media sosial.

Pantai Nimtuka apabila dikelola dengan baik akan menjadi objek wisata yang berguna bagi Desa Bone, tetapi untuk menunjang adanya hal itu pemerintah juga harus melindungi serta melestarikan pantai. Tetapi berdasarkan kenyataan yang ada bahwa Pantai Nimtuka terdapat banyak masalah. Adapun yang menjadi masalah yang ada di Pantai Nimtuka yaitu, masyarakat masih minim dalam kemampuan dan keahlian yang berkualitas untuk mengelola atau terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata, kurangnya fasilitas dan infrastruktur dipantai misalnya akses jalan menuju pantai yang masih kurang baik, keadaan jalan yang sempit, serta kurangnya promosi Pantai Nimtuka juga belum begitu baik sehingga menyebabkan Pantai Nimtuka tidak bisa menjadi objek wisata yang menjanjikan untuk wilayah tersebut.

Objek wisata Pantai Nimtuka yang masih baru ini patut diperkenalkan di daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur. Bahkan tidak dapat dipungkiri bahwa dapat juga diperkenalkan kepada dunia, sehingga dibutuhkan komunikasi

pemasaran pariwisata agar banyak orang tahu tentang keberadaan Pantai Nimtuka ini. Saat ini Pantai Nimtuka banyak dikunjungi warga baik dari desa-desa sekitar, tetangga kecamatan lainnya, bahkan warga kota kupang pun tak kalah untuk datang mengunjungi objek Pantai Nimtuka yang masih baru ini.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemerintah dan masyarakat Desa Bone dalam mengambil tindakan suatu strategi pengembangan potensi wisata yang ada di pantai Nimtuka dengan berbasis masyarakat dan juga mengetahui apa saja potensi-potensi yang ada di pantai Nimtuka. Karena dengan semakin banyak kunjungan wisatawan maka akan ada berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkannya.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* dan *strategia*, yang bermakna pengetahuan dan seni mengenai sumber-sumber yang tersedia dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang diinginkan

(Chandradhy dalam Zulham, 2011: 32). Strategi adalah pola tujuan serta kebijakan dan rencana besar dalam mencapai tujuan tersebut, yang disusun sedemikian rupa sehingga mampu mendefinisikan bisnis perusahaan atau akan menjadi apa perusahaan tersebut serta jenis perusahaan apa yang diinginkan (Anthony dalam Elhamma, 2013: 2).

Rangkuti (dalam Nainggolan dan Kampana, 2015:46) mengemukakan strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Menurut Siagian (2016:29), strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2016:4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Pemahaman yang baik mengenai

konsep strategi dan konsep–konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun. Konsep–konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi sebagai rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai taktik dan strategi sebagai perspektif (Mintzberg dalam Dayansyah, 2014:4-5).

1. Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan: sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.
2. Strategi sebagai pola adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana ataupun diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksud maka strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
3. Strategi sebagai posisi adalah menentukan produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen ataupun para penentu kebijakan sebuah strategi utamanya ditentukan oleh faktor–faktor eksternal.
4. Strategi sebagai taktik merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).
5. Strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

Berdasarkan definisi menurut beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu upaya atau cara yang digunakan seseorang atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan dengan efektif dan efisien.

B. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata menurut Swarbrooke (dalam Soeda dkk 2017: 6) merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda–benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi (Barreto dan Giantari, 2015:34). Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.

Suryadana (Putra, 2019) menjelaskan beberapa komponen dasar pariwisata yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata. Komponen tersebut antara lain:

1. Daya Tarik (*Attraction*). Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Indikatornya adalah:
 - a. *Something to See* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata.
 - b. *Something to Do* adalah agar wisatawan bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia,

dan relax.

- c. *Something to Buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut sehingga bisa dijadikan sebagai ole-ole.

2. Aksesibilitas (*Accessibilities*). Dalam hal ini dimaksudkan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah mencapai tempat wisata tersebut. Objek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu objek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana objek wisata tersebut. Indikatornya adalah:

- a. Jalan raya
- b. Sistem telekomunikasi
- c. Transportasi
- d. Pelayanan (pos penjaga objek wisata, pusat informasi)

3. Fasilitas (*Amenities*) Fasilitas yang tersedia di daerah objek wisata seperti akomodasi dan restoran. Fasilitas menjadi salah satu syarat Daerah Tujuan Wisata (DTW). Dengan adanya fasilitas, maka wisatawan dapat tinggal lebih lama di daerah tersebut. Indikatornya adalah:

- a. Fasilitas penginapan (hotel, villa, pondok, restoran).
- b. Fasilitas kamar mandi umum.
- c. Fasilitas parkir.

4. Lembaga Pengelola (*Institutions*). Aspek berikut ini mengacu kepada adanya lembaga atau organisasi yang mengolah objek wisata tersebut. Wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan kenyamanan (*Protection of Tourism*) dan terlindungi baik melaporkan maupun mengajukan suatu kritik dan saran mengenai keberadaan mereka selaku pengunjung atau orang yang bepergian. Indikatornya adalah:

- a. Pihak pemerintah

b. Pihak swasta

c. Investor

C. Potensi Wisata

Potensi dalam kepariwisataan dapat diartikan sebagai modal atau asset yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata (DTW) dan eksplotasi untuk kepentingan ekonomi yang secara ideal terangkum didalamnya perhatian terhadap aspek-aspek sosial dan budaya. Dalam pustaka kepariwisataan diidentifikasi bahwa menifestasi dari potensi wisata adalah segala atraksi yang dimiliki oleh suatu wilayah atau secara riilnya objek wisata. Jadi secara konkritnya potensi wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi andalan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Daya tarik ini yang sengaja ditonjolkan dan mempunyai makna yang dapat diambil bahwa potensi wisata tidak lebih merupakan identifikasi atraksi wisata sehingga perlu kiranya diungkap tentang atraksi wisata.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahwa potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan daya. Kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Sukardi (dalam Paat 2014:16) mengungkapkan pengertian potensi wisata adalah sebagai segala yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut. Paat (2014:16) juga mengungkapkan hal yang sama mengenai potensi wisata, yaitu sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah objek wisata. Jadi yang dimaksud dengan potensi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di objek wisata yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik agar wisatawan mau berkunjung ke tempat tersebut. Menurut Paat (2014: 6-17) potensi wisata dibagi menjadi tiga macam, yaitu: potensi alam, potensi kebudayaan dan potensi manusia.

- a. Potensi Alam adalah keadaan dan jenis flora dan faunasuatu daerah, bentang alam suatu daerah, misalnya pantai, hutan, gunung, sungai, dan lain-lain (keadaan fisik suatu daerah). Kelebihan

dan keunikan yang dimiliki oleh alam jika dikembangkan dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya niscaya akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke obyek tersebut.

- b. Potensi Kebudayaan Potensi kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia baik berupa adat-istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah nenek moyang berupa bangunan, monument, dan lain-lain.
- c. Potensi buatan manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. (Sugiyono, 2018). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah dimana peneliti sebagai instrument, teknik analisis data dan dianalisis yang bersifat kualitatif menekankan pada makna. Karena data yang akan diperoleh di lapangan lebih banyak bersifat informasi dan keterangan bukan dalam bentuk simpul atau angka yang diperoleh dari beberapa informan atau masyarakat yang ada di sekitar lokasi terkait penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penentuan sampel atau informan menggunakan teknik *purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, seperti orang yang dianggap tahu tentang apa yang diharapkan (Sugiyono, 2015: 300). Subjek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Kepala Dinas Pariwisata Kab. Kupang, Kepala Desa Bone, 3 orang tokoh masyarakat, 3 orang Wisatawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Data penelitian yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan triangulasi data kemudian dilakukan analisis SWOT untuk menentukan strategi-strategi pengembangan potensi wisata Pantai Nimtuka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Nimtuka adalah salah satu pantai yang pada saat ini ramai dikunjungi wisatawan yang ada di Desa Bone. Desa ini adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Nekamese, Kabupaten Kupang. Dilihat dari kondisi wilayah, penduduk yang bermukim di Desa Bone mempunyai mata pencaharian yang beragam (heterogen) seperti: petani, PNS, pedagang, peternak, nelayan, dan lain – lain. Tetapi pada umumnya bermata pencaharian sebagai petani. (Sumber: Kantor Desa Bone, 2022).

Daya tarik wisata yang menarik di Desa Bone ini terletak di Dusun Banbiu yaitu Nimtuka. Nama Nimtuka ini mempunyai arti dalam Bahasa Dawan dalam dua kata yaitu Nimaf dan Tuka, Nimaf yaitu kali atau kolam sedangkan kata Tuka berarti pendek jadi Nimtuka berarti kali yang pendek.

Pantai Nimtuka menjadi daya tarik wisata pantai yang ramai dikunjungi, pantai ini memiliki potensi wisata yang harus dikembangkan dan dilestarikan karena panorama alam yang indah dengan hamparan pasir putih kecoklatan, air laut yang tenang dan terdapat bebatuan karang, dan juga memiliki sebuah bukit kecil yang menjadikan spot menarik untuk menyaksikan pantai dari ketinggian sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi sebuah daya tarik wisata. Selain panorama alamnya yang indah Pantai Nimtuka ini juga merupakan salah satu pantai yang sangat aman dan dapat memberikan rasa nyaman bagi wisatawan yang berkunjung karena masyarakat yang sangat ramah.

Saat ini Pantai Nimtuka belum memiliki fasilitas karena belum dikembangkan oleh pihak pemerintah dan masyarakat sekitar. Pantai ini berjarak 20 km dari Kota Kupang. Kondisi jalan ke Pantai Nimtuka dari arah Kota Kupang sudah bagus namun jalan menuju ke Pantai Nimtuka masih beebentuk jalan berbatu. Potensi-potensi wisata di Pantai Nimtuka juga masih belum bisa dimaksimalkan karena pola pikir masyarakat yang masih rendah, atraksi wisata yang belum dikelola, belum adanya fasilitas yang memadai, dan juga akses jalan yang jelek sehingga dibutuhkan strategi pengembangan pariwisata yang lebih baik pada Pantai Nimtuka.

A. Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Bone

Pantai Nimtuka merupakan salah satu pantai yang berada di Desa Bone Kecamatan Nekamese, Kabupaten Kupang. Pantai ini memiliki potensi yang sangat besar karena keindahan alamnya yang indah dan pasir putih kecoklatan, adanya sebuah bukit yang tinggi sehingga wisatawan dapat melihat Pantai Nimtuka dari tempat ketinggian sehingga membuat pantai ini beda dari pantai yang lain. Pantai ini sangat baik untuk dikembangkan menjadi sebuah daya tarik wisata. Namun di Pantai Nimtuka belum ada pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, pemerintah desa dan masyarakat sekitar.

1. Mengikutsertakan masyarakat terlibat dalam pengambilan keputusan

Untuk pengembangan daya tarik wisata di Pantai Nimtuka ini tentunya ada peran penting dalam masyarakat setempat. Partisipasi masyarakat yang ada akan meningkatkan pemberdayaan warga dalam pengembangan daya tarik wisata secara bersama.

2. Kepastian masyarakat menerima manfaat dari kegiatan pariwisata

Suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di suatu daerah tujuan pariwisata yang mencerminkan suasana yang akrab, terbuka, dan penerimaan yang tinggi akan memberikan perasaan nyaman, perasaan diterima, bagi wisatawan yang berkunjung. Dengan adanya pengembangan Pantai Nimtuka sebagai daya tarik wisata kepastian dari masyarakat untuk menerima manfaat dari kegiatan ini berdampak baik bagi perekonomian masyarakat setempat.

3. Memelihara karakter dan budaya lokal

Kehidupan manusia dikelilingi oleh budaya, hal ini karena disebabkan oleh karena manusia selalu berupaya untuk mempertahankan eksistensinya dalam kehidupan yang harus mengharuskan selalu bersentuhan dengan lingkungan sekitar, baik lingkungan fisik maupun non fisik.

B. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui gambaran kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) yang ada dalam pengembangan sebuah daya tarik wisata yang ada di Pantai Nimtuka.

Berdasarkan analisis matriks SWOT di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pantai Nimtuka dapat menjadi daya tarik wisata yang menarik di Kabupaten Kupang. Pengembangan Pantai Nimtuka dapat dilakukan dengan memperhatikan strategi-strategi yang dapat diterapkan di Pantai Nimtuka yaitu:

1. Mendorong pemerintah daerah dan pemerintah desa untuk melakukan pengembangan yang lebih baik di Pantai Nimtuka. Dukungan dari pemerintah sangat diperlukan bagi masyarakat sekitar pantai Nimtuka dalam mendukung pengembangan daya tarik wisata ini. Pemberian pelatihan dan juga subsidi pemerintah dalam pemberian modal usaha untuk pengembangan wisata kuliner dan budaya.
2. Menjadikan Pantai Nimtuka sebagai *sport tourism*
3. Meningkatkan media promosi melalui media sosial untuk memperkenalkan keindahan alam di Pantai Nimtuka.
4. Adanya pelayanan dengan sopan santun dan beretika yang baik yang diberikan oleh masyarakat kepada wisatawan yang berkunjung
5. Menambah ciri khas daya tarik wisata dengan menampilkan budaya yang dimiliki masyarakat dengan membuat sanggar tari, rumah tenun, dan kerajinan disekitar pantai.
6. Mempertahankan nilai-nilai budaya yang dimiliki dan menghindari pengaruh budaya yang tidak baik
7. Menyediakan tempat sampah disekitar pantai nimtuka dan dapat membuat papan-papan dengan tulisan yang menarik untuk meningkatkan wisatawan agar membuang sampah pada tempatnya

FAKTOR INTERNAL			
Strengths		Weakness	
S1	Pemandangan alam yang indah	W1	Belum adanya pengelolaan dan pengembangan
S2	Memiliki sebuah bukit di pinggiran pantai sehingga dapat melihat Pantai Nimtuka dari tempat ketinggian	W2	Belum memiliki fasilitas penunjang
S3	Pantai bersih	W3	Akses jalan yang belum memadai
S4	Keramahatamahan masyarakat Desa Bone	W4	Adanya hewan ternak yang berkeliaran disekitar pantai
S5	Salah satu pantai selatan yang aman untuk berenang	W5	Kurangnya kreatifitas masyarakat dalam membaca peluang usaha

Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal

FAKTOR EKSTERNAL			
Opportunities		Threats	
O1	Menjadi perhatian pemerintah untuk mengelola dan mengembangkan menjadi suatu daya tarik wisata	T1	Banyaknya wisata serupa
O2	Membuka peluang usaha bagi masyarakat	T2	Berdekatan dengan objek wisata lain
O3	Adanya jaringan kerja sama	T3	Adanya pihak swasta yang mengambil alih pengembangan
O4	Adanya kemajuan teknologi dan informasi		

Tabel 2. Matrix SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		<ol style="list-style-type: none"> Pemandangan alam yang indah Salah satu pantai selatan yang aman untuk berenang Memiliki sebuah bukit dipinggiran pantai Pantai yang bersih Keramahatamahan masyarakat
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> Menarik perhatian pemerintah agar mengelola dan mengembangkan Pantai Nimtuka Membuka peluang usaha bagi masyarakat Adanya jaringan kerjasama. Adanya kemajuan teknologi. 	<ol style="list-style-type: none"> Mendorong pemerintah daerah dan pemerintah desa untuk melakukan pengembangan yang lebih baik di Pantai Nimtuka. Menjadikan Pantai Nimtuka sebagai <i>sport tourism</i> (paralayang, memancing, berenang) Meningkatkan media promosi melalui media social untuk memperkenalkan keindahan alam di Pantai Nimtuka Adanya pelayanan dengan sopan santun dan beretika yang baik yang diberikan oleh masyarakat kepada wisatawan yang berkunjung 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan SDM dengan melakukan pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat tentang pelatihan kuliner, membuat souvenir tenunan yang khas dan unik Menyediakan fasilitas penunjang seperti toilet, lopo, lapak jualan, dan penginapan. Mendorong pemerintah untuk memperbaiki akses jalan Melakukan pendekatan dengan masyarakat yang mempunyai hewan ternak untuk membuat kandang Meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan pemahaman tentang pentingnya pariwisata .
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T

<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya tempat wisata yang serupa 2. Berdekatan dengan objek wisata lain 3. Adanya pihak swasta yang mengambil alih pengembangan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah ciri khas daya tarik wisata dengan menampilkan budaya yang dimiliki masyarakat dengan membuat sanggah tari, rumah tenun, dan kerajinan disekitar pantai 2. Mempertahankan nilai-nilai budaya yang dimiliki dan menghindari pengaruh budaya yang tidak baik 3. Menyediakan tempat sampah disekitar Pantai Nimtuka dan dapat membuat papan–papan dengan tulisan yang menarik untuk meningkatkan wisatawan agar membuang sampah pada tempatnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan pihak pemerintah daerah untuk melakukan pengembangan pariwisata di Pantai Nimtuka yang lebih baik. 2. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang pengembangan pariwisata sehingga masyarakat memiliki kesadaran akan mamfaat yang dapat diperoleh dari sector pariwisata 3. Melakukan kontrak dengan pihak swasta terkait pengembangan pariwisata dan pembagian keuntungan 4. Meningkatkan kualitas SDM agar daya tarik wisata Pantai Nimtuka menjadi lebih baik dengan pendidikan dan pelatihan.
--	---	---

8. Melakukan pendekatan kepada masyarakat yang mempunyai hewan ternak untuk membuat kandang
9. Meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan pemahaman pengembangan pariwisata
10. Meningkatkan kualitas SDM agar daya tarik wisata Pantai Nimtuka menjadi lebih baik dengan melakukan seminar pelatihan

Berdasarkan teori dari Mulyadi (2012: 89) yang menyatakan bahwa sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya objek dan daya tarik wisata yang menarik dapat menjadi magnet untuk menarik wisatawan. Pengembangan kepariwisataan haruslah memiliki tiga aspek penting yaitu, atraksi, amenitas, dan juga aksesibilitas. Di Pantai Nimtuka sudah memiliki atraksi alam yang cukup unik memiliki potensi untuk dikembangkan namun belum dikelola oleh pihak pemerintah dan masyarakat sehingga akses jalan yang cukup jelek dan juga belum memiliki fasilitas penunjang yang terdapat di pantai ini, sehingga penelitian ini bertujuan merumuskan strategi-strategi pengembangan dengan melibatkan pemerintah dan masyarakat untuk mengelola dan mengembangkan Pantai Nimtuka sebagai suatu daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis matriks SWOT dapat diterapkan strategi-strategi pengembangan daya tarik wisata di Pantai Nimtuka, yaitu mendorong pemerintah daerah dan pemerintah desa untuk melakukan pengembangan yang lebih baik di Pantai Nimtuka, menjadikan pantai Nimtuka sebagai *sport tourism* (paralayang, jetsky, berenang, memancing), meningkatkan media promosi melalui media sosial untuk memperkenalkan keindahan alam di Pantai Nimtuka, adanya pelayanan dengan sopan santun dan beretika yang baik yang diberikan oleh masyarakat kepada wisatawan yang berkunjung, menambahkan ciri khas daya tarik wisata dengan menampilkan budaya yang dimiliki masyarakat dengan membuat sanggar tari, rumah tenun, dan kerajinan disekitar pantai mempertahankan nilai-nilai budaya yang dimiliki dan menghindari pengaruh budaya yang tidak baik, menyediakan

tempat sampah disekitar pantai Nimtuka dan dapat membuat papan-papan dengan tulisan yang menarik untuk meningkatkan wisatawan agar membuang sampah pada tempatnya, meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dengan melakukan pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat tentang pelatihan kuliner, membuat tenunan, dan souvenir yang khas dan unik, menyediakan fasilitas penunjang seperti toilet, lopo, lapak jualan, dan penginapan, mendorong pemerintah untuk memperbaiki akses jalan menuju Pantai Nimtuka.

Daftar Pustaka

- Elhamma, Azzouz. 2013. *Planning and Control systems: A Framework for Analysis*. Boston: Division of Research, Harvard Business School.
- Barreto. M. dan Giantari, I K. (2015). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, imor Leste*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana 4.11(2015)
- Janianto, P. (2013). *Pariwisata Indonesia: Antar Peluang dan Ancaman*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Pengertian Potensi*.
- Mangope, Dinah dan Strydom. J. Alberth. (2015). *Economic sustainability guidelines for a Community Based Tourism Project: The Case of Thabo Mofutsanyane, Free State Province. Central University of Technology Free State Republic of South Africa*. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 6.
- Miles, M. B, dan Huberman A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta. UI-Press
- Nainggolan. D. M., dan I. M. Adikampana (2015). "Strategi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Nusa Dua". *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol 3. No 2.
- Paat, Fernando. C. L. (2014). *Analisis Potensi Dan Pengembangan Di Kota Tomohon*. Skripsi.
- Putra, Rizki Aristoni. (2019). *Analisis Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran*. Skripsi.
- Prasiasa, Dewa P. O. (2013). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta. Salemba Humanika.

- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Edisi Dua Puluh Dua, Cetakan Kedua Puluh. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sastrayuda, Gumelar (2010). *Konsep Pengembangan Kawasan Ekowisata*. Yogyakarta
- Sondang, P. Siagian. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Suganda, T. R. (2018). *Event Study: Teori dan Pembahasan Reaksi Pasar Modal Indonesia*. Malang. Seribu Bintang
- Sugiyono. (2015). "*Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*". Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). "*Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R & D*". Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). "*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*". Bandung: Alfabeta
- Sunaryo. Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- Suryadana M. Liga. dan Octavia. (2015). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Wilopo, Ahmad, Mawardi, Kholid. (2016). *Pengelolaan Kawasan Wisata Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Berbasis CBT (Community Based Tourism) (Studi Pada Kawasan Wisata Pantai Clungkung Kabupaten Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 39(2).
- Zubair. (2017). *Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal*. The Messenger Jurnal. Vol 9. No 2. Edisi Juli 2012
- Zulman, Rinaldi. 2011. *Strategi-Strategi Pemasaran di Indonesia*. Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.