

Submitted 3 Desember 2021

Accepted 25 Januari 2022

ANALISIS POTENSI WISATA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA PANTAI BLUE LAGOON BALI

ANALYSIS OF TOURISM POTENTIAL AND DEVELOPMENT STRATEGY OF BLUE LAGOON BEACH TOURISM ATTRACTION

Anisa Paramitha

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional
anisaparamitha2@gmail.com

ABSTRAK

Pemerintah Kabupaten Karangasem memiliki misi untuk menciptakan destinasi pariwisata yang berkualitas, berdaya saing, dan berkelanjutan melalui semangat kearifan lokal. Pantai Blue Lagoon merupakan salah satu destinasi wisata alam di Kabupaten Karangasem. Pantai Blue Lagoon belum dikelola dan dikembangkan menjadi produk wisata yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi wisata dan strategi pengembangan Pantai Blue Lagoon agar dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat lokal di Desa Padangbai. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini mengidentifikasi potensi wisata Pantai Blue Lagoon dengan komponen 4A; atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan. Strategi pengembangan yang dapat digunakan di kawasan Pantai Blue Lagoon sebagai destinasi wisata alam antara lain; pengembangan produk wisata minat khusus, pengembangan pemasaran, pengembangan lingkungan (fisik, sosial budaya, ekonomi) dan perencanaan pengelolaan Pantai Blue Lagoon.

Kata kunci : *Potensi Wisata, Strategi Pengembangan, Pantai Blue Lagoon.*

ABSTRACT

The government of Karangasem Regency has a mission to create quality, competitive, and sustainable tourism destinations through the spirit of local wisdom. Blue Lagoon Beach is one of the natural tourist destination in Karangasem Regency. Blue Lagoon Beach has not been managed and developed to become an attractive tourism product. This research aims to analyze the tourism potential and the development strategy of Blue Lagoon Beach in order to provide positive impacts for environmental, socio-cultural, and economy of the local community in Padangbai Village. The data analysis used in this study are descriptive

qualitative and SWOT analysis. The result of this study identify the tourism potential of Blue Lagoon Beach with 4A components; attraction, amenity, accessibility, and ancillary service. The development strategies that can be used in Blue Lagoon Beach area as a natural tourist destination include; special interest tourism product development, marketing development, environmental development (physical, socio-cultural, economic) and Blue Lagoon Beach management planning.

Keywords : *Tourism Potential, Development Strategy, Blue Lagoon Beach.*

PENDAHULUAN

Kabupaten Karangasem merupakan salah satu dari 9 Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. Mewujudkan destinasi pariwisata Karangasem yang berkualitas, berdaya saing dan berkelanjutan melalui semangat kearifan lokal merupakan misi dari Kabupaten Karangasem. Dalam prakteknya, Kabupaten Karangasem adalah kabupaten di Bali yang menunjukkan kemajuan pariwisata yang pesat. Dapat dilihat dari data jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Karangasem yang menunjukkan peningkatan dari tahun 2016 sampai tahun 2018 (karangasemkab.bps.go.id, 2018). Kabupaten Karangasem memiliki beberapa destinasi wisata yang sudah berkembang dan dikelola dengan baik, tetapi terdapat pula destinasi wisata yang belum dikembangkan dengan baik dan memiliki potensi wisata yang menarik, salah satunya adalah Daya Tarik Wisata (DTW) Pantai Blue Lagoon. Pada tahap observasi awal tanggal 11 Januari 2021, peneliti menemukan bahwa Pantai Blue Lagoon memiliki pasir putih dan air laut yang biru jernih serta ekosistem laut yang beranekaragam. Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Pantai Blue Lagoon memiliki potensi wisata yang sangat menarik. Sebagai salah satu DTW yang berada di Desa Padangbai, peneliti menemukan 2 fenomena di Pantai Blue Lagoon. Fenomena pertama adalah belum ada pengelolaan yang baik untuk DTW Pantai Blue Lagoon. Menurut Peraturan Bupati Karangasem Nomor 52 Tahun 2017 tentang pengelolaan daya tarik wisata, DTW Pantai Blue Lagoon sudah menjadi salah satu dari 43 Daya Tarik Wisata Alam di Kabupaten Karangasem, namun berdasarkan hasil wawancara, DTW ini belum dikelola dan dikembangkan oleh pemerintah. Artinya, DTW ini belum berkontribusi untuk pendapatan asli daerah. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat setempat dan kebijakan yang mengenai pemeliharaan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari permasalahan sampah yang belum dikelola dengan baik, masih ada pembuangan sampah sembarangan yang merusak lingkungan dan keindahan daya tarik wisata. Pengembangan pariwisata memerlukan kebijakan dan perencanaan yang sistematis (Pitana dan Diarta, 2009:108). Fenomena kedua adalah kurangnya pengembangan potensi wisata DTW Pantai Blue Lagoon untuk menjadi produk wisata yang matang. Belum

sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010-2025 bagian ketiga (Pembangunan Daya Tarik Wisata) pasal 15 yang mencetuskan bahwa Pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Dengan air laut yang jernih, ekosistem laut yang beranekaragam dapat diciptakan produk wisata yang menarik. Adanya fenomena ini, dapat disimpulkan bahwa kurangnya pemanfaatan potensi wisata dan pengelolaan DTW Pantai Blue Lagoon untuk berkontribusi pada pendapatan daerah dan peningkatan ekonomi masyarakat setempat. Diperlukan identifikasi potensi wisata dan strategi perencanaan yang baik dan tepat dalam pengembangan pariwisata (Pitana dan Diarta, 2009: 134). Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis potensi wisata dan strategi pengembangan untuk DTW Pantai Blue Lagoon. Dimana strategi ini mewujudkan dan mematangkan pengembangan produk wisata agar dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan, sosial budaya dan ekonomi masyarakat Desa Padangbai. Selain itu, DTW Pantai Blue Lagoon juga belum pernah diangkat dan diteliti dalam bentuk penelitian.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis potensi Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon?
2. Bagaimana strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis potensi Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon.

TINJAUAN PUSTAKA

Potensi Wisata

Daya Tarik Wisata

Pengertian potensi wisata menurut Mariotti dalam Yoeti (1996: 160-162) adalah segala sesuatu yang terdapat di destinasi wisata dan merupakan daya tarik agar wisatawan bersedia untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Didukung oleh pernyataan Pendit (2006: 108), potensi pariwisata merupakan segala hal dan keadaan yang diatur dan disediakan sehingga dapat dimanfaatkan sebagai daya yang diperlukan dalam usaha dan pengembangan pariwisata baik berupa situasi, kondisi, benda maupun jasa.

Menurut Yoeti (1996), destinasi wisata harus memiliki hal menarik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Harus memenuhi tiga syarat, yaitu:

- a. Memiliki something to see, atraksi wisata khusus, yang berbeda dari destinasi lain.
- b. Menyediakan something to do, fasilitas bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata.
- c. Menyediakan something to buy, fasilitas tempat berbelanja, seperti oleh-oleh dan barang kerajinan khas daerah destinasi wisata.

Daya Tarik Wisata menurut (Cooper, 1993) dalam (Suwena,2010) suatu destinasi wisata harus didukung oleh 4 komponen utama dalam pariwisata atau biasanya dikenal dengan istilah "4A". Adapun komponen-komponen tersebut yaitu:

- a. *Attraction* (atraksi), merupakan keunikan tersendiri yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daya tarik wisata tersebut.
- b. *Amenity* (amenitas), merupakan sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di destinasi wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, tempat ibadah, agen perjalanan.
- c. *Accessibility* (aksesibilitas), merupakan jasa transportasi dalam pariwisata. Selain itu, akses juga dimaksud dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk berpindah dari daerah satu ke daerah yang lain.
- d. *Ancillary Service* (Pelayanan Tambahan), pelayanan termasuk servis informasi dan pengelolaan (Pokdarwis, *Tourist Information Center*), pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain).

Strategi Pengembangan

Menurut Jauch dan Glueck (2000), strategi adalah rencana menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan kekuatan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat dicapai. Selanjutnya, Sunaryo (2013:170) menyampaikan bahwa elemen pembentuk destinasi wisata terdiri dari tiga aspek yaitu: (1) Aspek pengembangan produk, yakni berfungsi untuk mengembangkan produk wisata agar dapat memberikan kualitas terbaik; (2) Pengembangan pemasaran, untuk lebih menarik wisatawan mengunjungi destinasi; (3) Pengembangan lingkungan (fisik, sosial, budaya, ekonomi), untuk keberlanjutan pembangunan kepariwisataan di destinasi wisata.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Saryono (2010), Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menemukan dan menjelaskan kualitas dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon terletak di Desa Padangbai, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem, di sisi timur Pulau Bali. Pantai Blue Lagoon terletak di sebelah timur Pantai Padang Bai, berjarak sekitar 800 meter dari Pelabuhan Padang Bai. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan terhitung dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2021.

Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan observasi langsung di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah gambaran umum mengenai kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon, profil Desa Padangbai, buku-buku literature yang memiliki keterkaitan dengan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon dan pengembangan pariwisata.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh lembaga Pemerintah Daerah Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, seluruh Lembaga Pemerintah Desa Padangbai, pelaku usaha dan masyarakat lokal di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, yang menjadi sampel adalah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, Kepala Bidang Destinasi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, Kepala Bidang Sumber Daya Pariwisata Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, Kasubbag Penyusunan Program Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, Kepala Desa Padangbai, Kepala Dusun Segara, pemilik usaha Warung Blue Lagoon yang juga sebagai masyarakat lokal di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data terkait dengan rumusan masalah yang dihadapi, peneliti menggunakan tiga teknik yaitu teknik observasi, wawancara, studi pustaka.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Deskriptif kualitatif

memiliki tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sugiyono, 2008). Sebagai sebuah konsep dalam manajemen strategik, analisis SWOT menekankan penilaian lingkungan eksternal dan internal. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Dalam penelitian ini, teknik analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Padangbai dan Pantai Blue Lagoon

Desa Padangbai merupakan salah satu desa yang ada di Wilayah Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali, dengan Luas wilayah sekitar 360 Ha, dengan Ketinggian 3-600 m dpl. Topografi desa sedikit landai dan sebagian besar berbukit – bukit. Desa Padangbai terdiri dari Empat Banjar Dinas yaitu Banjar Dinas Melanting, Banjar Dinas Luhur, Banjar Dinas Segara, dan Banjar Dinas Mimba. Jumlah penduduk Desa Padangbai akhir desember 2018 sebanyak 3.319 jiwa yang terdiri dari laki-laki: 1.651 jiwa, perempuan: 1.668 jiwa dan 827 KK (Profil Desa Padangbai, 2018). Desa Padangbai merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Manggis yang keadaan geografisnya berupa daratan, laut dan perbukitan. Masyarakat Desa Padangbai memiliki mata pencaharian yang beragam seperti bermata pencaharian sebagai petani, nelayan, pedagang, pengusaha, buruh, pertukangan, jasa dan pariwisata.

Pantai Blue Lagoon adalah pantai yang terletak di Desa Padangbai, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem. Pada awalnya, pantai ini bernama Pantai Padang Kurungan. Pada tahun 1988, Pantai Blue Lagoon pertama kali dikunjungi oleh wisatawan. Setelah adanya kunjungan wisatawan, pantai ini diberi nama Pantai Blue Lagoon yang berarti 'laguna biru', sesuai dengan keindahan alam laut yang biru dan jernih. Pada saat itu, akses menuju Pantai Blue Lagoon belum memadai masih berupa jalan setapak, akses belum memadai. Pada tahun 1996, Pantai Blue Lagoon mulai berkembang dengan adanya usaha-usaha pariwisata seperti restoran/warung yang menyediakan jasa penyewaan alat-alat snorkeling. Wisatawan semakin banyak berkunjung dan masyarakat juga mulai sadar akan peluang ekonomi dari pariwisata. Sampai saat ini, sudah banyak restoran dan hotel yang dikembangkan oleh masyarakat lokal dan investor asing di sekitar area Pantai Blue Lagoon seperti Warung Blue Lagoon dan Bloo Lagoon Eco Village.

Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon Attraction (Atraksi)

Atraksi wisata yang dimiliki Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon adalah atraksi alam dan atraksi budaya. Atraksi alam berupa keindahan pantai yang asri, keanekaragaman hayati biota laut, pasir putih dan air laut yang jernih dan biru. Atraksi budaya berupa kompleks Pura Dang Kahyangan, seni tari seperti Tari Rejang Dewa, Baris Gede, Genjek dan lainnya, serta musik sekehe gong yang dimiliki oleh masing-masing banjar di Desa Padangbai.



Gambar 4.1
Panorama Keindahan DTW Pantai Blue Lagoon
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain panorama pantai yang indah, terdapat Pelabuhan Padangbai yang berjarak sekitar 800 meter dari Pantai Blue Lagoon ini. Pelabuhan Padangbai adalah pelabuhan untuk pelayaran ke Pulau Lombok, Nusa Penida, Kepulauan Gili, dan pulau-pulau lainnya di Nusa Tenggara Barat. Dengan adanya pelabuhan ini, Desa Padangbai juga menjadi tempat transit bagi wisatawan yang ingin menyeberang ke pulau lain. Tidak hanya digunakan sebagai jalur penyeberangan, kawasan Pelabuhan Padangbai juga memiliki pantai yang bisa dijadikan sebagai tempat wisata karena memiliki keindahan alam yang menarik dengan perpaduan antara pegunungan dan laut, sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke pelabuhan ini. Jika dilihat dari potensi alam yang ada, Pantai Blue Lagoon dapat mengembangkan pariwisata bahari yang menarik.

Sehingga sangat memungkinkan untuk menciptakan 5 aktivitas wisata seperti underwater diving dan coral gardening, paddle boarding, perawatan SPA, yoga dan meditasi, pertunjukan seni budaya.

Dari penjabaran diatas, jenis wisata yang cocok dikembangkan di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon adalah wisata minat khusus. Menurut Hall (1992), wisata minat khusus adalah bentuk perjalanan wisata, dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat karena memiliki minat khusus untuk melakukan kegiatan di destinasi wisata tertentu. Coral gardening, paddleboarding, perawatan SPA, yoga dan pertunjukan seni budaya akan mendatangi wisatawan yang memiliki motivasi khusus seperti edukasi, konservasi, budaya, sport, dan self-healing.

Amenity (Amenitas)

Sudah terdaftar 29 akomodasi penginapan, 5 usaha restoran, 3 usaha bar dan 6 usaha diving/wisata tirta di Desa Padangbai. Jarak akomodasi penginapan, restoran dan bar dari Pantai Blue Lagoon sangat dekat dan beragam. Bahkan ada penginapan dan restoran yang berada tepat di tepi Pantai Blue Lagoon seperti Bloo Lagoon Eco Village dan Warung Blue Lagoon. Untuk rate harga penginapan beragam dari Rp 200.000 sampai Rp 2.000.000 dapat dipilih sesuai dengan keinginan wisatawan. Sebagian besar dari akomodasi penginapan, restoran dan bar ini berada tepat di tepi Pantai Blue Lagoon dan Pantai padangbai sehingga menjadi salah satu nilai tambah. Dengan melihat peluang dari perkembangan pariwisata di Desa Padangbai, masyarakat antusias dalam menyambut kedatangan wisatawan dan terus mengembangkan usaha-usaha pariwisata sampai sekarang.

Accessibility (Aksesibilitas)

Dari Bandara Internasional Ngurah Rai, jarak tempuh menuju Pantai Blue Lagoon adalah 56 kilometer dengan lama perjalanan sekitar 1 jam 20 menit. Wisatawan dapat menggunakan mobil atau motor pribadi untuk mencapai Pantai Blue Lagoon. Perjalanan dapat di tempuh melalui Bypass Ida Bagus Mantra. Sesampainya di Desa Padangbai, wisatawan dapat langsung menuju ke Pantai Blue Lagoon dengan mudah dan melalui jalan utama yang sudah baik dan diaspal. Tiba di area Pantai Blue Lagoon, wisatawan dapat parkir mobil/motor di lahan parkir yang telah disediakan oleh masyarakat lokal pemilik tanah pribadi dengan membayar parkir sejumlah Rp 2.000 untuk motor dan Rp 5.000 untuk mobil. Setelah itu wisatawan dapat langsung turun menuju Pantai Blue Lagoon melalui akses tangga yang cukup memadai, tetapi dari hasil observasi tanggal 19 Maret 2021, peneliti menemukan masalah saat menyusuri tangga menuju Pantai Blue Lagoon. Masalah yang ditemukan adalah masalah sampah. Peneliti menemukan sampah pohon maupun sampah plastik di tepi akses tangga tersebut. Hal ini merusak nilai estetika dari Daya Tarik Wisata Pantai Blue

Lagoon yang dapat berpengaruh dalam kunjungan wisatawan kedepannya.

Ancillary Service (Pelayanan Tambahan)

Menurut hasil wawancara, Desa Padangbai sudah melakukan pengembangan sarana dan prasarana seperti pembangunan jalan besar maupun gang-gang kecil menuju akomodasi penginapan dan mempaving jalan. Desa Padangbai sudah memiliki pemancar signal Telkomsel, XL dan listrik juga tersebar dan terbagi rata ke seluruh Desa Padangbai. Selain itu, sudah tersedianya Tourist Information Center yang menyediakan informasi mengenai Pantai Pelabuhan Padangbai, Pantai Blue Lagoon dan penyeberangan boat menuju Gili, Lombok dan Nusa Penida. Sudah ada pula ATM dan bank, klinik kesehatan dan apotek, serta Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah Bali Resor Karangasem Sektor Kawasan Padangbai untuk menjaga keamanan dan kenyamanan masyarakat dan wisatawan. Setelah itu, telah tersedianya fasilitas tambahan seperti laundry service, shuttle bus service dan dive service.

Dengan segala fasilitas tambahan yang disediakan oleh Desa Padangbai, peneliti menemukan bahwa sampai saat ini, belum adanya Pokdarwis atau Kelompok Sadar Wisata yang terorganisir di Desa Padangbai. Kelompok Sadar wisata adalah kelembagaan yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab atas tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta terwujudnya sapta pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan.

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Kekuatan (Strength)

(1). Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon memiliki potensi untuk dikembangkannya aktivitas wisata minat khusus. (2). Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon memiliki potensi seni dan budaya yang bisa dijadikan aktivitas wisata budaya di kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. (3). Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon memiliki keanekaragaman hayati biota laut yang menarik. (4). Masyarakat Desa Padangbai sangat terbuka terhadap adanya pengembangan pariwisata, dan merupakan desa dengan tingkat keamanan yang baik. (5). Pantai Blue Lagoon terdaftar sebagai Daya Tarik Wisata (DTW) Alam di Kabupaten Karangasem (Peraturan Bupati Karangasem Nomor 52 Tahun 2017). (6). Daya Tarik wisata Pantai Blue Lagoon sudah memiliki amenities yang cukup lengkap disekitarnya. (7). Akses menuju Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon sudah cukup memadai. (8). Tersedia petunjuk arah ke lokasi pantai. (9). Telah tersedia fasilitas pelengkap seperti Tourist Information Center, lahan parkir, ATM dan bank, money changer, klinik

kesehatan dan fasilitas lainnya di Desa Padangbai. (10). Desa Padangbai memiliki sumber daya desa berupa perkebunan (kelapa dan pisang), peternakan (sapi dan babi) dan perikanan yang menjadi ciri khas Desa Padangbai.

Kelemahan (Weakness)

(1). Belum ada pengelolaan dari pemerintah desa maupun daerah untuk Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. (2). Belum ada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang terorganisir di Desa Padangbai. (3). Belum memiliki Sumber Daya Manusia yang kompeten dan profesional untuk menciptakan aktivitas wisata minat khusus di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. (4). Belum ada promosi wisata (pemasaran) untuk Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. (5). Belum memiliki sistem dan regulasi yang jelas mengenai pengelolaan sampah di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. (6). Belum tersedia media untuk mencatat jumlah kunjungan wisatawan dan menampung umpan balik (kritik dan saran) dari wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. (7). Jumlah kunjungan wisatawan masih sedikit. (8). Belum tersedia aktivitas wisata selain snorkeling dan diving bagi wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. (9). Belum ada kerjasama dengan travel agent dalam membuat paket wisata.

Peluang (Opportunity)

(1). Visi Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem (2). Keputusan Bupati Karangasem Nomor 658/HK/2014, Desa Padangbai sebagai salah satu dari 20 desa wisata di Kabupaten Karangasem (3). Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Karangasem periode 2016 - 2019. (4). Pelestarian lingkungan fisik dan budaya serta pengembangan infrastruktur sarana dan prasarana sebagai dampak positif pariwisata. (5). Ketersediaan lapangan kerja di bidang pariwisata. (6). Kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi. (7). Lokasi Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon yang strategis dan mudah dijangkau hanya 1,5 kilometer dari Pelabuhan Padangbai.

Ancaman (Threat)

(1). Timbulnya coral bleaching pada terumbu karang di Pantai Blue Lagoon. (2). Dampak pariwisata (ekonomi, lingkungan dan sosial budaya). (3). Perubahan lingkungan fisik (pencemaran, sampah, polusi, limbah). (4). Munculnya daya tarik wisata pantai lain yang menawarkan produk serupa di Kabupaten Karangasem. (5). Terjadi eksploitasi laut yang berlebihan. (6). Terjadi bencana alam di Pantai Blue Lagoon.

Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Rangkuti (2005:19-28) merupakan proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan rumusan yang tepat dan melakukan strategi perusahaan yang terbaik. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Dari identifikasi faktor internal dan faktor eksternal tersebut, maka dapat disusun strategi yang disajikan dalam matriks yang menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategi yaitu dijabarkan pada tabel 4.1.

Tabel 4.1

Matriks Analisis SWOT Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wisata minat khusus 2. Potensi wisata budaya 3. Keanekaragaman hayati biota laut 4. Keterbukaan masyarakat terhadap pariwisata 5. Terdaftar sebagai DTW Alam di Kabupaten Karangasem 6. Amenitas yang lengkap 7. Akses yang memadai menuju pantai 8. Tersedia petunjuk arah ke lokasi pantai 9. Tersedia fasilitas pariwisata pelengkap 10. Memiliki sumber daya desa lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada pengelolaan pemerintah untuk pantai 2. Belum ada Pokdarwis 3. SDM belum kompeten 4. Belum ada promosi wisata untuk DTW 5. Belum ada sistem pengelolaan sampah 6. Belum ada media untuk mencatat jumlah kunjungan dan umpan balik wisatawan 7. Kunjungan wisatawan masih sedikit 8. Belum ada aktivitas wisata lain 9. Belum ada kerjasama dengan <i>travel agent</i>
Faktor Eksternal		

Peluang (Opportunity)	Strategi SO	Strategi WO
<p>1. Visi Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem</p> <p>2. Keputusan Bupati Karangasem Nomor 658/HK/2014</p> <p>3. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan</p> <p>4. Dampak positif dari pariwisata</p> <p>5. Ketersediaan lapangan pekerjaan</p> <p>6. Kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi</p> <p>7. Lokasi DTW yang strategis</p>	<p>Strategi pengembangan DTW Pantai Blue Lagoon (S1,2,3,4,5,6,7,8,9,10; O1,2,3,4,5,6)</p> <p>Pengembangan produk wisata minat khusus</p> <p>a. <i>Underwater Diving</i> dan <i>Coral Gardening</i></p> <p>b. Paddleboarding</p> <p>c. Perawatan SPA</p> <p>d. Yoga dan Meditasi</p>	<p>Strategi pengembangan DTW Pantai Blue Lagoon (W4,6,7,9; O1,2,3,4,5,6)</p> <p>Pengembangan Pemasaran DTW Pantai Blue Lagoon</p> <p>a. <i>Segmenting, targeting, positioning</i></p> <p>b. Melakukan kerjasama dan promosi wisata melalui media sosial</p>
Ancaman (Threat)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Timbulnya <i>coral bleaching</i></p> <p>2. Dampak negatif dari pariwisata (ekonomi, sosial budaya, lingkungan)</p> <p>3. Perubahan lingkungan fisik</p> <p>4. Munculnya dtw pantai lain</p> <p>5. Terjadi eksploitasi laut yang berlebihan</p> <p>6. Bencana alam</p>	<p>Strategi pengembangan DTW Pantai Blue Lagoon (S1,2,3,4,5,6,7,8,9,10; T1,2,3,4,5,6)</p> <p>Pengembangan Lingkungan</p> <p>a. Lingkungan fisik</p> <p>b. Lingkungan sosial budaya</p> <p>c. Ekonomi</p>	<p>Strategi pengembangan DTW Pantai Blue Lagoon (W1,2,3,5,6,8; O1,2,3,4,5,6)</p> <p>Pengelolaan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon</p> <p>a. Pembentukan Pokdarwis</p> <p>b. Pembagian retribusi</p> <p>c. Sistem aktivitas wisata</p> <p>d. Kerjasama dengan CTC, akademisi dan praktisi</p> <p>e. Antisipasi bencana alam</p>

--	--	--

Sumber: Hasil Analisis Penelitian (2021)

Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon

Menurut Sunaryo (2013:170), elemen pembentuk daya tarik wisata terdiri dari tiga aspek yaitu: (1) Aspek pengembangan produk, yakni berfungsi untuk mengembangkan produk wisata agar dapat memberikan kualitas yang lebih dari hanya sekedar memberikan pengalaman dan pemenuhan harapan bagi wisatawan; (2) Pengembangan pemasaran, yakni untuk lebih menarik wisatawan mengunjungi destinasi; (3) Pengembangan lingkungan (fisik, sosial, budaya, ekonomi), yakni untuk keberlanjutan pembangunan kepariwisataan di daya tarik wisata. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, disamping 3 aspek tersebut, diperlukan juga satu aspek penting lain yaitu pengelolaan yang baik. Dari analisis strategi SO, ST, WO, WT, dapat dirumuskan program-program pengembangan sebagai berikut:

Pengembangan Produk Wisata Minat Khusus di DTW Pantai Blue Lagoon

Menurut Hall (1992), wisata minat khusus adalah bentuk perjalanan wisata, dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat karena memiliki minat khusus dari objek atau kegiatan di daerah tujuan wisata.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon cocok untuk dikembangkan wisata minat khusus seperti ecotourism/nature-based tourism. Wisatawan minat khusus ini menikmati aktivitas yang berhubungan dengan alam, keindahan kawasan pelestarian alam, mengamati fauna dan flora di habitat aslinya, berjelajah dan belajar (Kruja, 2011). Ecotourism/Nature-based Tourism adalah salah satu bentuk pariwisata yang berbasis alam dan memiliki fokus untuk memahami dan melestarikan lingkungan alam. Wisata ini bertujuan ke daerah alami untuk memahami budaya dan sejarah, alam lingkungan, hati-hati dalam berwisata untuk tidak mengubah keutuhan ekosistem, sekaligus menghasilkan peluang ekonomi dalam melakukan konservasi sumber daya alam yang bermanfaat bagi warga lokal setempat (BPP Learning Media, 2011). Hal ini selaras dengan potensi yang dimiliki oleh Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Kegiatan wisata minat khusus ecotourism/nature-based tourism yang dapat dikembangkan di DTW Pantai Blue Lagoon adalah sebagai berikut:

1. Underwater Diving dan Coral Gardening

Menteri Kelautan dan Perikanan Edhy Prabowo memperkenalkan Indonesia Coral Reef Garden (ICRG) sebagai upaya aktif untuk memulihkan terumbu karang di Indonesia. Seluas 50 hektar yang dibagi menjadi 5 lokasi yaitu Nusa Dua, Sanur, Serangan, Pandawa dan Buleleng. Mempersiapkan dana Rp 111 miliar dan menargetkan

11.000 pekerja. Saat ini, Gubernur Bali Wayan Koster menyambut baik dan sedang mempertimbangkan program ICRG. Program ICRG ini memberikan peluang bagi DTW Pantai Blue Lagoon untuk mengembangkan kegiatan coral gardening ini. Selain program ini, Pengelola Pantai Blue dapat menjalankan coral gardening dengan memberdayakan komunitas lokal dan bekerja sama dengan para ahli dan ilmuwan lokal maupun global. Dapat pula menghubungi dan bekerja sama dengan komunitas dan lembaga coral gardeners di seluruh dunia. Dalam mengembangkan wisata ini, diperlukan kerjasama dari seluruh stakeholder (pemerintah, masyarakat dan investor).

Berdasarkan hasil observasi, salah satu lembaga coral gardener yang sudah berkembang di Bali adalah Coral Triangle Center (CTC) yang didirikan oleh seorang marine ecologist Rili Djohani. CTC telah terdaftar sebagai yayasan independen di Indonesia tahun 2010 oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Lembaga ini telah berkembang di Indonesia, Malaysia, Filipina, Papua Nugini, Pulau Solomon dan Timor Leste. CTC adalah lembaga dengan misi untuk menginspirasi masyarakat untuk melestarikan ekosistem laut. Dalam mewujudkan misi ini, CTC memiliki program-program yang beragam di Indonesia seperti konservasi terumbu karang di Nusa Penida dan Pulau Banda sebagai Marine Protected Area (MPA). Kegiatan yang dilakukan adalah coral gardening, pemantauan dan pemeliharaan setiap harinya. CTC juga mengadakan kelas-kelas akademik dan seminar yang membahas tentang pentingnya melestarikan ekosistem laut dan apa yang dimaksud dengan Marine Protected Area (MPA) serta program-program menarik lainnya. Lembaga ini telah bekerja sama dengan pemerintah, organisasi masyarakat, institusi akademik, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan investor asing.

Adanya lembaga CTC ini memberikan potensi bagi Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon dalam mengembangkan kegiatan Underwater Diving dan Coral Gardening dalam rangka melestarikan ekosistem laut (mencegah timbulnya coral bleaching) dan memberdayakan komunitas lokal serta membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat. Pengembangan produk wisata minat khusus ini mendukung Peraturan Daerah Kabupaten Karangasem Nomor 17 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Karangasem Tahun 2012 - 2032 pasal 25 ayat 3 yang berbunyi:

“Kawasan Padangbai seluas 83,5 ha meliputi perairan pantai Desa Padangbai, Desa Antiga Kelod dan Desa Antiga di Kecamatan Manggis merupakan kawasan lindung terumbu karang”.

Nantinya, pengelola DTW Pantai Lagoon dapat menyediakan penyewaan alat-alat diving dan pemandu wisata untuk memandu wisatawan saat melakukan kegiatan wisata ini.

2. Paddle Boarding

Kegiatan wisata paddleboarding telah berkembang di Bali. Sudah tersedianya sekolah-sekolah khusus bagi wisatawan yang ingin belajar olahraga air ini. Salah satunya adalah Bali Stand Up Paddle. Lokasi kegiatan wisata ini biasanya dilakukan di Sanur, Kuta, Tanjung Benoa, Nusa Dua, dan lainnya. Bali Stand Up Paddle menyediakan kelas-kelas olahraga air yang beragam, seperti SUP Yoga, regular SUP, Windsurfing, Hydrofoil, Kite & Surf dan lain sebagainya. Wisatawan juga dapat menyewa berbagai macam papan/board untuk olahraga air ini. Menurut hasil observasi, Pantai Blue Lagoon memiliki ombak yang cukup tenang dan air yang biru jernih. Hal ini menjadikan Pantai Blue Lagoon berpotensi untuk dikembangkannya wisata air paddleboarding. Pengelola dapat menyediakan alat-alat paddle boarding dan memberdayakan masyarakat lokal untuk menjadi pemandu wisata air ini.

3. Perawatan SPA

Pada saat ini, perawatan SPA tidak lagi didalam ruangan yang tertutup dan mulai memanfaatkan suasana alam terbuka seperti alam pantai. Salah satu SPA yang memanfaatkan suasana pantai dan laut adalah La Joya Biu Biu Resort yang terletak di Pantai Balangan, Bali. Resort ini menawarkan pelayanan Spa dengan design interior yang terbuka dan nyaman serta langsung menghadap ke lautan (ocean view). Jika dilihat dari trend Spa yang lebih diminati wisatawan pada saat ini di alam terbuka khususnya pantai, maka Pantai Blue Lagoon memiliki peluang yang tinggi untuk menarik wisatawan melalui pelayanan Spa di pinggir tebing pantai dengan pemandangan laut yang indah dan biru jernih. Dalam menciptakan pelayanan SPA di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon, pengelola dapat mengacu dan memahami ketentuan dari Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1205/MENKES/PER/X/2004 tentang Pedoman Persyaratan Kesehatan Pelayanan Sehat Pakai Air (SPA). Pedoman ini membahas semua ketentuan yang diperlukan dalam menciptakan pelayanan SPA seperti Prinsip Dasar Pelayanan SPA, Ruang Lingkup SPA, Pengertian SPA, Standar Pelayanan SPA, Pembinaan dan

Pengawasan Pelayanan SPA, Monitoring dan Evaluasi, serta Tata dan Cara Perizinan Penyelenggaraan SPA.

4. Yoga Dan Meditasi

Pantai Blue Lagoon memiliki perpaduan suasana yang asri dengan suara ombak yang menenangkan. Maka dari itu Pantai Blue Lagoon berpotensi untuk dikembangkannya aktivitas kelas yoga dan meditasi. Hal ini akan menarik lebih banyak wisatawan dengan motivasi yang berbeda yaitu kesehatan atau wellbeing dan self-healing. Dalam pelaksanaannya, pengelola DTW Pantai Blue Lagoon dapat menyediakan alat-alat untuk yoga dan meditasi seperti matras dan tenaga ahli dari masyarakat lokal untuk memandu kegiatan ini.

5. Pertunjukan Seni Budaya

Dengan adanya kebudayaan tradisional Bali yang masih dijaga oleh masyarakat Desa Padangbai tentu memberikan peluang yang sangat tinggi dalam mengemas kembali kesenian lokal untuk ditawarkan kepada para wisatawan yang datang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Kesenian yang di tawarkan kepada para wisatawan harus berupa kesenian yang tidak bersifat sakral, sehingga kesakralan dari kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat Desa Padangbai tetap terjaga. Kesenian tradisional yang dapat ditawarkan kepada wisatawan ketika mengunjungi Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon seperti pementasan kesenian musik Sekehe Gong dan juga tarian Rejang Dewa di kompleks pura luhur yang bersifat untuk menghibur.

Pengembangan Pemasaran Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon

Dalam melakukan pemasaran perlu dilakukan beberapa hal seperti dibawah ini:

1. Segmentasi pasar (segmenting), target pasar (targeting), posisi pasar (positioning)

Sebelum melakukan program pemasaran pengelola perlu memperhatikan beberapa hal salah satunya adalah segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar. Menurut hasil wawancara dan observasi, wisatawan yang memiliki peluang cukup besar untuk berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon adalah kelompok pria ataupun wanita dewasa (usia 17 sampai dengan 45 tahun), yang memiliki daya beli yang cukup tinggi (karena paket wisata minat khusus coral gardening, paddleboarding, perawatan SPA, yoga dan meditasi cenderung memiliki harga cukup tinggi) dan menyukai aktivitas wisata minat khusus ecotourism/nature-based tourism yang sudah dijabarkan diatas serta seni dan budaya tradisional Bali. Selanjutnya, dapat diidentifikasi bahwa target pasar

untuk Desa Padangbai adalah wisatawan asal Eropa, Amerika dan Australia. Wisatawan asal Eropa, Amerika dan Australia dipilih karena karakteristik mereka yang cenderung tertarik pada pengalaman dan aktivitas baru (cenderung berpetualang), menyukai alam, kesenian dan kebudayaan tradisional. Dengan demikian, Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon harus mampu untuk menciptakan posisi/citra dimata wisatawan dimana Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon tidak hanya menonjolkan keunikan dan keindahan pantai, namun juga mampu memanfaatkan potensi yang dimiliki Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Hal ini juga selaras dengan brand image dari Kabupaten Karangasem yang memberikan rasa ketenangan bagi wisatawan yang berkunjung. Berikut adalah tagline yang diciptakan oleh Kabupaten Karangasem, “kalau mau ketenangan datanglah ke Karangasem, kalau mau kesenangan datanglah ke Kuta”.

2. Melakukan Kerjasama dan Promosi

Untuk meningkatkan promosi Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon diperlukan koordinasi dan kerjasama dengan stakeholder (Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, Pemerintah Desa Padangbai, masyarakat setempat dan pelaku usaha) terkait program-program pemasaran pariwisata. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, facebook, YouTube, dan website resmi khusus untuk Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Selain itu, kerjasama dengan travel agent juga diperlukan agar travel agent dapat membuat paket wisata yang tepat, dimana travel agent menawarkan paket-paket wisata minat khusus dengan menyasar wisatawan yang menyukai nature-based tourism/ecotourism.

Pengembangan Lingkungan

1. Lingkungan Fisik

Pengembangan pariwisata yang kurang tepat dapat berdampak buruk bagi lingkungan fisik di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Maka dari itu, diperlukan beberapa kebijakan atau regulasi yang mengikat dan mengatur pengembangan pariwisata di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon, seperti; (1). Menciptakan pemetaan pengembangan dan zonasi kawasan lindung terumbu karang, dimana dalam kawasan ini terdapat larangan memancing atau kegiatan lain yang dapat merusak dan mengganggu kehidupan ekosistem biota laut di Pantai Blue Lagoon. (2). Membuat regulasi tentang pengelolaan dan pembuangan sampah. Regulasi ini akan mengatur dimana letak pembuangan sampah di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon dan memisahkan sampah organik, sampah anorganik dan sampah berbahaya agar mempermudah pengelolaan sampah kedepannya. (3). Pengelola Daya Tarik Wisata Pantai Blue

Lagoon memberikan edukasi atau pembinaan kepada seluruh masyarakat dalam memelihara lingkungan. Dengan begitu akan mengurangi atau mencegah dampak negatif dari pariwisata seperti pencemaran, polusi, limbah dan sampah. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan pengarahan atau pelatihan bagi masyarakat mengenai cara menghindari dan mengatasi coral bleaching.

2. Lingkungan Sosial Budaya

Untuk mengantisipasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh pengembangan pariwisata terhadap kehidupan sosial dan juga kebudayaan masyarakat maka perlu dilakukan beberapa cara seperti; (1). Masyarakat Desa Padangbai harus diberikan pembinaan ataupun sosialisasi tentang budaya bali, hal ini guna untuk menghindari eksploitasi budaya lokal secara berlebihan, selain itu juga untuk melindungi kesenian-kesenian tradisional Bali yang bersifat sakral. (2). Dengan adanya pengembangan pariwisata masyarakat tetap mempertahankan nilai-nilai atau norma-norma yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat, baik itu cara berbicara, berbusana, bersosialisasi, dan juga cara hidup, agar tidak terpengaruh terhadap gaya hidup wisatawan asing yang bersifat negatif.

3. Ekonomi

Pengembangan pariwisata di Desa Padangbai khususnya Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon tentu akan memberikan berbagai dampak terhadap perekonomian masyarakat lokal Desa Padangbai, baik positif maupun negatif. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah adanya kesenjangan perekonomian masyarakat. Untuk mencegah hal tersebut, dapat dilakukan beberapa cara seperti; (1). Pengelola kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon memberikan kesempatan yang sebesar-besarnya kepada seluruh masyarakat lokal yang ingin bergabung dalam mendukung pengembangan pariwisata. (2). Memberikan pembinaan bagi para petani untuk mengolah hasil perkebunan mereka seperti buah-buahan dan kelapa, untuk menjadi makanan olahan yang dapat dijual dengan harga lebih baik kepada wisatawan. (3). Membina para ibu rumah tangga, lansia, maupun masyarakat yang memiliki keterbatasan untuk menciptakan kerajinan lokal seperti anyaman, pahatan, lukisan, sulam, dan kerajinan lain yang memiliki nilai artistik yang bisa menarik perhatian wisatawan. Dengan adanya hal tersebut maka seluruh lapisan masyarakat Desa Padangbai akan merasakan dampak positif terhadap perekonomian mereka, dan tentunya kesenjangan ekonomi masyarakat dapat dihindari.

Pengelolaan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon

Dalam pengelolaan, setiap elemen pemangku kepentingan (lembaga pemerintahan, masyarakat lokal dan pelaku usaha) tak terkecuali Pokdarwis harus dapat berkoordinasi dengan baik. Pengelola harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan membentuk sistem pengelolaan aktivitas wisata. Sistem ini meliputi penyambutan wisatawan yang datang, pembayaran tiket masuk, pemilihan paket wisata yang diinginkan, pemanduan wisata dan peluang memberikan umpan balik atau feedback bagi wisatawan.

Selanjutnya, pengelola harus membentuk Pokdarwis. Pengelola Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon perlu membuat aturan mengenai pembangunan fasilitas wisata serta pembagian retribusi yang disesuaikan dengan awig-awig Desa Padangbai dan Peraturan Daerah Kabupaten Karangasem. Pengelola perlu membuat rencana jangka menengah secara tertulis dan diketahui oleh pihak desa adat dan desa dinas, serta melakukan rapat terbuka terkait kemajuan ataupun hambatan yang dialami selama proses pengembangan. Selain itu, pengelola harus siap antisipasi adanya bencana alam di DTW Pantai Blue Lagoon. Pengelola dapat menyediakan informasi lengkap dan keterangan jalur evakuasi yang disarankan jika gelombang tinggi atau tsunami menerjang.

SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat dua hal yang dapat disimpulkan sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan pada bab I. Kedua simpulan tersebut adalah sebagai berikut.

Pertama, Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon memiliki potensi dan peluang untuk mengembangkan produk wisata yang lebih menarik bagi wisatawan selain kegiatan wisata seperti *sightseeing* dan *snorkeling*. Produk wisata yang dimaksud berupa wisata minat khusus yang memiliki aktivitas-aktivitas yang dapat dikemas menjadi paket wisata. Aktivitas wisata minat khusus ini terdiri dari aktivitas *underwater diving* dan *coral gardening*, *paddleboarding*, perawatan SPA, yoga dan meditasi, aktivitas pertunjukan seni Tari Rejang Dewa dan musik tradisional sekehe Gong serta kunjungan kompleks pura luhur yang berada di Desa Padangbai.

Kedua, menurut analisis identifikasi faktor internal dan faktor eksternal beserta analisis SWOT, menghasilkan 4 strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon yakni pengembangan produk wisata minat khusus di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon, pengembangan pemasaran Daya Tarik wisata Pantai Blue Lagoon, pengembangan lingkungan, dan pengelolaan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Dari sisi pengembangan produk, pengelola dapat bekerja sama dengan komunitas dan lembaga *coral gardeners*, pemerintah desa dan pemerintah daerah, para ahli dan ilmuwan, investor dan memberdayakan masyarakat lokal dalam mengembangkan aktivitas-aktivitas wisata minat khusus

tersebut. Dalam hal pemasaran, hal yang perlu diperhatikan adalah segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar. Pengelola juga dapat menjalin kerjasama dengan *travel agent* dimana *travel agent* menawarkan paket wisata minat khusus dengan menyasar wisatawan yang menyukai *nature-based tourism/ecotourism*. Selain itu, melakukan promosi melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan website resmi untuk Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Selanjutnya, pengembangan lingkungan memperhatikan pengembangan lingkungan fisik, kehidupan sosial budaya masyarakat lokal serta ekonomi masyarakat lokal Desa Padangbai yang dapat berdampak dalam perencanaan pengembangan pariwisata di kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Dalam hal pengelolaan, setiap elemen pemangku kepentingan (lembaga pemerintahan, masyarakat lokal dan pelaku usaha) tak terkecuali Pokdarwis harus dapat berkoordinasi dengan baik. Pengelola harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik. Sistem pengelolaan meliputi penyambutan wisatawan, pembayaran tiket masuk, pemilihan paket wisata, pemanduan wisata dan peluang memberikan *feedback* bagi wisatawan serta antisipasi bencana alam. Dengan begitu, Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon dapat menjadi daya tarik wisata yang berkelanjutan dan mampu memberdayakan masyarakat lokal.

Saran

Pemerintah Daerah Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem Pemerintah Desa Padangbai

Pemerintah Daerah Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem sebaiknya memberikan kesempatan yang luas bagi pengembangan daya tarik wisata yang berbasis pada alam yang ada di Kabupaten Buleleng, tidak hanya pengembangan daya tarik wisata yang berbasis kebudayaan dan kesenian. Kabupaten Karangasem memiliki banyak potensi daya tarik wisata alam namun belum berkembang dengan baik, salah satunya adalah Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Selain itu, pemerintah dapat memberikan pelatihan dan pembinaan secara berkala kepada masyarakat dalam mengelola kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon, dan bersedia mengalokasikan dana terkait pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon. Pemerintah Daerah harus dapat menciptakan regulasi yang jelas mengenai pengelolaan sampah di daya tarik wisata pantai serta bersedia bekerja sama dengan lembaga dan institusi lain dalam menciptakan produk wisata baru yakni wisata minat khusus di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon.

Pemerintah Desa Padangbai sebaiknya memiliki rencana jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang yang terstruktur untuk pengembangan pariwisata sesuai dengan visi dan misi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem dan RIPPARDA Kabupaten

Pelaku Usaha di Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon

Karangasem. Desa Padangbai juga sebaiknya memiliki Pokdarwis yang aktif agar dapat berperan langsung dalam pengelolaan Daya Tarik wisata Pantai Blue Lagoon. Selain itu, bersedia dalam berkoordinasi dengan pemerintah daerah dalam pelaksanaan kegiatan wisata di Desa Padangbai khususnya di Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon agar retribusi pendapatan, jumlah kunjungan, media *feedback* bagi wisatawan dapat di data dengan jelas.

Seluruh pelaku usaha hotel, villa, dan restoran harus bersedia dalam menjaga kelestarian Pantai Blue Lagoon beserta keanekaragaman hayati yang dimiliki. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan bersih-bersih pantai secara berkala, mengelola dan membuang limbah industri dengan baik dan benar, selalu bersedia bekerja sama dan mengikuti peraturan-peraturan dari lembaga pemerintahan mengenai pengelolaan kawasan wisata serta memberdayakan masyarakat lokal Desa Padangbai dalam mengembangkan usaha pariwisata baik itu hotel, villa maupun restoran. Dengan begitu, pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon akan berjalan dengan baik dari sisi lingkungan, sosial budaya dan ekonomi.

UCAPAN TERIMAKASIH / PENGHARGAAN

Saya mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Dr. I Wayan Kiki Sanjaya, SST.Par., S.E., M.Par dan Bapak I Gede Dirga Surya Arya Widhyandanta, SST.,M.Si

DAFTAR PUSTAKA

- (Arida, I Nyoman Sukma dkk. (2019). *Perencanaan Pariwisata dan Keberlanjutan Lingkungan*. Bali: Cakra Media Utama.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karangasem. (2018). *Banyaknya Wisatawan Asing dan Dalam Negeri yang Berkunjung ke Obyek Wisata di Kabupaten Karangasem per Bulan 2016-2018*. Diakses dari <https://karangasemkab.bps.go.id/indicator/16/99/1/banyaknya-wisatawan-asing-dan-dalam-negeri-yang-berkunjung-ke-obyek-wisata-di-kabupaten-karangasem-per-bulan.html> tanggal 20 Februari 2021.
- Bali-Standuppaddle.org. (2021). *Bali Stand Up Paddle*. Diakses dari <http://www.bali-standuppaddle.org> tanggal 7 Mei 2021.
- BPP Learning Media. (2011). *Confederation of Tourism and Hospitality: Special Interest Tourism Study Guide*. London: BPP Learning Media Ltd.
- Buku Data Kepariwisata Kabupaten Karangasem. (2019). *Usaha pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Bali: Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem.
- Coconuts.co. (2020). *Indonesia Sets Aside US\$7.5 Million to Build Coral Reef Gardens in Bali*. Diakses dari

- <https://coconuts.co/bali/news/indonesia-sets-aside-us7-5-million-to-build-coral-reef-gardens-in-bali/> tanggal 8 April 2021.
- Coraltrianglecenter. (2021). *Inspiring People Saving Oceans*. Diakses dari <https://www.coraltrianglecenter.org> tanggal 6 Mei 2021.
- Erida dan Rangkuti, A. (2017). *The Effect Of Brand Image, Pengetahuan Produk And Product Quality On Minat Pembelian Of Notebook With Discount Price As Moderating Variabel*. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)* Vol.1 No.1.
- Glueck dan Jauch. (2000). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry. Jakarta: Erlangga.
- Goldner, Charles R. dan Ritchie, J.R. Brent. (2009). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hall, C. M., & Weiler, B. (1992). *What's special about special interest tourism*. In B. Weiler & C. M. Hall (Eds.), *Special interest tourism* (pp. 1-14). London Belhaven Press.
- Keputusan Bupati Karangasem Nomor 658/HK/2014 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Karangasem. Diakses dari <http://www.jdih.karangasemkab.go.id/produk-hukum/peraturan/download/2186> tanggal 16 Februari 2021.
- Kruja, D., & Gjyrezi, A. (2011). *The Special Interest Tourism Development and the Small Regions*. *Turizam* Volume 15, Issue II 77-89. Doi 10.5937/Turizam1102077K
- Mashuri, G. (2011). *Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Waduk Bojongsari sebagai Kawasan Wisata Terpadu di Kabupaten Indramayu*. *Jurnal Management Resort & Leisure*.9, (1), 52-65.
- Nyoman, S. Pendit. (2006). *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Okinawa Institute of Science and Technology. (2018). *A Coral Nursery in Maeganeku, Okinawa*. Diakses dari <https://www.oist.jp/news-center/photos/coral-nursery-maeganeku-okinawa> tanggal 8 April 2021.
- Pemerintah Kabupaten Karangasem. (2021). *PADANGBAI*. Diakses dari <http://v2.karangasemkab.go.id/index.php/baca-pariwisata/161/PADANGBAI> tanggal 5 Februari 2021.
- Peraturan Bupati Karangasem Nomor 52 Tahun 2017 tentang Pengelolaan Daya Tarik Wisata. Diakses dari <https://disparda.baliprov.go.id/wp-content/uploads/2019/11/DATA-DTW.pdf> tanggal 5 Februari 2021.
- Peraturan Daerah Kabupaten Karangasem Nomor 17 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Karangasem 2012 - 2032. Diakses dari http://www.jdih.karangasemkab.go.id/uploads/post/2012/PERDA/PERDA_17_2012.pdf tanggal 16 Februari 2021.

- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1205/MENKES/PER/X/2004 tentang Pedoman Persyaratan Kesehatan Pelayanan Sehat Pakai Air (SPA). Diakses dari <https://persi.or.id/wp-content/uploads/2020/11/pmk12052004.pdf> tanggal 7 Mei 2021.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010-2025. Diakses dari https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/batangtubuh.pdf tanggal 24 Januari 2021.
- Pitana, I Gede dan Diarta, I Ketut Surya. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rangkuti, Freddy. (2005). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutiarso, Agus dkk. (2018). *Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya di Desa Selumbang, Karangasem-Bali*. Denpasar: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional.
- Suwena, I Ketut dan Widyatmaja, I Gst Ngr. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Yoeti, Oka. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.