

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA
PANTAI PASI GUSUNG PADA DINAS PARIWISATA
KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR.**



Oleh:

RINGGO MALIK SYCHBUTUH

Nomor Induk Mahasiswa : 105611109318

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai
Pasi Gusung Pada Dinas Pariwisata Kabupaten
Kepulauan Selayar
Nama Mahasiswa : Ringgo Malik Sychbutuh
Nomor Induk Mahasiwa : 105611109318
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyetujui:

Pembimbing I Pembimbing II


Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.AP


Nurbiah Tahir, S.Sos., M.AP

Mengetahui

**Dekan Fisiol Unismuh
Makassar**


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM.730727

**Ketua Program Studi
Ilmu Administasi Negara**


Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.Si
NBM.991742

HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh tim penguji skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor. 0355/FSP/A,4-II/I/46/2025 Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar serjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Negara yang dilaksanakan di Makassar pada hari Selasa tanggal 28 bulan Januari Tahun 2025.

TIM PENILAI

Ketua

Sekretaris

Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si

Dr. Andi Lulur Prianto, S.IP., M.Si

NBM : 730727

NBM : 992797

TIM PENGUJI :

1. Drs. H. Ansyari Mone, M.Pd (*A*)
2. Dr. Nur Wahid, S.Sos, M.Si (*Nur*)
3. Nurbiah Tahir, S.Sos, M.AP (*Nurbiah*)
4. Iswadi Amiruddin, S.Sos, M.AP (*Iswadi*)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Ringgo Malik Sychbutuh

Nomor Induk Mahasiswa 105611109318

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyatakan bahwa benar proposal penelitian ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 16 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Ringgo Malik Sychbutuh

ABSTRAK

Ringgo Malik Sychbutuh: Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pasi Gusung Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar

(dibimbing oleh Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.AP. dan Nurbiah Tahir, S.Sos., M.AP)

Di era globalisasi sekarang ini, kemajuan di bidang pariwisata sangatlah pesat. Pariwisata sudah diakui sebagai industri terbesar abad ini, dilihat dari berbagai indikator perkembangan dunia, di tahun-tahun mendatang peranan pariwisata akan semakin meningkat. Potensi yang dimiliki objek wisata Pantai Pasi Gusung masih perlu dikembangkan lagi agar menjadi daerah tujuan wisata utama yang paling diminati di Kab Selayar. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan objek wisata yang benar-benar disusun secara matang disertai dengan penangan yang baik oleh pihak pengelola objek wisata Pantai Pasi Gusung itu sendiri maupun masyarakat. Selain itu peran masyarakat juga sangat diperlukan agar pengembangan objek wisata Pantai Pasi Gusung tersebut dapat terealisasi dengan baik.

Accesibility pada objek wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar masih kurang memadai. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya wisatawan yang datang diakibatkan kurangnya accesibility seperti transportasi udara. Karena banyak wisatawan yang tidak bisa maupun tidak mau menggunakan transportasi laut. Keindahan Pantai pasi gusung sudah terdistribusi dengan baik kepada masyarakat dengan melihat data kunjungan secara keseluruhan terjadi peningkatan kunjungan. salah satu strategi yang digunakan untuk melakukan promosi wisata Pinus Ecopark dengan menggunakan media seperti media sosial diantaranya yaitu facebook, Instagram, Youtube, dan Google.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Tahap Survei Potensi Wisata, Tahap Membentuk, Wisata, Tahap Promosi

ABSTRACT

Ringgo Malik Sychbutuh: Pasi Gusung Beach Tourism Destination Development Strategy at the Selayar Islands Regency Tourism Office

(supervised by Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.AP. and Nurbiah Tahir, S.Sos., M.AP)

In this era of globalization, progress in the field of tourism is very rapid. Tourism has been recognized as the largest industry of this century, seen from various indicators of world development, in the coming years the role of tourism will increase. The potential of the Pasi Gusung Beach tourist attraction still needs to be developed again so that it becomes the most attractive main tourist destination in Selayar Regency. Therefore, a tourist attraction development strategy is needed that is really well prepared accompanied by good handling by the management of the Pasi Gusung Beach tourist attraction itself and the community. In addition, the role of the community is also very necessary so that the development of the Pasi Gusung Beach tourist attraction can be realized properly.

Accessibility of existing tourist attractions in the Selayar Islands Regency is still inadequate. This results in a lack of tourists coming due to a lack of accessibility such as air transportation. Because many tourists cannot or do not want to use sea transportation. The beauty of Pasi Gusung Beach has been well distributed to the public by looking at overall visit data there has been an increase in visits. one of the strategies used to promote Pinus Ecopark tourism by using media such as social media including Facebook, Instagram, Youtube, and Google.

Translated with DeepL.com (free version)

Keywords: Tourism Destination, Tourism Potential Survey Stage, Shaping Stage, Tourism, Promotion Stage

KATA PENGANTAR

“Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh” Segala puji syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, sang pencipta yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pasi Gusung Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Kedua Orang Tua tercinta Ayah dan Ibu yang telah membesarkan, mendidik, mengarahkan, memberi kasih sayang yang tak terhingga, senantiasa mendo'akan dan memberikan pengorbanan yang tak ternilai. Saudara saudariku, dan segenap Keluarga Besar Tercinta yang senantiasa memberikan semangat dan spirit bantuan baik bentuk moral maupun materil.
2. Kepada Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, ST., MT., IPU. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya.
3. Ibu Dr. Ihyani Malik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan serta selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
5. Ibu Nurbiah Tahir, S.Sos., M.AP selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah

Makassar serta selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen baik Pengajar atau Asistennya, seluruh Staff Pegawai diruang lingkup Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Seluruh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar dan seluruh Informan yang telah membantu dan memberikan arahan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian.
8. Serta yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, 17 Januari 2025



Ringgo Malik Sychbutuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN SEMINAR HASIL ii

HALAMAN PERNYATAAN..... iii

ABSTRAK..... iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL..... x

DAFTAR GAMBAR..... xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 3

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 4

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu 5

B. Teori dan Konsep 8

C. Kerangka Pikir 25

D. Fokus Penelitian 26

E. Deskripsi Fokus Penelitian 26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian 28

B. Jenis dan Tipe Penelitian..... 28

C. Sumber Data..... 28

D. Informan Penelitian..... 29

E. Teknik Pengumpulan Data..... 29

F. Teknik Analisa Data..... 30

G. Teknik Pengabsahan Data 31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Karakteristik Obyek Penelitian	32
B. Hasil Penelitian	33
C. Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Republik Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah/budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik sesuai dengan apa yang diminati masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan mengabdikan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola sumber daya. Parawisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelolah sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri, disamping bernilai ekonomi tinggi, parawisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang peduli terhadap suatu bangsa. Parawisata adalah hal yang diminati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan, berkembangnya kreativitas dan mampu menunjang produktivitas suatu individu.

Di era globalisasi sekarang ini, kemajuan di bidang parawisata sangatlah pesat. Parawisata sudah diakui sebagai industri terbesar abad ini, dilihat dari berbagai indikator perkembangan dunia, di tahun-tahun mendatang peranan parawisata akan semakin meningkat. Oleh karena itu, banyak yang harus dilakukan untuk mengembangkan potensi-potensi wisata khususnya di

Indonesia. Hal ini juga dikarenakan sektor pariwisata sangatlah penting mengingat sektor pariwisata ikut mendorong pengembangan suatu daerah khususnya daerah yang memiliki potensi wisata yang sangat besar serta mendatangkan devisa yang cukup besar bagi daerah yang dikunjungi wisatawan juga bagi negara.

Penyelenggaraan keparawisataan merupakan perangkat yang sangat penting di dalam pembangunan daerah dalam otonomi daerah sekarang ini, untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan dan meratakan pendapatan masyarakat serta memperkenalkan seni budaya daerah dan hasil kerajinan daerah untuk dapat dipasarkan kepada wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Banyak faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, diantaranya karena ingin melihat tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi dan ingin belajar sesuatu, menghindari udara atau musim yang tidak menyenangkan, keinginan untuk melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan dirumah, untuk sekedar rekreasi atau rilaks, dan lain- lain. Dalam faktor ini alam juga sangat berpengaruh seperti iklim, pemandangan alam, flora dan fauna, sumber air mineral dan lain-lain. Selain itu, ada pula faktor yang merupakan hasil ciptaan manusia seperti kebudayaan, tradisi dan adat istiadat dari penduduk setempat, benda-benda bersejarah, tarian dan upacara tradisional masyarakat setempat. Oleh karena itu pemerintah harus mengembangkan objek-objek wisata sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.

Kepulauan Selayar sebagai salah satu kabupaten yang berada di Sulawesi

Selatan tentunya menjadi salah satu daerah yang paling banyak diminati para wisatawan lokal hingga mancanegara. Hal ini di dasarkan pada potensi yang dimiliki oleh daerah dengan sebutan “Tana Doang” dengan kekayaan budaya dan potensi alam yang cukup beragam. Kabupaten Selayar memiliki letak geografis yang terdiri dari beberapa pulau dan memiliki pesisir pantai yang sangat menakjubkan selain itu juga memiliki beragam suku, budaya dan objek wisata lainnya, sehingga menarik untuk dikunjungi dunia nasional maupun internasional. Salah satu objek wisata yang menarik untuk di kunjungi adalah Pantai Pasi Gusung yang memiliki panorama pantai yang sangat indah dengan kejernihan air dan batuan karang.

Pantai Pasi Gusung yang terletak di Desa Pasi Gusung, Kecamatan Bontoharu sekitar 41 km dari kota Benteng Selayar dapat ditempuh menggunakan kendaraan dengan waktu 60 menit dan melewati jalan yang curam, berbatu, dan berlubang, kurangnya tempat peristirahatan dan warung-warung yang disediakan bagi pengunjung.

Hal tersebut perlu disadari oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Parawisata yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata khususnya Pantai Pasi Gusung agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengangkat judul penelitian yaitu **“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pasi Gusung Pada Dinas Parawisata Kabupaten Kepulauan Selayar”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalahnya ialah “Bagaimana tahapan strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan objek wisata Pantai Pasi Gusung pada dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar”?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Bagaimana tahapan strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan objek wisata Pantai Pasi Gusung pada dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Penulisan skripsi ini dapat digunakan sebagai bahan informasi atau pembelajaran bagi mahasiswa dalam bidang studi Administrasi Publik terkait pemberdayaan masyarakat berbasis wisata dalam rangka terwujudnya pengembangan destinasi wisata .

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat digunakan untuk bahan masukan atau informasi bagi pemerintah, khususnya pemerintah desa Kabupaten Kepulauan Selayar terkait dalam mengembangkan pemberdayaan masyarakat berbasis wisata dalam rangka terwujudnya pengembangan destinasi wisata sehingga

destinasi wisata tersebut dapat menjadi lebih baik dan maksimal .

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan masukan bagi masyarakat dalam menentukan pandangan dan merespon adanya program yang dibuat oleh pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar , terkait pengembangan destinasi wisata menjadi lebih baik



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

No.	Nama, Tahun dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Krisnadi, 2018. Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Mice Kota Batam	deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan untuk dapat mengoptimalkan potensi wisata MICE di Batam, diperlukan pengembangan pariwisata yang spesifik pada pengembangan aktivitas. Kajian pengembangan pariwisata MICE yang dilakukan merupakan identifikasi sumber daya sektor pariwisata, yang akan menjadi acuan untuk program pembangunan pengembangan pariwisata MICE yang lebih operasional dimana meliputi identifikasi terhadap system kepariwisataan, destinasi pariwisata, dampak pariwisata, serta pengembangan terhadap perkembangan kepariwisataan di Kawasan Batam dan Sekitarnya.
2.	Elielsen Lase, Marlon Sihombing dan Husni Thamrin, (2018).	Deskriptif analitis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Badan Pariwisata Daerah Nias

	Analisis Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata di Kabupaten Nias		memiliki faktor pendorong dan penghambat dalam menerapkan strategi pengembangannya. Selain kondisi budaya yang unik dari Kabupaten Nias yang menarik wisatawan, lokasi SOZIONA yang strategis dan indah juga mendorongnya. Adapun faktor penghambatnya itu sendiri adalah situasi ekonomi, kantor Pariwisata terus bekerja sama dengan berbagai pihak untuk memperoleh sejumlah besar dana untuk membangun daerah SOZIONA (Somi-Bozihona-Onorimbu-Naravo).
3.	HM, 2015. Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku Pt. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara	kualitatif dan deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan alat analisis SWOT, dapat menggunakan strategi alternatif berikut: pemanfaatan produk strategi SO, pengembangan SDM, pengembangan skala bisnis. Strategi WO untuk menambah ahli. Strategi ST mempertahankan kualitas produk, memastikan kualitas produk dan produksi berkelanjutan. Strategi WT menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen.
4.	Andriyanto,2017. Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis	deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang

	(Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)	<p>dihadapi oleh beberapa pengusaha kecil yang sulit untuk dikembangkan karena tidak memiliki tempat untuk memasarkan produk mereka, kualitas sumber daya manusia yang kurang terlatih untuk menghambat proses produksi, perusahaan tidak memiliki manajemen keuangan yang baik sehingga kesulitan untuk pengelolaan dana, dengan persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang lebih banyak muncul pada produk jenang dari luar Kaliputu dan masuknya produk substitusi menjadikan jajanan lain lebih modern dan mengikuti perkembangan jaman. Dari ancaman yang ada maka setiap industri UMKM atau jenang di desa wisata Kaliputu Kudus harus melakukan inovasi varian baru agar dapat bersaing di pasar dan tidak kalah dengan produk lain.</p>
--	--	---

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Krisnadi. Persamaannya yaitu, sama sama mengkaji mengenai strategi promosi wisata dan sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Namun yang membedakan adalah tujuan dan lokasi objek penelitiannya.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan

penelitian Elielsen Lase, Marlon Sihombing dan Husni Thamrin,. Persamaannya yaitu, sama sama mengkaji mengenai strategi pengembangan wisata. Namun yang membedakan adalah tujuan dan lokasi objek penelitiannya.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian HM. Persamaannya yaitu, sama sama mengkaji mengenai pengembangan wisata.

Persamaan yang dimiliki penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan penelitian Andriyanto adalah sama-sama membahas tentang studi kelayakan Objek Wisata untuk menguji kelayakan dari suatu tempat untuk mejadi daerah tujuan wisata ataupun tempat wisata agar dapat menjadi objek wisata yang layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

B. Teori dan Konsep

1. Definisi Strategi

Menurut Irfan Fahmi (2015) strategi didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategis ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau sustainable termasuk dari segi profit yang stabil.

Secara umum ruang lingkup kajian manajemen strategi sangat luas baik dari segi internal dan eksternal. Namun secara umum ruang lingkup kajian manajemen bergerak atas dasar pemahaman dibawah ini, yaitu :

- a. Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategi kepada internal perusahaan khususnya perbaikan yang bersifat sustainable (berkemajuan)
- b. Menempatkan konstruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan profit dan ekspansi perusahaan. Artinya fokus kerja dalam pencapaian kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksi manajemen strategis
- c. Menjadikan ilmu manajemen strategi sebagai base thinking dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana produksi, pemasaran, personalia, dan keuangan.

Dafid (2009:5) mendefinisikan manajemen strategis sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Menurut David (2004) strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, rasionalisme karyawan, divestasi, likuiditas.

Menurut Salusi dan Young (2015) strategi ialah suatu seni

menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan”.

Kurniawan dan Hamdani, (2000) seorang pakar pemasaran sekaligus konsultan manajemen tersohor dan penulis buku *The End Of Nasution State* mengemukakan strategi adalah keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang lebih efisien”.

Gerry Jhonson dan Kevan Scholes (Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini 2006:18) mengemukakan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keuntungan melalui konfigurasi sumber daya lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan berbagai pihak”.

Menurut Glueck dan Jauch (Sedarmayanti, 2014) mengemukakan strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi”

2. Dimensi Strategi

Quinn (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghosa :2003, mengemukakan analisis strategi militer diplomatik dan analogi-analogi yang serupa dalam bidang lain menyediakan beberapa wawasan penting ke dalam dimensi dasar, sifat dan desain strategi formal, yaitu :

1) strategi efektif mengandung tiga unsur penting:

a) Tujuan

Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai oleh suatu organisasi/instansi. Tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat menciptakan sebuah strategi karena penetapan tujuan sangat berkaitan langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam pencapaian tujuannya dimana ketika tujuan sudah ditetapkan maka kita akan mengetahui strategi yang akan digunakan.

b) Kebijakan

Kebijakan merupakan rangkaian keputusan yang membimbing dan membatasi tindakan yang dilakukan. Kebijakan dibuat untuk menetapkan arah suatu tujuan yang ditetapkan sehingga pembuatan kebijakan lebih memudahkan untuk mengarahkan suatu organisasi atau instansi dalam menerapkan suatu strategi.

c) Program

Program merupakan urutan-urutan tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Program dimaksudkan untuk mengatur segala tindakan-tindakan yang akan dilakukan sehingga strategi yang akan diterapkan dapat terlaksana dengan maksimal. Strategi menentukan arah keseluruhan dan tindakan focus organisasi, formulasinya tidak dapat dianggap sebagai generasi belaka dan keselaran program untuk memenuhi tujuan yang telah

ditetapkan. Tujuan pembangunan merupakan bagian interasi dari strategi formulasi.

- 2) Strategi efektif mengembangkan beberapa konsep, kunci dan dorongan yang memberi mereka kohesi, keseimbangan, dan fokus. Beberapa tekanan bersifat sementara: lain yang dilakukan melalui strategi tahap akhir. Sumber daya harus dialokasikan dalam pola-pola yang menyediakan sumber daya yang cukup untuk setiap dorongan untuk berhasil terlepas dari rasio biaya relatif/keuntungannya. Unit organisasi harus terkordinasi dan tindakan-tindakan yang dikenalkan untuk mendukung pola dorong yang dimaksudkan atau strategi total
- 3) Strategi berkaitan tidak hanya dengan tak terduga, tetapi juga dengan tidak dapat diketahui. Untuk strategi perusahaan, analisis tidak dapat meramalkan cara yang tepat dimana semua kekuatan bisa berinteraksi satu sama lain., terdistorsi oleh sifat atau emosi manusia, atau dimodifikasi oleh imajinasi dan tujuan aksi balasan lawan cerdas. Tindakan rasional atau bagaimana rangkaian acara yang tampaknya aneh dapat berkonspirasi untuk mencegah atau membantu keberhasilan.

Akibatnya, esensi dari strategi apakah militer, diplomatik, bisnis, olahraga, atau politik adalah untuk membangun postur yang begitu kuat (dan berpotensi fleksibel) cara selektif bahwa organisasi dapat mencapai tujuan meskipun cara-cara tidak terduga, kekuatan-kekuatan eksternal benar-benar dapat berinteraksi ketika saatnya tiba.

- 4) Hanya sebuah organisasi militer yang memiliki berbagai eselon gand,

teater, daerah, pertempuran, infantri dan artileri strategi, jadi kompleks organisasi harus lain yang memiliki sejumlah hirarki terkait dan saling mendukung strategi. Setiap strategi harus lebih atau kurang lengkap dalam dirinya sendiri, selaras dengan tingkat desentralisasi yang dimaksudkan. Namun masing-masing harus dibentuk sebagai elemen kohesif tingkat strategi yang lebih tinggi. Meskipun, mencapai total kohesi antara semua organisasi yang besar, strategi akan menjadi tugas yang luar biasa untuk setiap petugas kepala executive, sangat penting bahwa ada satu wadah yang sistematis untuk pengujian setiap komponen strategi dan melihat bahwa itu memenuhi prinsip-prinsip utama dari strategi.

Menurut Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn, dan Sumantra Ghoshal (2003) dalam buku *The Strategi Process*, menyajikan lima definisi strategi, yaitu:

a. Strategi sebagai rencana

Strategi adalah rencana, semacam sadar dimaksudkan yang meliputi tindakan, pedoman, (atau pedoman yang ditetapkan) untuk menangani sesuatu. Dengan defenisi ini, strategi memiliki dua karakteristik penting: mereka dibuat sebelum tindakan yang menerapkan, dan mereka dikembangkan secara sadar dan senggaja. Sebagai rencana, strategi berkaitan dengan bagaimana pemimpin mencoba untuk menetapkan arah untuk organisasi, untuk mengatur mereka pada tindakan yang telah ditentukan. Dalam mempelajari strategi sebagai rencana, kita

harus entah bagaimana masuk ke dalam pikiran strategi, untuk mencari tahu apa yang benar-benar dimaksudkan.

b. Strategi sebagai taktik

Sebagai taktik, strategi membawa kita kedalam wilayah persaingan langsung, dimana ancaman dan feints dan berbagai manuver lain bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempat ini proses pembentukan strategi dalam pengaturan yang paling dinamis, dengan gerakan yang memprovokasi dan seterusnya. Namun ironisnya, strategi itu sendiri sebuah konsep yang berakar tidak dalam perubahan tetapi dalam stabilitas dalam mengatur rencana dan pola didirikan.

c. Strategi sebagai pola

Tetapi jika strategi dimaksudkan (apakah sebagai rencana umum atau khusus ploys), tetapi mereka juga dapat terwujud. Dengan kata lain, menentukan strategi sebagai rencana ini tidak cukup; kita juga perlu definisi yang meliputi perilaku yang dihasilkan. Dengan demikian, definisi ketiga diusulkan: strategi adalah pola-khususnya, pola dalam aliran tindakan.

Menurut definisi ini strategi adalah konsistensi dalam perilaku, apakah atau tidak dimaksudkan. Hal ini mungkin terdengar aneh definisi untuk kata yang telah begitu terikat dengan kehendak bebas. Tetapi faktanya adalah bahwa sementara hampir tidak ada yang mendefinisikan strategi dalam cara ini, banyak orang yang tampak pada suatu waktu yang menggunakannya. Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal (2003)

mengatakan, pertimbangan ini kutipan dari seorang eksekutif bisnis; “secara bertahap pendekatan yang sukses menggabungkan ke dalam pola tindakan yang menjadi strategi kami. Kita tidak memiliki strategi keseluruhannya”.

Komentar ini tidak konsisten hanya jika kita membatasi diri untuk salah satu definisi strategi, apa yang orang ini tampaknya katakan adalah bahwa perusahaan memiliki strategi sebagai pola, tapi bukan sebagai rencana.

Dengan demikian, definisi strategi sebagai rencana dan pola dapat cukup independen satu sama lain: rencana saya belum direalisasi, sementara pola mungkin muncul tanpa prasangka. Sebagai pola, bertitik berat pada tindakan. Strategi sebagai pola juga memperkenalkan gagasan tentang konvergensi, pencapaian konsistensi dalam perilaku organisasi. Menyadari strategi dimaksudkan, mendorong kita untuk mempertimbangkan gagasan bahwa strategi dapat muncul serta senggaja dikenakan.

d. Strategi sebagai posisi

Strategi sebagai posisi-secara khusus, cara untuk menemukan sebuah organisasi, di teori organisasi suka menyebutnya “lingkungan”. Dengan definisi ini, strategi menjadi mediasi antara organisasi dan lingkungan dalam konteks internal dan eksternal. Definisi strategi sebagai posisi dapat dapat dicentang dan bercita-cita memikirkan rencana (atau taktik) atau dapat dicapai, mungkin bahkan melalui pola perilaku.

Sebagai posisi, strategi ini mendorong kita untuk melihat organisasi dalam lingkungan kompetitif mereka, bagaimana mereka menggunakan posisi mereka untuk memenuhi persaingan, menghindarinya, atau menumbangkannya. Hal ini memungkinkan kita untuk berfikir organisasi secara ekologis, sebagai organisme yang berjuang untuk bertahan hidup di dunia permusuhan dan ketidakpastian serta simbiosis.

e. Strategi sebagai perspektif

Sementara definisi keempat strategi terlihat keluar, mencari untuk menemukan organisasi dalam lingkungan eksternal, dan turun ke posisi kelima terlihat didalam organisasi, memang dalam kepala strategi kolektif, tetapi sampai dalam pandangan yang lebih luas. Di sini, strategi adalah perspektif, bukan hanya terdiri dari posisi pilihan, tetapi cara yang tertanam memahami dunia.

Definisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsep strategi memiliki satu implikasi penting, yaitu bahwa semua strategi adalah abstraksi yang hanya ada di pikiran pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk diingat bahwa tidak ada yang pernah melihat atau menyentuh strategi, setiap strategi adalah sebuah penemuan, khayalan dari imajinasi seseorang, apakah dirumuskan sebagai niat untuk mengatur perilaku itu berlangsung atau disimpulkan sebagai pola untuk menggambar perilaku yang terjadi.

Sebagai perspektif, strategi menimbulkan pertanyaan menarik tentang niat dan perilaku dalam konteks kolektif. Jika kita mendefinisikan organisasi sebagai tindakan kolektif dalam mengejar misi umum, kemudian strategi perspektif memunculkan masalah bagaimana menyebar niat melalui sekelompok orang untuk menjadi bersama sebagai norma dan nilai-nilai, dan bagaimana pola perilaku menjadi sangat tertanam dalam kelompok.

Seperti yang disarankan diatas, strategi sebagai posisi dan perspektif dapat kompatibel dengan strategi sebagai rencana dan/atau pola. Tapi, pada kenyataannya, hubungan antara definisi yang berbeda ini bisa lebih terlibat, tapi konsep strategi yang muncul adalah bahwa pola yang dapat muncul dan diakui menimbulkan sebuah rencana resmi, mungkin dalam perspektif keseluruhan.

Sementara berbagai hubungan yang ada antara definisi berbeda, satu hubungan, atau satu definisi diutamakan dibanding yang lain. Dalam beberapa hal, definisi ini bersaing (dalam artian bahwa mereka dapat menggantikan satu sama lain), tetapi mungkin cara yang lebih penting, mereka saling melengkapi. Masing-masing definisi menambah elemen penting untuk pemahaman kita tentang strategi, mendorong kita untuk mengatasi berbagai pertanyaan mendasar mengenai organisasi secara umum.

Berdasarkan uraian tersebut jelas bahwa strategi merupakan suatu cara untuk bersaing dengan menggunakan kecakapan dan sumber daya

suatu organisasi melebihi perusahaan lain untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rencana yang dirancang dengan memastikan tujuan utama organisasi.

3. Jenis-Jenis Strategi

Adapun jenis-jenis strategi didalam buku Konsep Manajemen Strategis, David (Guswan 2015:16) menjelaskan bahwa ada beberapa jenis strategi alternative, yaitu :

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:

1) Integrasi ke depan

Integrasi kedepan adalah jenis integrasi adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau paritel.

2) Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan

3) Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

1) Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.

2) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

3) Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan

1) Diversifikasi terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan.

2) Deversifikasi tidak terkait

Deversifikasi tidak terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak terkait sama sekali dengan garis bisnis perusahaan.

d. Strategi defensif

Strategi defensif adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

1) Peciutan

Penciutan adalah strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang (regrouping) melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan laba yang menurun

2) Devestasi

Defestasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan satu divisi atau bagian dari suatu organisasi.

3) Likuiditas

Likuiditas adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh aset perusahaan, secara terpisah-pisah, untuk kekayaan berwujudnya.

Adapun jenis-jenis strategi yang dikemukakan oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam buku Manajemen yang mengklasifikasikan jenis-jenis strategi berdasarkan tingkatan organisasinya, yaitu :

a. Strategi Tingkat Korporasi

Strategi tingkat korporasi adalah (corporate-level strategis) berusaha menentukan apakah yang seharusnya dimasuki atau ingin dimasuki perusahaan. Strategi tindakan korporasi menentukan arah yang akan dituju organisasi itu dan peran yang akan dimainkan oleh tiap unit bisnis organisasi itu dalam mengejar arah itu. Ada tiga strategi korporasi yang utama, yaitu:

- 1) Strategi pertumbuhan adalah strategi tingkat korporasi yang berusaha meningkatkan tingkat operasi organisasi tersebut dengan meluasnya jumlah produk yang ditawarkan.
- 2) Stabilitas strategi adalah strategi tingkat korporasi yang dicirikan oleh tiadanya perubahan yang berarti. Contoh strategi itu mencakup secara terus menerus melayani klien yang sama dengan menawarkan produk atau jasa yang sama, mempertahankan pangsa pasar, dan mempertahankan tingkat hasil atas investasi (return on investment) organisasi tersebut.
- 3) Strategi pembaharuan adalah membuat strategi yang mengatasi kelemahan organisasional yang menyebabkan penurunan kinerja. Ada dua jenis utama strategi pembaharuan : Strategi pengurangan adalah suatu strategi pembaharuan jangka pendek yang digunakan dalam situasi ketika masalah kinerja tak begitu serius. Strategi perubahan haluan adalah strategi pembaharuan untuk saat dimana masalah kinerja organisasi menjadi serius.

b. Strategi tingkat perusahaan

Strategi tingkat perusahaan berusaha menentukan cara organisasi bersaing dalam tiap bisnisnya atau tiap perusahaannya. Bagi organisasi kecil yang menekuni hanya satu lini bisnis atau organisasi besar yang tidak melakukan diversifikasi ke berbagai produk atau pasar, strategi tingkatan perusahaan itu lazimnya tumpang tidih engan strategi korporasi organisasi tersebut. Bagi organisasi-organisasi yang memiliki bisnis beragam, bagaimanapun juga, tiap-tiap divisi akan mempunyai strateginya sendiri yang mendefinisikan produk atau jasa yang akan ditawarkannya, pelanggan yang ingin diraihny atau semacamnya.

c. Strategi tingkat fungsional

Strategi tingkat fungsional mendukung strategi tingkat bisnis. Bagi organisasi yang memiliki departemen fungsional tradisional, seperti pabrikasi, pemasaran, sumber daya manusia, riset dan pengembangan, dan keuangan, strategi-strategi itu harus mendukung strategi tingkat perusahaan.

4. Tahapan -Tahapan Strategi Pengembangan Pariwisata

Tahapan dalam strategi pengembangan pariwisata menurut Yoeti, Oka. (2008) ada tiga, yaitu:

1. Tahap survei potensi wisata,

Tahapan survey dan analisis ini merupakan tahapan untuk merumuskan permasalahan dan objek serta daya tarik wisata yang terdapat di kawasan perencanaan wisata. Tahapan ini juga dapat menunjukkan objek dan

daya tarik yang dapat digunakan untuk menentukan jenis pariwisata yang akan dikembangkan.

2. Tahap membentuk wisata

Tahapan membentuk wisata baru ini merujuk pada potensi dan daya tarik yang ada di lokasi wisata. Dengan adanya potensi, pengembangan menjadi suatu wisata merupakan hal yang dapat dilakukan. Dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata, tentunya segala aktivitas merujuk pada Sustainable Tourism yang dibagi menjadi tiga yaitu Ekonomi, Lingkungan, serta Sosial Budaya.

3. Tahap promosi.

Promosi yang dilakukan tentunya tidak sembarangan karena memikirkan konsep dan ide terkait konten yang diberikan adalah hal utama. Desain acuan sangat penting dikarenakan dapat mempersuasif para konsumen. Tak hanya itu, mengikuti tren promosi di beberapa platform yang banyak audiens nya juga berpengaruh seperti membuat video tiktok atau reels di instagram.

5. Konsep Objek wisata

a. Defenisi Objek wisata

Menurut Chafid Fandell (2000 : 58) objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata

lingkungannya Menurut Mappi (2001:30) Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah /Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung kesuatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata

b. Jenis Objek Wisata

Penggolongan jenis objek wisata akan dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap objek wisata. Menurut Mappi (2001:30-31) objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari- tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum, dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas organisasi, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap),

ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat- pusat perbelanjaan dan lain-lain.

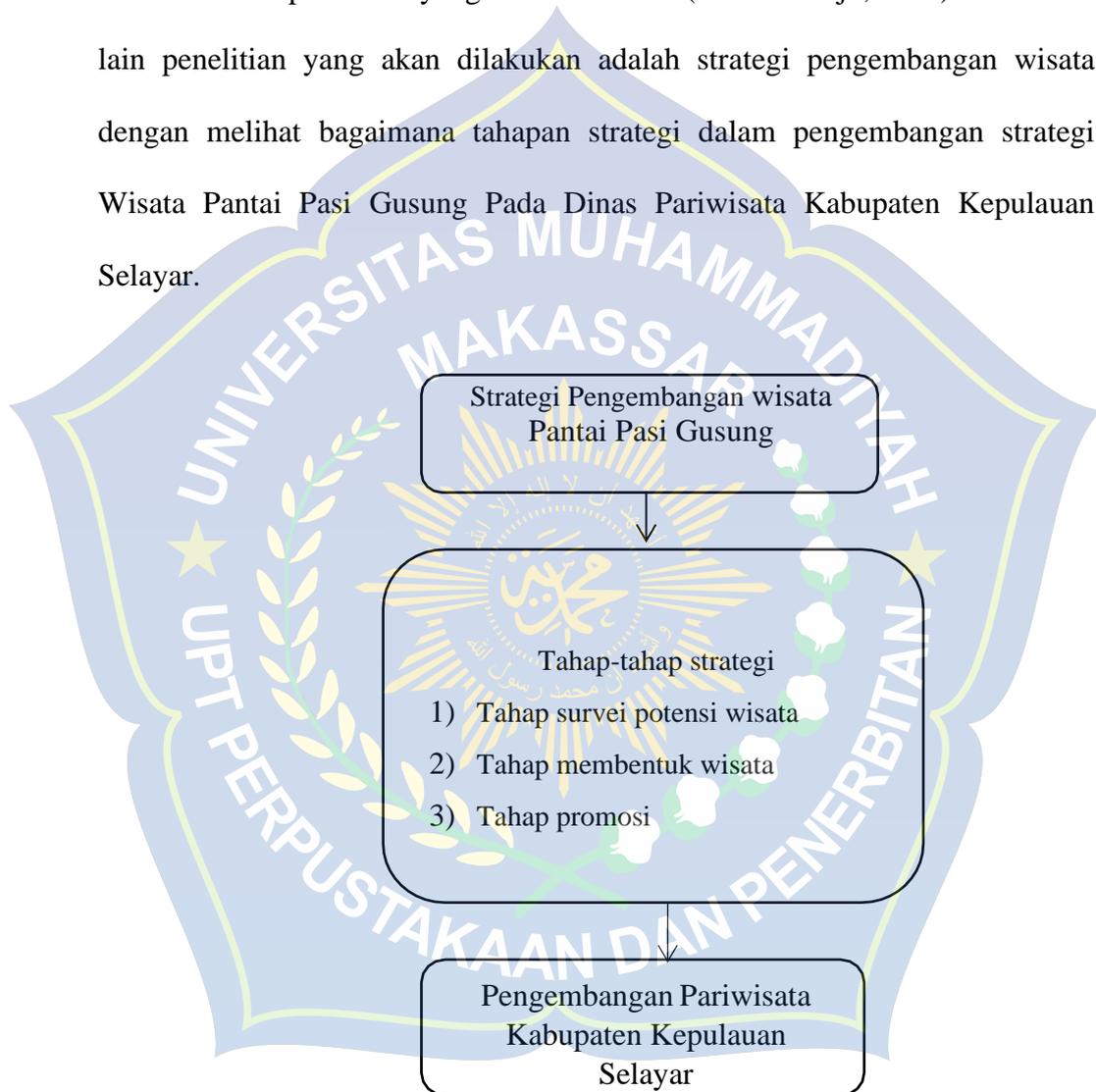
Dalam membangun objek wisata tersebut harus memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan objek wisata itu sendiri. Pembangunan objek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh Pemerintah, Badan Usaha maupun Perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihak-pihak yang terkait.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Keparawisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (tourist) berujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveler dan visitor (I Gde Pitana & I Ketut Surya, 2009:35)

Berdasarkan hal tersebut diatas, objek wisata dapat diklasifikasikan berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Pada dasarnya objek wisata pantai Pasi gusung ini mempunyai kekayaan alam dan hasil buatan manusia karena selain memiliki pantai dengan keindahan alamnya juga terdapat campur tangan manusia diantaranya menyediakan sebuah anjungan yang terbuat dari kayu dan beberapa bangunan yang di sediakan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir adalah suatu uraian dan visualisasi tentang hubungan atau kaitan antara konsep-konsep atau variabel-variabel yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan (Notoatmodjo, 2019). Dalam hal lain penelitian yang akan dilakukan adalah strategi pengembangan wisata dengan melihat bagaimana tahapan strategi dalam pengembangan strategi Wisata Pantai Pasi Gusung Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah terkait dalam peningkatan wisatawan di Pantai Pasi Gusung Kabupaten Kepulauan Selayar.

E. Deskripsi Fokus Penelitian

Secara deskriptif fokus penelitian menitik beratkan pada beberapa aspek seperti;

1. Tahap Survei potensi wisata

Tahapan survey dan analisis ini merupakan tahapan untuk merumuskan permasalahan dan objek serta daya tarik wisata yang terdapat di kawasan perencanaan wisata. Tahapan ini juga dapat menunjukkan objek dan daya tarik yang dapat digunakan untuk menentukan jenis pariwisata yang akan dikembangkan

2. Tahap membentuk wisata

Tahapan membentuk wisata baru ini merujuk pada potensi dan daya tarik yang ada di lokasi wisata. Potensi dan daya tarik di pantai pasi gusung adalah minuman sehat dan gang mural. Dengan adanya potensi ini, mengembangkan menjadi suatu wisata baru merupakan hal yang dapat dilakukan.

3. Tahap promosi

Promosi dilakukan dengan cara yang persuasif agar terjadi aktivitas jual beli. Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial melalui instagram.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian yang dibutuhkan pada penelitian ini kurang lebih selama 2 (dua) bulan. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Kepulauan Selayar Desa Pasi Gusung Kecamatan Bontoharu.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu pendekatan pemecahan masalah dengan berdasarkan uraian yang tidak berwujud angka.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dimana peneliti berupaya untuk mengungkapkan suatu realita mengenai strategi pengembangan destinasi wisata panta pasi gusung di kabupaten selayar

C. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh peneliti di ambil dari sumber data primer dan sekunder sesuai dengan tujuan penelitian:

1. Data Primer

Data primer merupakan pengambilan data yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian melalui hasil wawancara dengan informan serta observasi di lapangan.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh sebagai kebutuhan data lapangan yang terkait dengan strategi pengembangan destinasi wisata panta pasi gusung di kabupaten selayar.

D. Informan Penelitian

Adapun penentuan informan yang dilakukan adalah informan yang dianggap mengetahui serta terlibat dalam strategi pengembangan destinasi wisata panta pasi gusung di kabupaten selayar yaitu :

1. Kepala Dinas Kabupaten Kepulauan Selayar dengan Nama Nur Ihssan Chairuddin
2. Staf kantor Dinas Kabupaten Kepulauan Selayar dengan nama Nuraeni
3. Tokoh masyarakat dengan nama Muhammad Sair
4. Pengelola wisata atas dengan nama Bahriadi
5. Masyarakat setempat dengan nama Baharuddin

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, menggunakan Studi dokumentasi yang dilakukan guna mendapatkan data sekunder dengan cara melakukan kajian terhadap data-data dokumen pribadi dan dokumen resmi, baik visual maupun berupa tulisan yang berkaitan dengan masalah penelitian berupa optimalisasi Program pengembangan destinasi wisata Kabupaten Kepulauan Selayar (Pantai Pasi Gusung).

Teknik pengumpulan data yang di gunakan oleh penulis dalam kegiatan penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi melalui pengamatan langsung peneliti di lapangan yang berkaitan dengan pengembangan destinasi wisata Kabupaten Kepulauan Selayar. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung yang berkaitan dengan pengembangan destinasi wisata Kabupaten Kepulauan Selayar.

2. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung dengan informan dalam memperoleh data-data terkait pengembangan destinasi wisata Kabupaten Kepulauan Selayar.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu pengambilan gambar sebagai pendukung kegiatan penelitian penulis dan membenarkan bahwa penulis benar-benar melakukan kegiatan penelitian di lapangan

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yaitu analisis yang dimaksud untuk melihat sejauh mana penerapan strategi pengembangan objek wisata dalam meningkatkan wisatawan yang berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, tanggapan-tanggapan serta tafsiran yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi kepustakaan untuk memperjelas gambaran hasil penelitian, dalam hal ini “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Pasi Gusung Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Kepulauan Selayar”

G. Teknik Pengabsahan Data

Data penelitian yang dikumpulkan diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang bermutu atau data yang kredibel, oleh karena itu peneliti melakukan pengabsahan data dengan berbagai hal sebagai berikut (Sugiyono, 2016):

1. Perpanjangan Masa Penelitian

Penelitian akan dilakukan perpanjangan masa penelitian jika waktu penelitian sudah habis namun masih ada data-data yang diperlukan untuk kelengkapan data penelitian.

2. Pencermatan Pengamatan

Dari data yang di dapatkan peneliti maka kemudian akan di lakukan analisis dan di cermati apakah sudah sesuai dengan kebutuhan penelitian dari penulis.

3. Triangulasi

Untuk keperluan triangulasi maka dilakukan tiga cara yaitu:

- a. Triangulasi Sumber adalah menentukan sumber yang kredibel yang benar- benar memahami ekologi politik alih fungsi lahan hutan menjadi lahan pertanian bawang merah di Kabupaten Enrekang.
- b. Triangulasi Teknik adalah pengujian data yang di peroleh dengan bermacam- macam cara atau teknik untuk menguji tingkat keakuratan dan ketidak akuratannya.
- c. Triangulasi Waktu adalah penentuan waktu yang digunakan penulis dalam mengukur lamanya waktu yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan kegiatan penelitian di lapangan

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Obyek Penelitian

1. Letak Geografis Kabupaten Kepulauan Selayar

Kepulauan Selayar terletak di ujung selatan Pulau Sulawesi, memanjang dari utara ke selatan. Kepulauan ini merupakan bagian dari Provinsi Sulawesi Selatan.

Letak geografis Kepulauan Selayar adalah:

- a) Terletak di laut Flores, di antara Pulau Sulawesi dan Laut Flores
- b) Berbatasan dengan Kabupaten Kepulauan Selayar dan Teluk Bone di sebelah utara
- c) Berbatasan dengan Laut Flores di sebelah timur
- d) Berbatasan dengan Provinsi Nusa Tenggara Timur di sebelah selatan
- e) Berbatasan dengan Laut Flores dan Selat Makassar di sebelah barat

Memiliki koordinat $5^{\circ}42' - 7^{\circ}35'$ Lintang Selatan dan $120^{\circ}15' - 122^{\circ}30'$ bujur timur

Kepulauan Selayar terdiri dari gugusan 130 pulau, di antaranya 33 pulau berpenduduk. Pulau Selayar merupakan pulau terbesar di Kepulauan Selayar.

Kepulauan Selayar memiliki potensi wisata dan perikanan yang menjanjikan. Kepulauan ini juga merupakan penghasil kelapa terbesar di Sulawesi Selatan.

Kabupaten Kepulauan Selayar terdiri dari 2 sub area wilayah

pemerintahan yaitu wilayah daratan yang meliputi kecamatan Benteng, Bontoharu, Bontomanai, Buki, Bontomatene, dan Bontosikuyu serta wilayah kepulauan yang meliputi kecamatan Pasimasunggu, Pasimasunggu Timur, Takabonerate, Pasimarannu, dan Pasilambena.

B. Hasil Penelitian

1. Potensi Daya Tarik Wisata Pantai Pasi Gusung

Pantai Indrayantai adalah Pantai yang memiliki wisata yang sangat menarik pantai ini merupakan pantai yang memiliki banyak pengunjung. Daya tarik pada pantai ini sebagai berikut :

Pulau Gusung, Desa Bontolebang, Kecamatan Bontoharu merupakan satu dari seratus tiga puluh dua gugusan pulau berpenghuni yang mengapit daratan ibukota Kabupaten Kepulauan Selayar dan terpisah secara administratif dari daratan ibukota kabupaten.

Dikelilingi oleh bentangan laut biru, yang membentang hijau, di sisi depan, sebelah barat kota Benteng, Pulau Gusung, tampil percaya diri, dalam mempersiapkan wilayahnya untuk menjadi salah satu kawasan penataan, obyek dan daya tarik wisata (ODTW).

Saat tiba pertama kali di pesisir pantai Desa Bontolebang, pengunjung akan dijemput oleh pemandangan, sebaran keramba apung, milik nelayan lokal, berlatar belakang pemukiman penduduk yang tertata apik dan rapi di sepanjang bibir pantai. Sementara di sekelilingnya, pengunjung juga dapat menikmati keindahan dan pesona alam pepohonan hijau yang tumbuh di permukaan laut.

Sebaran tanaman pohon kelapa yang menjulang ke pantai, menjadi pelengkap kekayaan khasanah wisata bahari, Pulau Gusung.

Tak berhenti sampai di situ, karena saat menjejal area perkampungan, pengunjung juga dapat menyaksikan dari dekat keindahan panorama alam pohon bakau yang tumbuh rapi di sejumlah titik lokasi di sepanjang Gusung Timur.

Panorama alam serupa dapat disaksikan, saat akan memasuki kampung Gusung Lengu, sebelum melintasi jembatan kayu berkelok, yang menghubungkan Gusung Timur dengan Gusung Lengu.

Di lokasi yang sama, mata pengunjung akan dibuat terbuai oleh pesona keindahan panorama gugusan pulau Gusung Tallang, gundukan pasir putih yang ditumbuhi oleh pepohonan hijau dan membentuk sebuah gugusan pulau kosong tak berpenghuni, tepat di depan Pulau Gusung Lengu. Aktivitas masyarakat lokal, akan menjadi pelengkap, catatan perjalanan di Pulau Gusung.

Salah satunya, aktivitas ibu-ibu rumah tangga mendorong gerobak, berisi buah kelapa, bahan baku pembuatan kopra putih. Selanjutnya, di sore hari, menjelang petang, pengunjung kembali akan dimanjakan oleh silau panorama alam sunset dari balik, bentangan batu karts hitam di ujung kampung Gusung Lengu.

Sadar dengan selipan potensi tersebut, sejumlah sarana-prasarana dasar, berupa : gazebo, resort, tambatan perahu, warung kopi, dan jembatan penghubung, antara, Dusun Gusung Timur, dan Gusung Lengu, di sisi

sebelah timur ibukota Desa Bontolebang, sengaja didesign unik, dan dihadirkan untuk memberikan kenyamanan serta kemudahan aksesibilitas bagi wisatawan dan pengunjung yang sekali waktu, berkesempatan datang bertandang serta bertamasya ke Pulau Gusung.

Salah satu jembatan di area hutan mangrove, bahkan sengaja dirancang dan didesign menyerupai perahu, untuk mempertegas eksistensi Pulau Gusung sebagai bahagian terpisahkan dari wilayah administratif pemerintahan kabupaten Kepulauan Selayar dengan nuansa maritim dan kawasan pesisirnya yang kaya dengan serapan potensi wisata bahari serta perikanan laut.

2. Kendala- kendala Pengembangan Pantai Pasi Gusung

Dalam Pengembangan pariwisata di Kabupaten Gunungkidul khususnya Pantai Pasi Gusung terdapat beberapa kendala yang di hadapi, dalam proses pengembangan kendala- kendala tersebut antara lain :

a. Keterbatasan Sarana dan Prasarana

Pantai Pasi Gusung dalam hal sarana dan prasarana masih tersedia sangat terbatas. Hal ini dapat mempengaruhi pengunjung. Sarana dan Prasarana yang belum lengkap yaitu keterbatasan sarana komunikasi seperti conter, sarana ibadah, toilet, tempat sampah dan akses menuju obyek wisata masih belum dikelola dengan baik.

b. Keterbatasan Dana dalam Pengembangan

Keterbatasan dana dari pemerintah dalam pengembangan obyek wisata Pantai Pasi Gusung, masyarakat sekitar lokasi dan pegembangan wisata

belum seperti yang diharapkan. Hal ini dapat di lihat dari fasilitasnya yang masih kurang, Pembinaan SDM, yang masih kurang optimal, oleh karena itu Pantai Pasi Gusung kurang begitu dapat dikenal oleh masyarakat luas.

c. Terbatasnya SDM dalam Bidang Pariwisata

Masyarakat sekitar obyek wisata Pantai Pasi Gusung memang terbatas dalam bidang kepariwisataan, sehingga dapat berakibat kurangnya kesadaran akan lingkungan sekitar. Dengan begitu lingkungan Pantai Pasi Gusung sedikit berkurang dari aslinya. Jika hal tersebut terus menerus maka pesona Pantai Pasi Gusung tidak akan lagi berminat mengunjungi wisata tersebut.

d. Kurangnya Sadar Wisatawan akan Lingkungan

Wisatawan yang mnegunjungi Pantai Pasi Gusung berasal dari berbagai kalangan dari berbagai daerah serta memiliki tingkah laku yang berbeda-beda. Sebagian wisatawan memang sudah sadar akan lingkungan dengan baik, namun tidak menutup kemungkinan bahwa sebagian wisatawan lainnya kurang sadar terhadap lingkungan. Buktinya masih banyak sampah yang berserakan. Hal ini dapat merusak lingkungan tersebut.

3. Tahap Survei Potensi Wisata

Pantai Gusung adalah destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai objek wisata bahari. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, serta potensi

ekonomi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

Beberapa daya tarik utama Pantai Gusung yang dapat menjadi nilai jual wisata antara lain:

- a. Keindahan alam: Pasir putih, air laut jernih, dan pemandangan matahari terbenam yang indah.
- b. Keanekaragaman hayati: Terumbu karang dan ekosistem laut yang kaya.
- c. Aktivitas wisata: Snorkeling, diving, memancing, dan wisata bahari lainnya.

Terkait daya tarik dari objek wisata, Peneliti pun melakukan wawancara kepada saudara “Nur Ichsan Chairuddin” selaku Kepala Bidang Destinasi Parriwisata. Berikut hasil wawancara dengan salah satu informan tersebut

“Pantai Pasi Gusung masih alami dengan pasir putih yang bersih dan air laut yang jernih. Ombaknya cukup tenang, sehingga sangat cocok untuk berenang, snorkeling, dan diving. Namun, karena belum banyak fasilitas pendukung, wisatawan yang datang kebanyakan hanya untuk sekadar menikmati keindahan alamnya” (Wawancara dengan Nur Ihssan Chairuddin, 20 Juli 2024)

Jawaban ini menunjukkan bahwa Pantai Pasi Gusung memiliki potensi wisata bahari yang besar, tetapi masih belum dikembangkan secara maksimal karena keterbatasan fasilitas.

Menurut Ibu Nuraeni selaku Staf kantor Dinas Kabupaten Kepulauan Selayar mengatakan:

“Pantai ini memiliki keunikan berupa hutan mangrove yang masih terjaga, terumbu karang yang indah, serta jembatan penghubung

yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Selain itu, suasana pantainya masih tenang, sehingga cocok bagi wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang lebih privat dan alami.”. (Wawancara dengan Nuraeni, 20 Desember 2024)

Pantai Pasi Gusung memiliki keunikan tersendiri yang bisa menjadi nilai jual utama dalam strategi pemasaran wisata.

“Sudah banyak wisatawan yang berkunjung, tetapi sebagian besar masih wisatawan lokal. Ada juga beberapa wisatawan dari luar daerah yang tertarik untuk snorkeling dan menyelam, namun akses menuju pantai ini masih terbatas sehingga belum banyak wisatawan luar yang datang.” (Wawancara dengan Nur Ihssan Chairuddin, 20 Juli 2024)

Perlu ada upaya meningkatkan aksesibilitas dan promosi agar Pantai Pasi Gusung lebih dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan luar daerah maupun mancanegara.

Adapun mengenai tantangan yang dihadapi dalam pengembangan wisata di pantai telah diwawancarai Staff Kantor Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebagai berikut:

“Ada beberapa tantangan utama, seperti minimnya infrastruktur seperti toilet, tempat makan, dan penginapan. Selain itu, promosi wisata masih kurang dan perlu adanya regulasi yang jelas untuk menjaga kelestarian lingkungan” (Wawancara dengan Nuraeni, 20 Desember 2024)

Dari wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya Tantangan yang dihadapi bisa menjadi bahan rekomendasi bagi pemerintah dan stakeholder dalam mengembangkan strategi yang berkelanjutan untuk Pantai Pasi Gusung. Pernyataan tersebut mendapat tanggapan masyarakat sekitar terhadap rencana pengembangan wisata

“Masyarakat sangat mendukung karena ini bisa membuka lapangan kerja baru, seperti menjadi pemandu wisata, membuka warung makan, atau menyediakan penginapan. Namun, mereka juga berharap agar pengembangan wisata ini tetap menjaga kelestarian lingkungan dan adat setempat.” (Wawancara dengan Nuraeni, 20 Desember 2024)

Berdasarkan hasil wawancara Dukungan masyarakat lokal sangat penting dalam pengembangan wisata. Dengan melibatkan mereka, wisata berbasis komunitas dapat dikembangkan agar memberikan manfaat ekonomi langsung kepada penduduk setempat. Adapun permasalahan tersebut pihak pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan telah melakukan beberapa upaya dalam meningkatkan accessibility tersebut yang telah di ungkapkan oleh Staff Kantor Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata sebagai berikut:

“Tentunya Pemkab Kepulauan Selayar melalui Instansi terkait yaitu Dinas Pekerjaan Umum dan Tata Ruang (PUTR) melakukan pembangunan ataupun perbaikan jalan raya untuk akses ke pusat kota ataupun ke daya tarik wisata yang ada. Melalui Dinas Perhubungan juga melakukan penyediaan layanan transportasi darat lokal yang memadai, seperti angkutan umum, bus pariwisata, dan kendaraan sewa, untuk memudahkan wisatawan menuju beberapa daya tarik wisata. Selain itu, pihak Pemkab Kepulauan Selayar juga melakukan koordinasi ke Pemprov Sulawesi Selatan untuk ketersediaan penyiapan subsidi untuk penerbangan rute Makassar – Selayar.” (Wawancara dengan Nuraeni, 20 Desember 2024)

Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara mengenai accessibility untuk wisatawan internasional. Yang dikemukakan oleh Staff Kantor Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata yaitu :

“Tipikal wisatawan mancanegara yang ingin menghabiskan waktunya dengan efisien untuk menikmati daya tarik wisata tertentu,

olehnya itu moda transportasi udara menjadi pilihan utama bagi mereka. Untuk mengatasi tantangan aksesibilitas utamanya agar Bandara Aroeppala Selayar bisa kembali beroperasi menyediakan layanan, Pemkab Kepulauan Selayar terus melakukan koordinasi dengan Pemprov Sulawesi Selatan agar menyediakan kembali subsidi untuk penerbangan rute Makassar – Selayar.” (Wawancara dengan Nuraeni, 20 Desember 2024)

Salah satu pengelola objek wisata yang dijadikan sebagai informan mengatakan bahwa:

“Saya berharap pemerintah dan investor bisa membantu membangun infrastruktur dasar seperti jalan, listrik, dan air bersih. Selain itu, kami ingin ada pelatihan bagi masyarakat agar mereka siap berkontribusi dalam pengelolaan wisata.” (Wawancara dengan Nuraeni, 20 Desember 2024)

★ Pengembangan wisata tidak hanya tentang membangun fasilitas, tetapi juga harus melibatkan masyarakat lokal agar mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam industri pariwisata.

Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa Pantai Pasi Gusung memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata bahari dengan keunikan alamnya. Namun, beberapa tantangan utama yang perlu diatasi adalah minimnya infrastruktur, kurangnya promosi, dan keterbatasan aksesibilitas. Oleh karena itu, langkah-langkah pengembangan yang perlu dilakukan meliputi: Peningkatan infrastruktur wisata seperti toilet, tempat makan, dan penginapan, Peningkatan aksesibilitas menuju pantai agar lebih mudah dijangkau, Penguatan promosi dan pemasaran, baik secara digital maupun melalui event wisata, Pelatihan bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan keterampilan dalam bidang pariwisata, Regulasi yang

kelas untuk menjaga keseimbangan antara pariwisata dan kelestarian lingkungan.

Dengan pendekatan yang tepat, Pantai Pasi Gusung dapat menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Kepulauan Selayar, yang tidak hanya menarik wisatawan tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

4. Tahap Membentuk Wisata

Pengembangan pariwisata sangat penting untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh selaras dengan kebutuhan dan keuntungan warga setempat. Adapun partisipasi masyarakat bukan semata menguatkan kapasitas masyarakat lokal, tetapi meningkatkan pemberdayaan warga dalam pembangunan secara bersama

Pengembangan Pantai Pasi Gusung tidak terlepas dari peran serta masyarakat yang turut berpartisipasi dalam pengembangan wisata, mulai dari tahap rancangan hingga pengimplemetasian sebuah program yang akan dilaksanakan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kepulauan Selayar sangat serius dalam melibatkan masyarakat sekitar pantai Ide sebagai upaya agar pengembangan pariwisata dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

" Pantai ini memiliki daya tarik alami yang luar biasa, tetapi masih banyak fasilitas yang kurang, seperti akses jalan, tempat penginapan, dan promosi wisata. Jika dikelola dengan baik, bisa menjadi destinasi unggulan." (Wawancara dengan Bapak Bahriadi Pengelola Wisata

Hasil wawancara dengan Staf kantor Dinas Kabupaten Kepulauan Selayar dapat disimpulkan penulis melibatkan masyarakat dalam

pengambilan keputusan pada proses pengembangan pantai Pasi Gusung sangat beralasan dilakukan karena masyarakat yang sangat paham lokasi dan kondisi objek wisata tersebut, sehingga dalam pembangunannya melibatkan masyarakat sangatlah penting

Kurangnya sumber informasi mengenai Pantai Pasi Gusung dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan karena informasi adalah bagian penting dari sebuah obyek wisata. Minimnya informasi membuat wisatawan domestik maupun mancanegara tidak mengetahui informasi apa saja yang ada di Pantai Pasi Gusung padahal pulau ini merupakan pulau yang sangat cocok untuk liburan keluarga dan masyarakat yang tinggal di sekitar pulau sangat ramah terhadap pengunjung sehingga membuat wisatawan wajib berkunjung di pulau ini jika berada di Kabupaten Kepulauan Selayar. Namun hal ini kurang sesuai dengan pernyataan hasil wawancara dengan Informan A sebagai pihak pengelola yang menyatakan bahwa:

“Dinas Pariwisata melihat prospek pengembangan pariwisata Pantai Pasi Gusung itu sangat potensial, karena dari hari ke hari dan waktu ke waktu secara berantai informasi tentang keindahan Pulau ini sudah terdistribusi baik kepada wisatawan. Jadi sangat terlihat di Dinas pariwisata data-data kunjungan itu setiap tahunnya mengalami peningkatan. Secara keseluruhan Kepulauan Selayar kunjungan wisata untuk tahun 2023 telah mencapai di atas lima ribu orang dari sebelumnya pertama kali kami mengelola 2 tahun yang lalu hanya 2 ribu orang”

Dari pernyataan tersebut Dinas Pariwisata mengakui informasi tentang keindahan Pantai Pasi Gusung sudah terdistribusi dengan baik kepada masyarakat dengan melihat data kunjungan secara keseluruhan terjadi peningkatan kunjungan. Jika dilihat dari pengamatan langsung selama ini

peneliti melihat promosi mengenai obyek wisata Pantai Pasi Gusung melalui media massa ataupun media sosial sangat minim. Selama ini peneliti mendapatkan informasi mengenai Pula Gusung melalui informasi dari teman dan keluarga.

5. Tahap Promosi

Strategi promosi adalah salah satu langkah yang ada pada manajemen pemasaran yang menjadi suatu taktik atau suatu rencana yang digunakan perusahaan untuk mengenalkan produk yang dimilikinya baik berupa barang atau jasa kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membelinya. Kegiatan pada strategi promosi berupa komunikasi dan interaksi antara perusahaan dengan konsumen. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk konsumen agar permintaan konsumen akan barang maupun jasa terus meningkat. Selain itu juga untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran, dan juga agar kegiatan penjualan pribadi dan periklanan terkoordinasi dengan baik.

Penelitian ini dilakukan di Pantai pasi gusung, yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam sehingga tidak sedikit masyarakat yang telah mengetahui konsep etika bisnis islam dalam melakukan kegiatan ekonomi atau bermuamalah, khususnya dalam melakukan kegiatan promosi, baik promosi melalui media sosial maupun promosi yang dilakukan secara langsung.

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Ibu Nuraeni sebagai Staf kantor Dinas Kabupaten Kepulauan Selayar adalah sebagai berikut:

“Dinas parawisata kabupaten kepulauan selayar kiat getol dan terus memperlihatkan keseriusannya dalam memantapkan manajemen pengelolaan dan pembangunan sarana prasarana pendukung di kawasan pantai pasi gusung , dan salah satu upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan pesona pantai pasi gusung secara luas adalah melalui pengembangan dan pematapan kegiatan public relations, pengembangan dan perluasan produk-produk wisata, pengembangan pemasaran jasa wisata dan tempat wisata”

Berdasarkan hasil wawancara penelitian maka dapat dijelaskan bahwa Dinas Parawisata Kabupaten Kepulauan selayar telah melakukan berbagai upaya promosi pengenalan wisata pantai Pasi gusung dengan melakukan beberapa upaya. Pertama, melalui pematapan kegiatan public relations. Dalam hal ini Dinas Parawisata Kabupaten Kepulauan selayar menjalin kerjasama dengan beberapa pihak, mengikuti ivent-ivent terkait dan program kunjungan terkait dalam upaya promosi dan pembangunan kawasan pantai Pasi gusung. Kedua, pengembangan dan perluasan produk-produk wisata dalam hal ini Dinas Parawisata Kepulauan selayar telah melakukan survei harapan wisatawan, audit potensi wisata pantai Pasi gusung, dan pengembangan kualitas dan kemasan produk pantai Pasi gusung. Ketiga, pengembangan pemasaran jasa wisata dan tempat wisata dalam hal ini Dinas Parawisata telah berupaya mengembangkan materi-materi kunjungan wisata melalui video, slite dan browsur. Upaya lain yang dilakukam adalah membangun website wisata daerah

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Bahriadi sebagai Pengelola wisata adalah sebagai berikut:

“Sejauh ini pemanfaatan tekhnologi masih hanya sebatas sebagai media promosi belum pada tahap penyusunan rencana pengembangan parawisata berbasis tekhnologi seperti dalam hal

kemudahan akses transportasi, paket wisata, biaya, rute dan jarak, serta hal-hal yang berkenaan dengan wisata pantai pasi gusung diharapkan kedepannya penggunaan teknologi dapat diterapkan secara luas bukan sekedar dalam hal database tetapi juga dalam fisualisasi dan fasilitas. Sehingga wisata pantai pasi gusung dapat diakses melalui e-tourism yang menekankan pada online riview”.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian maka dapat dijelaskan bahwa Dinas Parawisata Kabupaten Kepulauan selayar telah memanfaatkan internet namun belum maksimal. Ini terlihat dari pemanfaatan teknologi yang masih sebatas media promosi dan belum pada pengembangan parawisata berbasis teknologi. Saat ini, wisatawan belum bisa mengakses transportasi, paket wisata, biaya, rute dan jarak, secara online. Dinas Parawisata Kepulauan selayar berharap kedepannya penggunaan teknologi dapat diterapkan sehingga wisata pantai Pasi gusung dapat diakses melalui online review.

Menurut bapak Bahriadi selaku Pengelola Wisata, periklanan adalah salah satu strategi yang digunakan untuk melakukan promosi wisata Pinus Ecopark dengan menggunakan media seperti media sosial diantaranya yaitu facebook, Instagram, Youtube, dan Google.

C. Pembahasan

1. Tahap survei potensi wisata

Pasi Gusung, survei dilakukan untuk mengidentifikasi daya tarik, infrastruktur, aksesibilitas, serta potensi ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar. Berikut adalah tahap-tahap survei potensi wisata di Pantai Pasi Gusung:

1. Persiapan Survei

Tahap ini mencakup:

- a. Penentuan tujuan survei → Untuk mengidentifikasi daya tarik wisata, fasilitas yang tersedia, dan potensi pengembangan.
- b. Pengumpulan informasi awal → Studi literatur, wawancara dengan masyarakat setempat, serta analisis data sekunder terkait wisata bahari di daerah tersebut.
- c. Penyusunan instrumen survei → Pembuatan kuesioner, panduan wawancara, dan parameter observasi lapangan.

2. Identifikasi Potensi Wisata

Pada tahap ini, dilakukan observasi terhadap potensi wisata Pantai Pasi Gusung, meliputi:

a. Daya Tarik Wisata

- 1) **Keindahan Alam:** Pasir putih, laut biru jernih, serta panorama matahari terbit dan terbenam.
- 2) **Keanekaragaman Hayati:** Terumbu karang, ikan-ikan tropis, dan ekosistem pesisir.
- 3) **Aktivitas Wisata:** Snorkeling, diving, berenang, fotografi, dan wisata perahu.

b. Aksesibilitas

- 1) Jarak dari pusat kota dan sarana transportasi yang tersedia.
- 2) Kualitas jalan menuju lokasi wisata.
- 3) Ketersediaan transportasi umum dan alternatif.

c. Fasilitas Pendukung

- 1) Akomodasi (penginapan, resort, atau homestay).
- 2) Tempat makan dan restoran.
- 3) Area parkir, toilet, tempat ibadah, dan fasilitas keamanan.

d. Dukungan Masyarakat

- 1) Peran masyarakat lokal dalam menjaga kelestarian lingkungan.
- 2) Potensi ekonomi dari keterlibatan warga dalam sektor wisata (pemandu wisata, penyewaan perahu, penjualan souvenir).

3. Analisis Aksesibilitas dan Infrastruktur

- a. Transportasi → Mengkaji kondisi akses jalan menuju pantai, ketersediaan transportasi umum, serta kemungkinan peningkatan aksesibilitas.
- b. Fasilitas Penunjang → Menilai fasilitas seperti penginapan, restoran, toilet umum, tempat parkir, dan pusat informasi wisata.
- c. Ketersediaan Jaringan Telekomunikasi → Penting untuk mendukung promosi wisata berbasis digital.

4. Partisipasi Masyarakat dan Aspek Sosial-Ekonomi

- a. Dukungan Masyarakat → Survei dilakukan untuk mengetahui kesiapan dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata.
- b. Peluang Ekonomi → Mengidentifikasi potensi usaha lokal seperti kuliner, kerajinan tangan, dan jasa pemandu wisata.
- c. Dampak Sosial → Menilai dampak wisata terhadap budaya dan kehidupan sosial masyarakat setempat.

5. Evaluasi dan Rekomendasi Pengembangan

- a. Analisis SWOT → Menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan Pantai Pasi Gusung sebagai destinasi wisata.
- b. Strategi Pengembangan → Menyusun rencana pengelolaan wisata berbasis ekowisata, keberlanjutan lingkungan, serta promosi digital.
- c. Penyusunan Laporan → Hasil survei dirangkum dalam laporan untuk menjadi dasar perencanaan lebih lanjut oleh pemerintah atau investor.

2. Tahap membentuk wisata

Konsep partisipasi masyarakat merupakan salah satu konsep yang penting karena berkaitan dengan sistem pemerintahan demokrasi, karena mufaat dat partisipasi masyarakat dapat enemperhus bases pengetahuan dan ropresentasi, memhannu terbanganoya marugimantasi komunikasi dan hubungan-hobangan kakunsasu ih untars purs pensangloo kepentingan, meningkatkan pendekatan iterauf ein siklikal dan menjamin hahwa solusi didasarkan pada pemahaman dan pengetahuan local, mendorong kepemilikan lokal, komitmen dan akuntabilitas, membangun kapasitas masyarakat dan modal sosial (Suriana, 2009)

Proses pengembangan wisata pantai Pantai pasi gusung sangat membutuhkan keterlibatan masyarakat dalam bentuk keterlibatan langsung dilapangan.

Pengembangan image menurut Carter dan Fabricus merupakan kegiatan yang harus diperhatikan karena ini sangat mepengeruhi citra atau image dibenak wisatawan yang ingin berkunjung di Pantai pasi gusung

melalui desain terpadu antara aspek: kualitas produk, komunikasi pemasaran kebijakan harga, dan saluran pemasaran yang tepat dan konsisten dengan citra atau image yang ingin dibangun serta ekspresi yang tampak dari sebuah produk . Secara langsung informasi sangat mempengaruhi hal tersebut mulai dari persepsi masyarakat sampai pada motivasi untuk berkunjung ke Pantai pasi gusung.

Hal ini juga sama dengan pengakuan peneliti yang merasa belum pernah melihat promosi wisata yang di lakukan Dinas Pariwisata melalui media sosial namun hal ini tidak sejalan dengan pengakuan Dinas Pariwisata yang mengakui telah melakukan promosi wisata melalui lomba sayembara film di media sosial. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan image (citra wisata) di Pantai pasi gusung belum maksimal karena metode yang digunakan Dinas Pariwisata untuk promosi wisata masih terbatas. Masih ada berapa masyarakat yang belum menemuka informasi mengenai Pantai pasi gusung . Padahal jika kita melihat teori yang dikemukakan oleh Janianton Damanik dan Helmut F. Weber sangat jelas peran dan tanggungjawab pemerintah salah satunya yakni melakukan pendampingan dalam promosi wisata dengan perluasan jejaring kegiatan promosi didalam dan diluar negeri namun hal ini tidak sejalan dengan kenyataan. Promosi wisata merupakan salah satu hal penting dalam pengembangan pariwisata yang harus diperhatikan pengelola wisata dalam hal ini Dinas Pariwisata.

Agar Pantai Pasi Gusung dapat berkembang sebagai destinasi wisata unggulan, perlu dilakukan perencanaan dan pengelolaan yang tepat. Berikut

adalah tahapan dalam membentuk wisata Pantai Pasi Gusung:

1. Pengembangan Infrastruktur dan Fasilitas

Setelah perencanaan awal, langkah berikutnya adalah membangun fasilitas pendukung wisata.

a. Infrastruktur Dasar

- 1) Peningkatan akses jalan menuju Pantai Pasi Gusung.
- 2) Transportasi laut yang aman dan nyaman.
- 3) Pembangunan area parkir dan jalur pedestrian.

b. Fasilitas Pendukung

- 1) **Akomodasi:** Penginapan, homestay, atau resort berbasis ekowisata.
- 2) **Fasilitas Umum:** Toilet, kamar bilas, gazebo, tempat sampah, dan pusat informasi wisata.
- 3) **Keamanan dan Keselamatan:** Pos penjaga pantai, peralatan keselamatan, dan pemandu wisata profesional.

c. Sarana Wisata

- 1) Penyewaan alat snorkeling, diving, dan perahu wisata.
- 2) Spot foto Instagramable untuk menarik wisatawan muda.
- 3) Tempat kuliner yang menyajikan makanan khas daerah.

2. Pengelolaan dan Konservasi

Agar wisata tetap berkelanjutan, perlu ada strategi pengelolaan lingkungan dan ekonomi.

a. Konservasi Lingkungan

- 1) Pembatasan jumlah pengunjung untuk menjaga ekosistem pantai dan laut.
- 2) Larangan membuang sampah sembarangan dan pengelolaan limbah wisata.
- 3) Pelatihan bagi pelaku wisata tentang pariwisata berkelanjutan.

b. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

- 1) Pelibatan warga dalam pengelolaan wisata dan sebagai pemandu wisata.
- 2) Pengembangan UMKM lokal dalam bentuk souvenir dan kuliner khas.
- 3) Pelatihan bagi warga mengenai pelayanan wisata dan manajemen bisnis pariwisata.

3. Tahap promosi

Sasaran promosi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar adalah semua orang, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Bukan hanya itu, sasaran promosi wisata juga ditujukan untuk pegawai dinas dan obyek wisata serta budaya yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar, karena mempunyai peran penting dalam mendukung proses kegiatan dinas dalam mempromosikan obyek wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar, sehingga perlu terbangun hubungan komunikasi yang positif, baik antara atasan dengan bawahan maupun dengan sesama pegawai.

Pentingnya mengetahui pihak-pihak yang menjadi sasaran promosi wisata ini adalah untuk menentukan sikap organisasi dan mempertimbangkan keputusan atau kebijakan yang perlu diambil agar dalam pencapaian tujuan organisasi tidak menemui hambatan yang berarti dan menghasilkan opini publik yang positif tanpa ada pihak yang merasa dirugikan

Dalam menjalankan promosi wisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar mengalami beberapa kendala, yaitu obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas bagi wisatawan seperti belum adanya transportasi umum ke sejumlah obyek wisata dan belum adanya penjaga keamanan di beberapa obyek wisata. Serta kendala lain yang dihadapi adalah belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata dan terbatasnya dana yang dianggarkan sehingga belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran. Oleh karena itu, sebuah organisasi harus membuat perencanaan dengan matang terkait dengan pelaksanaan fungsi sesuai di lingkup bidang kerjanya. Misalnya, dalam hal mempertimbangkan kondisi keuangan daerah maka program kegiatan yang dibuat oleh dinas harus jelas dan sistematis serta pelaksanaannya didasarkan pada prioritas kegiatan, termasuk juga dalam program pengembangan pemasarannya. Sehingga dana yang ada dapat teralokasikan secara efisien dan efektif.

Agar Pantai Pasi Gusung dapat berkembang sebagai destinasi wisata unggulan, perlu dilakukan perencanaan dan pengelolaan yang tepat. Berikut adalah tahapan dalam membentuk wisata Pantai Pasi Gusung:

1. Promosi dan Pemasaran Wisata

Agar Pantai Pasi Gusung dikenal luas, strategi promosi yang tepat perlu dilakukan.

a. Pemasaran Digital

- 1) Promosi melalui media sosial (Instagram, TikTok, Facebook).
- 2) Pembuatan website resmi dan kolaborasi dengan travel blogger.
- 3) Penggunaan foto dan video berkualitas tinggi untuk menarik wisatawan.

b. Event dan Festival

- 1) Mengadakan festival pantai, lomba fotografi, atau kompetisi olahraga air.
- 2) Mengundang influencer dan media untuk meliput wisata Pantai Pasi Gusung.

c. Kerjasama dengan Agen Travel

- 1) Menjalin kerja sama dengan agen perjalanan dan hotel untuk paket wisata.
- 2) Membuat program wisata edukasi untuk sekolah dan komunitas.

2. Monitoring dan Evaluasi

Setelah wisata berjalan, perlu ada evaluasi berkala agar pengelolaan tetap optimal.

a. Pemantauan Kunjungan Wisatawan

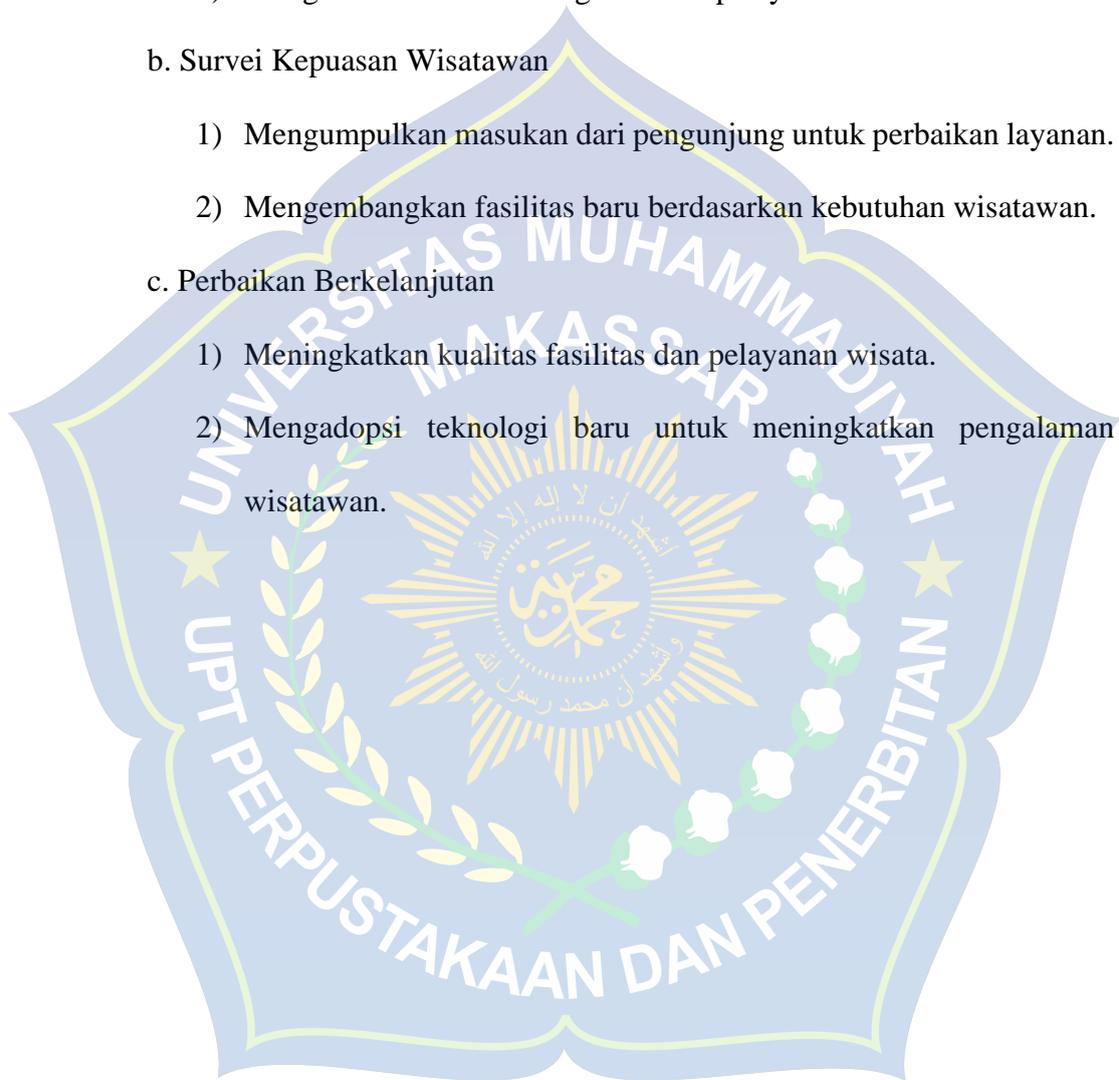
- 1) Menganalisis tren jumlah wisatawan dan asal mereka.
- 2) Mengidentifikasi kekurangan dalam pelayanan wisata.

b. Survei Kepuasan Wisatawan

- 1) Mengumpulkan masukan dari pengunjung untuk perbaikan layanan.
- 2) Mengembangkan fasilitas baru berdasarkan kebutuhan wisatawan.

c. Perbaikan Berkelanjutan

- 1) Meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan wisata.
- 2) Mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang Pengembangan Pariwisata Bahari di Pantai Pasi Gusung Kecamatan Binuang Kabupaten Kepulauan Selayar, maka dapat disimpulkan bahwa :

Strategi pengembangan destinasi wisata Pantai Pasi Gusung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar harus berorientasi pada keberlanjutan, kesejahteraan masyarakat, dan daya tarik wisata yang berkelas. Dengan pengelolaan yang baik, Pantai Pasi Gusung dapat menjadi salah satu destinasi unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian daerah dan memperkuat posisi Kepulauan Selayar sebagai tujuan wisata bahari utama di Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah Kabupaten Kepulauan Selayar diharapkan dapat meningkatkan pengadaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata dan akses jalan menuju tempat wisata, karena banyaknya akses menuju tempat wisata desa jalannya rusak.
2. Masyarakat sekitar objek wisata diharapkan harus sadar akan dampak pariwisata terhadap lingkungan dan berusaha untuk meminimalkan kerusakan, seperti menghindari aktivitas yang dapat merusak ekosistem lokal

3. Promosi wisata juga harus diperhatikan baiknya Dinas Pariwisata gencar melakukan promosi wisata di media sosial agar lebih mudah dilihat oleh masyarakat luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Antara, I. K. (2010). Strategi Pengembangan Pariwisata Alternatif Di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung. *Hospitality Management Journal STRATEGI*.
- Fahmi, Irham, 2015 *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati
- Hasan, F. 2004. *Pembangunan Berwawasan Budaya*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Parawisata.
- Heene, Aime dkk, 2010. *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hunger, J David dan Wheelen, Thomas L, 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Hutabarat, Jemsly dan Martani, Huseini, 2006. *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer, Strategik di Tengah Operasioanl*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kurniawan, Fitri Lukiasuti dan Hamdani, Muliawan, 2000. *Manajemen Strategik dalam Organisasi*. Yogyakarta: MedPress
- Kusudianto, Hadinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Parawisata*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, Lexy J, 1995, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mintzberg, Henry.dkk, 2003. *The Strategy Process*. Edisi Keempat. New Jersey: Upper Saddle River
- Notoatmodjo, (2019), *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Pradikta, Angga, 2013. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk*
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya, 2009. *Pengantar Ilmu Parawisata*.

Yogyakarta: Andi.

Pitana I Gde. 2002. Parawisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan dan Dinamika Masyarakat Bali. Denpasar Bali : Universitas Udayana

Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary, 2009. Manajemen. Edisi Kedelapan. Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang

Sedarmayani, 2014. Manajemen Strategi. Bandung: PT Refika Aditama. Siagian, Sondang P, 2003. Manajemen stratejik. Jakarta: Bumi Aksara

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Umar, Husein. 2013. Desain Penelitian Manajemen Stratejik. Jakarta: PT Rajagrafindo Persad

Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya Paramita: Jakarta





LAMPIRAN



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : **31871/S.01/PTSP/2024** Kepada Yth.
Lampiran : - Bupati Kep. Selayar
Perihal : **Izin penelitian**

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 5478/05/C.4-VIII.XII/1446/2024 tanggal 17 Desember 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **RINGGO MALIK SYCHBUTUH**
Nomor Pokok : 105611109318
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI PASI GUSUNG PADA DINAS PARAWISATA KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR. "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **20 Desember 2024 s/d 20 Februari 2025**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 17 Desember 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*



PEMERINTAH KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung MPP Jln. Jend. Ahmad Yani Benteng, 92812, Sulawesi Selatan
 Telepon (0414) 21083, email: pmptpselayar@gmail.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NOMOR : 0969/Penelitian/XII/2024/DIS PMPTSP

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Kepulauan Selayar memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

Nama Peneliti : RINGGO MALIK SYCHBUTUH
 Alamat Peneliti : Dusun Lantigian
 Nama Penanggung Jawab : RINGGO MALIK SYCHBUTUH
 Anggota Peneliti : -

Untuk melakukan penelitian dalam rangka "Mengembangkan Destinasi Wisata Yang Ada Di Kabupaten Kepulauan Selayar" di :

Lokasi Penelitian : Pantai Pasi Gusung
 Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pasi Gusung Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar
 Lama Penelitian : 2 Bulan
 Bidang Penelitian : Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pasi Gusung
 Status Penelitian : Perorangan

Surat Keterangan Penelitian ini berlaku sampai dengan tanggal 20 Februari 2025

Dikeluarkan : Benteng
 Pada Tanggal : 20 Desember 2024

A.n. BUPATI KEPULAUAN SELAYAR
KEPALA DINAS,



Drs. H. ANDI NUR HALIO, M.Si
 NIP. 19660507 198603 1 022



Rp. 0,-

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbangpol di Benteng;
2. Arsip.



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Ringgo malik sychbutuh

Nim : 105611109318

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	25 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 17 Januari 2025

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursinah, S.Hum., M.L.P.
NBM. 964 501

Ringgo malik sychbutuh 105611109318 BAB I

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

10%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

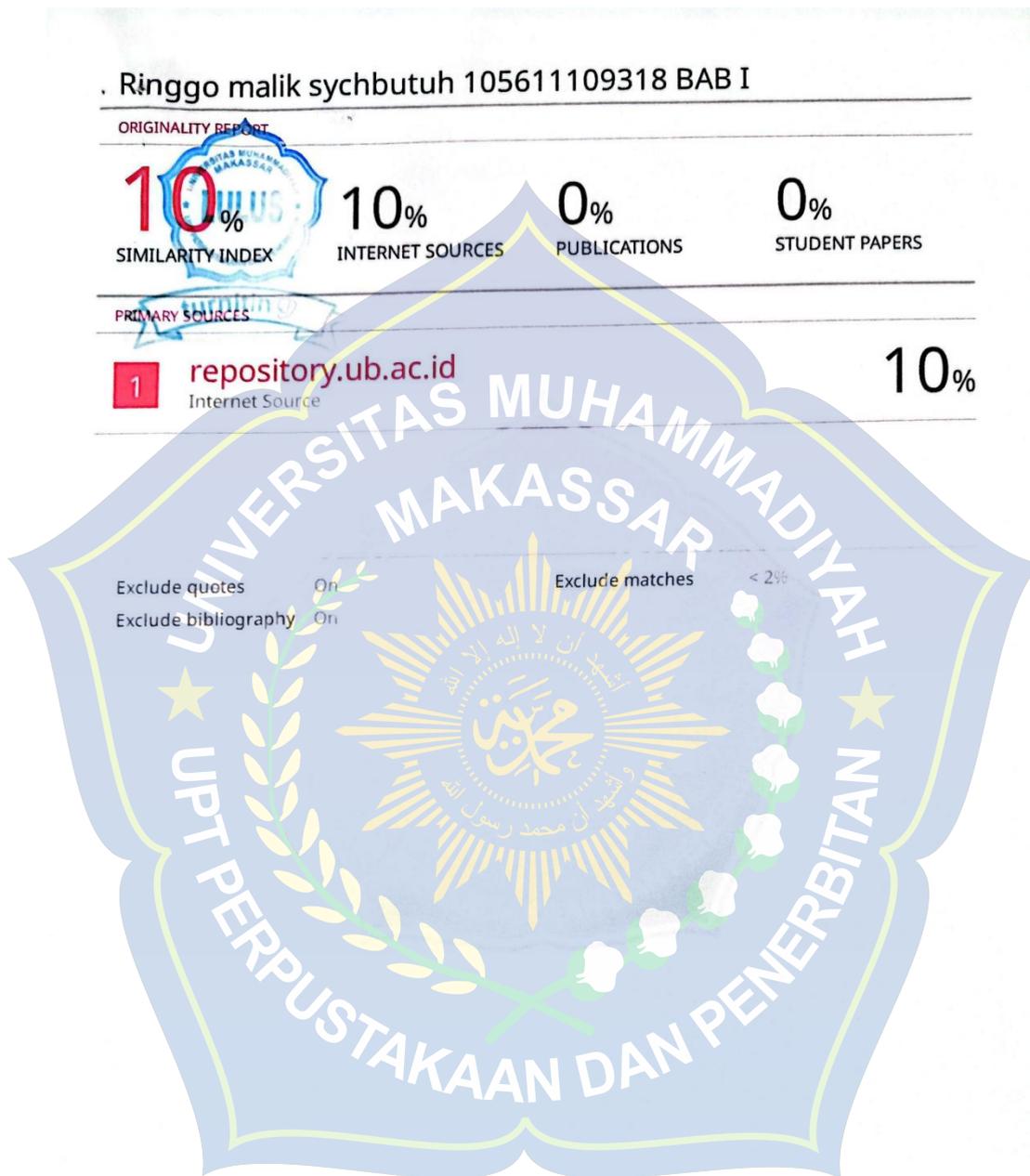
PRIMARY SOURCES

1 repository.ub.ac.id
Internet Source

10%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



Ringgo malik sychbutuh 105611109318 BAB II

ORIGINALITY REPORT

25% **24%** **9%** **9%**
 SIMILARITY INDEX INTERNET SOURCES PUBLICATIONS STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	5%
2	repository.unmuha.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	2%
4	ojs3.unpatti.ac.id Internet Source	2%
5	vanricz.blogspot.com Internet Source	2%
6	jppd.org Internet Source	2%
7	repository.ikta.ac.id Internet Source	2%
8	dustcampus.blogspot.com Internet Source	2%
9	blajarcoy.blogspot.co.id Internet Source	2%

10	lib.unnes.ac.id Internet Source	2%
11	repository.nobel.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On Exclude matches 25
Exclude bibliography On



Ringgo malik sychbutuh 105611109318 BAB IV

ORIGINALITY REPORT



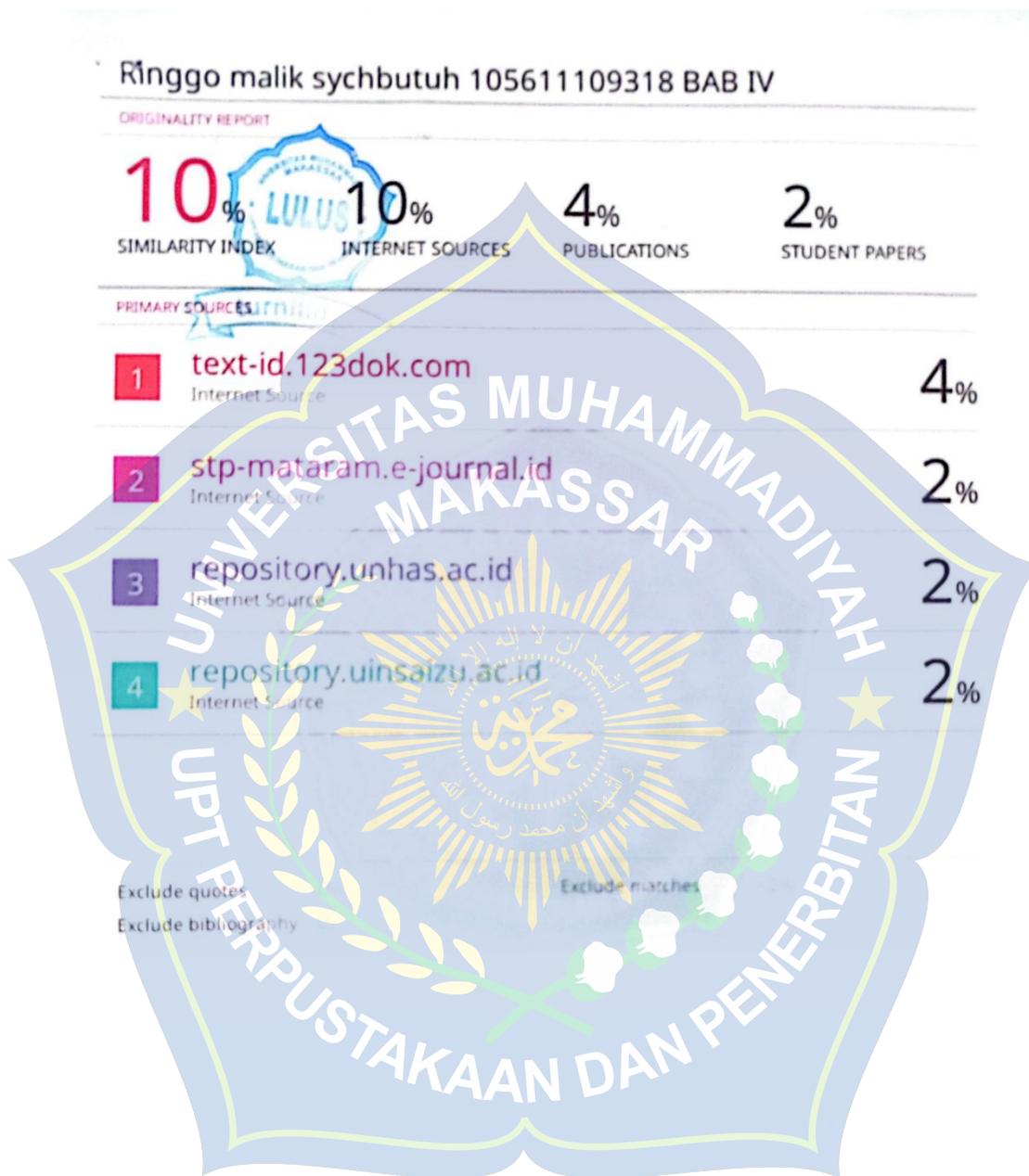
PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com Internet Source	4%
2	stp-mataram.e-journal.id Internet Source	2%
3	repository.unhas.ac.id Internet Source	2%
4	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches



Ringgo malik sychbutuh 105611109318 BAB III

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX



9%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.unismuh.ac.id

Internet Source

4%

2

id.123dok.com

Internet Source

2%

3

Submitted to Badan Pengembangan dan
Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan
dan Kebudayaan

Student Paper

2%

4

ejurnal.mikroskil.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%











RIWAYAT HIDUP



Ringgo Malik Sychbutuh, lahir di Benteng Selayar, pada tanggal 27 April 2000. Merupakan anak keenam dari enam bersaudara hasil buah cinta dari Bapak Edin Sychbutuh dan Ibu Popon Kartini. Mulai memasuki jenjang Pendidikan formal di SDN Jinato pada tahun 2006 dan selesai pada tahun 2012, selanjutnya penulis melanjutkan pada Tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 5 Takabonerate pada tahun 2012 dan menyelesaikan studi pada tahun 2015. Penulis kemudian melanjutkan ke tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Benteng pada tahun 2015 dan tamat pada tahun 2018. Pada jenjang perguruan tinggi penulis tercatat sebagai Mahasiswa Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2018. Atas Ridha Allah swt. Dengan kerja keras, pengorbanan serta kesabaran pada tahun 2025 penulis mengakhiri masa perkuliahan S1 dengan judul skripsi **“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pasi Gusung Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar.”**

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN