

STRATEGI PENGEMBANGAN TAMAN WISATA PANTAI SALIPER ATE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI KABUPATEN SUMBAWA

Syamsul Hidayat¹, Sudirman², Ahmad Yani³, Syafruddin⁴, Nila Wijayanti^{5*}

^{1,2,3,5} Program Pascasarjana Magister Agribisnis, Universitas Samawa, Sumbawa Besar

⁴ Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Samawa, Sumbawa Besar

Corresponding Author: ayasyafila@gmail.com

Abstract:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan taman wisata pantai Saliper Ate dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Maret – April 2025, di Pantai Saliper Ate, Kabupaten Sumbawa. Penentuan tempat penelitian dilakukan secara purposive sampling. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan observasi (field Observation), survei (Field Survey), wawancara yang mendalam (Deep Interview Method), serta dokumentasi. Responden dalam penelitian ini yaitu 9 pemilik usaha mikro serta pengunjung taman wisata pantai Saliper Ate sebanyak 30 orang. Wawancara yang mendalam dilakukan dengan keypersons, yaitu pengelola taman wisata pantai Saliper Ate, serta lembaga yang terkait dengan taman wisata Pantai Saliper Ate yaitu Dinas Kepemudaan, Olah Raga, dan Pariwisata (DISPOPAPAR). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil penelitian menemukan bahwa strategi pengembangan taman wisata Pantai Saliper Ate dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu strategi SO, yang diantaranya yaitu meningkatkan kualitas dari para pengusaha kuliner, sering mengadakan event (pameran/expo, lomba,dll), aktifkan kembali kolam renang yang dilengkapi dengan sarana air bersih untuk mandi, serta tempat ganti pakaian.

Kata Kunci: Taman Wisata; Saliper Ate; Jumlah Pengunjung;

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam yang sangat indah, menakjubkan, dan memiliki destinasi-destinasi wisata pantai yang sangat indah. Indonesia memiliki 17.504 buah pulau yang terdiri dari pulau besar dan kecil, dengan keindahan pantai dan pantai terpanjang nomor 2 di dunia, Indonesia juga memiliki sumber daya alam pegunungan-pegunungan dan bukit-bukit yang indah, (Eljawati, 2021).

Kabupaten Sumbawa, merupakan salah satu wilayah kabupaten di Propinsi Nusa

Tenggara Barat (NTB), Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang melimpah menunjang sektor pariwisata Indonesia. Kata pariwisata secara etimologis berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu “Pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar putar, dan “Wisata” artinya bepergian atau perjalanan. Jadi, pariwisata berarti suatu kegiatan perjalanan atau bepergian yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan bermacam-macam, (Rahman dkk, 2023). Pariwisata diibaratkan sebagai sebuah sistem, proses perjalanan wisatawan dari awal hingga akhirnya kembali lagi ke tempat asalnya perlu dijabarkan menjadi beberapa subsistem yang saling terkait dan memengaruhi satu dengan yang lain (Priyanto, 2022).

Pengembangan pariwisata memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perkembangan daerah sekitar obyek wisata, diperlihatkan oleh peningkatan jumlah obyek wisata, dan jumlah pengunjung wisata setiap tahunnya, (Nurhidayati et al., 2022). Pariwisata menurut UU No. 10 Tahun 2009 bertujuan untuk: Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Meningkatkan kesejahteraan rakyat, Menghapus kemiskinan, Mengatasi pengangguran, Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, Perlindungan terhadap nilai-nilai keagamaan, Mengangkat citra bangsa, Memupuk rasa cinta tanah air, Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa, Mempererat persahabatan antar bangsa.

Taman wisata Pantai Saliper Ate merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Sumbawa. Jaraknya yang berada tidak jauh dari tengah kota, membuat taman wisata Pantai Saliper Ate menjadi salah satu tujuan dari masyarakat saat berlibur maupun dalam kegiatan sehari-hari guna melepas penat. Dalam taman wisata Saliper Ate terdapat beberapa pengusaha usaha mikro yang menjual makanan-makanan khas dari Kabupaten Sumbawa. Usaha kuliner tersebut tersedia setiap hari, meskipun pengunjung dalam keseharian tidak terlalu ramai. Taman wisata Pantai Salipir Ate hanya ramai disaat libur saja, atau di saat ada kegiatan seperti pameran, ekspo, lomba, serta kegiatan-kegiatan lainnya.

Pengelolaan taman wisata Pantai Saliper Ate saat ini terlihat kurang maksimal. Kolam renang yang ada saat inipun sudah tidak difungsikan lagi. Masalah non finansial yang sering dihadapi oleh Usaha Mikro adalah pemasaran, bahan baku, teknologi, organisasi, manajemen, dan rendahnya kemampuan SDM, (Khasanah et al., 2022).

Strategi dari suatu usaha sangatlah dibutuhkan dalam mencapai visi dan misi

yang sudah diterapkan, maupun untuk mencapai sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang, (Susanto et al., 2024). Dalam menentukan strategi pengembangan usaha juga harus disesuaikan dengan perkembangan situasi dimana usaha tersebut dijalankan karena walaupun strategi yang dipilih sangat baik, akan tetapi jika situasi dan kondisi tidak mendukung strategi tersebut maka dapat mengalami kegagalan, (Permatasari, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Maret – April 2025, di Pantai Saliper Ate, Kabupaten Sumbawa. Penentuan tempat penelitian dilakukan secara purposive sampling, yaitu penentuan secara sengaja dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek yang sesuai dengan tujuan penelitian, (Nurhidayati et al., 2022). Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer terdiri dari karakteristik responden dan informasi yang berkaitan dengan usaha mikro di taman wisata pantai Saliper Ate. Data sekunder diperoleh dari laporan dan dokumentasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan observasi (field Observation), survei (Field Survey), wawancara yang mendalam (Deep Interview Method), serta dokumentasi.

Responden dalam penelitian ini yaitu 9 pemilik usaha mikro serta pengunjung taman wisata pantai Saliper Ate sebanyak 30 orang. Wawancara yang mendalam dilakukan dengan keypersons, yaitu pengelola taman wisata pantai Saliper Ate, serta lembaga yang terkait dengan taman wisata Pantai Saliper Ate yaitu Dinas Kepemudaan, Olah Raga, dan Pariwisata (DISPOPAPAR). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman wisata pantai Saliper Ate terletak di Sumbawa Besar, Ibukota Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat. Saliper Ate berasal dari kata “Saliper” yang berarti pelipur lara, dan “Ate” yang berarti hati. Taman wisata dimana terdapat Pantai yang

indah, dengan suara debur ombaknya yang menenangkan inilah yang menjadikan taman wisata Pantai Saliper Ate ini sebagai tujuan wisata bagi masyarakat Sumbawa.

Jumlah pengunjung di taman wisata ini tidak pasti. Pengunjung akan ramai berdatangan pada hari minggu serta hari-hari libur lainnya. Pengunjung juga akan ramai berdatangan saat ada event. Pada hari-hari biasa, masyarakat meramaikan pantainya di sore hingga malam hari. Pengunjung yang datang bervariasi, dari mulai anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia. Sebagian besar pengunjung adalah keluarga.

Strategi Pengembangan dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Taman Wisata Pantai Saliper Ate.

Pengembangan taman wisata Pantai Saliper Ate memerlukan strategi-strategi yang tepat. Strategi-strategi yang dilakukan harus melewati suatu rumusan atau pemikiran yang tepat agar tidak salah dalam pelaksanaannya (Wijayanti, 2020). Strategi pengembangan taman wisata Pantai Saliper Ate dianalisis dengan menggunakan SWOT (Strenghteness, Weaknesses, Opportunities, Threats). Strategi pengembangan dirumuskan secara FGD dengan keypersons (Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata; Pengelola Taman Wisata Pantai Saliper Ate; dan Pelaku Usaha Mikro di Taman Wisata Pantai Saliper Ate).

Hasil perumusan strategi pengembangan taman wisata Pantai Saliper Ate terlebih dahulu diketahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hasil rumusan dari faktor internal dan eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan SWOT. Penilaian faktor internal terdiri dari faktor strength (S) dan faktor weakness (W) meliputi pengusaha, pengunjung, pemerintah dan stakeholder.

Factor kekuatan (Strenghts/S) dari taman wisata Pantai Saliper Ate, yaitu: Akses menuju taman wisatanya mudah, taman wisata berada di tengah kota, pantainya indah, banyak masyarakat yang berkunjung saat libur, serta adanya wisata kuliner. Faktor kelemahan (Weaknesess/W) dari taman wisata Pantai Saliper Ate diantaranya adalah: Penataan taman kurang bagus, pengelolaan parkir tidak jelas, taman tidak bersih, harga kulinernya tidak jelas, dan kurang promosi.

Faktor peluang (Opportunities/O) dari taman wisata Pantai Saliper Ate, yaitu: Bisa sebagai tempat mengadakan event, bisa sebagai tempat mengadakan pameran, muncul beragam usaha mikro, berkembangnya IPTEK, serta banyak peminat. Faktor ancaman (*Threats*/T) dari taman wisata Pantai Saliper Ate, ialah: banyak bermunculan tempat wisata lainnya, pengunjung buang sampah sembarangan, tenggelam di pantainya, dan terjadinya bencana alam.

Hasil penilaian faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesess*) serta factor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) taman wisata Pantai Saliper Ate bisa dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Penilaian factor internal (kekuatan dan kelemahan)

	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan	1. Akses mudah	0,10	4	0,40
	2. Berada di tengah kota	0,11	4	0,44
	3. Pantainya indah	0,09	4	0,36
	4. Banyak masyarakat yang berkunjung saat libur	0,09	3	0,27
	5. Wisata kuliner	0,09	3	0,27
Kelemahan	1. Penataan taman kurang bagus	0,08	2	0,16
	2. Pengelolaan parkir tidak jelas	0,10	1	0,10
	3. Taman tidak bersih	0,08	2	0,16
	4. Harga kulinernya tidak jelas	0,10	1	0,10
	5. Kurang promosi	0,08	1	0,08
	6. Sarana prasarana kurang	0,08	2	0,16
Total		1		2,50

Tabel 2. Penilaian Factor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang	1. Bisa sebagai tempat mengadakan event	0,13	4	0,52
	2. Bisa sebagai tempat mengadakan pameran	0,13	4	0,52
	3. Muncul beragam usaha mikro	0,10	3	0,30
	4. Berkembangnya IPTEK	0,10	3	0,30
	5. Banyak peminat	0,13	4	0,52
Ancaman	1. Banyak bermunculan tempat wisata lainnya	0,12	2	0,24
	2. Buang sampah sembarangan	0,12	2	0,24
	3. Tenggelam	0,09	1	0,09
	4. Terjadi bencana alam	0,08	1	0,08
Total		1		2,81

Analisis SWOT digunakan dalam menentukan strategi-strategi apa yang tepat dalam pengembangan, dan juga sebagai upaya antisipasi adanya persoalan dimasa yang akan datang (Nurrahmi dkk, 2018). Strategi-strategi pengembangan SO, WO, ST, dan WT dapat dilihat pada Gambar 1.

IFAS EFAS	Strenghts (S) - Akses mudah - Berada di tengah kota - Pantainya indah - Banyak masyarakat yang berkunjung saat libur - Wisata kuliner	Weaknesses (W) - Penataan taman kurang bagus - Pengelolaan parkir tidak jelas - Taman tidak bersih - Harga kulinernya tidak jelas - Kurang promosi - Sarana prasarana kurang
Opportunities (O) - Bisa sebagai tempat mengadakan event - Bisa sebagai tempat mengadakan pameran - Muncul beragam usaha mikro - Berkembangnya IPTEK - Banyak peminat	Strategi SO - Meningkatkan kualitas dari para pengusaha kuliner. - Sering mengadakan event (pameran/expo, lomba,dll). - Aktifkan kembali kolam renang yang dilengkapi dengan sarana air bersih untuk mandi, serta tempat ganti pakaian.	Strategi WO - Mewajibkan para pelaku usaha kuliner membuat daftar harga yang seragam. - Mempromosikan melalui media online. - Penataan ulang taman yang menarik. - Penataan ruang diperjelas (lokasi parkir, pintu masuk taman, dll).
Threats (T) Banyak bermunculan tempat wisata lainnya	Strategi ST - Merekrut tim rescue (penyelamat). - Penambahan taman	Strategi WT Merekrut petugas kebersihan secara khusus.

2. Buang sampah sembarangan	bermain bagi anak-anak.	2. Menyediakan banyak tong-tong pembuangan sampah.
3. Tenggelam	3. Penambahan spot atau arena yang menarik.	
4. Bencana alam		

Gambar 1. Matrix SWOT Taman Wisata Pantai Saliper Ate

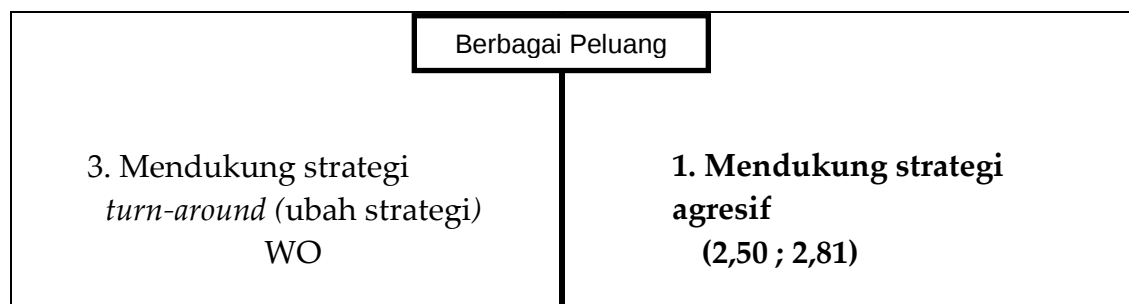
Gambar 1, memperlihatkan tentang strategi-strategi pengembangan dari taman wisata Pantai Saliper Ate. Strategi SO merupakan strategi yang dikembangkan dari pemanfaatan kekuatan (S) dan peluang (O). Strategi-strategi tersebut adalah: Meningkatkan kualitas dari para pengusaha kuliner, sering mengadakan event (pameran/expo, lomba,dll), aktifkan kembali kolam renang yang dilengkapi dengan sarana air bersih untuk mandi, serta tempat ganti pakaian.

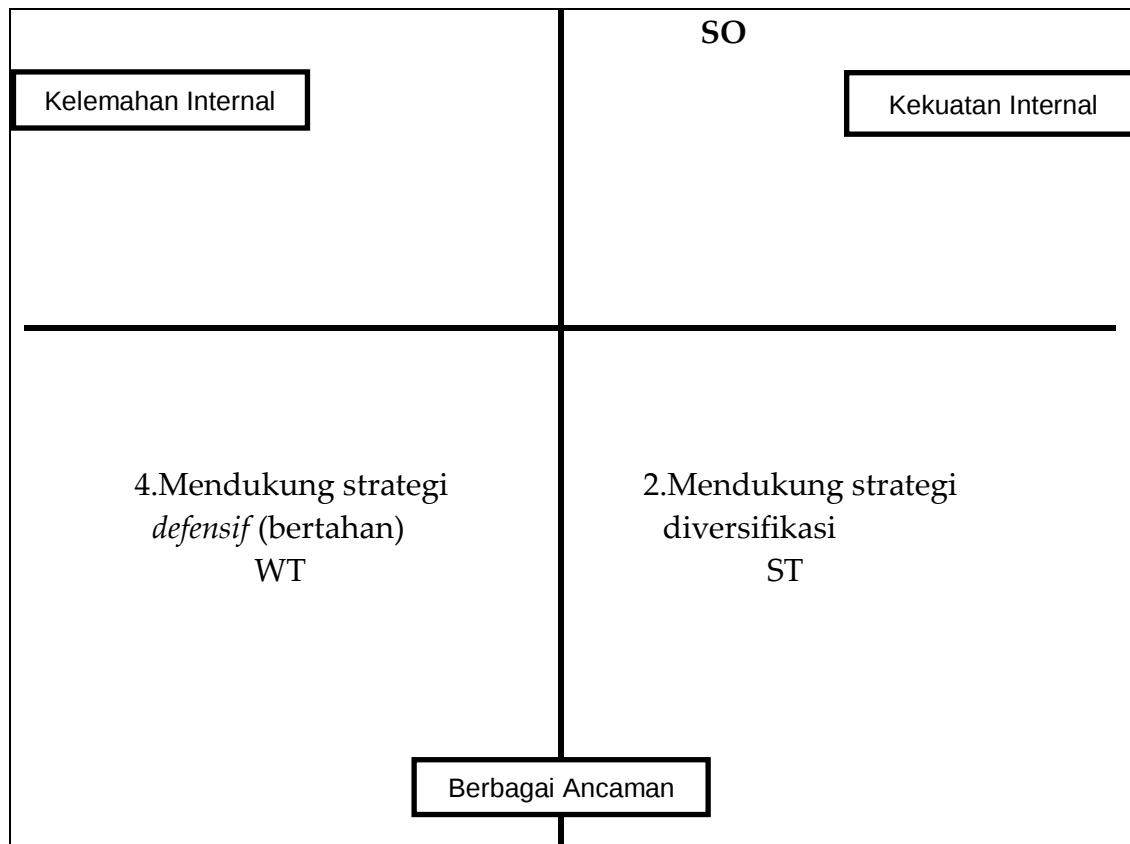
Strategi WO adalah strategi dalam pemanfaatan peluang (O) untuk dapat meminimalisir kelemahan (W). Strategi-strategi pengembangan tersebut diantaranya ialah: mewajibkan para pelaku usaha kuliner membuat daftar harga yang seragam, mempromosikan taman wisata Pantai Saliper Ate melalui media online, penataan ulang taman yang menarik, penataan ruang diperjelas (lokasi parkir, pintu masuk taman, dll).

Strategi ST merupakan strategi pengembangan dalam pemanfaatan kekuatan (S) guna mengatasi ancaman (T). Strategi-strategi tersebut yaitu: merekrut tim rescue (penyelamat), penambahan taman bermain bagi anak-anak, dan penambahan spot atau arena yang menarik.

Strategi WT ialah strategi pengembangan dalam meminimalisir kelemahan (W) serta mengatasi segala macam bentuk ancaman (T). Strategi-strategi tersebut diantaranya adalah: merekrut petugas kebersihan secara khusus dan menyediakan banyak tong-tong pembuangan sampah.

Strategi-strategi yang telah dirumuskan kemudian dianalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancamannya dengan menggunakan diagram SWOT, guna mengetahui pada kuadran mana strategi pengembangan taman wisata Pantai Saliper Ate ini berada. Diagram analisis SWOT taman wisata Pantai Saliper Ate bisa dilihat pada Gambar 2.





Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Taman Wisata Pantai Salipir Ate.

Gambar 2. diagram SWOT taman wisata Pantai Salipir Ate memperlihatkan bahwa posisi taman wisata Pantai Salipir Ate berada pada kuadran 1. Posisi ini membuktikan tentang sebuah usaha.organisasi yang kuat dan berpeluang. Strategi yang dilakukan adalah agresif. Agresif diartikan bahwa usaha yang dijalankan dalam keadaan baik, dan sangat dimungkinkan untuk terus melakukan suatu perluasan usaha atau ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara optimal. Kuadran 1 memberikan indikasi bahwa peluang pengembangan taman wisata berada pada keadaan yang menguntungkan dikarenakan mempunyai kekuatan dan peluang yang lebih besar (Suherman dkk, 2017). Strategi pengembangan SO yang terlihat pada matrix yaitu meningkatkan kualitas dari para pengusaha kuliner, sering mengadakan event (pameran/expo, lomba,dll), aktifkan kembali kolam renang yang dilengkapi dengan sarana air bersih untuk mandi, serta tempat ganti pakaian.

KESIMPULAN

Strategi pengembangan taman wisata Pantai Salipir Ate dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu strategi SO, meningkatkan kualitas dari para pengusaha

kuliner, sering mengadakan event (pameran/expo, lomba,dll), aktifkan kembali kolam renang yang dilengkapi dengan sarana air bersih untuk mandi, serta tempat ganti pakaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Eljawati, E. (2021). Peran Umkm Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Publik*, 8(1), 32–46.
- Khasanah, T. N., Marwanti, S., & Qonita, A. (2022). Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Gethuk Take, Tawangmangu Karanganyar. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 19(1), 50–59. <https://doi.org/10.20961/sepa.v19i1.52848>.
- Nurhidayati, S., Rahayu, S., Wijayanti, N., Edrial, E., & Wulan Ayu, I. (2022). Laporan Akhir Penelitian Dampak Ekowisata Hiu Paus Terhadap Sosial Ekonomi Desa Labuhan Jambu.
- Permatasari, M. R. S. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Untuk Mengatasi Persaingan (Studi Kasus Pt. Kimia Farma Jakarta). *Jurnal Cakrawala*, XVII(1), 81–87.
- Priyanto S.E, K. Wiweka, F. Endi, D.N.A. Fajri, E. Sugiarto, K. Aditya, S. Teviningrum, Y.A. Salindri, R.M. Riesa, F. Afif, E.D. Kuntari, Fatkurrohman, S.S. Wachyuni, 2022. Pengantar Ilmu Pariwisata. Dotplus Publisher, Bengkalis Riau.
- Rahman. A.S, Sulfiani, A. Rahman, dan M. Hakim, 2023. Peran Usaha Mikro Dan Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Bonto Tiro Kecamatan Sinoa Kabupaten Bantaeng. *SEIKO: Journal of Management & Business*. Vol. 6 (2).
- Rahmi, M., & Permatasari, S. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Untuk Mengatasi Persaingan (Studi Kasus Pt. Kimia Farma Jakarta).
- Suherman D, S. Kadarsih, dan M. G. Gusmantoro, 2017. Strategi Pemasaran Madu Berdasarkan Karakteristik Konsumen Di Kota Bengkulu. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia* Vol. 12(2).E-ISSN 2528-7109, P-ISSN 1978-3000.
- Susanto, I., Ansari, I., & Mone, A. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Gowa. *Journal Unismuh*, 5(2), 432–445. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>.
- Wijayanti, N. (2020). Manajemen Pemasaran Dan Rantai Pasok Madu Hutan Sumbawa Provinsi Nusa Tenggara Barat. Disertasi. Universitas Gadjah Mada.