

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA WISATA PANTAI  
GRAND WATUDODOL (GWD) DALAM MENINGKATKAN  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**



Oleh:

Mega Ayu Putri

NIM : 204105020163

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JULI 2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA WISATA PANTAI  
GRAND WATUDODOL (GWD) DALAM MENINGKATKAN  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Mega Ayu Putri

NIM : 204105020163

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JULI 2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA WISATA PANTAI  
GRAND WATUDODOL (GWD) DALAM MENINGKATKAN  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:  
Mega Ayu Putri  
NIM : 204105020163

Disetujui Pembimbing

  
M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag  
NIP. 197111142003121002

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA WISATA PANTAI  
GRAND WATUDODOL (GWD) DALAM MENINGKATKAN  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu

Tanggal : 12 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

**Siti Indah Purwaning Yuwana., S.Si., M.M.**  
NIP. 198509152019032005

Sekretaris

**M. Daud Rhosvidy, S.E., M.E.**  
NIP. 198107022023211003

Anggota :

1. Dr. Hj. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT. ( )
2. Muhammad Saiful Anam, S.Ag., M.Ag. ( )

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.**  
NIP 196812261996031001

## MOTTO

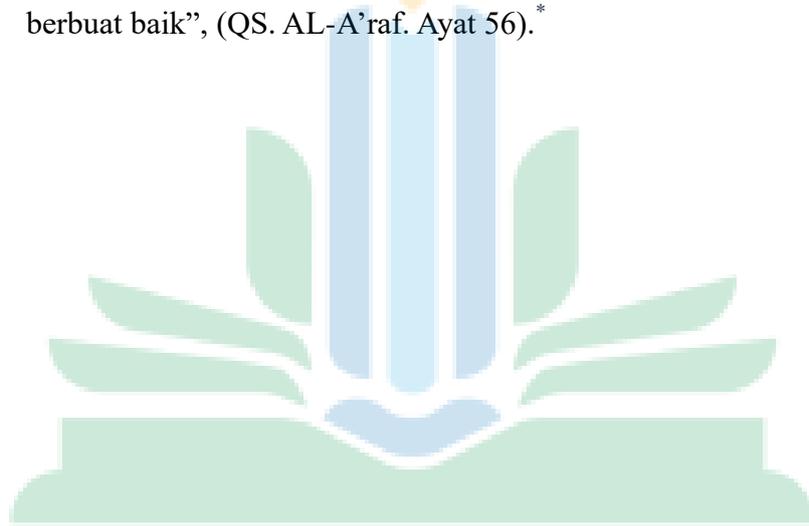
وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ  
قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya: “Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik.

Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap.

Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang

berbuat baik”, (QS. AL-A’raf. Ayat 56).\*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

\* Dapertemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, (Jakarta: Kemenag 2022).

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat berupa kesehatan dan kesempatan sehingga Saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sampai selesai. Skripsi yang telah terselesaikan ini, Saya persembahkan kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya ayah Hariyono dan Ibu Asmiyati yang selalu memberikan dukungan kepada Saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Kepada adik saya Muhammad Wahyu Alfarisky yang selalu menjadi motivator dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Kepada keluarga besar yang selalu memberikan doa dan semangat yang terbaik untuk saya serta menjadi motivasi untuk mencapai kesuksesan kedepannya.
4. Untuk Sahabat-sahabatku terimakasih yang selalu ada dalam keadaan apapun.
5. Keluarga besar K-4 ES.
6. Almamater tercinta UIN KHAS JEMBER, yang telah memberikan kesempatan, pengalaman dan pengetahuan selama saya menuntut ilmu.
7. Terimakasih untuk seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan yang akan datang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT atas kenikmatannya berupa nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tentunya kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Ibu Mariyah Ulfah, M.E.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
6. Bapak. M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag. selaku Dosen Pembimbing skripsi.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal hidup di dunia dan akhirat.
8. Seluruh informan yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala bantuannya, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada semua pihak.

Jember, 7 Mei 2024

Penulis

## ABSTRAK

Mega Ayu Putri, M. Saiful Anam, 2024: Strategi Pengembangan Usaha Wisata Pantai *Grand Watudodol* (GWD) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi.

**Kata kunci:** Pariwisata, Strategi Pengembangan, Meningkatkan Kunjungan.

Pariwisata menjadi fokus utama pembangunan di Indonesia, sebagaimana tergambar dalam intruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1969, khususnya pada Bab 2 Pasal 3, Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia dianggap sebagai pengembangan industri pariwisata yang merupakan bagian integral dari Upaya pengembangan Pembangunan serta kesejahteraan Masyarakat dan negara. Pariwisata menjadi salah satu potensi ekonomi masyarakat, bertujuan meningkatkan kesejahteraan dan perkembangan daerah. Berkembangnya industri pariwisata tentu tidak dipungkiri dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi namun juga dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan.

Fokus Penelitian ini adalah 1. Bagaimana strategi pengembangan destinasi wisata pantai *Grand watudodol* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan? 2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan destinasi wisata pantai *Grand Watudodol*?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah 1. Mengetahui strategi pengembangan destinasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di wisata pantai *Grand Watudodol* di Kabupaten Banyuwangi 2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan destinasi wisata *Grand Watudodol* di Kabupaten Banyuwangi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif pendekatan deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan strategi yang dilakukan oleh pihak pengelola dalam pengembangan objek wisata *Grand Watudodol*. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian dari Strategi Pengembangan Usaha Wisata Pantai *Grand Watudodol* Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi yaitu: Analisis strategi pengembangan usaha wisata dalam meningkatkan kunjungan ialah dengan cara memeberikan sarana prasarana pengunjung dengan kualitas baik, Strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengelola *Grand Watudodol* ialah dari segmentasinya dimana pengelola berfokus kepada masyarakat kalangan menengah ke bawah dengan tidak memberatkan pengunjung yang akan berwisata serta menjadi prioritas utama adalah kenyamanan pengunjung yang datang.

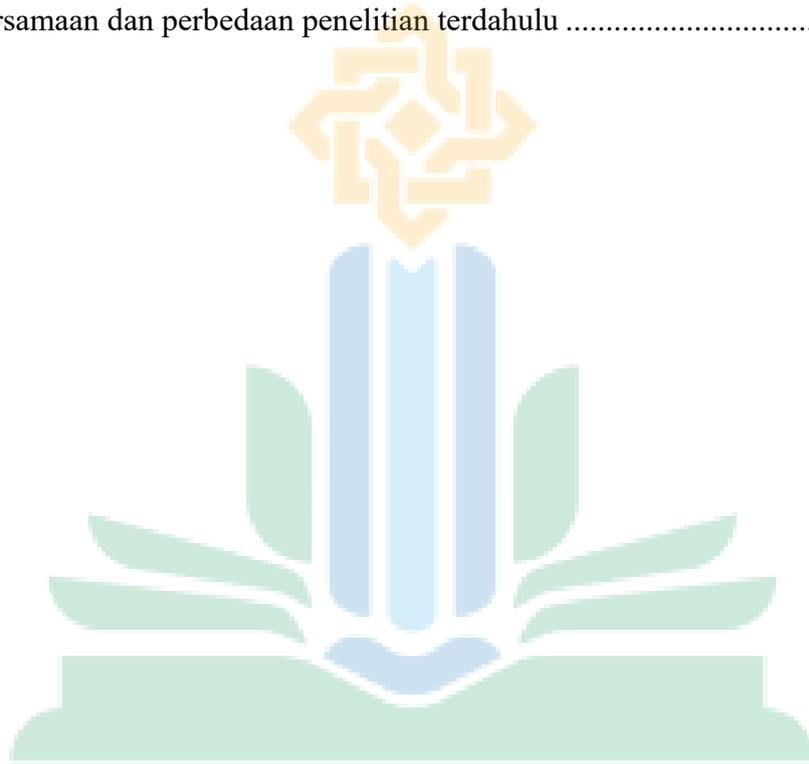
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi istilah .....	8
F. Sistematis Pembahasan .....	10

<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian .....	35
C. Subjek Penelitian .....	36
D. Tehnik Pengumpulan Data .....	37
E. Analisis Data .....	40
F. Keabsahan Data.....	42
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	43
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>44</b>
A. Objek penelitian .....	44
B. Penyajian dan Analisis Data.....	48
C. Pembahasan Temuan .....	62
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran-Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi.....	3
1.2 Jumlah kunjungan wisatawan di pantai <i>Grand Watudodol</i> .....	4
2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu .....	20



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang terletak di garis khatulistiwa. Luas wilayah perairan laut lebih dari 75% yang mencapai 5,8 juta kilometer persegi dengan 17.500 pulau dan panjang garis pantai sekitar 81.000 km. Posisi di zona khatulistiwa menjadikan Indonesia menjadi salah satu negara dengan potensi sumberdaya alam yang sangat melimpah, termasuk keindahan alam dan potensi dalam pengembangan wisata.<sup>1</sup> Indonesia mempunyai banyak potensi objek wisata yang mampu menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal.<sup>2</sup> Pariwisata memiliki definisi suatu bentuk perjalanan berpindah-pindah dari tempat satu ke tempat lain yang bersifat tidak tetap, biasanya dilakukan untuk mendapatkan hiburan guna menyegarkan pikiran dan juga untuk berkumpul bersama keluarga dengan liburan memanfaatkan waktu luang. Pariwisata juga merupakan salah satu faktor ekonomi penting di Indonesia. Pariwisata menjadi salah satu mesin penggerak ekonomi di Indonesia, selain itu pariwisata diharapkan dapat mewujudkan lapangan pekerjaan di kawasan atau wilayah yang menjadi objek wisata, dengan begitu kegiatan pariwisata dapat

---

<sup>1</sup> Kristian Buditiawan dan Harmono "Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember", *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, volume 15 nomor 1 (Juni 2020) : 38.

<sup>2</sup> I Gede Suhartawan, "Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata (Studi Kasus pada Desa Sidera Kota Palu)", *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility* volume 3, nomor 1 (Juni 2022): 42.

mengurangi angka pengangguran di Indonesia.<sup>3</sup> keberhasilan pariwisata ditentukan dari penerimaan pemerintah seperti sektor pariwisata dimana sektor pariwisata ini dapat mendorong sektor lainnya untuk berkembang.<sup>4</sup>

Pariwisata menjadi fokus utama pembangunan di Indonesia, sebagaimana tergambar dalam instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1969, khususnya pada Bab 2 Pasal 3, Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia dianggap sebagai pengembangan industri pariwisata yang merupakan bagian integral dari upaya pengembangan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara. Pariwisata menjadi salah satu potensi ekonomi masyarakat, bertujuan meningkatkan kesejahteraan dan perkembangan daerah. Fenomena ini merupakan respon zaman, dipicu oleh kebutuhan, kesadaran akan keindahan alam, kesenangan, serta pertumbuhan interaksi antar bangsa dan berbagai kelas masyarakat, hasil perkembangan perniagaan, industri, dan perdagangan. Saat ini pariwisata seakan sudah menjadi kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya bagi suatu kelompok tertentu saja.<sup>5</sup> Pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu daerah. dengan pemasaran digital menjadi salah satu alat penting dalam

---

<sup>3</sup> In Choirunnisa dan Mila Karmilah, "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Slumbung", *Jurnal Kajian Ruang* volume 1, nomor 2 (September 2021): 2-3, <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>.

<sup>4</sup> I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata* (Yogyakarta : Andi 2017), 6.

<sup>5</sup> Maulidatul Hasanah, Muhammad Haris, Deni Putra Afandi, dan Nur Ika Mauliyah, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Di UPT Rembangan", *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* volume 2, nomor 2 (Februari 2024): 31, <https://doi.org/10.59435/gimi.v2i2.369>.

meningkatkan promosi destinasi pariwisata.<sup>6</sup> Pariwisata adalah segala bentuk perjalanan yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi yang memiliki tujuan mengisi waktu luang dengan bepergian ke satu tempat atau lebih.<sup>7</sup>

Kabupaten Banyuwangi merupakan kabupaten yang terletak di Jawa Timur. Kabupaten Banyuwangi mempunyai pemandangan alam yang indah dari dataran tinggi, pegunungan, dataran rendah hingga garis pantai. Keberagaman tersebut menjadikan Banyuwangi kaya akan potensi wisata. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mulai aktif mengembangkan potensi wisata yang ada melalui kegiatan promosi pariwisata.<sup>8</sup> Hal ini dilakukan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik, kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini<sup>9</sup>

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi**

No	Tahun	Jumlah kunjungan wisatawan
1	2018	737.319
2	2019	780.078
3	2020	362.864

<sup>6</sup> Rahmi Maulida, Sasy Syawalatu Choir, dan Nadia Azalia Putri, "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Banyuwangi Di Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi", *Jurnal GEMBIRA* (Pengabdian Kepada Masyarakat) volume 2, nomor 1, (Februari 2024): 238-239, <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/download/406/301/1093>

<sup>7</sup> Nur Ika Mauliyah, Andre, Mohammad Fadoillah, dan Moch. Sabdanil Karomah, "Upaya Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberlakuan Tiket di Pemandangan Alam Arak – Arak Bondowoso", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* volume 3, nomor 2 (Mei 2023): 92, <https://doi.org/10.37567/pkm.v3i2.1880>.

<sup>8</sup> Chintiya Betari Avinda, I Nyoman Sudiarta, dan Ni Made Oka Karini, "Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)", *Jurnal Industri Perjalanan Wisata (IPTA)* volume 4, nomor 1 (2016): 56.

<sup>9</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi Jumlah Kunjungan Wisatawan, diakses 01 Oktober, 2023, <https://banyuwangikab.bps.go.id/statictable/2023/07/21/309/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-ke-kabupaten-banyuwangi-2013-2023.html>

4	2021	432.078
5	2022	551.478

Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pengunjung wisata di kabupaten Banyuwangi dari tahun 2018 sampai 2022 mengalami fluktuasi salah satunya wisata pantai *Grand Watudodol*, hal ini merupakan salah satu destinasi wisata pantai yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi. Hal utama yang menjadi daya tarik dari destinasi wisata pantai *Grand Watudodol* yang tidak ditemukan di destinasi wisata pantai yang lainnya dalam pariwisata ini yaitu pantainya yang bersih dan dikenal dengan pantai biru dengan latar belakang Selat Bali dan ditempat wisata tersebut bisa menikmati keindahan taman bawah laut yang masih terjaga tetapi wisatawan juga bisa *nature school* dimulai dari anak tk, pelajar, mahasiswa serta wisatawan umum. akan tetapi pada destinasi wisata ini mengalami hal yang berbeda dari pariwisata Banyuwangi yang lain yaitu fluktuasi dalam kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Data kunjungan wisatawan Pantai dapat dilihat pada Tabel 1.2 di bawah ini.<sup>10</sup>

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pantai**

No	Tahun	Jumlah kunjungan wisatawan
1	2018	137.078
2	2019	139.545
3	2020	69.214
4	2021	63.316
5	2022	106.845

Sumber: Wawancara Dengan Karyawan Penjaga Locket *Grand Watudodol*

<sup>10</sup> Dian penjaga loket *Grand Watudodol*, diwawancarai oleh penulis, Banyuwangi, 02 Mei 2024.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pengunjung wisatawan di *Grand Watudodol* dari tahun 2018 sampai 2022 cenderung mengalami fluktuasi, sedangkan secara lokasi destinasi wisata ini berlokasi cukup strategis di mana destinasi wisata ini berlokasi dekat dengan jalan pantura ditambah lagi destinasi wisata ini dekat dengan Stasiun Ketapang, Pelabuhan Ketapang, dan Bandara Blimbingsari yang menjadi tempat datangnya wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi. Dilihat dari potensi yang terdapat di *Grand Watudodol* mampu menarik wisatawan untuk berkunjung, akan tetapi setiap tahun kunjungan wisatawan cenderung fluktuasi, sehingga diperlukan rencana pengembangan dalam destinasi wisata ini agar kunjungan wisatawan yang datang dapat meningkat terus kedepannya. Dengan fluktuasi kunjungan wisatawan di *Grand Watudodol*, maka diperlukan penelitian untuk mengetahui strategi pengembangan *Grand Watudodol*.

Strategi pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar obyek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah.<sup>11</sup> Adanya destinasi wisata ini dimulai tahun 2014. *Grand Watudodol* ini memiliki pantai yang indah dengan latar belakang Selat Bali, cocok untuk beristirahat. Keistimewaan tempat ini adalah adanya pohon kelapa yang menjulang tinggi di beberapa tempat. Upaya pengembangan pengelola salah satunya telah menyediakan beberapa paviliun

---

<sup>11</sup> Deby Marlina Nainggolana, dan I Made Adi Kampana, "Strategi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Musa Dua", *Jurnal Destinasi Pariwisata* volume 3, nomor 2 (2015): 46.

dan bangku bagi pengunjung yang ingin bersantai, menyediakan alat penyelam untuk para wisatawan yang ingin menyelam melihat keindahan alam seperti terumbu karang yang ada di wisata *Grand Watudodol*. Strategi pengembangan tersebut masih kurang efektif sehingga dibutuhkan strategi yang baru untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Secara hasil observasi dalam pariwisata ini memang kurang efektif dalam beberapa pengembangan seperti adanya berapa bagian tempat suda tidak layak dikunjungi dikarenakan suda mulai rusak tetapi belum ada perbaikan sehingga hal itu membuat berkurangnya para pengunjung.<sup>12</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin meneliti tentang kelebihan dan kelemahan dari usaha wisata *Grand Watudodol* sehingga dapat memberikan rumusan strategi pengelolaan usaha pariwisata *Grand Watudodol*, maka peneliti mengambil judul penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Strategi Pengembangan Usaha Wisata Pantai *Grand Watudodol* (GWD) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dalam studi ini diarahkan untuk mencapai tujuan dengan rumusan masalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan destinasi wisata Pantai *Grand Watudodol* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan?

---

<sup>12</sup> Observasi di Pariwisata *Grand Watudodol* Banyuwangi, 18 November 2023.

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan destinasi wisata Pantai *Grand Watudodol* ?

### C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian adalah menemukan, pengembangan dan membuktikan pengetahuan. sedangkan secara khusus tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan dalam artian sebelumnya sebelum ada atau belum diketahui dengan metode kualitatif maka peneliti dapat menemukan pemahaman luas dan mendalam terhadap situasi sosial, memahami pola hubungan yang akhirnya dapat dikembangkan menjadi teori.<sup>13</sup>

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan destinasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di wisata Pantai *Grand Watudodol* di Kabupaten Banyuwangi
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan destinasi wisata *Grand Watudodol* di Kabupaten Banyuwangi.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. manfaat dapat berupa manfaat yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.<sup>14</sup>

Manfaat Teoritis

<sup>13</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 2020, 45.

<sup>14</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 2020, 45.

### 1. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi masyarakat dalam mengambil keputusan terhadap strategi pengembangan pariwisata serta pentingnya menjaga lingkungan. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi akademisi sebagai sumber bacaan referensi bagi penelitian selanjutnya.

### 2. Bagi Peneliti.

Adapun manfaat bagi penulis secara pribadi yakni, mampu memahami serta dapat memberikan wawasan yang luas dan pengalaman baru dan menambah pengetahuan penulis tentang strategi pengembangan usaha wisata.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah mencakup makna istilah penting yang menjadi fokus penelitian dalam judul penelitian. Tujuannya adalah untuk menghindari kesalahpahaman mengenai makna istilah yang dimaksud peneliti.<sup>15</sup> Adapun definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1. Strategi Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>16</sup> Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan pengembangan. dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta,

<sup>15</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 2020, 91.

<sup>16</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, Strategi <https://kbbi.web.id/strategi>, 10 Oktober 2023 pukul 20:34 WIB.

pengembangan adalah perbuatan yang menjadikan bertambah, berubah sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya).<sup>17</sup>

Strategi pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah.<sup>18</sup> Strategi merupakan alat dalam mencapai tujuan perusahaan dan kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut.<sup>19</sup>

## 2. Strategi Pengembangan Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri, disamping bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap suatu bangsa. Pariwisata adalah hal yang diminati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan, berkembangnya

<sup>17</sup> Zafira dan Dahrani, “Analisis Sistem Pengembangan SDM Melalui Pendekatan Training Pada Dompok Dhuafa Waspada”, *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* volume 3, nomor 2 (2023): 438.

<sup>18</sup> Deby Marlina Nainggolana, dan I Made Adi Kampana, “Strategi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Musa Dua”, *Jurnal Destinasi Pariwisata* volume 3, nomor 2 (2015): 46.

<sup>19</sup> Muhammad Ridla, Kanom, dan Randhi Nanang Darmawan, “Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Bangsring Underwater Berbasis Masyarakat”, *Journal Of Tourism And Economic*, volume 4, nomor 2 (2021) : 138, <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i2.123>.

keaktivitas dan mampu menunjang produktivitas suatu individu.<sup>20</sup> Strategi Pengembangan pariwisata merupakan suatu strategi, proses atau cara yang digunakan untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata, mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung guna kelangsungan pengembangan pariwisata seperti: memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan dan daya tarik wisata sehingga dapat menarik wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar objek wisata maupun bagi pemerintah.<sup>21</sup>

#### **F. Sistematis Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang penjelasan alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pertama sampai terakhir. Skripsi ini terdiri dari lima bab antara lain sebagai berikut:

##### **1. Bab I Pendahuluan**

Di dalam bab ini terdiri dari enam sub bab, yaitu konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

##### **2. Bab II Kajian Pustaka**

Di dalam bab ini terdiri dari dua sub bab, yaitu penelitian terdahulu dan kajian teori.

---

<sup>20</sup> Ian Asriandy, "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng." (Skripsi, Universitas Hasanuddin, 2016), 1.

<sup>21</sup> Fredrick Hendrick Mebr, Ermaya Suradinata, dan Kusworo, "Strategi Pengembangan Pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Jayapura Provinsi Papua", *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* volume 12, nomor 1 (Mei 2022): 106.

### 3. Bab III Metode Penelitian

Di dalam bab ini terdiri dari tujuh sub bab, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

### 4. Bab IV Penyajian Data dan Analisis

Di dalam bab ini terdiri dari tiga sub bab, yaitu gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan di lapangan.

### 5. Bab V Penutup

Di dalam bab ini terdiri dari dua sub bab, yaitu kesimpulan atau hasil penelitian dan saran-saran yang membangun.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu, peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti temukan antara lain:

1. Istiqomatul Lailatufa, dkk 2019 “Strategi pengembangan Objek Wisata Rumah Apung *Underwater* Di kecamatan wongsorejo Kabupaten Banyuwangi”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan strategi pengembangan objek wisata yang dilakukan oleh pihak pengelola Rumah Apung Bangsring *Underwater*. Metode dalam penelitian ini menggunakan kualitatif pendekatan deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengelola berdampak positif terhadap peningkatan pengunjung dan pendapatan objek wisata.<sup>22</sup> Persamaan penelitian ini terletak pada metode dan tujuan penelitian sedangkan perbedaannya terletak di tempat penelian.

2. Iwan Ramadhan, dkk 2022 “Strategi Pengembangan Objek Pariwisata Hutan Albasia”. Tujuan untuk mengetahui strategi dalam mengembangkan objek pariwisata hutan albasia sehingga mampu menarik wisatawan yang berkaitan dengan objek wisata hutan pohon Albasia. Metode yang

---

<sup>22</sup> Istiqomatul Lailatufa, Joko Widodo, dan Mukhamad Zulianto, “Strategi Pengembangan Objek Wisata Rumah Apung Bangsring *Underwater* Di Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, volume 13, nomor 1 (2019) : 15, <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10412>.

digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan bentuk deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi dalam mengembangkan daya tarik wisata hutan Albasia ini dengan memanfaatkan keindahan alam yang sudah ada, melakukan promosi melalui banner dan sosial media dengan bantuan dari komunitas pecinta alam, sehingga menarik minat terutama pemuda-pemuda yang ingin merasakan berkemah di hutan yang lokasinya tidak jauh dari kota. Dalam pengembangan wisata hutan Albasia ini juga terdapat dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang meliputi dampak ekonomi yang meningkat karena memberikan kesempatan para masyarakat sekitar untuk berjualan dan para anak muda untuk mengelola wisata hutan Albasia sehingga membuat para anak muda sekitar memiliki pekerjaan. Akan tetapi juga terdapat dampak negatif seperti ada beberapa masyarakat yang kurang setuju untuk dibangunnya tempat wisata tersebut namun permasalahan tersebut dapat diatasi dengan baik oleh pengelola wisata hutan Albasia.<sup>23</sup> Persamaan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian dan metode penelitian yaitu menggunakan kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

3. Susiyanti Natalia Dewi, dkk 2022 “Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa lambangjaya”. Tujuan penelitian ini untuk

---

<sup>23</sup> Iwan Ramadhan, Imran, Haris Firmansyah, Efriani, dan Jagad Aditya Dewantara, “Strategi Pengembangan Objek Wisata Hutan Albasiah”, *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya* volume 8, nomor 3 (2022) : 993, <https://www.jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/download/908/404>.

mengetahui potensi yang dimiliki desa lambangjaya sebagai daya tarik pariwisata, serta strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desa lambang jaya memiliki potensi pariwisata berbasis alam, budaya dan masyarakat dan strategi pengembangan desa lambang jaya yaitu menjaga kelestarian dan memanfaatkan potensi desa untuk dijadikan daya tarik wisata guna memikat kunjungan wisatawan. Persamaan dalam penelitian ini berada pada tujuan penelitian dan metode penelitian yaitu kualitatif sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.<sup>24</sup>

4. I Gede Suhartawan 2022 “Analisis Strategi Pengembangan produk Agrowisata (Studi kasus pada desa sidera kota palu)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi Desa Wisata Sidra dalam mengembangkan produk agrowisata khas, dan bertujuan untuk menjelaskan keadaan umum di Desa Wisata Sidra, potensi agrowisata Desa Wisata Sidra, dan strategi Desa Wisata Sidra dalam mengembangkan produk agrowisata. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian ini menyatakakn bahwa agrowisata sangat berpotensi untuk dikembangkan.hal ini dapat dilihat dari potensi yang ada di agrowisata yang terletak di desa wisata sidera, dengan melalui

---

<sup>24</sup> Susanty Natalia Dewi, Reza DiaenaPutra, dan Cecep Ucu Rakhman, “Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Lambangjaya”, *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata* volume 9, nomor 1 (2022): 61-62, <https://journal.poltekpar-nhi.ac.id/index.php/barista/article/view/394>.

pengembangan produk agrowisata mulai dari pengembangan produk wisatanya, pengembangan pasar dan promosi, sarana dan prasarana, SDM, kemitraan dengan pihak yang terkait.<sup>25</sup> Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

5. Muhammad Khoirul Mujahid, Putu Ananda Citra 2022 “Strategi pengembangan pantai indah sebagai daya tarik wisata kecamatan buleleng”. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan potensi yang terdapat di pantai indah sebagai daya tarik wisata di Kecamatan Buleleng. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Bahwa sumberdaya pariwisata di Pantai Indah Desa Baktiseraga, Kecamatan Buleleng menunjukkan bahwa memiliki potensi perikanan, terumbu karang dan penyu. sumberdaya non hayati belum maksimal untuk dikembangkan, sumberdaya buatan seperti: reservasi terumbu karang, penangkaran penyu, sumberdaya manusia. 2) Strategi pengembangan pariwisata Pantai Indah di Kecamatan Buleleng adalah menciptakan wisata bawah laut, atraksi penyu, pelatihan peningkatan pelayan pariwisata, pelatihan kepada masyarakat dan wisatawan tentang pentingnya menjaga

---

<sup>25</sup> I Gede Suhartawan ,”Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata (Studi Kasus Pada Desa Sidera Kota Palu)”, *Jurnal Pariwisata PaRAMA Panorama Recreation Accomodation Merchandise Accessibility* volume 3, nomor 1 (juni 2022): 42, <https://doi.org/10.36417/jpp.v3i1.364>.

kelestarian penyu dan terumbu karang, penegakan hukum beserta sanksi, menyiapkan modal atau pendanaan khusus pariwisata.<sup>26</sup> Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tujuan dan metodenya yaitu metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan analisis penelitian.

6. Adam Muhammad, dkk 2021 “Strategi Pengembangan Pariwisata Malino Di Kabupaten Gowa” tujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan dan implementasi strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gowa dalam pengembangan objek wisata di Malino. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gowa adalah strategi sebagai rencana adapun implementasi strategi pengembangan yang teridentifikasi yang dilakukan yakni aspek atraksi, aspek aksesibilitas, akses amenities, dan aspek pelayanan tambahan harus terus dilakukan pengembangan ketersediaan aspek aksesibilitas, amenities, dan *anciliary service* sudah cukup mendukung namun masih perlu dikembangkan dalam hal transportasi khusus yang menghubungkan antar objek wisata, pusat informasi pariwisata, gedung pertunjukan, serta beberapa ruas jalan yang masih perlu diperbaiki sehingga wisatawan

---

<sup>26</sup> Muhammad Khoirul Mujahid, dan Putu Ananda Citra, “Strategi Pengembangan Pantai Indah Sebagai Daya Tarik Wisata Kecamatan Buleleng”. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha* volume 10, nomor 2 (2022) : 134-135, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPG>.

yang berkunjung ke objek wisata Malino merasa nyaman.<sup>27</sup> Persamaan penelitian ini terletak pada tujuan metode penelitian yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

7. Iin Choirunnisa dan Mila Karmilah 2021 “Strategi pengembangan pariwisata budaya (studi kasus :kawasan pecinan lasem,kampung lawas maspati,desa selumbang)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata budaya yang dapat dilakukan dikawasan atau di wilayah baik pada skala desa, kecamatan, ataupun kabupaten kota di indonesia agar pariwisata budaya tetap eksis. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif pendekatan literatur studi.

Hasil penelitian ini mengatakan bahwa strategi pengembangan pariwisata budaya dapat dilakukan antara lain dengan cara pengembangan atraksi budaya dengan hal itu bisa menunjukkan bahwa tetap pertahanan dalam jati diri kawasan, pemeliharaan bangunan-bangunan bersejarah menjadi bangunan cagar budaya, peningkatan infrastruktur, peningkatan fasilitas-fasilitas penunjang pariwisata, serta melibatkan partisipasi masyarakat setempat.<sup>28</sup> Persamaan dalam

---

<sup>27</sup> Adam Muhammad, Lukman Hakim, dan Fatmawati, “Strategi Pengembangan Pariwisata Malindo Di Kabupaten Gowa”, *Journal Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)* volume 2, nomor 5 (2021): 1549, <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>

<sup>28</sup> Iin Choirunnisa, dan Mila Karmila, “Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus:Kawasan Pacinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbang”. *Jurnal Kajian Ruang* volume 1, nomor 2 (2021): 1.

penelitian ini terletak pada tujuan penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat dan metode penelitian ini.

8. Dina Mayasari Soeswoyo 2021 “Potensi Pariwisata dan Strategi Pengembangan Pariwisata yang berkelanjutan di desa sukajadi kabupaten bogor”. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan prekonomian masyarakat, mendorong pelestarian budaya, lingkungan, dan kearifan lokal. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini peneliti mengatakan bahwa diperlukan strategi khusus untuk pembangunan Desa Wisata Sukajadi yang baru mulai berkembang yaitu melakukan berbagai upaya yang serius dan agresif pada pengembangannya dengan 10 komponen pariwisata sehingga tercipta desa wisata yang memiliki daya saing dan berkelanjutan dengan mengacu pada potensi lokal, preferensi wisatawan, dan juga ketentuan serta kebijakan yang saling terintegrasi.<sup>29</sup> Persamaan penelitian ini terletak pada tujuan dan metode penelitiannya yaitu kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

9. Muhammad Ridla, dkk 2021 “Strategi pengembangan pariwisata daya tarik Bangsring *Underwater* berbasis masyarakat”. Tujuan penelitian ini
  - 1) Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pengembangan daya tarik wisata Bangsring *Underwater* berbasis masyarakat.

---

<sup>29</sup> Dina Mayasari Soeswoyo, “Potensi Pariwisata dan Pengembangan Pariwisata Yang Berkelanjutan Di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor”, *Journal of Community Services in Tourism* volume 2, nomor 1 (2021): 13.

2) Mengetahui strategi pengembangan daya tarik wisata Bangsring Underwater berbasis masyarakat. metode penelitian ini menggunakan kualitatif pendekatan deskriptif.

Hasil penelitian ini mengatakan bahwa ada beberapa faktor pendukung dan juga penemuan faktor penghambatnya. faktor pendukungnya seperti: Didukung oleh pemerintah daerah, pemerintah Desa Bangsring, kelompok sadar wisata Samudra Bhakti (Pokdarwis Bangsring Underwater) dalam pengembangan daya tarik Bangsring Underwater. Dan faktor penghambatnya seperti: Minimnya sumber daya manusia dan, beberapa masyarakat sekitar yang belum bisa menerima adanya kegiatan kepariwisataan daya tarik wisata di Bangsring Underwater.<sup>30</sup>

Persamaan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian dan metode sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian.

10. Muhammad Ismail 2020 “Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua”. Tujuan penelitian ini untuk merumuskan strategi pengembangan potensi pariwisata di Povinsi Papua agar terjadi perubahan dalam peningkatan pendapatan daerah, kunjungan wisatawan, dan nilai promosi yang semakin baik. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan objek wisata alam di papua pada umumnya masih dikelolah secara tradisional dan

---

<sup>30</sup> Muhammad Ridla, Kanom, dan Randhi Nanang Darmawan, “Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Bangsring Underwater Berbasis Masyarakat”, *Journal Of Tourism And Economic* volume 4, nomor 2 (2021): 136, <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i2.123>.

dikelola masyarakat adat. Salah satu kendala pengembangan wisata di papua yaitu belum tersedianya rencana induk pariwisata daerah, kurangnya promosi wisata alam dan budaya, tingginya migrasi ke papua, serta keamanan yang belum stabil.<sup>31</sup>

Persamaan penelitian ini terletak dalam tujuan dan metode penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

**Tabel.1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

NO	Nama	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Istiqomatul Lailatufa, dkk	2019	Strategi Pengembangan Objek Wisata Rumah Apung Bangsring <i>Underwater</i> Di Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian dan tujuan penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian
2.	Iwan Ramadhan, dkk	2022	Strategi Pengembangan Objek Pariwisata Hutan Albasia	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian dan tujuan penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian
3.	Susiyanti Natalia Dewi, dkk	2022	Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Lambangjaya	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian dan tujuan penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian
4.	I Gede Suhartawa	2022	Analisis Strategi Pengembangan produk	Persamaan dalam penelitian ini terletak	Perbedaan penelitian ini terletak pada

<sup>31</sup> Muhammad Ismail, “ Srategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua”, *Jurnal Inovasi Kebijakan* volume 4, nomor 1 (2020): 59-60, <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>.

			Argowisata (Studi Kasus Pada Desa Sidera Kota Palu)	pada metode dan tujuan penelitian	tempat penelitian
5.	Muhammad Khoirul Mujahid, Putu Ananda Citra	2022	Strategi Pengembangan Pantai Indah Sebagai Daya Tarik Wisata Kecamatan Buleleng	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tujuan dan metode penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian dan analisis penelitian
6.	Adam Muhammad, dkk	2021	Strategi Pengembangan Pariwisata Malino Di Kabupaten Gowa	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tujuan dan metode penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian
7.	Iin Choirunnisa, Mila Karmilah	2021	Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya (Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbang)	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tujuan penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian dan metode penelitian
8.	Dina Mayasari Soeswoyo	2021	Potensi Pariwisata dan Strategi Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan di Desa Sukajadi Kabupaten Bogor	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada metode dan tujuan penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian
9.	Muhammad Ridla, dkk	2021	Strategi Pengembangan Pariwisata Daya Tarik Bangsring <i>Underwater</i> Berbasis Masyarakat	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada metode dan tujuan penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian
10.	Muhammad Ismail	2020	Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua	Persamaan dalam penelitian ini terletak	Perbedaan penelitian ini terletak pada

				pada metode dan tujuan penelitian	tempat penelitian
--	--	--	--	-----------------------------------	-------------------

## B. Kajian Teori

### 1. Strategi pengembangan

Secara umum strategi adalah alat untuk mencapai suatu tujuan. strategi pada dasarnya adalah alat untuk encapai tujuan dan merupakan suatu respon secara terus menerus terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisai.<sup>32</sup> strategi adalah penentuan proses rancangan para pemimpin dengan cara menyusun tujuan yang ingin dicapai agar bisa memenangkan persaingan dipasaran.<sup>33</sup> Strategi merupakan proses pembuatan rencana yang dilakukan oleh suatu organisasi maupun individu yang mempunyai fokus tujuan jangka panjang, yang disertai dengan usaha dalam rangka mendapatkan tujuan yang dicanangkan. Strategi juga dapat dimaknai sebagai suatu pendekatan yang terkait dengan pelaksanaan gagasan dan eksekusi dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik strategi yang dilaksanakan dengan koordinasi yang baik didukung oleh faktor perencanaan yang maksimal, dan dilaksanakan dengan penuh taktik untuk mencapai suatu tujuan secara efektif.<sup>34</sup> Salah satu kunci yang sangat penting dalam meraih keuntungan kompetitif adalah melalui pengelolaan

<sup>32</sup> I Made Luhur Adi Putra, I Ketut Darma, dan I Made Suniastha Amerta, *Strategi Pengembangan Daya Tarik Ekowisata*, 60-62.

<sup>33</sup> Frendy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis Swot*, 3.

<sup>34</sup> Moch. Chotib, *Potensi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Jember* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 6.

strategi sumberdaya manusia secara efektif. Pengembangan dan pengimplementasian strategi sumber daya manusia yang tercermin pada kegiatan-kegiatan SDM, seperti mengadakan, pemeliharaan dan pengembangan harus berjalan dengan strategi bisnis dan budaya perusahaan.<sup>35</sup>

Pengertian pengembangan dalam Kamus Bahasa Indonesia kata “pengembangan” secara etimologi yaitu proses atau cara, perbuatan mengembangkan. Secara istilah kata pengembangan menunjukkan pada suatu kegiatan menghasilkan suatu alat atau cara yang baru.<sup>36</sup> Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (*evolution*) dan perubahan secara bertahap.<sup>37</sup>

Apabila kalimat strategi dan pengembangan digabungkan maka akan memiliki konotasi upaya yang sungguh-sungguh dari seluruh kelompok atau karyawan yang bersangkutan untuk mencapai target yang telah ditetapkan berdasarkan seluruh pengetahuan yang ada pada mereka.

Pengembangan strategi juga dapat dipandang sebagai proses yang menggabungkan aspirasi pertumbuhan individu ataupun kelompok dengan menciptakan tujuan organisasi untuk meningkatkan efektifitas. Proses ini ditujukan untuk merencanakan dan melaksanakan perubahan yang mempengaruhi keseluruhan sistem dalam jangka panjang.

#### a. Pengertian Strategi Pengembangan

---

<sup>35</sup> Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13.

<sup>36</sup> Tim Penyusun, *Kamus Pusat Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007) 538.

<sup>37</sup> Marihot Tua Efendi Hariadja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018) 168.

Strategi pengembangan adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Pandangan ini melihat strategi, bukan sebagai konsep fit and match (kecocokan dan kesepadanan), melainkan konsep stretch (pemuai). Pandangan ini menganggap strategi adalah “permainan aspirasi”. Penciptaan kesenjangan antara yang ada dan yang diharapkan, atau yang menjadi aspirasi harus terus menerus dilakukan. Manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk formulasi implementasi dan evaluasi keputusan- keputusan yang bersifat lintas fungsioanal, yang digunakan sebagai panduan tindakan bagi fungsi SDM, pemasaran, keuangan, produksi, dan lain-lain agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Dari manajemen stategi dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi merupakan *integrating managemen, mencakup marketing, financing, accounting, production, research and development*, sistem informasi, dengan tujuan agar perusahaan berjalan sukses.<sup>38</sup> Kotler mengemukakan bahwa strategi adalah suatu proses sosial atau menejerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran mengandung aspek sosial baik secara individu maupun berkelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, akibat adanya kebutuhan

---

<sup>38</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Alfabeta Bandung, 2015), 153-154.

dan keinginan tersebut maka terciptalah suatu interaksi yang disebut transaksi pertukaran barang dan jasa. Tujuannya adalah bagaimana memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen baik terhadap individu maupun kelompok. Fred R. David mengatakan bahwa dalam Proses strategi ada beberapa tahap-tahap yang harus dilakukan atau ditempuh yaitu:<sup>39</sup>

1) Perumusan Strategi

Perumusan bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, dan pemilihan strategi implementasi semuanya termasuk dalam perumusan strategi. Proses merancang dan memilih berbagai strategi yang pada akhirnya mengarah pada suatu pencapaian tujuan misi yang berada pada tahap ini.

2) Implementasi Strategi

Implementasi Strategi adalah tindakan dalam strategi yang disebut sebagai implementasi strategi. Pengembangan budaya pendukung strategi, penciptaan struktur yang efisien, reorientasi, persiapan anggaran, dan penciptaan dan pemanfaatan sistem informasi yang masuk adalah contoh kegiatan yang termasuk dalam kategori implementasi strategi. Untuk membuat kemajuan dan pelaksanaan prosedur, diperlukan disiplin, inspirasi dan kerja keras.

---

<sup>39</sup> Fred R. David, *Strategies Management Concepts and Cases Thirteenth Edition*, (Amerika Serikat: Pearson Education, 2023) 2-3.

### 3) Evaluasi Strategi

Evaluasi Strategi adalah tindakan yang diambil oleh seorang manajer dalam mengevaluasi strategi, untuk membandingkan tingkat pencapaian tujuan dengan hasil. Evaluasi terhadap strategi yang telah direncanakan sebelumnya merupakan tahap akhir dari strategi tersebut. Strategi perusahaan atau organisasi yang telah direncanakan tidak akan berjalan efektif dan efisien tanpa adanya tahapan-tahapan yang dilakukan di dalamnya.

#### b. Jenis-jenis strategi pengembangan sebagaimana dikutip oleh Fred R.

David, Strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:<sup>40</sup>

1) Strategi Integrasi (*integration strategies*). Adanya strategi ini agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan atau para pesaingnya, misalnya melalui merger atau akuisisi.

2) Strategi Intensif (*Intensive Strategies*). Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan dalam perusahaan melalui produk yang ada.

3) Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategies*). Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya

---

<sup>40</sup> Fred R. David, *Strategies Management Concepts*, 138-139.

tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

- 4) Strategi Bertahan (*Defensive Strategies*). Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada akhirnya adalah kebangkrutan.

### c. Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata di Indonesia saat ini mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Beberapa kondisi yang memperlihatkan tingkat ekonomi, pariwisata mempunyai peranan seperti perluasan lapangan kerja dengan berbagai macam sektor dengan penyerapan tenaga kerja, dan pertumbuhan ekonomi daerah (retribusi). Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, pariwisata juga mampu mengembangkan daerah pedalaman menjadi lebih kota dengan peningkatan aksesibilitas karena adanya tempat wisata tersebut.<sup>41</sup> Pengembangan pariwisata merupakan suatu strategi, proses atau cara yang digunakan untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata, mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung guna kelangsungan pengembangan pariwisata seperti: memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan dan daya tarik

---

<sup>41</sup> Meidawati Rahayuningsih, dan Yuni Herlina Wati, "Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Dieng Sejajar Wonosobo", *Jurnal Geosains West Science* volume 1, nomor 1 (Januari 2023): 17-18, <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jgws/article/view/188>.

wisata sehingga dapat menarik wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar objek wisata maupun bagi pemerintah.<sup>42</sup> Dengan adanya pengembangan pariwisata, wisatawan dan masyarakat setempat dapat saling menguntungkan, perencanaan dalam pengembangan pariwisata merupakan suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan menuju ketataran nilai yang lebih tinggi dengan cara melakukan penyesuaian dan kesalahan berdasar pada hasil monitoring dan evaluasi serta umpan balik implementasi rencana sebelumnya yang merupakan dasar kebijaksanaan dan merupakan misi yang harus dikembangkan. Selain daya tarik dan fasilitas pariwisata, yang perlu diperhatikan juga dalam pengembangan pariwisata adalah kegiatan promosi pariwisata. Seperti objek wisatanya yang ada dimasing-masing Cluster memang sudah cukup terkenal tapi perlu dilakukan kegiatan promosi yang efektif agar lebih dikenal lagi oleh wisatawan domestik sampai internasional. Media cetak dan media elektronik juga salah satu strategi promosi pariwisata yang efektif dan harus diperhatikan. Selain itu biaya retribusi seperti memberlakukan biaya masuk ke objek-objek wisata harus diberlakukan untuk menambah pemasukan pemerintah daerah dan juga untuk biaya perawatan dan pengembangan tempat wisata tersebut.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Fredrick Hendrick Mebr, Ermaya Suradinata, dan Kusworo, "Strategi Pengembangan Pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Jayapura Provinsi Papua", *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* volume 12, nomor 1 (Mei 2022): 106.

<sup>43</sup> Fredrick Hendrick Mebr, Ermaya Suradinata, dan Kusworo, "Strategi Pengembangan Pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Jayapura Provinsi Papua", *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, volume 12, nomor 1 (Mei 2022): 107.

Tujuan dari strategi pengembangan pariwisata adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari potensi destinasi wisata Pantai Sawangan. Dengan disusunnya strategi pembangunan ini diharapkan dapat mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan baik dari segi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan hidup, yang nantinya dapat memberikan kontribusi terhadap kehidupan perekonomian masyarakat sekitar desa.<sup>44</sup>

#### 1) Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “pari” berarti penuh, sedangkan “wisata” artinya perjalanan. Sehingga secara keseluruhan pariwisata diartikan sebagai segala fenomena atau gejala dan hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan atau persinggahan yang dilakukan oleh seseorang untuk berbagai tujuan.<sup>45</sup> Secara etimologis pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”, pari berarti banyak, berkali-kali, berulang-ulang, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian, jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lain.<sup>46</sup>

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan

<sup>44</sup> Deby Marlina Nainggolana, dan I Made Adi Kampana, “Strategi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Musa Dua”, *Jurnal Destinasi Pariwisata*. volume 3, nomor 2 (2015): 47.

<sup>45</sup> I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata* (Yogyakarta : Andi 2017), 2.

<sup>46</sup> Ade Irma Suryani, “Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal”, *Jurnal Spasial* volume 3, nomor 1 (2017): 34-35, <https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/spasial/article/download/1595/902>.

permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Dalam pengembangan pariwisata harus dilakukan secara sistematis dan arah pengelolaan membutuhkan perhatian pemerintah, pemerintah memiliki peran yang penting dalam pengembangan pariwisata, diantaranya merumuskan kebijakan dalam pengembangan pariwisata dan berperan sebagai alat pengawasan kegiatan pariwisata sehingga diharapkan dapat memaksimalkan potensi daerah tujuan wisata.<sup>47</sup>

## 2) Prinsip dasar dalam pengelolaan pariwisata

Pengelolaan pariwisata perlu memiliki prinsip yang sesuai dengan nilai komunitas, social dan kelestarian lingkungan alam , sehingga akan bermanfaat untuk kesejahteraan komunitas lokal dan wisatawan yang datang. Pengelolaan pariwisata perlu menanamkan prinsip dasar sebagai berikut :

- a) Kearifan lokal pembangunan suatu pariwisata menonjolkan kualitas produk lokal menjadi ciri khusus yang tidak dimiliki oleh kelompok atau tempat lain.
- b) Sumber daya manusia Memberikan akses dan pengetahuan bagi warga lokal mengenai cara mengelola wisata dengan baik.
- c) Atraksi lokal merupakan suatu budaya yang dapat disuguhkan kepada khalayak wisatawan sebagai daya tarik.

---

<sup>47</sup> Meliana Mamo Pe, Yudha Eka Nugraha, dan Lorens Riwu, ” Strategi Pengembangan Pantai kepo sebagai destinasi wisata penyanggah di Kabupaten sabbu rajjua”, *Journal Tourism* volume 5, nomor 2 (November 2022): 108.

- d) Budaya lokal budaya yang menjadi keunggulan dan ciri khas menjadi salah satu daya tarik yang dapat memikat khalayak untuk mendatangi suatu tempat.
- e) Apresiasi cara mendukung suatu pariwisata adalah dengan memberikan apresiasi berupa suatu penghargaan kepada pengelola.
- f) Mengendalikan atau juga menghentikan kegiatan pariwisata yang terbukti mendatangkan masalah lingkungan dan budaya.<sup>48</sup>

Pengelola pariwisata harus mengetahui cara menciptakan keadaan yang mampu meningkatkan pengalaman karena pada dasarnya mereka tidak dapat memberikan pengalaman bagi wisatawan, tetapi hanya menyediakan seperangkat keadaan atau lingkungan agar wisatawan dapat benar-benar memiliki pengalaman.<sup>49</sup> Keberlangsungan hidup manusia bergantung pada lingkungan. Namun, kurangnya kesadaran manusia dalam menjaga lingkungan, menyebabkan banyak kerusakan terjadi.<sup>50</sup> Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar kita dan mempengaruhi kehidupan kita. Menjaga lingkungan berarti melindungi dan merawat bumi ini agar tetap menjadi tempat yang nyaman dan aman untuk

---

<sup>48</sup> Kasnur Saputra, "Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Website Sebagai Media Promosi di Singkawang-Kalimantan Barat", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* volume 2, nomor 1 (2017): 12.

<sup>49</sup> Ani Wijayanti, *Strategi pengembangan Pariwisata Edukasi di Kota Yogyakarta* (Yogyakarta, CV Budi Utama 2019), 46.

<sup>50</sup> Ajril dan Hasan Sazali, "Peran Media Sosial Instagram @Grandpeaceid Sebagai Media kampanye Dalam Menjaga Lingkungan", *jurnal penelitian kajian ilmu sosial dan informasi* volume 8, nomor 2 (2023): 208.

hidup. Kepedulian terhadap lingkungan harus menjadi prioritas kita semua karena dampaknya sangat luas, tidak hanya untuk saat ini, tetapi juga untuk generasi mendatang.

#### 1). Manfaat Menjaga Lingkungan

**Kesehatan Masyarakat:** Lingkungan yang bersih mengurangi risiko penyakit seperti penyakit pernapasan dan infeksi.

**Keanekaragaman Hayati:** Melestarikan habitat alami membantu melindungi flora dan fauna.

**Keberlanjutan Sumber Daya:** Pengelolaan sumber daya alam yang bijak memastikan ketersediaannya untuk masa depan.

**Kualitas Hidup:** Lingkungan yang sehat dan hijau meningkatkan kualitas hidup manusia, memberikan udara bersih, dan ruang hijau untuk rekreasi

#### 2). Dampak Negatif dari Kerusakan Lingkungan

**Perubahan Iklim:** Emisi gas rumah kaca dari aktivitas manusia menyebabkan pemanasan global dan perubahan iklim.

**Bencana Alam:** Deforestasi dan degradasi lahan meningkatkan risiko bencana alam seperti banjir, longsor, dan kekeringan.

**Polusi:** Pencemaran udara, air, dan tanah berdampak buruk pada kesehatan manusia dan makhluk hidup lainnya.

**Hilangnya Keanekaragaman Hayati:** Kehilangan habitat alami mengancam kepunahan banyak spesies.

### 3). Edukasi dan Kesadaran Lingkungan

Mengedukasi diri sendiri dan orang lain tentang pentingnya menjaga lingkungan. berpartisipasi dalam kampanye dan kegiatan pelestarian lingkungan. menjadi teladan dengan menerapkan gaya hidup ramah lingkungan.

Isu lingkungan menjadi bagian penting dari masalah keamanan internasional, dan ini disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, manusia bergantung pada ekosistem dan fungsi bumi. Faktor kedua, peningkatan jumlah penduduk menyebabkan kegiatan ekonomi dan sosial, dimana kegiatan tersebut dijalankan dengan cara yang mengancam lingkungan. Faktor ketiga, masalah lingkungan memiliki efek global. Faktor keempat, masalah lingkungan juga sangat berkaitan dengan pengambilan secara berlebihan sumber daya yang ada atau sering disebut eksploitasi. Saat ini, isu mengenai lingkungan hidup menjadi permasalahan dan persoalan yang dibicarakan dan dianalisa oleh khalayak ramai di seluruh dunia baik masyarakat biasa hingga para ahli di bidang lingkungan hidup. Hal-hal negatif yang terjadi pada lingkungan kita pada saat ini yang membawa pengaruh buruk baik bagi lingkungan, maupun kita sebagai manusia. seperti penebangan pohon di hutang, krisis lahan hijau terbuka, krisis lahan untuk tinggal, semakin tipis dan rusaknya lapisan pelindung ozon, efek rumah kaca atau global warming, tumpah dan berseraknya

minyak mentah di laut, dan ekosistem perikanan rusak dan mati di sungai karena tercemar oleh zat kimia. Kesalahan pandangan, pemikiran dan perilaku manusia kepada lingkungan membuat manusia menjadikan hidupnya pada suatu keadaan yang disebut “*Unsustainable for Development*”. Keadaan tersebut yaitu sebuah keadaan yang terjadi pada kehidupan manusia yang menjadikan kehidupan tersebut tidak memiliki keseimbangan karena perilaku manusia yang masif dan banyak melakukan aktivitas eksploitasi dan merusak lingkungan tanpa memelihara dan menjaga lingkungan tersebut.<sup>51</sup>



---

<sup>51</sup> Ajril dan Hasan Sazali, "Peran Media Sosial Instagram @Grandpeaceid Sebagai Media kampanye Dalam Menjaga Lingkungan", *jurnal penelitian kajian ilmu sosial dan informasi* volume 8, nomor 2 (2023): 208.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>52</sup>

Metode penelitian kualitatif sering disebut dengan metode penelitian *naturalistic* karena penelitiannya dilakukan dengan keadaan yang alamiah (*natural setting*), disebut sebagai kualitatif karena data diperoleh dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Penelitian dilakukan pada obyek yang alamiah. Objek alamiah adalah objek yang dikembangkan apa adanya. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri guna memahami secara mendalam obyek yang diteliti.<sup>53</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi. Alasan peneliti mengambil lokasi ini karena pariwisata ini mudah dijangkau dengan berlokasi yang sangat strategis. Dengan lokasi bersela 15 km dari arah pusat kota

---

<sup>52</sup> Sudaryono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 520.

<sup>53</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Amerta, 2022), 11.

Banyuwangi dan 5 km dari pelabuhan Tanjung Wangi Ketapang yang medannya sama dengan arah Pantura. Wisata Watudodol mempunyai karakteristik dengan batu besar setinggi 10 m yang berada di tengah-tengah jalan raya serta patung penari gandrung yang menjadi pengenal kabupaten Banyuwangi.

### C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif disebut informan, yang mana digunakan sebagai partner atau konsultan untuk mencari informasi yang dibutuhkan peneliti.<sup>54</sup> Dalam hal ini, pemilihan subjek penelitian menggunakan teknik purposive (teknik bertujuan) yaitu teknik penentuan sumber keterangan dari informan didasarkan pertimbangan tertentu.<sup>55</sup> Pertimbangan ini didasarkan pada jabatan dan perbedaan pekerjaan, ketersediaan serta aksesibilitas. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bapak Abdul Aziz selaku Ketua Pengelola
2. Karyawan Wisata *Grand Watudodol*
  - a. Fah Rikzan
  - b. Arif Effendi
  - c. Dian
3. Wisatawan
  - a. Ibu Laili (Asal Surabaya)
  - b. Ibu Mayang (Asal Jember)

---

<sup>54</sup> Salim dan Syahrudin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 142-143.

<sup>55</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 65.

- c. Tiwi (Asal Rogojampi)
- d. Melodi (Asal Jember)
- e. Salmira (Asal Malang)

Adapun sumber data yang yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam yakni data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data pertama (informan). Dalam hal ini penggalian informasi melalui beberapa pertanyaan yang membutuhkan jawaban (wawancara) terkait strategi pengembangan usaha wisata pantai *Grand Watudodol* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber data kedua, yaitu data yang menunjang informasi yang diperlukan untuk penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen pariwisata, internet, jurnal dan karya tulis ilmiah lainnya, serta dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling penting dalam penelitian, tujuan utama dari pengumpulan data guna memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan

memperoleh data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :<sup>56</sup>

### 1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dengan metode ini orang melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala/fenomena yang diselidiki, tanpa mengajukan pertanyaan-pertanyaan meskipun objeknya orang.

Dari proses pelaksanaan, proses pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi dua diantaranya :

#### a. Observasi Partisipatif

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

---

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&B* (Bandung, Alfabeta, 2022), 224.

## b. Observasi non partisipatif

Observasi non partisipatif adalah observasi, yang dilakukan di mana si peneliti mengamati perilaku dari jauh tanpa ada interaksi dengan subjek yang sedang diteliti.<sup>57</sup>

Berdasarkan hal di atas, penelitian ini menggunakan teknik observasi Non partisipatif. Dalam hal ini peneliti hanya sebagai pengamat tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Adapun data yang ingin diperoleh melalui observasi ini adalah aktivitas strategi pengembangan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>58</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, di mana dalam pelaksanaannya *interviewer* mengajukan pertanyaan secara bebas, pokok-pokok pertanyaan yang dirumuskan tidak perlu dipertanyakan secara berurutan dan pemilihan kata-katanya juga tidak baku tetapi dimodifikasi pada saat wawancara berdasarkan situasinya.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara ini dengan para informan di antaranya:

<sup>57</sup> Djam'an Satori, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 119.

<sup>58</sup> Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung:Pt Rosda Karya, 2017),

- a. Bagaimana upaya pengembangan pariwisata *Grand Watudodol* di Kabupaten Banyuwangi.
- b. Bagaimana dampak dari strategi pengembangan pariwisata *Grand Watudodol* di Kabupaten Banyuwangi.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman peristiwa yang telah terjadi di masa lampau. Dokumen dapat berupa teks, gambar, atau karya-karya monumental yang dihasilkan oleh seseorang. Seperti dokumen berbentuk teks mencakup catatan harian, riwayat hidup (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan.<sup>59</sup>

Dengan menggunakan dokumentasi maka hasil observasi wawancara akan lebih akurat karena dokumentasi di dukung dengan berisikan catatan yang suda berlalu, bisa berupa foto, tulisan, gambar, karya dan sebagainya.

Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk

- a. untuk menggali data tentang: sejarah wisata *Grand Watudodol*.
- b. untuk menggali data tentang: peningkatan kunjungan wisatawan.

### E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun hasil data secara sistematis dari data yang diperoleh seperti hasil wawancara, catatan lapangan,

---

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 240.

dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>60</sup>

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yang berarti merupakan suatu proses analisis yang berasal dari data yang terkumpul. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, hingga setelah selesai di lapangan.<sup>61</sup> Tujuannya untuk menghilangkan kesalahan pencatatan di lapangan, agar menghasilkan data yang akurat.

Dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara kontinyu secara menyeluruh. Penelitian akan melibatkan wawancara dengan pengelola wisata dan wisatawan, dan proses wawancara akan terus berlangsung secara berkesinambungan untuk memperoleh data yang diperlukan, sesuai dengan penjelasan sebelumnya. Prosedur dalam menganalisis data sebagai berikut:

1. Pengumpulan data: pada langkah ini peneliti melakukan pengumpulan data terlebih dahulu terkait strategi pengembangan pariwisata yang dapat diperoleh dari kunjungan wisatawan.
2. Reduksi Data: Pada langkah ini prosedurnya meliputi reduksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan pemindahan data mentah yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kemudian hasilnya dirangkum untuk mengidentifikasi data penting yang dapat menjelaskan masalah yang diteliti.

---

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 244.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 245.

3. Penyajian Data: Merupakan prosedur menampilkan data yang diperoleh dari langkah reduksi data sebelumnya, kemudian data tersebut dikumpulkan dan diorganisasikan sesuai dengan fokus penyelidikan, hal ini akan menghasilkan penjelasan yang bermakna.
4. Kesimpulan Gambar: Pada langkah ini, adalah apabila seluruh data observasi sesuai dengan kerangka umum survei dan wawancara, maka dapat dikatakan bahwa hasilnya baik.

#### **F. Keabsahan Data**

Bagian ini menjelaskan upaya-upaya yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan. Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Misalnya dokumen, hasil wawancara, dan hasil observasi. Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah di peroleh melalui beberapa sumber. Lalu data yang dianalisis untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya dimintai kesepakatan.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> Sapto Haryoko, Fajar Arwadi, and Bahartiar, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*, (Makasar: Unm, 2020), 414.

## G. Tahap-tahap Penelitian

Dalam fase-fase penelitian, peneliti merinci rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan, termasuk tahap pra-lapangan, tahap lapangan, dan tahap akhir. Beberapa langkah penelitian melibatkan:<sup>63</sup>

### 1. Tahap pra lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap-tahap yang dilalui oleh peneliti sebelum terjun ke lapangan yang meliputi pembuatan mini proposal untuk pengajuan judul, pembagian dosen pembimbing kepada masing-masing mahasiswa, konsultasi kepada pembimbing terkait penyusunan proposal.

### 2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan di mana peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data.

### 3. Tahap pasca lapangan

Tahap pasca lapangan dilakukan setelah tahap pengumpulan data selesai. Di mana dalam tahap pasca lapangan meliputi analisis dan pengolahan data. Setelah semuanya selesai dilanjutkan dengan penyusunan laporan hasil penelitian.

---

<sup>63</sup> Zuchri Adussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Perss, 2021), 108.

## BAB IV

### PENYESUAIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wisata pantai *Grand Watudodol* yang berada di Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi. Adapun yang diteliti yaitu tentang strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Banyuwangi merupakan kabupaten yang memiliki wahana yang tersedia mulai dari utara, selatan, barat hingga timur. Banyuwangi bagian barat terdapat wisata yang populer yaitu Kawah Ijen dimana letak wisatanya sebagai pemisah antara Kabupaten Bondowoso. Sedangkan bagian utara Banyuwangi ada wisata Taman Nasional Baluran yang menjadi tanda pemisah antara Kabupaten Banyuwangi dengan Situbondo. Untuk ujung timur Banyuwangi dan selatan keduanya masuk cakupan selat Bali dan Samudera Hindia.

Objek wisata favorit di Kabupaten Banyuwangi salah satunya adalah Wisata Watudodol yang berlokasi di Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi. Wisata tersebut bersela 15 km dari arah pusat kota Banyuwangi dan 5 km dari pelabuhan Tanjung Wangi Ketapang yang medannya sama dengan arah pantura. Wisata Watudodol mempunyai karakteristik dengan batu besar setinggi 10 m yang berada di tengah-tengah jalan raya serta patung penari gandrung yang menjadi pengenal Kabupaten Banyuwangi. Pantai Watudodol mempunyai aneka ragam lokasi yang

emukau yaitu disetiap pantai tersebut terdapat tempat bercengkrama bagi wisatawan dan merasakan kenyamanan pantai yang bermuara pulau bali. Demikian pula di pantai tersebut disediakan game yang membuat pengunjung senang seperti adanya scuba diving, snorkeling, banan boat, dan lain sebagainya.

Letak geografis lokasi penelitian ini diambil dari wisata pantai *Grand Watudodol* yang berada di Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi. Untuk lebih jelas tentang batas-batas letak penelitian, peneliti mengemukakan peta lokasi desa, sebagai berikut:<sup>64</sup>

1. Utara : Desa Bengkak
2. Barat : Hutan Perhutani/ Kab. Bondowoso
3. Timur : Selat Bali
4. Selatan : Desa Ketapang

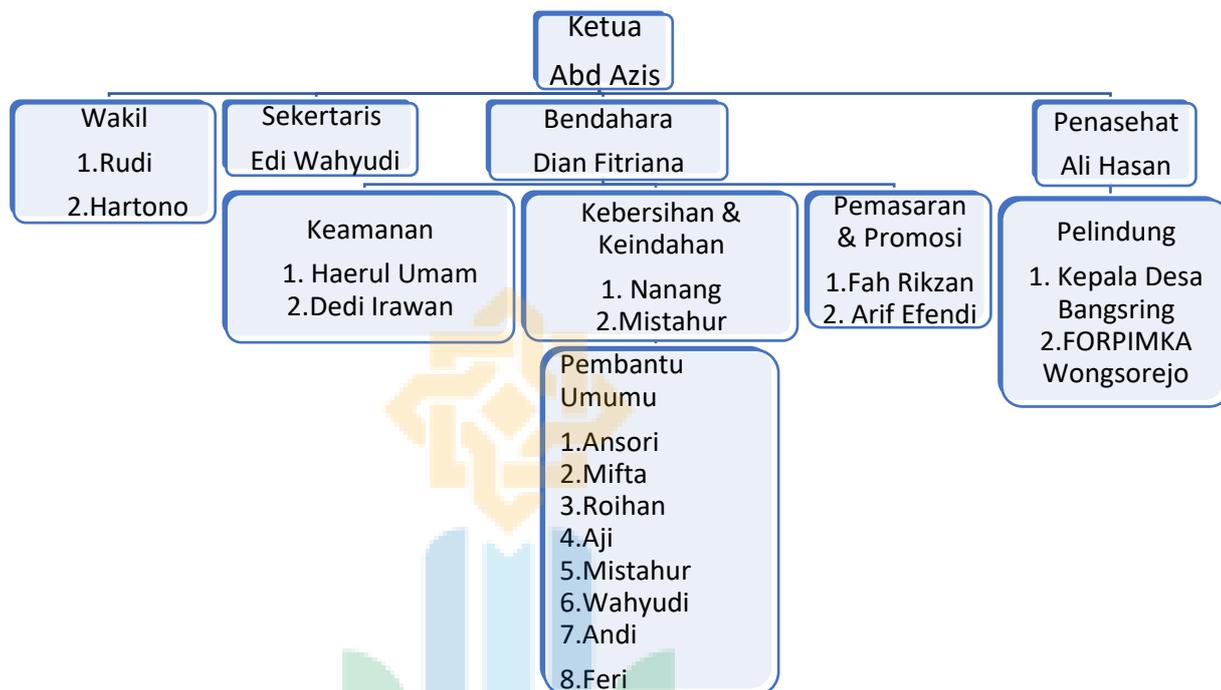
Mengenai struktur pengurus pesona bahari *Grand Watudodol* di Desa Bangsring adalah sebagai berikut:<sup>65</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>64</sup> Batas Wilayah Wisata Pantai *Grand Watudodol*, Dokumentasi 28 April 2024

<sup>65</sup> Wisata *Grand Watudodol*, "Struktur Pengelolah" , 28 April 2024



Gambar 4.1  
Dokumentasi Struktur Pengelola

#### 1. Sejarah

Wisata Watudodol merupakan wisata yang memberikan keindahan tersendiri bagi wisatawan, karena objek wisatanya yang sangat indah membuat para wisatawan betah menikmati keindahan alamnya. Sejak 2005 adanya wisata Watudodol ini sudah banyak para wisatawan yang berkunjung dengan posisi wisata yang sangat strategis, dan adanya pariwisata *Grand Watudodol* ini dimulai sejak tahun 2014. Destinasi wisata *Grand Watudodol* adalah destinasi yang dikelola oleh kelompok masyarakat pesona bahari. Salah satu destinasi wisata pantai paling populer ini berlokasi di Desa Bangsring. Awal mula sebelum menjadi kawasan destinasi wisata pantai *Grand Watudodol* merupakan kawasan para nelayan terutama pencarian ikan hias dan ikan konsumsi sampai

terjadi kondisi ekosistem terumbu karang yang rusak. Hal ini dikarenakan dulunya banyak para nelayan menangkap ikan dengan cara menggunakan bahan peledak yang merusak ekosistem terumbu karang dan ada juga para nelayan yang menyelam dengan nekat tanpa menggunakan keamanan hanya memakai kompresor hal tersebut juga memberi dampak yang negatif kepada para nelayan seperti kematian karena menyelam terlalu dalam sedangkan alat yang digunakan belum seimbang dengan kedalaman tersebut. Sehingga Bapak Abdul Azis mempunyai inisiatif tekad yang kuat dengan membuat legalitas kelompok dan membentuk destinasi wisata agar bisa melarang para nelayan tidak merusak lingkungan alam yang indah dan melarang para ilegal bisping serta memberi solusi terhadap para nelayan dan warga sekitar agar tetap mendapatkan penghasilan tanpa merusak lingkungan alam. Seiringnya waktu perlahan Perlahan pola pikir masyarakat nelayan berubah dengan cara melakukan pendekatan dan pemahaman kepada masyarakat nelayan terkait efek negatif dari aktivitas pengeboman. Dengan adanya pariwisata ini mereka juga bisa mendapatkan penghasilan tanpa merusak lingkungan alam dan tanpa membahayakan diri sendiri.<sup>66</sup>

Bapak Abdul Azis selaku Ketua Kelompok Masyarakat Pesona Bahari mengatakan Salah satu destinasi wisata pantai paling populer ini berlokasi di Desa Bangsring. Dulunya kondisi ekosistem terumbu karang di Pantai *Grand Watudodol* mengalami kerusakan yang dikarenakan

---

<sup>66</sup> Bapak Azis, diwawancarai oleh penulis, Bayuwangi, 29 April 2024.

aktivitas pengeboman yang dilakukan masyarakat nelayan untuk mengambil ikan. Destinasi Wisata Pantai *Grand Watudodol* merupakan destinasi wisata yang dikelola oleh kelompok sadar wisata dan masyarakat pesona bahari.<sup>67</sup>

## 2. Visi misi

Visi misi pariwisata *Grand Watudodol* tetap menjadikan pariwisata yang mempunyai peran terhadap lingkungan dan ramah muslim, yang dimaksud ramah muslimah dalam artian pra sarana harus dipenuhi khususnya bagi orang-orang timur yang menganut agama Islam seperti adanya musholla dan toilet. Bagaimana caranya lingkungan *Grand Watudodol* ini tetap terjaga semakin hari semakin bagus dan masyarakatnya mendapatkan keuntungan yang pertama. jadi alam dapat terjaga tanpa merusaknya dan masyarakat dapat lapangan pekerjaan tanpa merusak alam dengan kata lain seimbang dalam masyarakat dan lingkungan alamnya.<sup>68</sup>

### **B. Penyajian Data dan Analisis**

Kegiatan pengembangan pariwisata di Indonesia saat ini mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Beberapa kondisi yang memperlihatkan tingkat ekonomi, pariwisata mempunyai peranan seperti perluasan lapangan kerja dengan berbagai macam sektor dengan penyerapan tenaga kerja, dan pertumbuhan ekonomi daerah (retribusi). Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, pariwisata juga mampu

---

<sup>67</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis, Banyuwangi, 28 April 2024.

<sup>68</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis, Banyuwangi, 29 April 2024.

mengembangkan daerah pedalaman menjadi lebih kekotaan dengan peningkatan aksesibilitas karena adanya tempat wisata tersebut.<sup>69</sup> Pengembangan pariwisata merupakan suatu strategi, proses atau cara yang digunakan untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata, mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung guna kelangsungan pengembangan pariwisata seperti: memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan dan daya tarik wisata sehingga dapat menarik wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar objek wisata maupun bagi pemerintah.<sup>70</sup>

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui strategi pengembangan destinasi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di wisata Pantai *Grand Watudodol*. peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis secara langsung turun ke lapangan untuk memperoleh data yang dibutuhkan sehingga data yang tepat dari hasil penelitian relevan dengan topik yang akan dibahas.

Adapun paparan hasil penelitian sesuai dengan fokus penelitian yaitu:

### **1. Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai *Grand Watudodol***

Pengembangan pariwisata di Indonesia saat ini mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Beberapa kondisi yang memperlihatkan tingkat

<sup>69</sup> Meidawati Rahayuningsih, dan Yuni Herlina Wati, “Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Dieng Sejajar Wonosobo”, *Jurnal Geosains West Science* volume 1, nomor 1 (Januari 2023): 17-18, <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jgws/article/view/188>.

<sup>70</sup> Fredrick Hendrick Mebr, Ermaya Suradinata, dan Kusworo, “Strategi Pengembangan Pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Jayapura Provinsi Papua”, *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* volume 12, nomor 1 (Mei 2022): 106.

ekonomi, pariwisata mempunyai peranan seperti perluasan lapangan kerja dengan berbagai macam sektor dengan penyerapan tenaga kerja, dan pertumbuhan ekonomi daerah (retribusi). Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, pariwisata juga mampu mengembangkan daerah pedalaman menjadi lebih kekotaan dengan peningkatan aksesibilitas karena adanya tempat wisata tersebut.<sup>71</sup> Berkembangnya industri pariwisata tentu tidak dipungkiri dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi namun juga dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Pengembangan industri pariwisata seharusnya dilaksanakan dengan prinsip memelihara kelestarian alam dan lingkungan sesuai dengan arahan ketentuan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Permasalahan terkait dengan penataan ruang semakin rumit, kondisi ini perlu diwaspadai terutama yang berkaitan dengan para pelaku bisnis dalam penggunaan dan pemanfaatan ruang yang semakin besar. Tujuan utama dalam pengembangan objek pariwisata ialah bertujuan untuk memberdayakan masyarakat secara aktif.<sup>72</sup> Pengembangan pariwisata merupakan suatu strategi, proses atau cara yang digunakan untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata, mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung guna kelangsungan

---

<sup>71</sup> Meidawati Rahayuningsih, dan Yuni Herlina Wati". Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Dieng Sejajar Wonosobo", *Jurnal Geosains West Science* vol 1 no 1 (Januari 2023) : 17-18, <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jgws/article/view/188>.

<sup>72</sup> Iwan Ramadhan, Imran, Haris Firmansyah, Efriani, dan Jagad Aditya Dewantara, "Strategi Pengembangan Objek wisata Hutan Albasiah", *Jurnal Ideas*, volume 8, nomor 3 (2022): 993, <https://www.jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/download/908/404>.

pengembangan pariwisata seperti: memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan dan daya tarik wisata sehingga dapat menarik wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar objek wisata maupun bagi pemerintah.<sup>73</sup>

Dalam meningkatkan kualitas pariwisata dan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi, dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten banyuwangi merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam hal pengembangan dan pembangunan kepariwisataan di kabupaten banyuwangi. Adapun dalam penelitian ini akan mengeksplor beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh pengelola pariwisata *Grand Watudodol* termasuk perkembangan wisata, peningkatan kualitas layanan, promosi yang efektif, serta kerjasama dengan berbagai pihak terkait. Dan inovasi penggunaan teknologi dapat berperan dalam menarik lebih bnyak kunjungan wisatawan.

Bapak Azis mengatakan strategi pengembangan adalah suatu proses perubahan berencana yang didukung oleh semua pihak seperti pengelola dan karyawan dengan satu tujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan suatu usaha ataupun perusahaan sesuai dengan tahap-tahap strategi pengembangan.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Fredrick Hendrick Mebr, Ermaya Suradinata, dan Kusworo, "Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Jayapura Provinsi Papua", *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, volume 12, nomor 1, (Mei 2022) : 107.

<sup>74</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis ,Banyuwangi, 29 April 2024.

Tahap tahap strategi pengembangan menurut Fred R. David, Strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu.<sup>75</sup>

- 1) Strategi Integrasi (*integration strategies*). Adanya strategi ini agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan atau para pesaingnya, misalnya melalui merger atau akuisisi.
- 2) Strategi Intensif (*Intensive Strategies*). Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan dalam perusahaan melalui produk yang ada.
- 3) Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategies*). Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.
- 4) Strategi Bertahan (*Defensive Strategies*). Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada akhirnya adalah kebangkrutan. sebagai pernyataan dari pengelola wisata Bapak Azis mengatakan

Saya selaku pengelola tetap menggunakan konsep bertahan yaitu dengan konsep alam *ecotourism* karena disamping kita bisa menjaga lingkungan kita juga bisa mengeksplor keasrian alam yang ada disini, dan mengedepankan nilai-nilai konservasi dan edukasi. alhamdulillah paket-paket edukasi sudah berjalan. jadi

---

<sup>75</sup> Fred R. David, *Strategies Management Concepts and Cases* Thirteenth Edition, (Amerika Serikat: Pearson Education, 2023) 138-139.

para wisatawan tidak hanya berkunjung dengan senang mereka juga bisa dapat pengalaman dan ilmu, dengan adanya paket edukasi masyarakat disini juga mendapatkan keuntungan dari paket-paket edukasi tersebut. strategi pengembangan yang kita terapkan harus selalu mempertimbangkan aspek lingkungan. Selain itu, menjaga lingkungan bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau pengembang, tetapi juga setiap individu yang terlibat dalam ekosistem pariwisata.<sup>76</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tahap- tahap strategi pengembangan berdampak positif, kepada ekowisata dan masyarakat sekitar selain alamnya terjaga kita juga dapat mengeksplor keasrian alam dan budayanya, serta masyarakatnya juga bisa mendapatkan lapangn pekerjaan. Selain mengembangkan alam yang ada kita juga bisa memahami pentingnya menjaga lingkungan karena kita bergantung pada lingkungan untuk semua aspek kehidupan kita. Lingkungan menyediakan udara yang kita hirup, air yang kita minum, makanan yang kita makan, dan sumber daya alam lainnya yang kita butuhkan untuk hidup sehari-hari. Selain itu, lingkungan yang sehat juga mendukung keanekaragaman hayati yang berperan penting dalam menjaga keseimbangan ekosistem.

a. Prinsip dasar pengelolaan pariwisata

Pengelolaan pariwisata perlu memiliki prinsip yang sesuai dengan nilai komunitas, sosial dan kelestarian lingkungan alam, sehingga akan bermanfaat untuk kesejahteraan komunitas lokal dan wisatawan yang datang. Pengelolaan pariwisata perlu menanamkan prinsip dasar sebagai berikut :

---

<sup>76</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis, Banyuwangi, 29 April 2024.

- 1) Kearifan lokal pembangunan suatu pariwisata menonjolkan kualitas produk lokal menjadi ciri khusus yang tidak dimiliki oleh kelompok atau tempat lain.
- 2) Sumber daya manusia memberikan akses dan pengetahuan bagi warga lokal mengenai cara mengelola wisata dengan baik.
- 3) Atraksi lokal merupakan suatu budaya yang dapat disuguhkan kepada khalayak wisatawan sebagai daya tarik.
- 4) Budaya lokal budaya yang menjadi keunggulan dan ciri khas menjadi salah satu daya tarik yang dapat memikat khalayak untuk mendatangi suatu tempat.
- 5) Apresiasi cara mendukung suatu pariwisata adalah dengan memberikan apresiasi berupa suatu penghargaan kepada pengelola.
- 6) Mengendalikan atau juga menghentikan kegiatan pariwisata yang terbukti mendatangkan masalah lingkungan dan budaya.<sup>77</sup>

Pernyataan dari pengelola wisata Bapak Azis mengatakan:

Dalam belakangan ini kearifan lokal merupakan salah satu daya tarik minat wisatawan untuk berkunjung ke pariwisata, karena hal itu terkandung dalam nilai keramahan atas interaksi sosial masyarakat dan lingkungan. walaupun dalam budaya dan seni di pariwisata *Grand Watudodol* ini belum sepenuhnya tereksplor dengan penuh, harapan saya untuk kedepannya setiap harinya akan gandrung bisa ditampilkan dan harapan kedepannya akan banyuwangi itu ada di setiap bagian titik tertentu agar saya lebih mudah mengarahkan wisatawan yang ingin tau dengan budaya kita. disamping kita bisa menjaga lingkungan kita juga bisa mengeksplor budaya dan seni banyuwangi serta keasrian

---

<sup>77</sup> Kasnur Saputra, "Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Website Sebagai Media Promosi di Singkawang-Kalimantan Barat", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* volume 2, nomor 1 (2017): 12.

alam yang ada disini, dan mengedepankan nilai-nilai konservasi dan edukasi yang ada di pariwisata ini.<sup>78</sup>

Dari pernyataan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip dasar pengelolaan pariwisata kunci dari kemajuan pariwisata, dengan adanya inovasi-inovasi baru dari pengelola. Dengan mengenal kearifan lokal kita dapat membantu menyelesaikan masalah-masalah kontemporer seperti, perubahan iklim, digredasi lingkungan dan kerisipangan. Dan kearifan lokal dapat menjadi sumber pengetahuan dan pembelajaran untuk generasi muda. Hal ini juga dapat meningkatkan peran masyarakat dalam perkembangan kemitraan pariwisata.

b. Peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan kemitraan pariwisata

Seperti halnya dengan pembentukan forum komunikasi dengan pelaku usaha pariwisata, peningkatan peran serta masyarakat ini dilakukan dengan pembentukan Forum yang bekerjasama dengan bidang pemasaran dan kerjasama pariwisata yaitu program pembentukan kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Dengan adanya kegiatan tersebut diharapkan masyarakat, terlebih kaum muda agar lebih sadar akan potensi-potensi pariwisata di daerahnya masing-masing. sebagai pernyataan dari pengelola wisata Bapak Azis mengatakan:

Bagaimanapun saya sebagai pengelola harus bisa merangkul orang-orang atau masyarakat yang ada di sekitar objek wisata, maka hal itu masuk dalam kelompok sadar wisata.

---

<sup>78</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis, Banyuwangi, 30 April 2024.

Jadi betapa pentingnya lingkungan alam dan terbentuknya pokdarwis di masing-masing daerah yang mempunyai potensi destinasi wisata.<sup>79</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan kemitraan pariwisata berdampak sangat positif dengan terbentuknya pokdarwis dapat memberi dampak positif dan menjadi solusi kepada warga sekitar objek wisata seperti adanya peluang lapangan pekerjaan dan tambahan pendapatan ekonomi tanpa merusak lingkungan.

c. Promosi yang efektif

Pemasaran pariwisata menjadi aspek penting bagi industri pariwisata di seluruh dunia. Pemasaran pariwisata melibatkan promosi destinasi wisata, pengembangan merek, dan pemasaran produk atau layanan pariwisata kepada potensi konsumen. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi memberikan pendapatan bagi sebuah negara. Jadi tidak heran jika pemerintah pun juga ikut mengencangkan pariwisata supaya semakin dilirik oleh wisatawan mancanegara. Selain pemerintah, pihak swasta yang mengelola beberapa tempat wisata pun juga ikut gencar mempromosikannya. Hal ini bertujuan supaya semakin banyak para pelancong yang berkunjung ke tempat wisata tersebut. Adanya wisatawan yang datang berkunjung pun juga dapat membuka berbagai peluang bisnis baru untuk masyarakat lokal. Jadi adanya sektor

---

<sup>79</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh Penulis, Banyuwangi, 30 April 2024.

pariwisata ini juga ikut membantu mengembangkan daerah tertinggal, sehingga bisa lebih tertata. Berikut beberapa cara yang bisa dilakukan untuk melakukan promosi pariwisata Indonesia.<sup>80</sup> Seiring dengan perkembangan teknologi, persaingan produk dalam dunia bisnis semakin meningkat, mulai munculnya inovasi produk baru, inovasi distribusi, serta inovasi media pemasaran.<sup>81</sup>

Strategi pemasaran adalah rencana yang menggambarkan harapan perusahaan atas dampak kegiatan pemasaran yang berbeda terhadap permintaan produk di pasar dengan sasaran yang berbeda. Perlu adanya strategi pemasaran untuk masing-masing perusahaan karena adanya persaingan diantara mereka dan bergamnya produk yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.<sup>82</sup> Promosi yang efektif merupakan kunci dari keberhasilan dalam dunia pemasaran yang kompetitif. Dengan tujuan untuk memahami lebih dalam mengenai strategi dan praktik terbaik dalam promosi. Promosi yang efektif adalah kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan tindakan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu dengan cara yang efisien dan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Promosi yang efektif mencakup

---

<sup>81</sup> M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, dan Nur Ika Mauliyah, "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram dan TikTok Pada Butik Dot.Id", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* volume 10, nomor 1 Januari – Juni (2023): 126.

<sup>82</sup> Adeliya Gita Silviana Putri, Rendy Andika Putra, dan M.F.Hidayatullah, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR di Bank BTN KC Jember", *Journal Of Indonesian Social Society*, volume 2, nomor 1 (Februari 2024) : 18, <https://jurnal.padangteknokom.com/index.php/jiss/article/download/217/143>

beberapa elemen seperti: Penawaran yang menarik, media yang tepat, sasaran pasar, serta evaluasi dan pengukuran. Dengan memperhatikan beberapa elemen diatas, promosi yang efektif dapat meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan memper kuat target. Perkembangan pariwisata saat ini dipercepat oleh globalisasi dunia yang mengacu pada perkembangan teknologi informasi sehingga membuat segala informasi tentang pariwisata di suatu daerah mudah di dapat, baik melalui baliho, brosur dan internet. Akan tetapi informasi yang didapat kadang kurang mewakili kebutuhan dari pengguna. Karena informasi yang diberikan kurang lengkap.<sup>83</sup> Hal ini disebabkan karena tidak adanya informasi yang akurat serta ketidaktahuan pengunjung dan wisatawan atau calon wisatawan tentang informasi pariwisata dan letak objek-objek wisata secara tepat. Teknologi berbasis internet berupa jaringan komputer global yang paling berkembang pesat saat ini. Informasi yang lengkap serta jangkauan yang luas hingga seluruh penjuru dunia dapat disampaikan lewat media internet.<sup>84</sup>

Sebagai pernyataan dari karyawan Fah Rikzan mengatakan:

Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, promosi memainkan peran krusial dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong penjualan. Untuk menggali lebih dalam tentang strategi dan efektivitas promosi. Kami melakukan penelitian pasar secara mendalam untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini membantu kami menyusun pesan yang

---

<sup>83</sup> Kasnur Saputra, "Perencanaan Sistem Infomasi Pariwisata Berbasis Website Sebagai Media Promosi Di Singkawang Kalimantan Barat", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* volume 2, nomor 01 (2017) : 11, <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jebi/article/download/48/41/216>.

<sup>84</sup> Kasnur Saputra, "Perencanaan Sistem Infomasi Pariwisata Berbasis Website", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* volume 2, nomor 01 (2017): 12.

tepat dan memilih media yang sesuai. Dan kami selalu berusaha untuk memahami audiens kami dan memilih saluran yang paling efektif untuk mencapai mereka<sup>85</sup>

Pernyataan yang serupa dari Arif sebagai karyawan

Pesan kami harus singkat namun memikat, dan kami selalu berusaha untuk menonjolkan nilai unik produk yang tersedia di pariwisata kami. Dan tidak lupa kami juga Memilih waktu yang tepat untuk meluncurkan promosi yang sangat ini. Kami juga menggunakan berbagai metrik untuk mengukur keberhasilan kampanye kami, mulai dari penjualan hingga interaksi konsumen. Ini membantu kami mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.<sup>86</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan dengan jelas bahwa promosi yang efektif membutuhkan perencanaan yang matang, pemahaman mendalam tentang audiens, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek dan mendorong penjualan secara signifikan.

## **2. Faktor pendukung dan penghambat usaha wisata *Grand Watudodol***

Dalam penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor pendukung yang dapat memfasilitasi peningkatan kunjungan wisata, seperti infrastruktur yang memadai, kebijakan pemerintah yang mendukung, serta keterlibatan masyarakat lokal. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji berbagai hambatan yang dihadapi, termasuk masalah keamanan, kondisi lingkungan yang kurang terjaga, serta tantangan dalam

---

<sup>85</sup> Fah Rikzan, diwawancarai oleh penulis, Banyuwangi, 02 Mei 2024.

<sup>86</sup> Arif, diwawancarai oleh penulis, Banyuwangi, 02 Mei 2024.

aksesibilitas dan transportasi.<sup>87</sup> Adanya faktor penghambat program pembangunan dalam pengembangan wisata, yakni :

1. Konflik internal, konflik yang terjadi antar Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pengurus yang tidak dapat mengelola dana yang diberikan oleh pemerintah.
2. Pengelolaan dana yang kurang tepat, penggunaan dana yang tidak tepat untuk membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhan.
3. Koordinasi yang kurang baik, koordinasi antar Kelompok Sadar Wisata dengan dinas-dinas yang terkait jika tidak dilakukan dengan baik akan berpengaruh pada promosi wisata.
4. Kurangnya perhatian dari pemerintah, kurangnya promosi yang dilakukan oleh Pemerintah setempat sehingga akan berpengaruh pada kunjungan wisatawan.
5. Kurangnya fasilitas pendukung, masih minimnya fasilitas pendukung juga menjadi faktor yang menghambat pengembangan desa wisata.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa terdapat faktor penghambat dan pendukung dalam objek wisata *Grand Watudodol*. Berikut ini adalah faktor pendukung dan penghambat wisata *Grand Watudodol* dikabupaten Banyuwangi seperti berikut ini:

Pernyataan dari wisatawan asal Rogojampi Tiwi mengatakan bahwa, Saya mengetahui paeriwisata ini dari tetangga saya

---

<sup>87</sup> Shafira Fatma Chaerunnisa, dan Tri Yuniningsi, "Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wonolopo kota Semarang", *Journal Public Policy* volume 9, nomor 4 (2020) : 9, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/download/28998/24552>

menurut saya pariwisata ini sejuk dan nyaman untuk bersantai dari segi infrastruktur dalam pariwisata *Grand Watudodol* sudah cukup baik, seperti akses transportasi yang mudah dan akomodasi yang memadai, keamanan parkir juga aman dengan dilengkapi CCTV.<sup>88</sup>

Pernyataan yang serupa juga di berikan oleh Melodi, wisatawan asal dari Jember mengatakan, “Saya mengetahui pariwisata *Grand Watudodol* ini melalui saudara saya Menurut saya pariwisata ini nyaman sejuk, dari segi fasilitas sudah bagus. menurut saya untuk kedepannya mungkin bisa ditambahin hal-hal baru agar dapat lebih menarik minat kunjungan wisatawan”.<sup>89</sup>

Pernyataan yang serupa juga diberikan oleh Salmira, wisatawan asal dari Malang mengatakan, “Saya mengetahui pariwisata *Grand Watudodol* ini melalui internet, Saya ke pariwisata ini ikut orang-orang saja dan disini ikut tour dari segi lautnya bagus untuk yang lainnya saya belum bisa menilai karena masih pertama kali dan juga pendatang baru”.<sup>90</sup>

Pernyataan yang serupa juga diberikan oleh Laili, wisatawan asal Surabaya mengatakan, “Saya datang ke pariwisata *Grand Watudodol* mendapatkan informasi melalui temannya karena tertarik dengan pantai birunya yang indah yang di latarbelakangi dengan selat Bali, Hanya saja dalam pariwisatanya masih kurang terawat jika lebih terawat lagi mungkin bisa lebih bagus lagi. kerusakan lingkungan dan ketidakpuasan masyarakat lokal akibat pariwisata yang tidak terkendali dapat menjadi hambatan jangka panjang bagi keberlanjutan industri ini.”<sup>91</sup>

Dari wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam pariwisata ini perlu strategi pengembangan lagi, pengembangan pariwisata yang sukses memerlukan sinergi antara berbagai faktor pendukung, seperti infrastruktur, dukungan pemerintah, dan partisipasi masyarakat. Namun, tantangan seperti masalah keamanan, infrastruktur yang kurang memadai, dan dampak lingkungan perlu diatasi untuk memastikan pertumbuhan yang

<sup>88</sup> Tiwi, diwawancarai oleh penulis, Rogojampi, 03 Mei 2024.

<sup>89</sup> Melodi, diwawancarai oleh penulis, Jember, 04 Mei 2024.

<sup>90</sup> Salmira, diwawancarai oleh penulis, Malang, 05 Mei 2024.

<sup>91</sup> Laili, diwawancarai oleh penulis, Surabaya, 05 Mei 2024 .

berkelanjutan dan berimbang dalam industri pariwisata. Padahal dari lokasi wisata *Grand Watudodol* sudah sangat strategis yaitu bersela 15 km dari arah pusat kota Banyuwangi dan 5 km dari pelabuhan Tanjung Wangi Ketapang yang berada diarah jalan pantura yang dikenal dengan batu besar setinggi 10 m yang berada di tengah-tengah jalan raya hal ini membuat akses yang mudah dijangkau, sehingga para wisatawan dapat dengan mudah menemukan lokasi wisata *Grand Watudodol* dengan berbagai macam transportasi apapun baik kendaraan bus ataupun sepeda motor.

Dari hasil observasi dan, wawancara di pariwisata *Grand Watudodol* Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi, pengelola dan para tim suda menjalankan beberapa strategi sesuai dengan strategi pengembangan dan jenis-jenis strategi. dengan begitu pariwisata *Grand Watudodol* dapat mempertahankan pariwisata ini dengan kualitas yang efektif agar dapat menjadi pariwisata berkelanjutan, Walaupun hal tersebut belum terlaksana dengan sempurna.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan rumusan masalah pada bab 1, maka penelitian ini difokuskan untuk menjawab rumusan masalah yang ada, yaitu : 1. Bagaimana strategi pengembangan destinasi wisata pantai *Grand Watudodol* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan? 2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan destinasi wisata pantai *Grand Watudodol*?

1. Strategi pengembangan destinasi wisata pantai *Grand Watudodol* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Strategi pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah.<sup>92</sup> Pariwisata *Grand Watudodol* memberikan manfaat untuk warga sekitar dengan peluang pekerjaan dan dan memberi pegetahuan baru tentang pentingnya lingkungan alam yang seharusnya kita jaga. Strategi pengembangan wisata merupakan suatu langkah yang sistematis yang berkelanjutan. Strategi pengembangan wisata pantai *Grand Watudodol* harus disusun lebih matang lagi untuk tujuan menarik minat wisatawan berkunjung. Berikut ini adalah strategi yang dapat dilakukan untuk menarik minat wisatawan di pariwisata *Grand*

Watudodol Kabupaten Banyuwangi:

- a. Pengembangan Infrastruktur

Hal ini menunjukkan bahwa perbaikan dan pengembangan infrastruktur memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. seperti, peningkatan fasilitas publik dan antraksi wisata, dalam artian fasilitas publik seperti taman, pusat informasi wisata telah direnovasi dan ditingkatkan dan lain

---

<sup>92</sup> Deby Marlina Nainggolana, dan I Made Adi Kampana, "Strategi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Nusa Dua", *Jurnal Destinasi Pariwisata* volume 3, nomor 2 (2015): 46.

sebagainya. Di samping itu, pembangunan atraksi wisata baru seperti taman hiburan, destinasi kuliner dan lain sebagainya yang dilakukan. Dengan adanya pengembangan infrastruktur wisatawan dapat menikmati fasilitas yang lebih baik dan atraksi yang lebih menarik, yang meningkatkan lama tinggal dan jumlah pengeluaran mereka di destinasi ini. Renovasi dan penambahan atraksi baru menarik segmen pasar yang lebih luas, termasuk keluarga dan wisatawan internasional.<sup>93</sup>

b. Promosi dan Pemasaran

Dalam promosi dan pemasaran menunjukkan bahwa kampanye pemasaran yang efektif, baik melalui media tradisional maupun digital, telah berhasil meningkatkan kesadaran dan minat terhadap destinasi wisata. Penggunaan media sosial untuk berbagi konten menarik dan kolaborasi dengan *Influencer* wisata telah memperluas jangkauan promosi. Dengan pernyataan dari pengelola pariwisata "Kami bisa melihat peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan setelah meluncurkan kampanye digital yang menargetkan audiens di luar. Kolaborasi dengan *influencer* juga membantu menciptakan konten autentik yang menarik bagi calon wisatawan."<sup>94</sup>

---

<sup>93</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis ,Banyuwangi, 28 April 2024.

<sup>94</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis ,Banyuwangi, 28 April 2024.

### c. Pengembangan Produk Wisata

Penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk wisata, seperti pengembangan atraksi budaya, wisata alam, dan event-event lokal, telah meningkatkan daya tarik destinasi. Di pariwisata misalnya, festival tahunan dan acara budaya telah menjadi daya tarik utama yang menarik ribuan pengunjung setiap tahun.

Kami fokus pada pengembangan atraksi wisata yang unik dan autentik, seperti festival budaya dan tour ekowisata. Ini tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memperpanjang masa tinggal wisatawan. seperti pada tahun kemarem kami mengadakan even, seperti event tari gandrung yang berkolaborasi dengan tari bali dengan tujuan yang sama yaitu mempromosikan pariwisata. Jadi dalam pariwisata *Grand Watudodol* tidak hanya ekowisata tapi *ecotourism*.<sup>95</sup>

### d. Pelestarian Lingkungan dan Budaya

Upaya pelestarian lingkungan dan budaya memainkan peran penting dalam menarik wisatawan yang peduli terhadap ekowisata dan wisata budaya. Program-program yang mempromosikan keberlanjutan dan konservasi telah meningkatkan citra positif destinasi.<sup>96</sup>

Pantai *Grand Watudodol* Banyuwangi mendapatkan kiriman sampah hampir setiap jam dari daerah lain. Sampah-sampah tersebut lama kelamaan akan mengendap di dasar perairan dan menutupi terumbu karang yang ada. Kebersihan terumbu

<sup>95</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis ,Banyuwangi, 28 April 2024.

<sup>96</sup> Sulistono, Diah Etika Maharatih Setiarina, Nadya Adharani, dan Megandhi Gusti Wardhana, "Grand Watudodol *Underwater Costal Cleanup*grand Watudodol *Underwater Coastal Cleanup*", *Journal of Community Empowering and Services* volume 2, nomor 1 (2018): 2 <https://jurnal.uns.ac.id/prima/index>.

karang merupakan syarat utama yang harus dipenuhi oleh tempat wisata agar wisatawan nyaman dan betah lama di pantai untuk menikmati keindahan terumbu karang yang ada. Masyarakat sekitar Pantai *Grand Watudodol* selayaknya melaksanakan bersih pantai secara rutin agar sampah-sampah yang ada tidak menumpuk di pantai. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengajarkan kepada masyarakat sekitar Pantai *Grand Watudodol* Banyuwangi untuk dapat selalu menjaga kebersihan pantai secara rutin dan mengajarkan metode bersih pantai yang tepat kepada masyarakat sekitar Pantai *Grand Watudodol* Banyuwangi. Keindahan terumbu karang dan biotabiota asosiasnya merupakan target utama dan pertama para diver/snorkler domestik maupun mancanegara sehingga perlu dijaga kelestariannya.<sup>97</sup>

Dalam temuan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pengembangan pariwisata yang efektif melibatkan serangkaian langkah yang terencana dan terkoordinasi dengan baik. Dari penelitian pasar hingga pengembangan infrastruktur dan promosi terpadu, setiap langkah dirancang untuk menciptakan destinasi yang menarik, nyaman, dan berkelanjutan bagi wisatawan. Kolaborasi yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan juga

---

<sup>97</sup> Bapak Azis, diwawancara oleh penulis ,Banyuwangi, 28 April 2024.

memastikan keberhasilan jangka panjang dalam industri pariwisata.

98

Temuan kami menunjukkan bahwa peningkatan infrastruktur dasar di pariwisata Pantai *Grand Watudodol* meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Ini mendukung teori strategi pengembangan pariwisata dan temuan penelitian terdahulu. Investasi dalam infrastruktur merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya tarik dan kenyamanan destinasi wisata. Berdasarkan hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori peranan industri pengolahan yaitu memperluas lapangan usaha dan memperluas kesempatan kerja.<sup>99</sup>

## 2. Langkah-langkah dalam penerapan strategi pengembangan destinasi wisata pantai *Grand Watudodol*

Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor Non migas yang diharapkan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian negara. Strategis pengembangan pariwisata pada daerah perdesaan yaitu dengan memperhatikan saran dan prasarana yang ada dan penerapan sapta

<sup>98</sup> Sulistono, Diah Etika Maharatih Setiarina, Nadya Adharani, dan Megandhi Gusti Wardhana, "Grand Watudodol *Underwater Costal Cleanup* grand Watudodol *Underwater Coastal Cleanup*", *Journal of Community Empowering and Services* volume 2, nomor 1 (2018): 2 <https://jurnal.uns.ac.id/prima/index>.

<sup>99</sup> Amaliya Nur Rahmah dan Sugeng Widodo, "Peranan Sektor Industri Pengolahan Dalam Perekonomian di Indonesia Dengan Pendekatan Input – Output Tahun 2010 -2016," *Economie* 01, no. 1 (2019): 17, <https://journal.uwks.ac.id/index.php/economie/article/view/819>.

pesona pariwisata.<sup>100</sup> Penerapan strategi pengembangan pariwisata merupakan proses yang melibatkan serangkaian langkah terencana untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Strategi ini dirancang untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan, memperbaiki infrastruktur, mengembangkan produk wisata, serta mempromosikan destinasi secara efektif. Langkah-langkah dalam penerapan strategi pengembangan pariwisata mencakup analisis pasar, peningkatan fasilitas, kampanye promosi, pelatihan sumber daya manusia, dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Dengan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi, tujuan akhirnya adalah menciptakan destinasi wisata yang berkelanjutan, menarik, dan mampu bersaing di pasar global.

#### 1. Analisis dan Penelitian Pasar

Langkah pertama yang diambil oleh pariwisata *Grand Watudodol* adalah melakukan analisis dan penelitian pasar yang mendalam untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku wisatawan potensial. Penelitian ini mencakup survei kepuasan pengunjung, analisis tren wisata global, dan studi kompetitif. Berdasarkan hasil penelitian, destinasi ini mampu mengidentifikasi segmen pasar yang paling menguntungkan dan menyesuaikan strategi pemasaran serta pengembangan produk wisata untuk memenuhi kebutuhan spesifik

---

<sup>100</sup> Ade Irma Suryani, "Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal", *Jurnal Spasial* volume 3, nomor 1 (2017) : 34-35, <https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/spasial/article/download/1595/902>

segmen tersebut. Adanya konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau konsumen.<sup>101</sup> Arif mengatakan, Penelitian pasar membantu kami memahami siapa target audiens kami dan apa yang mereka cari dalam sebuah destinasi wisata. Ini menjadi dasar bagi semua keputusan strategis yang kami buat untuk memajukan pariwisata ini.<sup>102</sup>

## 2. Pengembangan Infrastruktur dan Fasilitas

Peningkatan infrastruktur dan fasilitas wisata merupakan langkah krusial dalam meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan wisatawan. Ini mencakup pembangunan dan perbaikan jalan, transportasi umum, akomodasi, dan fasilitas umum di destinasi wisata.

## 3. Kampanye Promosi dan Pemasaran Terpadu

Pelaksanaan kampanye promosi yang terpadu dan berkelanjutan menggunakan berbagai saluran media, termasuk media sosial, website pariwisata, dan kemitraan dengan *Influencer* serta agen perjalanan. Kampanye promosi di pariwisata *Grand Watudodol* dirancang untuk menonjolkan keunikan dan keunggulan destinasi tersebut. Penggunaan media digital untuk promosi telah membantu mencapai audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi. Arif mengatakan bahwa "Kampanye promosi kami difokuskan pada

---

<sup>101</sup> Susatyo Herlambang dan Bambang Heru Marwoto, *Pengantar Ilmu Bisnis Cara Muda Memahami Bisnis* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2014) 106.

<sup>102</sup> Arif, diwawancarai oleh penulis, Banyuwangi, 02 Mei 2024.

cerita dan pengalaman yang autentik, yang disampaikan melalui berbagai saluran media untuk menjangkau audiens global."

#### 4. Pengembangan dan Diversifikasi Produk Wisata

Mengembangkan dan mendiversifikasi atraksi serta kegiatan wisata untuk menarik berbagai jenis wisatawan. Ini termasuk pengembangan wisata alam, budaya, kuliner, dan kegiatan khusus. Pariwisata *Grand Watudodol* telah memperkenalkan berbagai atraksi baru seperti *ecotourism*, tour budaya, dan festival tahunan yang menampilkan seni dan tradisi lokal. Diversifikasi ini bertujuan untuk memberikan lebih banyak pilihan dan pengalaman unik kepada wisatawan.

Fah Rikzan mengatakan bahwa, Dalam pariwisata *Grand Watudodol* ini melakukan pengembangan dan Diversifikasi produk wisata dengan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap wisatawan dapat menemukan sesuatu yang menarik di destinasi kami, dari keindahan alam hingga kekayaan budaya.<sup>103</sup>

Mayang wisatawan asal jember mengatakan, dalam pelayanan pariwisata ini lumayan baik dan pariwisata ini sejuk hanya saja dari pelayanan umkm-nya kurang efektif sehingga membuat saya menunggu lama untuk membeli makan. Mungkin karna kurangnya penyebaran pelaku UMKM.<sup>104</sup>

Pernyataan yang serupa juga diberikan oleh Laili, wisatawan asal Surabaya mengatakan, dalam pariwisata *Grand Watudodol* segi pelayanan nya cukup baik dan dari segi lingkungan pariwisatanya masih kurang baik, dikarenakan masih terdapat beberapa bagian tempat yang perawatannya kurang maksimal. seperti adanya rumput liar, jembatan rusak dan lain sebagainya, akan tetapi hal utama

---

<sup>103</sup> Fah Rikzan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 Mei 2024.

<sup>104</sup> Mayang, diwawancarai oleh penulis, Jember, 04 Mei 2024.

yang sangat menarik dalam pariwisata yaitu laut biru nya bagus dan bersih.<sup>105</sup>

#### 5. Pelatihan dan Pengembangan SDM

Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia di sektor pariwisata untuk meningkatkan kualitas layanan dan profesionalisme. Program pelatihan berkala untuk staf pariwisata di pariwisata *Grand Watudodol* difokuskan pada peningkatan keterampilan layanan pelanggan, pengetahuan tentang produk wisata, dan bahasa asing.

#### 6. Kolaborasi dan Kemitraan

Membangun kolaborasi dan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah, komunitas lokal, dan sektor swasta. Kemitraan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan memastikan bahwa pengembangan pariwisata berjalan selaras dengan kepentingan semua pihak yang terlibat.

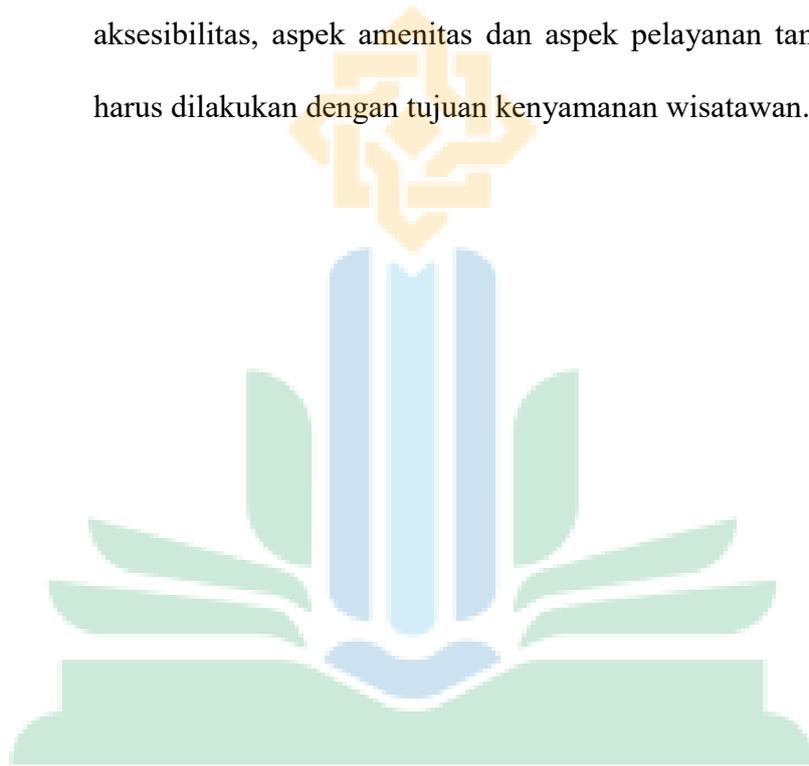
Melalui langkah-langkah terencana dan terkoordinasi ini, strategi pengembangan pariwisata dapat berhasil diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di destinasi wisata.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori jenis-jenis strategi pengembangan meskipun ada beberapa hal yang tidak

---

<sup>105</sup> Laili, diwawancarai oleh penulis, Surabaya, 05 Mei 2024.

sejalan dengan teori. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh adam Muhammad,<sup>106</sup> yang menjelaskan bahwa strategi pengembangan pariwisata harus teridentifikasi dengan melakukan aspek atraksi, aspek-aspek aksesibilitas, aspek amenities dan aspek pelayanan tambahan yang harus dilakukan dengan tujuan kenyamanan wisatawan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>106</sup> Adam Muhammad, Lukman Hakim, dan Fatmawati, “Strategi Pengembangan Pariwisata Malindo Di Kabupaten Gowa”, *Journal Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)* volume 2, nomor 5 (2021): 1549, <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah dijelaskan dan dianalisis diatas maka untuk memberikan pemahaman yang lebih singkat, tepat dan terarah, kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan destinasi wisata pantai *Grand* watudodol dalam meningkatkan kunjungan wisatawan

Strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengelola *Grand* Watudodol ialah dari segmentasinya dimana pengelola berfokus kepada masyarakat kalangan menengah ke bawah dengan tidak memberatkan pengunjung yang akan berwisata serta menjadi prioritas utama adalah kenyamanan pengunjung yang datang. Dengan terbentuk pariwisata pantai *Grand* Watudodol, pantai ini bisa lebih terawat dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan tanpa merusak pantai.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan destinasi wisata pantai *Grand* Watudodol

Dalam pengembangan pariwisata, kita harus memahami dan mengelola faktor-faktor pendukung dan penghambat hal tersebut merupakan kunci untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan. Faktor-faktor pendukung, seperti infrastruktur yang memadai, kampanye promosi yang efektif, diversifikasi produk wisata, pelatihan sumber daya manusia, dan kolaborasi yang kuat antara pemangku kepentingan,

memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Infrastruktur yang baik meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan, sementara promosi yang efektif memastikan destinasi dikenal oleh audiens yang luas. Diversifikasi produk wisata menawarkan pengalaman yang beragam, menarik berbagai segmen wisatawan, dan pelatihan SDM yang berkelanjutan meningkatkan kualitas pelayanan. Kolaborasi dengan berbagai pihak memastikan dukungan yang holistik dan terpadu dalam pengembangan destinasi. Di sisi lain, faktor-faktor penghambat seperti infrastruktur yang kurang memadai, promosi yang tidak efektif, layanan yang rendah kualitas, keterbatasan akomodasi dan fasilitas pendukung, kurangnya kolaborasi, serta isu keamanan dan lingkungan dapat menghalangi pertumbuhan pariwisata. Identifikasi dan penanganan yang tepat terhadap hambatan-hambatan ini sangat penting untuk memastikan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata. Dengan mengoptimalkan faktor pendukung dan mengatasi hambatan-hambatan tersebut, destinasi wisata dapat mencapai pertumbuhan yang signifikan, menarik lebih banyak wisatawan, dan memberikan pengalaman yang berkesan. Hasilnya, pariwisata dapat berkontribusi secara substansial terhadap ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat setempat.

## B. Saran-saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini

1. Lebih memaksimalkan lagi dalam pengecekan Pasar Secara Berkala dengan melakukan penelitian pasar secara teratur untuk memahami perubahan preferensi dan kebutuhan wisatawan.
2. Lebih memaksimalkan dalam memperbaiki dan meningkatkan Infrastruktur dengan meningkatkan aksesibilitas serta kenyamanan bagi wisatawan, yang dapat meningkatkan kepuasan dan jumlah kunjungan.
3. Lebih meningkatkan dalam Produk Wisata seperti mengembangkan atraksi wisata baru dan unik yang mencakup berbagai aspek seperti alam, budaya, kuliner, dan petualangan, yang diselenggarakan dalam event-event khusus yang dapat menarik berbagai segmen wisatawan. Dengan tujuan menawarkan pengalaman yang beragam dan menarik untuk berbagai jenis wisatawan, sehingga memperpanjang lama tinggal dan meningkatkan pengeluaran wisatawan.
4. Lebih memaksimalkan lagi dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan cara meningkatkan keterampilan layanan pelanggan, pengetahuan tentang produk wisata, dan kemampuan bahasa asing. Dengan tujuan meningkatkan kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan, yang dapat meningkatkan kepuasan dan menciptakan ulasan positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajril dan Hasan Sazali. "Peran Media Sosial Instagram @Grandpeaceid Sebagai Media kampanye Dalam Menjaga Lingkungan". *Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi* volume 8, nomor 2 (2023): 208-222.  
<https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/download/32/55>.
- Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Asriandy, Ian. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng." Skripsi, Universitas Hasanuddin, 2016.
- Avinda, Chintiya Betari, I Nyoman Sudiarta, dan Ni Made Oka Karini. "Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)." *Jurnal Industri Perjalanan Wisata (IPTA)* volume 4, nomor 1 (2016): 55-59.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/download/22527/14802>.
- Buditiawan, Kristian, dan Harmono. "Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember." *Jurnal Kebijakan Pembangunan* volume 15, nomor 1 (2020): 37-50.  
<http://jkpjournals.com/index.php/menu/article/download/50/87>.
- Choirunnisa, Iin, dan Mila Karmilah. "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem Kampung Lawas Maspati Desa Slumbung." *Jurnal Kajian Ruang* volume 1, nomor 2 (2021): 89-109.  
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>.
- Chotib, Moch. *Potensi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Jember*. Jember: IAIN Jember Press, 2015.
- David, Fred R. *Strategies Management Concepts and Cases Thirteenth Edition*. Amerika Serikat: Pearson Education, 2023.
- Dewi, Susanty Natalia, Reza Diaena Putra, Cecep Ucu Rakhman. "Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Lambangjaya". *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata* volume 9, nomor 1 (2022): 61-71.  
<https://journal.poltekpar-nhi.ac.id/index.php/barista/article/view/394>.
- Gunawan, I. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Amerta, 2022.
- Hasanah, Maulidatul, Muhammad Haris, Deni Putra Afandi, Nur Ika Mauliyah. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Di UPT Rembangan." *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* volume 2, nomor 2 (2024): 331-335.  
<https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i2.369>.

- Hariadja, Marihot Tua Efendi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018.
- Haryoko, Spto, Fajar Arwadi, dan Bahartiar. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makasar: Universitas Negeri Makasar, 2020.
- Herlambang, Susatyo dan Bambang Heru Marwoto. *Pengantar Ilmu Bisnis Cara Muda Memahami Bisnis*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2014.
- Hidayatullah, M.F., Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah. "Strategi digital marketing dengan Instagram dan TikTok pada Butik Dot.Id." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* volume 10, nomor 1 (2023): 126-135. <https://www.researchgate.net/profile/MfHidayatullah/publication/377364320>.
- Ismail, Muhammad. "Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua" *Jurnal Inovasi Kebijakan* volume 4, nomor 1 (2020): 59-69. <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. "Strategi." Accessed Oktober, 10 2023. <https://kbbi.web.id/strategi>
- Lailatufa, Istiqomatul, Joko Widodo, dan Mukhamad Zulianto. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Rumah Apung Bangsring Underwater Di Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, volume 13, nomor 1 (2019): 15-19. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10412>.
- Maulida, Rahmi, Sasy Syawalatu Choir, Nadia Azalia Putri. "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Banyuwangi Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)* volume 2, nomor 1 (2024): 238-246. <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/download/406/301/1093>
- Mauliyah, Nur Ika, Andre, Mohammad Fadoillah, dan Moch. Sabdanil Karomah. "Upaya Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberlakuan Tiket di Pemandangan Alam Arak – Arak Bondowoso." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* volume 3, nomor 2 (Mei 2023):92-97. <https://doi.org/10.37567/pkm.v3i2.1880>.
- Mebr, Fredrick Hendrick, Ermaya Suradinata, dan Kusworo, "Strategi Pengembangan Pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Jayapura Provinsi Papua", *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* volume 12, nomor 1, (Mei 2022) : 102-114. [https://web.archive.org/web/20221025163807id\\_/https://ejournal.ipdn.ac.id/JIWPB/article/download/2537/1336](https://web.archive.org/web/20221025163807id_/https://ejournal.ipdn.ac.id/JIWPB/article/download/2537/1336).

- Mujahid, Muhammad Khoirul, dan Putu Ananda Citra. "Strategi Pengembangan Pantai Indah Sebagai Daya Tarik Wisata Kecamatan Buleleng." *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha* volume 10, nomor 2 (2022): 134-145. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPG>.
- Muhammad, Adam, Lukman Hakim, dan Fatmawati. "Strategi Pengembangan Pariwisata Malindo Di Kabupaten Gowa." *Journal Unismuh* volume 2, nomor 5 (2021): 1548-1569. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>.
- Nainggolana, Deby Marlina, dan I Made Adi Kampana "Strategi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Nusa Dua." *Jurnal Destinasi Pariwisata Jurnal Destinasi Pariwisata* volume 3, nomor 2 (2015): 45-50. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/download/23242/15269>.
- Pe, Meliana Mamo, Yudha Eka Nugraha, dan Lorens Riwu, "Strategi Pengembangan Pantai Kepo Sebagai Destinasi Wisata Penyanggah di Kabupaten Babu Rajua." *Journal Tourism* volume 5, nomor 2 (November 2022): 105-124. <http://jurnal.pnk.ac.id/index.php/tourism/article/download/946/474>.
- Putri, Adeliya Gita Silviana, Rendy Andika Putra, dan M.F.Hidayatullah. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR di Bank BTN KC Jember". *Journal Of Indonesian Social Society* volume 2, nomor 1 (2024): 17-21. <https://jurnal.padangtekno.com/index.php/jiss/article/download/217/143>
- Putra, I Made Luhur Adi, I Ketut Darma, dan I Made Suniastha Amerta. *Strategi Pengembangan Daya Tarik Ekowisata*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022.
- Rahayuningsih, Meidawati, dan Yuni Herlina Wati. "Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Dieng Sejajar Wonosobo". *Jurnal Geosains West Science* volume 1 nomor 1 (Januari 2023): 17-22. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jgws/article/view/188>.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Ramadhan, Iwan, Imran, Haris Firmansyah, Efriani, dan Jagat Aditiya Dewantara. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Hutan Albasiah." *Jurnal Ideas* volume 8, nomor 3 (2022): 993-999. <https://www.jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/download/908/404>.
- Rangkuti, Frendy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Ridla, Muhammad, Kanom, dan Randhi Nanang Darmawan. "Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Bangsring Underwater Berbasis

- Masyarakat.” *Journal Of Tourism And Economic* volume 4, nomor 2 (2021): 135-152, <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i2.123>.
- Saputra, Kasnur. “Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Website Sebagai Media Promosi di Singkawang-Kalimantan Barat”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* volume 2, nomor 1 (2017): 11-16. <https://www.jurnal.uts.ac.id/index.php/jebi/article/download/48/41>.
- Soeswoyo, Dina Mayasari. “Potensi Pariwisata dan Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor.” *Journal of Community Services in Tourism* volume 2, nomor 1 (2021): 13-26. <https://journal.poltekpar-nhi.ac.id/index.php/mp/article/download/371/145>.
- Sulistono, Diah Etika Maharatih Setiarina, Nadya Adharani, dan Megandhi Gusti Wardhana, “Grand Watudodol Underwater Costal Cleanupgrand Watudodol Underwater Coastal Cleanup”. *Journal of Community Empowering and Services* volume 2 nomor 1 (2018): 1-5. <https://jurnal.uns.ac.id/prima/index>.
- Suhartawan, I Gede. “Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata (Studi Kasus pada Desa Sidera Kota Palu)”. *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility* volume 3, nomor 1 (Juni 2022): 42-47. <https://jurnal.dharmasentana.ac.id/jurnalPariwisataPaRAMA/article/download/364/209>.
- Sutrisno, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2020.
- Suryani, Ade Irma, “Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal”. *Jurnal Spasial* volume 3, nomor 1 (2017): 33-43. <https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/spasial/article/download/1595/902>
- Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Wijayanti, Ani. *Strategi pengembangan Pariwisata Edukasi di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: CV Budi Utama , 2019.

Zafira dan Dahrani. “Analisis Sistem Pengembangan SDM Melalui Pendekatan Training Pada Dompok Dhuafa Waspada”. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* volume 3, nomor 2 (2023): 437-446.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Pengembangan Usaha Wisata Pantai Grand Watudodol (GWD) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Banyuwangi	1.Strategi Pengembangan Usaha wisata  2.meningkatkan kunjungan wisatawan	1.Strategi pengembangan	1.Pengertian strategi Pengembangan 3.Jenis jenis Strategi pengembangan 4.strategi pengembangan pariwisata	Informan: 1.Pengelola Usaha  2.Wisatawan  3.sebagian karyawan	1.Pendekatan dan jenis Penelitian: a.Pendekatan Kualitatif b.Jenis Penelitian diskriptif  2.Lokasi Penelitian: Kabupaten Banyuwangi  3.Subjek Penelitian: Purposive  4.Teknik Pengumpulan Data: a.Observasi b.Wawancara c.Dokumentasi  5.Analisis Data: a. Pengumpulan data b. Reduksi Data c. Penyajian Data d. Kesimpulan Gambar  6.Keabsahan Data: a.Triagulasi sumber	1.Bagaimana strategi pengembangan destinasi wisata pantai Grand watudodol (GWD) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan?  2. Bagaimana dampak strategi pengembangan destinasi wisata pantai Grand Watudodol (GWD) terhadap peningkatan kunjungan wisatawan?

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Ayu Putri

Nim : 204105020163

Prodi Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Wisata Pantai Grand Watudodol Dalam Meningkatkan Kuunjungan Wisatawan Di Kabupaten Banyuwangi”** Adalah benar – benar hasil karya saya kecuali kutipan – kutipan yang yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Jember, 31 Mei 2024



**Mega Ayu Putri**  
**NIM. 204105020163**

## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Pedoman Observasi

1. Bagaimana strategi pengembangan destinasi wisata pantai *Grand Watudodol* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan

### B. Pedoman wawancara

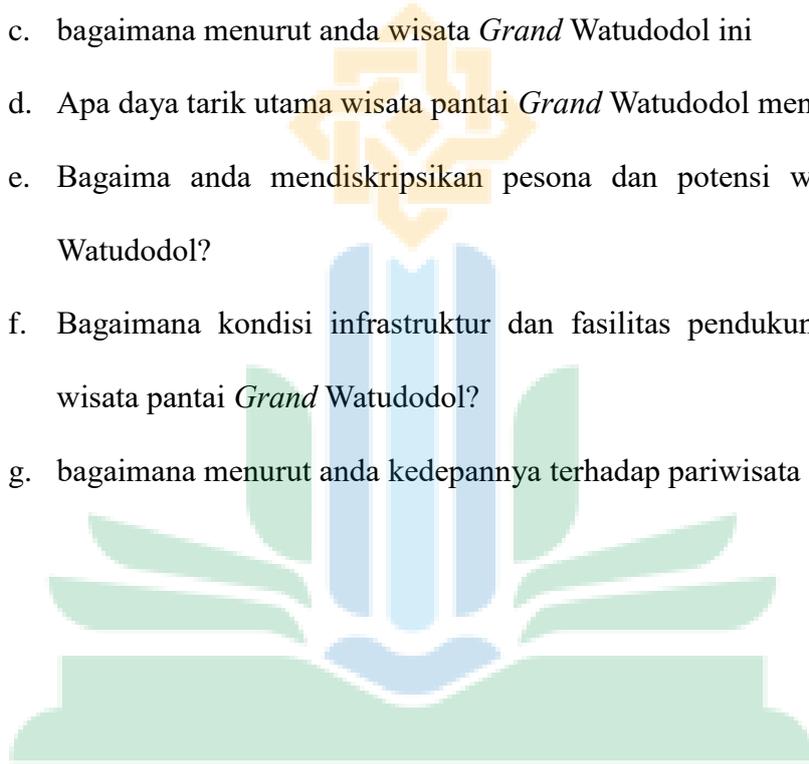
#### 1. Pengelola

- a. bagaimana sejarah pariwisata *Grand Watudodol* ini ?
- b. apa visi misi pariwisata *Grand Watudodol* ini?
- c. bagaimana struktur pariwisata *Grand Watudodol*?
- d. bagaimana jumlah kunjungan wisatawan sehari harinya di *Grand Watudodol* dan Apakah ada hari" tertentu dalam jumlah banyak kunjungan wisatawan yang brkunjungan di wisata *Grand Watudodol*?
- e. apakah para wisatawan yang paling banyak berkunjung di *Grand Watudodol* secara rombongan atau individu?
- f. bagaimana menurut anda terhadap pariwisata ini untuk kedepannya?
- g. Apa yang menjadi tantangan utama dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai *Grand Watudodol*?
- h. strategi apa yang dapat di pertimbangkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai *Grand Watudodol*?
- i. Bagaimana Anda memastikan keberlanjutan pengembangan wisata pantai *Grand Watudodol* tanpa merusak lingkungan?

- j. Apakah Anda menggunakan teknologi seperti media sosial atau platform daring lainnya untuk mempromosikan pantai *Grand Watudodol*?
  - k. Bagaimana keterlibatan dan dukungan dari masyarakat lokal dalam pengembangan wisata pantai *Grand Watudodol*?
  - l. Apakah ada program atau inisiatif yang melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan atau promosi wisata pantai *Grand Watudodol*?
2. Karyawan
- a. bagaimana pembelian tiket masuk dalam pariwisata *Grand Watudodol*, apakah ada pembelian tiket online apa hanya offline?
  - b. berapa harga tiket masuk di *Grand Watudodol*?
  - c. bagaimana dengan metode pembayaran tiket masuk pariwisata *Grand Watudodol*?
  - d. Bagaimana kondisi parkir di pariwisata *Grand Watudodol*?
  - e. Bagaimana dengan keamanan parkir di *Grand Watudodol*?
  - f. apa kendala dalam pelayanan tiket
  - g. Apakah Anda menggunakan teknologi seperti media sosial atau platform daring lainnya untuk mempromosikan pantai *Grand Watudodol*?
  - h. strategi apa yang dapat di pertimbangkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai *Grand Watudodol*?
  - i. Bagaimana Anda memastikan keberlanjutan pengembangan wisata pantai *Grand Watudodol* tanpa merusak lingkungan?

3. Pengunjung

- a. Siapa nama anda?
- b. dari mana anda mengetahui atau mendapatkan informasi wisata *Grand Watudodol* ini
- c. bagaimana menurut anda wisata *Grand Watudodol* ini
- d. Apa daya tarik utama wisata pantai *Grand Watudodol* menurut anda ?
- e. Bagaimana anda mendiskripsikan pesona dan potensi wisata *Grand Watudodol*?
- f. Bagaimana kondisi infrastruktur dan fasilitas pendukung di sekitar wisata pantai *Grand Watudodol*?
- g. bagaimana menurut anda kedepannya terhadap pariwisata ini?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Nomor : B-248/Un.22/7.a/PP.00.9/04/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Jember, 24 April 2024

Kepada Yth.

Pengelola Pantai Grand Watudodol (GWD)

Jl. Raya Situbondo, Parasputih, Bangsring, Kecamatan Wongsorejo,  
Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68453.

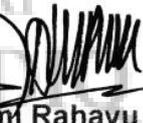
Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Mega Ayu Putri  
NIM : 204105020163  
Semester : VIII ( Delapan )  
Prodi : Ekonomi Syariah

Untuk melakukan Penelitian/Riset mengenai "Strategi Pengembangan Usaha Wisata pantai Grand Watudodol (GWD) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi" di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A. Dekan  
Yakni Dekan Bidang Akademik,  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
Nurul Widyawati Islam Rahayu



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Abdul Azis

Jabatan : Pengelola pariwisata

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Mega Ayu Putri

NIM : 204105020163

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syaria'ah

Universitas : UIN KHAS JEMBER

Telah selesai melakukan penelitian di Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Wisata Pantai Grand Watudodol (GWD) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Banyuwangi" terhitung dari tanggal 27 April 2024 s/d 05 Mei 2024. Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

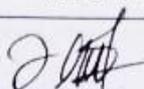
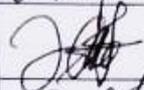
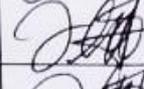
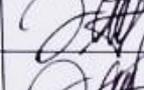
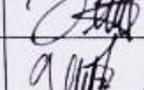
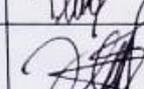
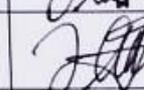
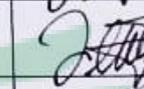
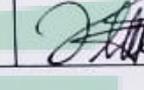
Jember, 16 Mei  
2024

Mengetahui  
Pengelola  
pariwisata

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

  
Abdul Azis

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nomor	Tanggal Kegiatan	Kegiatan Penelitian	Tanda tangan
1.	18 november 2023	Observasi pariwisata pantai GWD	
2.	27 April 2024	Pengiriman surat kepariwisata GWD	
3.	28 April 2024	Wawancara kepada pengelola pariwisata	
4.	29 April 2024	Wawancara kepada pengelola pariwisata	
5.	30 April 2024	Wawancara kepada pengelola pariwisata	
6.	02 Mei 2024	Wawancara kepada karyawan pariwisata	
7.	03 Mei 2024	Wawancara kepada wisatawan	
8.	04 Mei 2024	Wawancara kepada wisatawan	
9.	05 Mei 2024	Wawancara kepada wisatawan	
10.	28 Mei 2024	Pengambilan surat selesai penelitian	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

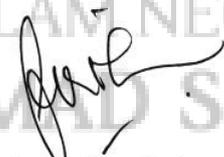
Nama : Mega Ayu Putri  
NIM : 204105020164  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Wisata Grand Watudodol (GWD) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Banyuwangi

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 Mei 2024  
Operator Aplikasi DrillBit  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

  
Luluk Musfiroh

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Mega Ayu Putri

NIM : 204105020163

Semester : VIII / 8

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 31 Mei 2024

Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

  
Sofiah, M.E.

NIP. 199105152019032005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## DOKUMENTASI



Dokumentasi Suasana pariwisata



Dokumentasi Tempat loket masuk



Dokumentasi Suasana Tempat Bersantai



Dokumentasi Suasana Pariwisata



Dokumentasi Wawancara pengelola



Dokumentasi wawancara pengunjung



Dokumentasi wawancara pengunjung



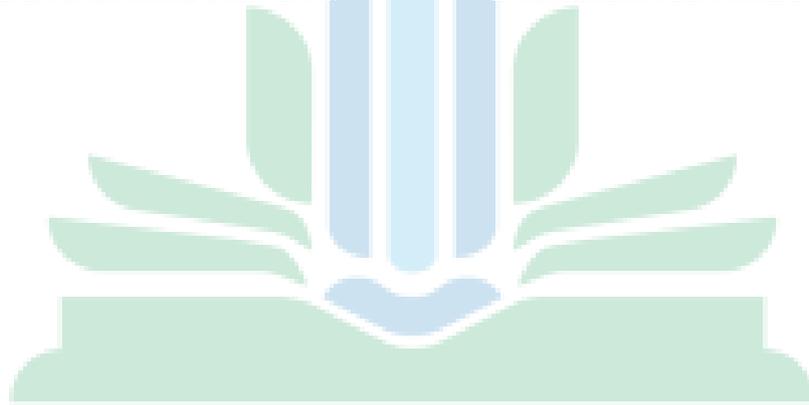
Dokumentasi wawancara pengunjung



Dokumentasi keadaan Pariwisata



Dokumentasi Keadaan Pariwisata



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran

### Mensitasi Jurnal Dosen

1. Maulida, Rahmi, Sasy Syawalatu Choir, Nadia Azalia Putri. "Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan promosi pariwisata banyuwangi di dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten banyuwangi." Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat) Februari 2024.
2. Mauliyah, Nur Ika, Andre, Mohammad Fadoillah, Moch. Sabdanil Karomah. "Upaya Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberlakuan Tiket di Pemandangan Alam Arak – Arak Bondowoso." Jurnal pengabdian kepada masyarakat Mei 2023.
3. Hidayatullah, M.F., Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah. "Strategi digital marketing dengan Instagram dan TikTok pada butik dot.id." Jurnal ekonomi dan bisnis islam 1 Januari – Juni 2023.
4. Hasanah, Maulidatul, Muhammad Haris, Deni Putra Afandi, Nur Ika Mauliyah. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Di UPT Rembangan." Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Februari 2024
5. Adeliya Gita Silviana Putri, Rendy Andika Putra, dan M.F.Hidayatullah, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR di Bank BTN KC Jember", *Journal Of Indonesian Social Society*, Februari 2024.

## BIODATA PENULIS



### A. Biodata Pribadi

Nama : Mega Ayu Putri  
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 27 Oktober 2001  
Alamat : Dusun Krajan, RT/RW 002/005, Desa Wongsorejo, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Bayuwangi, Provinsi Jawa Timur.  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
No.Hp : 083117495467  
Alamat email : megaayuputri0@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

Riwayat pendidikan : 1. Tk Bustanul Ulum  
2. MI Bustanul Ulum  
3. MTS Bustanul Ulum  
4. M.A Bustanul Ulum  
5. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER