

Strategi Pengembangan Wisata Bahari di Kota Padang

Oleh:

Tri Rachmat Riski, Heru Aulia Azman, Fitria Rahmi
Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Andalas Padang

Abstrak

Wisata bahari merupakan salah satu subsektor kepariwisataan dalam menghasilkan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah dan juga memberikan kontribusi positif terhadap penguatan positioning citra destinasi wisata suatu wilayah. Hal merupakan relevansi keunikan potensi wisata suatu daerah akan keberadaan potensi wisata bahari yang cenderung tidak dimiliki oleh daerah lain, sehingga memberikan peluang penting bagi suatu daerah untuk memperkuat citra destinasi wisata pada tingkat persaingan yang dihadapi. Hal ini juga memiliki relevansi terhadap kemampuan stakeholder dalam merumuskan pendekatan strategi wisata bahari menajagi faktor kunci dalam mensukseskan konsep program wisata bahari. Kota Padang adalah kota terbesar di pantai barat pulau sumatera sekaligus ibu kota dari provinsi sumatera barat terletak antara 00°44'00"-01°08'35"LS dan 100°05'05"-100°34'09" BT memiliki wilayah seluas 694,96 km² dengan kondisi geografi berbatasan dengan laut dan dikelilingi perbukitan dengan ketinggian mencapai 1.853 mdpl ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.000.096 jiwa (*Padangtourism*, 2015). Jika dilihat berdasarkan potensi wisata bahari kota padang memiliki sejumlah pulau yang potensial yang didukung oleh keindahan pantai yang mengelilingi wilayah pulau tersebut seperti pulau pisang Ketek, pulau Pisang Gadang, pulau Pagang, pulau Sibunta, pulau Pandan, pulau Sawo, pulau Sikuai, pulau Pasumpahan dan sejumlah pantai yang telah terletak pada pantai barat sumatera diharapkan mampu memberikan penguatan terhadap positioning citra destinasi wisata kota Padang. Dengan demikian, maka dapat kemampuan dalam mengembangkan potensi wisata bahari sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengidentifikasi dan menciptakan konsep wisata bahari bagi wisatawan terkait dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat secara lebih luas.

Keyword: *Wisata Bahari dan Analisis SWOT*.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan sektor pariwisata nasional merupakan refleksi kebijakan pemerintah melalui penetapan Undang-Undang No.22 tahun 1999 dan Undang-Undang No. 25 tahun 1999 terkait dalam proses perimbangan keuangan antara pusat dan daerah melalui peralihan sistem pembangunan dari sentralisasi menjadi desentralisasi. Hal ini juga didukung oleh keberadaan undang – undang No. 32 dan 33 tahun 2004 melalui kebijakan otonomi daerah memberikan kesempatan bagi setiap daerah untuk dapat memahami dan mengembangkan potensi daerah yang dianggap memberikan manfaat terhadap peningkatan pendapatan daerah. Dengan demikian, hal ini memberikan konsekwensi logis bagi pemerintah daerah untuk dapat memaksimalkan potensi daerah khususnya melalui sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap penguatan perekonomian secara lebih luas.

Wisata bahari merupakan salah satu subsektor kepariwisataan dalam menghasilkan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah dan juga memberikan kontribusi positif terhadap penguatan positioning citra destinasi wisata suatu wilayah. Hal merupakan relevansi keunikan potensi wisata suatu daerah akan keberadaan potensi wisata bahari yang cenderung tidak dimiliki oleh daerah lain, sehingga memberikan peluang penting bagi suatu daerah untuk memperkuat citra destinasi wisata pada tingkat persaingan yang dihadapi. Hal ini juga memiliki relevansi terhadap kemampuan stakeholder dalam merumuskan pendekatan strategi wisata bahari menjaga faktor kunci dalam mensukseskan program wisata bahari dimasa mendatang.

Akhyarrudin (2014) mengungkapkan pariwisata bahari sebagai salah satu penggerak utama pariwisata Indonesia dikarenakan memiliki lokasi strategis yang diapit oleh dua benua dan dua samudera juga didukung oleh keberadaan pulau – pulau yang diharapkan mampu memberikan

manfaat terhadap peningkatan ekonomi dan kualitas pendidikan masyarakat khususnya pada wilayah atau pulau – pulau terpencil dan terluar. Lebih lanjut, secara spesifik potensi wisata bahari Indonesia juga diperlihatkan melalui potensi kondisi geografis wilayah bahari yaitu $\frac{3}{4}$ luas wilayahnya merupakan laut dengan garis pantai terpanjang kedua (81 ribu km) di dunia dan juga dikenal sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, sebagai benua terbesar ke enam dunia disebut benua maritim Indonesia dengan sekitar 17.508 pulau dan lebih dari 10.000 diantaranya merupakan pulau-pulau kecil yang didukung oleh keragaman kekayaan hayati kehidupan laut terkaya dalam wilayah segi tiga terumbu karang dunia (*coral triangle*) serta keunikan kehidupan sosial dan budaya pada masyarakat pesisir dan pulau – pulau terpencil.

Kota Padang adalah kota terbesar di pantai barat pulau Sumatera sekaligus ibu kota dari provinsi Sumatera Barat terletak antara $00^{\circ}44'00''$ - $01^{\circ}08'35''$ LS dan $100^{\circ}05'05''$ - $100^{\circ}34'09''$ BT memiliki wilayah seluas 694,96 km² dengan kondisi geografi berbatasan dengan laut dan dikelilingi perbukitan dengan ketinggian

mencapai 1.853 mdpl ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.000.096 jiwa (*Padangtourism*, 2015). Jika dilihat berdasarkan potensi wisata bahari kota Padang memiliki sejumlah pulau yang potensial yang didukung oleh keindahan pantai yang mengelilingi wilayah pulau tersebut seperti pulau Pisang Ketek, pulau Pisang Gadang, pulau Pagang, pulau Sibunta, pulau Pandan, pulau Sawo, pulau Sikuai, pulau Pasumpahan dan sejumlah pantai yang telah terletak pada pantai barat Sumatera diharapkan mampu memberikan penguatan terhadap positioning citra destinasi wisata kota Padang dimasa mendatang.

Dengan demikian, maka melalui perspektif diatas memiliki ilustrasi bahwa efektifitas pencapaian strategi pengembangan wisata bahari sangat dipengaruhi oleh upaya seluruh *stakeholder* yang terlibat baik unsur pemerintah melalui aturan dan kebijakan yang ada serta didukung dengan peranan masyarakat dalam menjaga dan mengembangkan potensi wisata bahari dimasa mendatang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan bahwa keberadaan potensi

wisata bahari diharapkan mampu memberikan pemahaman dan kesadaran bagi *stakeholder* untuk mampu mengembangkan fungsi dan peranan potensi wisata bahari sebagai subsektor yang mampu memberikan peningkatan kualitas perekonomian dan kesejahteraan masyarakat suatu daerah khususnya pada beberapa aspek sebagai berikut:

- Tantangan pengembangan kegiatan wisata bahari dikota Padang.
- Proses perumusan strategi pengembangan kegiatan pariwisata yang berorientasi pada sumber daya wisata bahari dikota Padang.

Dengan demikian, berdasarkan permasalahan – permasalahan yang diuraikan diatas maka permasalahan yang akan diangkat dalam studi ini yaitu **“Strategi pengembangan wisata bahari di Kota Padang”**

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata sudah diakui sebagai industri terbesar abad ini, dilihat dari

berbagai indikator, seperti sumbangan terhadap pendapatan dunia dan penyerapan tenaga kerja (Pitana, 2005:54). Pariwisata sangat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh factor ekonomi, politik, sosial, lingkungan dan perkembangan teknologi (Hall dan Page, 1999). Lebih lanjut, instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 tanggal 6 Agustus 1969 memperkuat bahwa usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara (Yoet, 1985).

2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata dapat dibedakan jenisnya berdasarkan berbagai hal misalnya berdasarkan motif tujuan perjalanan dan jenis pariwisata berdasarkan obyek yang ditawarkan. Menurut Dalen, (1989) jika dilihat dari motif dan tujuan perjalanannya pariwisata dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)
2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*)

3. Pariwisata untuk olah raga (*sports tourism*) terdiri dari *Big sport events* seperti olimpiade, PON dan *Sporting Tourism of the Practicioners* seperti pendaki gunung, naik kuda, berburu, dan sebagainya.
4. Pariwisata untuk usaha dagang (*business tourism*)
5. Pariwisata untuk berkonvensi (*convention tourism*)

2.3 Komponen Pariwisata

Kegiatan pariwisata mencakup dua komponen utama yaitu konsep wisata yang ditawarkan dan keinginan wisatawan untuk berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Komponen penawaran merupakan produk wisata yang dapat ditawarkan, yang meliputi obyek wisata, sarana pariwisata, jasa pariwisata, serta sarana dan prasarana lingkungan. Komponen keinginan wisatawan mencakup kegiatan serta aspirasi wisatawan dan masyarakat di sekitar kawasan pariwisata.

a. Komponen konsep wisata yang ditawarkan

Pendit (1994:130-131) mengatakan bahwa konsep wisata yang ditawarkan dapat dikategorikan sebagai berikut :

- Benda-benda yang dapat diperoleh dengan jalan bebas, seperti udara cuaca, iklim, panorama, keindahan alam sekitar (potensi wisata bahari)
- Benda-benda pariwisata yang diciptakan, seperti misalnya monumen, tempat-tempat bersejarah, benda-benda arkeologi, koleksi budaya, tempat pemandian, gedung atau bangunan penting dan spesifik, candi, masjid, gereja.
- Benda-benda dan pelayanan (*service*) kepariwisataan yang harus ditambahkan pada benda-benda dalam kategori (1) dan (2).

Hal ini juga diungkapkan oleh Intosh et al (1995: 269), terdiri dari :

- Sumber daya alam (*natural resources*), kategori ini merupakan dasar dari sediaan atau penawaran yang dapat digunakan dan dinikmati wisatawan (obyek dan daya tarik wisata);

- Infrastruktur, seperti sistem penyediaan air bersih, sistem pengolahan limbah, system drainase, jalan, pusat perbelanjaan/pertokoan;
- Transportasi (*transportation*), termasuk didalamnya jaringan transportasi serta fasilitas pendukungnya; dan
- Keramahtamahan dan sumber daya kebudayaan (*hospitality and cultural resources*), ditinjau dari masyarakat setempat dan termasuk seni murni, kesusastraan, sejarah, permainan dan pertunjukan sejarah.

b. Komponen keinginan wisatawan untuk berkunjung

Yoeti (1997: 28) Keinginan wisatawan untuk berkunjung dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu melalui indentifikasi :

- *Potensial demand*, yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata karena mempunyai banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya

belum mempunyai senggang waktu bepergian sebagai wisatawan

- *Actual demand*, yaitu sejumlah orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tertentu.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dritasto dan Anggraeni (2013) dalam kajiannya memperlihatkan bahwa terdapatnya dampak ekonomi bagi masyarakat akan keberadaan potensi wisata pulau Tidung. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa keberadaan wisata di Pulau Tidung telah memberikan dampak ekonomi terhadap perekonomian masyarakat lokal walaupun dampak yang dirasakan masih terbilang kecil, hal ini diperlihatkan melalui hasil hitung multiplier effect menggunakan pendekatan Keynesian Income Multiplier sebesar 0,28, Nilai Ratio Income Multiplier I sebesar 1,35, dan Nilai Ratio Income Multiplier Tipe II sebesar 1,59. Studi lainnya yang dilakukan oleh Juliana, Sya'rani dan Zainuri (2013) pada perairan Bandengan di kabupaten Jepara memiliki

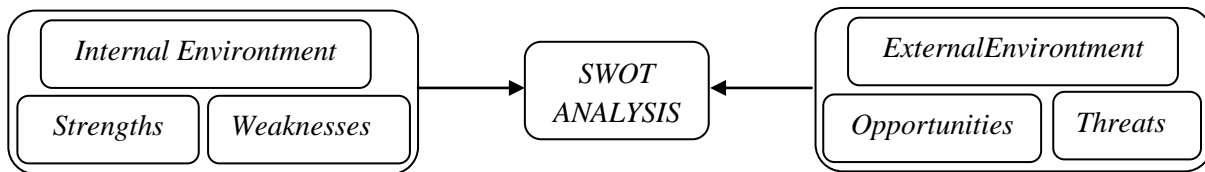
potensi wisata bahari yang terdiri dari biofisik terumbu karang, kecerahan, kekuaran arus, luas pantai dan sejenisnya memberikan manfaat terhadap potensi pengembangan wisata bahari melalui penciptaan produk wisata bahari bagi wisatawan seperti rekreasi berenang, jet ski, banana boat dan sejenisnya. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Adi, Bustafa dan Ketjulan (2013) dalam kajiannya akan pentingnya mengembangkan potensi wisata bahari terumbu karang pada kawasan pulau Lara melalui penciptaan konsep wisata snorkeling dan diving bagi wisatawan.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan kemampuan dalam mengembangkan potensi wisata bahari sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengidentifikasi dan menciptakan konsep wisata bahari bagi wisatawan terkait dalam memberikan kontribusi pendapatan daerah secara lebih luas.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian dan literatur yang digunakan pada penelitian ini maka dapat dibentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari studi ini yaitu untuk menyusun strategi pengembangan wisata bahari di kota Padang melalui pembangunan wisata yang berorientasi pada sumber daya

alam dan lingkungan. Relevansi terhadap tujuan diatas maka, sasaran yang hendak dicapai pada studi ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi tantangan pengembangan kegiatan wisata bahari melalui

pendekatan analisis SWOT dikota Padang.

2. Merumuskan strategi pengembangan kegiatan pariwisata yang berorientasi pada sumber daya wisata bahari dikota Padang.
3. Memberikan rekomendasi pada pihak yang berkepentingan dalam proses pengembangan wisata bahari dikota Padang.

3.2 Manfaat Penelitian

Terkait dalam memahami tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini, maka relevansi manfaat yang akan didapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan manfaat dalam mengembangkan perspektif manajemen strategi melalui perspektif industry pariwisata.
2. Memberikan pemahaman yang lebih luas bagi stakeholder dalam merumuskan pendekatan strategi yang lebih relevan terkait dalam mesikapi

dinamika perubahan ekspektasi dan preferensi wisatawan dimasa mendatang.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metodologi Studi

Penyusunan strategi pengembangan wisata bahari kawasan kota Padang, dapat dilihat melalui empat pendekatan utama, yaitu sebagai berikut:

- Pemetaan Masalah
Pemetaan Masalah merupakan tahapan awal dalam proses penyusunan strategi wisata dikota Padang. Relevansi terhadap permasalahan yang terjadi dalam proses penyusunan strategi diharapkan mampu menginformasikan dan menjelaskan aspek-aspek yang mempengaruhi *demand* dan *supply* proses pengembangan wisata bahari kota Padang.
- Identifikasi Faktor Determinasi
Tahapan selanjutnya setelah kegiatan pemetaan masalah yaitu dengan merumuskan factor

penentu yang mempengaruhi efektifitas keberhasilan pengembangan wisata bahari di kota Padang. Pada tahapan ini penentuan factor yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan wisata bahari didasari oleh beberapa kajian literature yang relevan, khususnya yang membahas beberapa aspek penting dalam pengembangan wisata bahari seperti daya tarik objek, pemasaran, ketersediaan prasarana dan sarana penunjang, atraksi wisata, peran serta masyarakat dan kemampuan manajemen pengelolaan objek wisata bahari di kota Padang.

- **Penilaian Faktor Determinasi Melalui Pendekatan Analisis SWOT**

Kegiatan penilaian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tantangan lingkungan eksternal sebagai factor determinan dalam proses pengembangan wisata bahari di kota Padang. Hasil penilaian ini akan digunakan

sebagai dasar pertimbangan dalam merumuskan strategi yang relevan melalui pendekatan analisis SWOT, khususnya dalam proses efektifitas pengembangan wisata bahari di kota Padang.

3.2 Objek Penelitian, Sampel dan Responden

Objek utama dalam penelitian ini komponen system pariwisata yang mencakup aspek potensi, kegiatan dan atraksi wisata bahari. Proses penggalan informasi tentang objek penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pemerintah kota Padang. Pada proses mendapatkan informasi pendekatan yang dilakukan yaitu dengan menggunakan kuesioner yang berisikan beberapa indicator pengukuran bagi reponden yang dianggap relevan dalam memberikan pandangan sesuai dengan persepsi mereka mengenai kondisi ideal wisata bahari di kota Padang.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Studi

Pada tahapan ini secara spesifik akan menjelaskan tahapan yang akan dilakukan proses pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

- Tahap Persiapan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan dapat dikategorikan ke dalam kegiatan administrative dan kegiatan teknis (identifikasi permasalahan yang diangkat, penyusunan kerangka metodologi, studi literatur).

- Tahap Analisis Data

Menggunakan metode campuran antara kuantitatif dan kualitatif, namun lebih terfokus ke metode kualitatif (penelitian studi kasus); hasil dari analisis-analisis tersebut akan menjadi masukan pada perumusan konsep, scenario, dan strategi manajemen dan perancangan kota.

- Tahap Perumusan Konsep, Skenario dan Strategi

Tahap ini merupakan tahap pencarian alternative-alternatif konsep yang dapat menjawab bagaimana pengembangan kawasan wisata bahari dikota Padang, kemudian melalui analisis disusun scenario dan strategi pengembangan wisata bahari kota Padang.

3.4 Data Penelitian

Data yang dibutuhkan dalam studi ini secara umum meliputi data kualitatif dan kuantitatif. Berikut interpretasi kebutuhan data dalam studi ini yaitu sebagai berikut:

1) Data Primer

Pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

- Observasi, teknik observasi yang digunakan adalah dengan observasi *non-partisipan* sehingga observer tidak menjadi bagian dari kegiatan atau kelompok yang diteliti.
- Wawancara, teknik wawancara tak berstruktur (*unstructural interview*) dan teknik wawancara berstruktur (*structural interview*).
- Kuesioner.

2) Data sekunder

Adapun pertimbangan instansi-instansi yang menjadi sumber dalam pengumpulan data sekunder adalah sebagai berikut:

- Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) kota Padang.
- Dinas Pariwisata kota Padang.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis SWOT

Pada tahapan ini data yang telah diidentifikasi kemudian diolah untuk dianalisis. Penentuan strategi utama akan diolah dan dianalisis melalui pemakaian beberapa matriks dengan tiga tahap pelaksanaan, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisa data, dan tahap pengambilan keputusan. Untuk lebih jelasnya, Berikut tahapan analisis data yang dilakukan menggunakan pendekatan analisis SWOT yaitu sebagai berikut:

- **Tahap pengumpulan data (*The Input Stage*)**

Pada tahap ini digunakan analisis matriks EFE, matriks IFE. Kedua matriks ini bertugas menyimpulkan informasi dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi-strategi.

- **Tahap mencocokkan (*The Matching Stage*)**

Hasil analisa IFE dan EFE diolah dalam matriks SWOT / diagram SWOT dan matriks Internal – Eksternal. Pada tahap ini berfokus pada pembuatan strategi-strategi alternatif yang dapat dilaksanakan

melalui penggabungan faktor internal dan eksternal utama.

1. Analisa Matriks TOWS dan Diagram SWOT

Analisis TOWS merupakan cara sistematis yang didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Analisa TOWS diolah berdasarkan analisis data yang berasal dari matriks IFE dan EFE. Berikut terdapat delapan tahapan penentuan strategi yang dibangun melalui matrik TOWS, yaitu :

1. Buat daftar peluang lingkungan eksternal.
2. Buat daftar ancaman lingkungan eksternal.
3. Buat daftar kekuatan kunci internal.
4. Buat daftar kelemahan kunci internal.
5. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.
6. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dengan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WO.

7. Cocokan kekuatan-kekuatan internal dengan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi ST.
8. Cocokan kelemahan-kelemahan internal dengan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WT.

identifikasi tantangan lingkungan internal dan eksternal maka didapatkan beberapa pendekatan strategi yang relevan dalam proses strategi pengembangan wisata bahari dikota Padang yaitu sebagai berikut:

IV. PEMBAHASAN

4.1 Analisis SWOT Strategi Pengembangan Wisata Bahari Di Padang.

Analisis SWOT merupakan kemampuan proses identifikasi faktor lingkungan eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman serta lingkungan internal melalui perspektif kekuatan dan kelemahan. Analisis ini berdasarkan kepada pemahaman akan proses pengoptimalan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) terkait dalam meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Dengan demikian, maka proses pengambilan keputusan strategis hendaknya didukung oleh proses perencanaan strategis melalui indentifikasi faktor strategis dan diharapkan mampu memberikan manfaat terhadap efektifitas pencapaian tujuan organisasi. Lebih lanjut, berdasarkan hasil

Tabel 4.1
Analisis SWOT Wisata Bahari Kota Padang.

<p style="text-align: center;">IFE</p> <p style="text-align: center;">EFE</p>	<p>Kekuatan (strength) - isikan indikator kekuatan intern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keragaman dan keunikan wisata pantai kota Padang. • Keberadaan situs peninggalan purbakala disekitar lokasi wisata bahari kota Padang. • Potensi Keunikan wisata ekologi terumbu karang dikota Padang. • Potensi dan keunikan pulau – pulau di wilayah dikota Padang. • Karakteristik dan keunikan UKM yang berkembang dilokasi wisata bahari kota Padang. 	<p>Kelemahan (weakness) - isikan indicator kelemahan intern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan sarana dan prasarana fisik disekitar lokasi wisata bahari. • Keterbatasan pemahaman masyarakat akan pentingnya peranan kualitas pelayanan dalam menarik simpati wistawan. • Keterbatasan kreatifitas masyarakat dalam mengkreasikan kegiatan masyarakat terkait dalam mengkomunikasi potensi wisata bahari yang ada. • Keterbatasan pemahaman masyarkat dalam mengkreasikan kerajinan/produk olahan/sejenisnya yang menggambarkan potensi wisata bahari kota Padang. • Kesenjangan perspektif masyarkat dan pemerintah dalam mengembangkan keberadaan potensi wisata bahari.
<p>Peluang (opportunity) - Isikan indikator peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Program promosi wisata “Pesona Indonesia” pada lingkungan internasional. • Kondisi politik Sumatera Barat yang relative stabil. • Karakteristik keunikan sosial masyarakat yang hidup dikawasan wisata bahari kota Padang. • Potensi dan keunikan wisata alam kota padang. • Kebijakan pemerintah kota dalam mengembangkan potensi wisata. • Peluang investasi dalam memaksimalkan potensi wisata bahari kota Padang. 	<p style="text-align: center;">Strategi Kekuatan Dan Peluang (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan promosi potensi wisata bahari pada tingkat internasional. • Sosialisasi dan promosi kearifan budaya lokal melalui persepektif <i>based community</i>. • Perancangan kegiatan berbasis produk dan jasa wisata bahari. • Kerjasama dan keterlibatan instansi pemerintah pada kegiatan pariwisata internasional. • Memperjelas <i>roadmap</i> pengembangan wisata bahari terkait dalam meningkatkan intensitas investasi dikota Padang. 	<p style="text-align: center;">Strategi Kelemahan dan Peluang (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan standar kualitas sarana dan prasarana fisik disekitar wilayah wisata bahari. • Sosialisasi dan edukasi masyarakat melalui perspktif pentingnya pariwisata. • Mensinergikan pemahaman pemerintah dan masyarakat terkait atas setiap produk atau jasa wisata yang dihasilkan. • Merancang <i>roadmap</i> produk atau jasa yang akan dihasilkan terkait dalam memaksimalkan peluang investasi dimasa mendatang.
<p>Ancaman (threat) - Isikan indikator ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapatnya alternative tawaran produk wisata bahari pada beberapa daerah di Sumatera barat. • Terdapatnya alternative potensi lokasi wisata pantai pada beberapa daerah, khususnya yang berada pada pantai barat Sumatera barat. 	<p style="text-align: center;">Strategi Kekuatan Dan Ancaman (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penguatan keunikan konsep wisata bahari yang ditawarkan oleh kota Padang. • Menciptakan produk dan jasa wisata yang memiliki relevansi terhadap penguatan positioning wisata bahari kota Padang. • Mensinergikan perspektif stakeholder (pemerintah, masyarakat, pelaku usaha) terkait dalam mengkomunikasikan produk dan jasa wisata yang dikembangkan. 	<p style="text-align: center;">Strategi Kelemahan Dan Ancaman (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perkuat kerjasama dengan stakeholder tertentu, terkait dalam memaksimalkan ketersediaan sarana dan prasarana pendukung dalam mengembangkan konsep wisata yang ada. • Menciptakan program wisata bahari berbasis keunikan budaya lokal. • Menciptakan kerjasama intitusi pemerintah, masyarakat dan pelaku dengan institusi pendidikan terkait dalam memahami isu dan dinamika perubahan preferensi wisatawan terkait konsep wisata bahari yang dikembangkan.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas memperlihatkan bahwa proses identifikasi indikator yang relevan diharapkan mampu memberikan manfaat dalam merumuskan strategi pengembangan wisata bahari kota Padang. Melalui perumusan strategi wisata bahari diharapkan mampu memberikan manfaat terhadap penguatan posisi tawaran bersaing atas konsep yang ditawarkan. Hal ini diharapkan juga mampu memberikan manfaat terhadap penguatan aspek ekonomi dan sosial masyarakat secara lebih luas. Hal ini diungkapkan oleh Adi, Bustafa dan Ketjulan (2013) dalam kajiannya akan pentingnya mengembangkan potensi wisata bahari terumbu karang pada kawasan pulau Lara melalui penciptakan konsep wisata snorkeling dan diving bagi wisatawan. Lebih lanjut, Dritasto dan Anggraeni (2013) dalam memahami manfaat keberadaan potensi wisata bahari pulau tiyaitu keberadaan wisata bahari telah memberikan dampak *multiplier effect* terhadap perekonomian masyarakat lokal. Selanjutnya, Juliana, Sya'rani dan Zainuri (2013) juga menegaskan

pentingnya mengelola keberadaan potensi wisata bahari melalui penciptaan produk dan jasa wisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan. Dengan demikian, maka dapat kemampuan dalam mengembangkan potensi wisata bahari sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengidentifikasi dan menciptakan konsep wisata bahari bagi wisatawan terkait dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat secara lebih luas.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor bisnis yang memberikan perhatian khusus bagi para beberapa pelaku, khususnya terkait dalam proses penciptaan serta pengembangan nilai tambah akan keberadaan potensi wisata disuatu wilayah. Kemampuan untuk mengembangkan dan mengkomunikasikan keunikan potensi yang ada diharapkan mampu menjadi *core value* bagi setiap daerah terkait dalam mensikapi tingkat persaingan yang semakin

berkembang. Hal ini secara implicit memperlihatkan bahwa kemampuan dalam mengembangkan industri pariwisata hendaknya juga didukung oleh kemampuan dalam proses pengembangan potensi wisata menjadi sebuah tawaran destinasi yang unik bagi para wisatawan.

Potensi wisata bahari kota Padang sangat dipengaruhi oleh pemahaman bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penting terhadap kontribusi peningkatan pendapatan daerah dimasa mendatang. Pemahaman akan adanya unsur – unsur yang mampu memberikan manfaat dalam mengembangkan potensi wisata bahari memiliki relevansi terhadap pendekatan strategi yang akan dikembangkan. Adapun fokus pendekatan strategi yang diterapkan dalam mengembangkan wisata bahari yaitu melalui pemanfaatan potensi wisata yang ada seperti keunikan budaya lokal, keunikan potensi wisata alam bahari, keberadaan pelaku usaha terkait dalam mensikapi perubahan preferensi masyarakat atas konsep wisata yang ditawarkan. Dengan

demikian, maka kemampuan dalam mengelola potensi wisata diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap *multiplier effect* masyarakat kota Padang dimasa mendatang.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Teoritis

Adapun saran teoritis yang dapat dikemukakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- Penting bagi peneliti untuk mengembangkan alat analisis yang digunakan terkait dalam proses pengukuran strategi wisata bahari di masa mendatang.
- Penting bagi peneliti untuk melakukan penelitian pada daerah lainya dalam mendapatkan persepsi yang lebih luas pentingnya perumusan strategi wisata bahari.

b. Praktis

Adapun saran praktis yang dapat dikemukakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- Penting bagi insititusi untuk melakukan evaluasi secara berkala proses identifikasi unsur – unsur yang membentuk potensi wisata bahari dikota Padang.
- Penting bagi institusi memahami dan menggunakan pendekatan yang relevan dalam proses implementasi strategi wisata bahari dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, B, A, Mustafa, A dan Ketjulan, R., (2013), Kajian Potensi Kawasan dan Kesesuaian Ekosistem Terumbu Karang di Pulau Lara untuk

Pengembangan Ekowisata Bahari, Jurnal Mina Laut Indonesia.

Dristato, A, dan Anggraeni, A.A.,(2013) Analisis Dampak Ekonomi Wisata Bahari Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Pulau Tidung, Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, No.x, Vol.x.

Juliana, Sya'rani, L, dan Zainuri, M., (2013), Kesesuaian dan daya dukung wisata bahari di perairan bandengan kabupaten jepara jawa tengah, Jurnal Perikanan dan Kelautan Tropis, Vol IX-1.

Pendit, I Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Pitana, I Gede dan Putu, G Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta: Andi

United Nation World Travel Organisation annually report , 2014

Yoeti, Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.