STRATEGI PENGEMBANGAN KAMPUNG KREASI LOWITA SEBAGAI OBJEK WISATA PANTAI DI KECAMATAN SUPPA KABUPATEN PINRANG

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF LOWITA KREASI VILLAGE AS A BEACH TOURISM OBJECT IN SUPPA DISTRICT, PINRANG REGENCY

RENALDI
renaldibahar15@gmail.com
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
JL. Jendral Ahmad Yani No.Km.6, Bukit Harapan, Kec. Soreang Kota Parepare Sulawesi Selatan 91112

ABSTRACT

RENALDI, 2021, with the research title, "Development Strategy of Lowita Creative Village as a Beach Tourism Object, Suppa District, Pinrang Regency". Supervisor I Mr. Ruslang T. Supervisor II Mr. Bahruddin. Thesis of Development Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Parepare (UMPAR). This study aims to determine and analyze the tourism development strategy of the Lowita creation village. Data collection techniques used in this study are interviews, observation and documentation. The type of data used is qualitative data with research informants as data sources. Technical data analysis used is quantitative descriptive method. After going through the analysis process, the results of the research show that the village of Lowita creations has the potential to continue to be cultivated as coastal tourism because it has a variety of potentials that can be continuously developed.

Keywords: *Development Strategy, Creative Village, Beach Tourism*

ABSTRAK

RENALDI, 2021, dengan judul penelitian, “Strategi Pengembangan Kampung Kreasi Lowita Sebagai Objek Wisata Pantai Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang”. Pembimbing I Bapak Ruslang T. Pembimbing II Bapak Bahruddin. Skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang strategi pengembangan pariwisata kampung kreasi lowita. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, wawancara,observasi dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan data kualitatif dengan sumber data Informan penelitian, Teknis analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kuatitatif. Setelah melalui proses analisis, hasil penelitian menunjukkan bahwa kampung kreasi lowita mempunyai potensi untuk terus dibudidayakan sebagai wisata pantai karena mempunyai beragam potensi yang dapat terus dikembangkan.

Kata Kunci : *Strategi Pengembangan,Kampung Kreasi, Wisata Pantai*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara kepulauan dengan potensi yang besar hampir disegala sektor pariwisata. Sebagai Negara yang memiliki pariwisata yang besar, tentu membuat sektor pariwisata Indonesia menjadi sorotan. Industry pariwisata Indonesia harus mendapat perhatian

khusus dari pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah dalam mengembangkan potensi pariwisatanya.

Pengembangan industri pariwisata sendiri mempunyai pengaruh yang cukup kuat bagi perkembangan wilayah di daerah sekitar objek wisata, karena dapat bertindak sebagai industri sektor utama, yaitu sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian daerah terutama bagi daerah yang merupakan daerah otonomi baru. Agar tidak menjadi daerah yang tertinggal, dengan potensi daerah di sektor pariwisatra yang dimiliki daerah tersebut, harusnya dapat menjadi suatu batu loncatan untuk mengembangkan daerah tersebut dan meningkatkan pendapatan hasil daerah dari sektor pariwisata yang ada.

Pariwisata merupakan suatu wadah yang sangat penting dalam pengembangan perekonomian suatu wilayah, baik dalam bidang sosial maupun budaya. Pariwisata juga sangat berpengaruh dalam suatu daerah, sehigga memiliki peran yang sangat penting dan berpotensi dalam memberikan keuntungan ekonomi terhadap wilayah sekitarnya. Selain itu dapat memberikan manfaat positif pula terhadap pendapatan daerah dan penciptaan tenaga kerja. Menurut Mill (1990), dimensi-dimensi pariwisata yang terkait dengan pengembangan ruang lingkup pariwisata antara lain terdiri dari daya tarik, fasilitas, transportasi dan keramahtamaan. Keempat dimensi tersebut merupakan factor utama dalam penyelenggaraan dan pengembangan wisata.

Selain mampu melestarikan alam, memajukan kebudayaan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kepariwisataan juga bertujuan untuk menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menggantikan Undang-undangNomor 9 Tahun 1990. Secara regulatife, Undang-undang tersebut bertujuan untuk mendorong usaha kecil dan menengah agar dapat membantu *Sustainable Tourism Industry,* Undang-undang sebelumnya belum mampu mengatasi permasalahan ataupun menjawab tantangan mengenai pariwisata Indonesia.

Pantai lowita merupakan wisata pesisir yang terletak di Desa Wiringtasi, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang, dengan panjang pesisir 7,40 km (Google Maps). Objek Wisata ini memberikan nuansa pesisir pantai yang sangat indah, memiliki nilai estetika tersendiri dari wisata pantai lainnya yang ada di Kabupaten Pinrang karena ditumbuhi banyak pohon kelapa berjarak tanam teratur, serta beberapa deretan bagan (bagang) yang hanya berjarak belasan meter dari bibir pantai lengkap dengan perahunya. Pantai Lowita Kampung Kreasi lebih menawarkan kesejukan dan kenyamanan suasana alam pesisir pantai membuat para wisatawan dari dalam kota maupun luar kota berdatangan untuk melepas penat dan bersantai bersama keluarga. (Desa Wiringtasi, 2020)

Pantai lowita Kampung Kreasi memiliki pemandangan pantai yang menarik, dari sini kita dapat melihat terbit dan tenggelamnya matahari dari satu tempat serta melihat aktivitas konservasi penyu yang dilakukan oleh kelompok pemuda Lima Putra Pesisir, tempat ini juga menjadi tempat yang aman bagi wisatawan yang ingin berenang karena pantainya yang landai dengan air yang jernih di dukung dengan jarak antara waktu pasang dan surutnya relative lama, sehingga dengan ini memungkinkan kita untuk dapat berenang dengan aman dan nyaman.

Desa Wiringtasi, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang, merupakan daerah pesisir pantai dengan Luas 16,02 km^2 berseberangan dengan perairan Kota Parepare (google maps). Jumlah Penduduk 2.108 jiwa, dengan tingkat pendidikan adalah SMP (25%), SD (19%), SLTA (13%), dan serjana (1%). Mayoritas bermata pencaharian sebagai nelayan dan petani tambak, ada pula yang bekerja sebagai peternak, buruh, pengusaha dan PNS. (Desa Wiringtasi 2020). Pantai lowita Kampung Kreasi bejarak 30 km dari pusat kota Pinrang membutuhkan waktu tempuh kurang lebih 1 jam jika ingin ke lokasi Pantai, (Google Maps).

Pantai Lowita Kampung Kreasi juga sering digunakan sebagai tempat penyelenggaraan *event-event* pemerintah seperti Lowita Run 10 km tergolong lomba lari Internasional, karena di ikuti beberapa Negara dalam rangkaian perayaan hari jadi Kabupaten Pinrang yang diselenggarakan pada tanggal 18 februari 2017, perlombaan perahu sande dan lepa-lepa, pesta adat mattojang, serta kegiatan-kegiatan social lainnya. Festival ini dilakukan secara rutin setiap tahunnya oleh dinas pariwisata sebagai ajang mempromosikan pariwisata pantai lowita dan adat budaya Kabupaten Pinrang namun setelah pandemi *Covid-19* melanda dunia termasuk Indonesia sehingga berdampak ke seluruh wilayah Indonesia termasuk Kabupaten Pinrang yang mengakibatkan festival pesisir ini tidak pernah lagi terlaksana. Dampak baik yang dirasakan, wisatawan di untungkan dengan akses jalan serta sarana transportasi yang mudah unduk dapat mencapai Pantai Lowita karena letak yang strategis yaitu berada di wilyah perbatasan antara Kabupaten Pinrang dengan Kota Parepare. Fasilitas umum di Kampung Kreasi Lowita terbilang

cukup memadai, yaitu dengan adanya penginapan, gazebo, tempat ibadah (musholah), fasilitas WC umum, dan dapur umum yang bisa digunakan oleh wisatawan.

Namun setelah peneliti melakukan observasi awal pada lokasi penelitian, ada beberapa permasalahan yang terjadi di objek wisata Pantai Lowita Kampung Kreasi, yaitu:

1. Pengelolaan sampah yang masih buruk, terutama saat musim libur. Dengan jumlah wisatawan yang meningkat membuat sampah banyak tercecer hampir disepanjang bibir pantai. Selain karena kurangnya kesadaran dari para wisatawan mengenai pentingnya kebersihan pantai, juga karena ketersediaan tempat sampah disekitar pantai yang masih minim.
2. Kurangnya fasilitas pendukung wisata, terutama kamar mandi dan WC. Dengan jumlah wisatawan yang meningkat membuat wisatawan harus mengantri saat ingin mandi atau mengganti pakaian setelah berenang di laut, karena hanya tersedia 1 kamar mandi dan 1 WC di tempat wisata.
3. Kurangnya kuliner khas daerah, kurangnya warung kuliner di area wisata membuat wisatawan susah untuk mendapatkan makanan dan minuman saat berlibur dan terkadang tidak ada sama sekali warung yang menjajakan jualan, karena cuman ada 2 warung yang tersedia di area wisata.
4. Tidak adanya penjual sovenir khas Pantai Lowita membuat wisatawan yang ingin berbelanja oleh-oleh khas pesisir jadi tidak terwujud karna tidak ada yang menyediakan.

Dilihat dari permasalahn yang ada di Pantai Lowita Kampung Kreasi dengan Visi menjadikan wisata pantai tujuan wisatawan di Kabupaten Pinrang yang aman dan yaman. Nyatanya masih terdapat banyak kendala dan permasalahan utama yang dihadapai Wisata Kampung Kreasi Lowita.

Berdasarkan latar belakan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"SRTRATEGI PENGEMBANGAN KAMPUNG KREASI LOWITA SEBAGAI OBJEK WISATA PANTAI DI KECAMATAN SUPPA KABUPATEN PINRANG".**

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi pengembangan pariwisata Kampung Kreasi Lowita?

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian
   pada Setelah peneliti melakukan observasi lapangan, maka ditetapkan lokasi penelitian
   a. Wisata Kampung Kreasi Lowita
   b. Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Pinrang
2. Waktu Penelitian
   Penelitian ini direncanakan berlangsung dari bulan Maret sampai dengan bulan may atau kurang lebih 2 (tiga) bulan terhitung setelah proposal penelitian disetujui.

B. Informan Penelitian

Adapun informan pada penelitian ini yaitu kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Pinrang dan pegawai yang ada pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pinrang, Pengolola wisata di Kampung Kreasi Lowita serta pengunjung wisata yang diyakini dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan jumlah responden 11 (sebelas) Orang.

Alasan peneliti memilih responden sebanyak 11 (sebelas) ialah dikarenakan dari 11 orang ini yang diyakini lebih memahami informasi informasi yang di cari peneliti yaitu:

1. Pemerintah Dinas Pariwisata.
2. Pengelola Wisata dan Tokoh Masyarakat.
3. Serta pengunjung yang memahami situasi setempat.

C. Defenisi operasional dan pengukuran variabel

1. Pariwisata adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan seseorang atau lebih kesuatu diluar tempat tinggalnya yang dimaksud untuk kesenjangan, menenangkan diri, kepentingan bisnis atau kepentingan lainnya.
2. Tinjauan terhadap srategi adalah sebuah pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi dalam suatu aktivitas yang memiliki kurung waktu terntentu. Dalam dunia bisnis, srategi adalah penentuan arah dan tujuan jangka panjang organisasi melalui upaya pemanfaatan dan pengalokasian sumber daya organisasi secara efektif dan efisien sehingga dapat meenuhi kebutuhan pasar dan pemangku kepentingan (stakehorder).
3. Promosi pemasaran pariwisata yang meliputi: 1). Pemasaran pariwisata adalah industry yang harus menjual produk oleh karena itu, promosi dan pemasaran merupakan keharusan. Suatu upaya menarik sebanyak mungkin pelanggan, membuat mereka beta atau lebih lama tinggal dan membelanjakan uangnya sebanyak mungkin, 2). Tujuan pemasaran pariwisata untuk mendorong terciptanya proses tukar menukar yang bernilai baik bagi produsen maupun bagi konsumen (pelanggan).

D. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penulisan skripsi, maka penulis menggunakan tehnik pengumpulan data yaitu instrument tersendiri yang terdiri dari :

1. Pengamatan (Observasi)
   Menurut Sofaar dan Widiyono (2013:153) Pengamatan adalah kegiatan yang meliputi pemusatan perhatian terhadap satu obyek penelitian dengan menggunakan seluruh indra. Dalam kegiatan ini, dilakukan pencatatan yang sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak atau yang dirasakan indra mengenai gejala-gejala yang muncul pada obyek penelitian
2. Dokumentasi
   Dengan menggunakan dokumentasi maka hasil observasi dan wawancara akan lebih akurat karena dokumentasi didukung dengan berisikan catatan yang sudah berlalu, bisa berupa foto, tulisan, gambar, karya dan sebagainya.
3. Wawancara
   Menurut Sofa dan Widiyanto (2013:153) wawancara adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam komunikasi langsung yang berbentuk sejumlah pertanyaan lisan yang di ajukan oleh pengumpul data (*interviewer*) sebagai pencari informasi yang dijawab secara lisan oleh informan (*interviewer*) secara singkat.

E. Jenis dan sumber data

1. Data prmier
   Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari lapangan penelitian, baik mengamatan langsung maupun wawancara kepada informan.
2. Data sekunder
   Peneliti dalam hal ini turut memerlukan data-data pendukung lain atau data sekunder untuk menguji mendukung kebenaran dari data premier yang diperoleh peneliti. Data sekunder ini

dapat berupa naskah, dokumen resmi, literature, artikel, Koran dan sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini.

F. Teknik analisis data

1. Analisis SWOT (IFAS dan EFAS)

Menurut Scott A.Bernard dalam *An Introduction to Enterprise Architecture Second Edition* (2005, p293), Analisis SWOT merupakan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam perusahaan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ketika dipetakan dapat mengungkapkan daerah untuk perbaikan dan fokus.

Analisis SWOT menurut Sondang P. Siagian (2003:172) merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa "SWOT merupakan akronim untuk kata-kata strenghs (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang) dan htreats (ancaman).

IFAS **EFAS**	**Kekuatan** ***(Strength)***	**Kelemahan** **(Weakness)**
Peluang ***(Opportunity)***	**STRATEGI SO** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**STRATEGI WO** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman *(Threats)*	**STRATEGI ST** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**STRATEGI WT** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber: Freddy Rangkuti, 2014,p82)

a) **Strategi SO** : strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) **Strategi ST** : strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c) **Strategi WO** : strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) **Strategi WT** : strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

- **Penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS)**

  Menurut Freddy Rangkuti dalam Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis (2014, p24-25), sebelum membuat matrik factor strategi eksternal, terlebih dahulu kita perlu mengetahui factor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini lah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal :

  1) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang dan ancaman).
  2) Beri bobot masing-masing factor dalam kolom 2, mulai 1,0 (Sangat Penting) sampai dengan 0,0 (Tidak Penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
  3) Hitung Rating (dalam kolom tiga) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor)berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya jika nilai ancamannnya sangat besar, rating adalah 1. Sebalikinya, jika nilai ancamannya sedikit maka ratingnya adalah 4
  4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilai bervariasi berdasarkan hasil perkalian.
  5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

6) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan kelompok industri yang sama.

- **Penentuan Faktor Strategi Eksternal (IFAS)**

  Menurut Freddy Rangkuti dalam Analisis SWOT :
  Teknik Membedah Kasus Bisnis (2014, p26-28), setelah aktor-faktor strategis internal perusahaan diidentifikasi,
  suatu tabel IFAS *(Internal Strategic Factor Analysis Summary)* disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness perusahaan. Tahapannya adalah :

  1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
  2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
  3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya 4.
  4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor).
  5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor penentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif yang berupaya untuk mengetahui Srategi Pengembangan Kampung Kreasi Lowita Sebagai Objek Wisata. Adapun jenis data yang diperlukan berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan srategi pengembangan wisata serta penjelasan-penjelasan yang diperoleh dari hasil wawancara.

Karena data yang diperlukan pada penelitian ini yakni data kualitatif, maka dalam pengambilan data dilakukan dengan wawancara pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pinrang, Pengelola wisata dan Pengunjung.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara berupa jawaban informan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti melalui teks wawancara yang dilakukan serta tatap muka maupun secara daring via whatsapp dengan informan sebagai berikut:

1) Apakah wisata pantai kampung kreasi Lowita menjadi destinasi wisata?.
2) Apa potensi wisata kampung kreasi Lowita yang membedakan dengan tempat wisata lainnya?.
3) Event apa saja yang pernah terlaksana dipantai Lowita?.
4) Apakah wisata kampung kreasi Lowita memberikan kontribusi tehadap Pendapatan Daerah?.
5) Bagaimana cara Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata kampung kreasi Lowita?.
6) Bagaimana srategi pemerintah khususnya Dinas Pariwisata dalam pengembangan wisata kampung kreasi Lowita?.

Dari hasil teks wawancara kemudian data atas jawaban tersebut disajikan dalam bentuk kutipan. Hasil wawancara tersebut memaparkan jawaban responden tentang “Srategi Pengembangan Kampung Kreasi Lowita Sebagai Objek Wisata”.

1. **Strategi**

Strategi adalah penempatan misi organisasi, penemtapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan akan tercapai. Berikut beberapa strategi yang dilakukan dalam pengembangan wisata kampung kreasi Lowita sebagai berikut:

2. **Pariwisata kampung kreasi**

Wisata Kampung Kreasi Lowita memiliki pesona keindahan yang sangat menarik untuk dikunjungi, berlokasi di Desa Wiringtasi, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan, Kawasan pesisir ini memiliki luas 200 Meter^2 yang berdiri pada tahun 2017. Dikawasan inilah Wisata Kampung Kreasi bermodel Ekowisata Bahari berkonsep wisata edukasi.

Dimana kampung kreasi Lowita merupakan obyek wisata yang dikelolah oleh masyarakat (Swasta) karena belum memiliki regulasi dasar hukum dari pemerintah daerah sehingga anggaran atau pendapatan yang diterimah dikelolah oleh masyakat sebagai upaya dalam meningkatkan sarana dan prasarana obyek wisata. **Analisis SWOT**

Analisis SWOT memberikan suatu "pandangan dasar" tentang analisis kondisi situasi yang dihadapi sehingga bisa juga didapatkan srategi yang tepat dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Analisis SWOT menjabarkan secara rinci aspek-aspek yang menjadi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*threat*) rencana pengembangan pariwisata kampung kreasi Lowita.

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang analisis internal dan eksternal terhadap pariwisata yang ada dikampung kreasi, maka peneliti memaparkan hasil sebagai berikut :

1). Kekuatan (Strength)

Kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan stratejik dalam mencapai sasarannya. Sehubungan dengan kekuatan yang dimiliki oleh dinas pariwisata kabupaten Pinrang ini, dapat dijelaskan dari wawancara sebagai berikut:

H. Anwar L, S.Pd.I selaku Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata menyatakan bahwa:

> "jika berbicara soal kekuatan dari sektor pariwisata di kabupaten Pinrang, itu boleh dikatakan sangat baik karena ketika kita melihat berbagai potensi wisata yang kuat dengan lokasi yang luas dan menawarkan suasana alam yang indah didukung oleh peraturan, memiliki potensi daya tarik masyarakat terkait ekosistem pantai sehingga mampu mengembangkan potensi wisata yang ada untuk menarik wisatawan yang berkunjung, sehingga kita mampu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memajukan pariwisata. (wawancara 5 Juni 2021).

Penyataan yang sama juga dikemukakan oleh kepala dinas pariwisata Kabupaten Pinrang:

> "terkait dengan kekuatan yang kita miliki di Kampung Kreasi Lowita memiliki wilayah yang luas dan menawarkan pemandangan keindahan pantai yang bersih dengan jejeran pohon kelapa yang tersusun rapih di sepanjang pesisir pantai serta akses jalan menuju ke lokasi itu bangus."(wawancara 5 juni 2021)

Andi Abbas sebagai pemilik objek wisata kampung kreasi Lowita meyatakan bahwa:

> "Melihat kekuatan dari wisata Kampung Kreasi Lowita dalam pariwisata memeng lumayan besar dikarenakan pemuda yang kreatif mengolah limbah kayu menjadi sebuah tempat duduk dan tempat berfoto yang ramah lingkungan, sebagian besar bangunan yang ada di kampung kreasi ini adalah limbah kayu yang dimanfaatkan yang menawarkan wisata edukasi ke pengunjung."(wawancara 6 Juni 2021)

Fitriani sebagai pengunjung objek wisata kampung kreasi lowita mengatakan bahwa:

> "wisata kampung kreasi lowita memiliki pantai yang bersih, tempat yang cocok untuk menikmati matahari terbit dan terbenam dengan satu lokasi serta dapat ikut melepas tukik (anak penyu) yang tidak bisa di dapatkan di wisata lain di daerah Kabupaten Pinrang maupun sekitarnya."(6 Juni 2021)



(Sumber: Instagram @kreasikampung)

Gambar 5.1 merupakan gambar pemandangan area kampung kreasi yang mempunyai suasana alam yang indah sehingga merupakan daya tarik wisatawan, Dalam kawasan kampung kreasi ini terdapat banyak spot-spot foto alam yang indah.



(Sumber : Instagram @kreasikampung)

Gambar 5.2 merupakan salah satu kegiatan pelepasan penyu di wisata kampung kreasi yang dilakukan setiap tahunnya untuk mempromosikan potensi wisata sehingga menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan maka kekuatan dari wisata kampung kreasi Lowita adalah sebagai berikut:

a). koordinasi dengan instansi terjalin dengan baik.
b). Jumlah personil cukup.
c). Kekayaan budaya pesisir.
d). Banyaknya potensi wisata yang dimiliki.

Dalam mengembangkan pariwisata kampung kreasi Lowita, hal penting yang perlu dilakukan baik pemerintah maupun swasta adalah pengolahan asset atau kemitraan seperti yang dijelaskan diatas, sehingga dapat menunjang iklim pariwisata yang nyaman.

2). Kelemahan (Weakneses)

Kelemahan merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep-konsep basis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Dalam pengembangan adapun kelemahan Dinas Pariwisata dalam pemgembangan sektor pariwisata menurut Drs. Mustamin, MM kepala bidang pengembangan usaha dan pemasaran kepariwisataan menayatakan bahwa :

> “kelemahan kita dalam melaksanakan pengembangan pariwisata adalah sumberdaya yang kita miliki saat ini memeng masih kurang berpengalaman dalam pengembangan pariwisataan dan masalah yang tidak dipungkiri lagi adalah masalah anggaran yang sangat minim”. (wawancara 5 Juni 2021).

Tri Putra Adnam Amin selaku Seksi Promosi dan Investasi menyatakan bahwa :

> “dalam melaksanakan tugas berbagai kelemahan atau kekurangan yang kami temukan masyarakat kurang sadar betapa pentingnya dan potensialnya ekonomi masyarakat apabila mereka ikut berperan dalam promosi pariwisata seperti contohnya penggunaan media social sebagai alat untuk promosi sehingga pariwisata semakin dikenal dan diminati oleh para wisatawan, mereka akan menemukan peluang usaha seperti menjual sofenir dan pernak pernik khas pesisir Kampung Kreasi Lowita.” (wawancara 5 juni 2021)

Andi Sayuti selaku Kepala Dinas Pariwisata kabupaten Pinrang juga mengatakan bahwa :

> “kurangnya kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang terbentuk yang menjadi actor penggerak kepariwisataan desa, pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian desa sehingga perlu diberi perhatian lebih agar dapat berkembang dengan baik. Guna mendorong sektor pariwisata, diperlukan sebagai upaya pengembangan pariwisata dimana salah satunya ialah gerakan Sadar Wisata. Gerakan sadar wisata merupakan konsep yang melibatkan partisipasi berbagai pihak dalam mendorong iklim yang kondusif bagi perkembangan pariwisata. Gerakan Sadar Wisata tersebut diwujudkan melalui adanya kelompok sadar wisata (Pokdarwis).”(wawancara 5 Juni 2021)

Andi Abbas selaku pengelola wisata kampung kreasi lowita mengatakan bahwa :

> “Kampung kreasi merupakan tempat wisata yg selalu dipenuhi wisatawan saat libur akhir pekan bersama keluarga, tapi sayang banyaknya wisatawan yang datang blm sadar akan membuang sampah pada tempatnya sehigga sampah berceceran di pantai.”(wawancara 6 Juni 2021)

Jurnawati sebagai pengunjung objek wisata kampung kreasii lowita mengatakan bahwa :

> “tempat wisata yang indah namun tidak di dukung dengan fasilitas yang memadai seperti kurangnya tempat sampah yang berada di lokasi sehingga banyak sampah yang tercecer saat banyak wisatawan yang datang dan tidak adanya penjual pernak pernik khas wisata pesisir.”

a). Berdasarkan hasil wawancara dan data yang dikumpulkan, dapat dijelaskan bahwa kelemahan dari wisata kampung kreasi Lowita: Rendahya minat masyarakat untuk melestarikan dan mengembangkan pariwisata local yang sangat berpotensi untuk promosi pariwisata sekaligus untuk menambah pendapatan masyarakt.
b). Anggaran sangat terbatas.
c). SDM masih ada yang belum berpengalaman dalam pengembangan pariwisata.
d). kerjasama dengan para pelaku jasa usaha belum efektif.

3). Peluang (Opportunity)

Peluang merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, misalnya competitor, kebijakan pemerintah dan kondisi lingkungan sekitar.

Hayaninur. SH selaku seksi sarana pariwisata menjelaskan tentang peluang yang dimiliki bahwa:

> “peluang kita dalam mengembangkan pariwisata yang ada di pantai lowita sudah kita miliki seperti adanya dukungan dari bupati dan wakil bupati untuk mengembangkan kepariwisataan dalam perencanaan pembangunan untuk pemulihan ekonomi dimasa pandemic Covid-19, dengan potensi wisata yang kita miliki bisa berpeluang dalam menarik minat untuk melakukan investasi disini.” (wawancara 5 Juni 2021)

Andi Sayuti selaku kepala dinas pariwisata Kabupaten Pinrang juga mengatakan bahwa:

> “sebenarnya begitu banyak peluang yang kita miliki saat ini untuk mengembangkan pariwisata kita seperti perkembangan teknologi yang sangat pesat, sehingga mempermudahkan kita dalam memperkenalkan kekayaan wisata yang kita miliki

seperti wisata kampung kreasi lowita kemudian kondisi daerah kita disini yang aman dan nyaman." (wawancara 5 Juni 2021)

Andi Abbas selaku pengelola wisata kampung kreasi lowita mengatakan bahwa:

"peluang yang dimiliki kampung kreasi lowita sebagai objek wisata bahari di kabupaten pinrang itu sudah ada dan didukung kondisi laut yang jernih dengan suasana alam yang indah tidak kalah dengan wisata pantai yang ada di Kabupaten Pinrang, tinggal dikelolah lagi secara profesional dengan melibatkan pihak terkait untuk bersama-sama memajukan wisata bahari Kabupaten Pinrang"

Yohannes selaku pengunjung objek wisata kampung kreasi lowita yang mengatakan:

"kalau peluang yang dimiliku wisata kampung kreasi lowita dalam bidang pariwisata ya ini, perkembangan media social, karena saya sendiri awalnya melihat kampung kreasi lowita dari media sosial , ditambah lagi adanya pelestarian penyu dan edukasi lingkungan di wisata ini sehinga akan menjadi peluang untuk mendatangkan pengunjung."(wawancara 6 Juni 2021)

Dari pemaparan tersebut bahwa peluang yang dimiliki wisata kampung kreasi lowita ialah sebagai berikut:

a). Prioritas pembangunan wisata sebagai pemulihan ekonomi dimasa pandemi Covid-19.
b). Beragam potensi daya tarik baik alam, budaya, buatan yang unik dan khas yang dimiliki.
c). Situasi keamanan dan kenyamanan yang sangat kondusif.
d). wisata bahari yang berkonsep wisata edukasi buat wisatawan karena memiliki tempat konsevasi penyu.
e). Perkembangan media massa dan teknologi yang pesat sebagai sarana penunjang kepariwisataan.

4). Ancaman (threats)

Ancaman adalah kondisi yang mengancam dari luar ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Pemaparan Andi Abbas selaku pengelola wisata kampung kreasi lowita mengatakan bahwa:

"jika melihat kondisi saat ini, yang merupakan ancaman kita dalam mengembangkan pariwisata kampung kreasi adalah perkembangan yang pesat pariwisata yang ada di Kabupaten Pinrang, seperti banyaknya wisata pantai yang baru dibangaun di beberapa tempat di dalam desa maupun di luar desa secara intensif. Kemudian apabila kita tidak mampu bersaing dalam hal itu, maka pariwisata kampung kreasi akan ketinggalan dan secara otomatis pengunjung yang akan berlibur di kampung kreasi lowita akan semakin menurun, dan secara otomatis pendapatan ikut menurun."(wawancara 6 Juni 2021)

Seksi promosi dan investasi Tri Putra Adnan Amin, S.STP menambahkan pernyataan di atas:

"ya kalau kita melihat ancaman itu bisa jadi terbatasnya SDM yang memang ahli dalam bidang pengembangan masih kurang, kita berusaha untuk melakukan pelatihan agar setiap kinerjanya dapat sesuai dengan tujuan yang ingin kita capai bersama, kemudian kondisi saat ini minat investasi di bidang pariwisata masih sangat rendah dan era pasar bebas yang mengharuskan kita untuk terus menghasilkan inovasi-inovasi baru dan berdaya jual tinggi."(wawancara 5 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka penulis menganalisis berbagai ancaman pariwisata kampung kreasi lowita sebagai berikut:

a). Belum optimalnya program pemerintah pusat dalam mengoptimalakan dan mewujudkan pengembangan pariwisata.
b). pengelolaan potensi sumberdaya daerah di bidang pariwisata belum optimal.
c). Minat investasi di bidang usaha sangat kurang.
d). Berkembang pesatnya pembagunan dan pengembanagan pariwisata di Kabupaten Pinrang.

B. Pembahasan

Setelah melihat dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut dari beberapa wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, maka langkah-langkah yang harus dilakukan dalam srategi pengembangan kampung kreasi Lowita adalah:

1. **Kekuatan untuk memanfaatkan pelaung**
   Strategi dalam menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang adalah:
   a). Memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki untuk menarik pengunjung atau wisatawan.
   b). Memotivasi para personil untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membuat kegiatan.
   c). Peningkatan kemampuan personil dalam mengembangkan iptek
   d). Memanfaatkan dana yang ada untuk mendukung sarana dan prasarana
2. **Kekuatan untuk menghindari ancaman**
   Strategi dalam menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman ialah:
   a). Meningkatkan kualitas SDM yang memiliki komitmen dalam menghadapi persaingan di era informasi.
   b). meningkatkan kemampuan personil dalam pengolaan data untuk mendukung data dalam bidang pariwisata
   c). Mengembangkan dan memanfaatkan kemampuan sumberdaya manusia yang baik, sehingga dapat mendukung lancarnya pengolaan dibidang pariwisata
   d). Memaksimalkan anggaran untuk pengolaan
3. **Mengurangi kelemahan untuk mengejar peluang**
   Strategi dalam mengurangi kelemahan untuk mengejar peluang ialah:
   a). Meningkatkan minat UMKM untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata
   b). Meningkatkan sarana dan prasarana dalam meningkatkan kualitas tenaga teknik
   c). Efektivitas koordinasi atau konsultasi dengan para pelaku usaha pariwisata dan instansi
4. **Mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman**
   Strategi dalam mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman
   a). Meningkatkan mutu dan kualitas sumber daya manusia dalam mengoptimalkan bidang pariwisata.
   b). Meningkatkan kerja sama dengan program pemerintah melalui pertemuan dan sosialisasi program dan kegiatan pelaku usaha pariwisata.
   c). Melakukan penkaderan secara internal untuk dapat melaksanakan fungsi-fungsi tenaga teknik.

Tabel 5.1 Matriks SWOT Pengembangan Wisata Kampung Kreasi Lowita

Internal / **Eksternal**	**Kekautan (S)**	**Kelemahan (W)**
	• Banyaknya potensi wisata yang dimiliki • Jumlah personil yang cukup • Kekayaan budaya pesisir	• Rendahnya minat masyarakat untuk melestarikan dan mengembangkan pariwisata • Anggaran sangat terbatas • Kerjasama dengan pelaku usaha belum efektif
Peluang (O)	**Strategi (S-O)**	**Strategi (W-O)**
• Wisata bahari yang berkonsep wisata edukasi • Situasi keamanan dan kenyaman yang kondusif • Perkembangan media massa dan teknologi yang pesat	• Memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki untuk menarik pengunjung atau wisatawan • Memotivasi para personil untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membuat kegiatan • Peningkatan kemampuan personil dalam mengembangkan iptek	• Meningkatkan minat UMKM untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata • Meningkatkan sarana dan prasarana dalam meningkatkan kualitas tenaga teknik • Efektivitas koordinasi atau konsultasi dengan para pelaku usaha pariwisata dan instansi.
Ancaman (T)	**Strategi (S-T)**	**Strategi (W-T)**
• Belum optimalnya program pemerintah	• Meningkatkan kualitas SDM yang memiliki komitmen dalam	• Meningkatkan mutu dan kualitas sumber daya manusia dalam

• Minat investasi dibidang usaha sangat kurang • Pengolaan potensi sumber daya daerah dibidang pariwisata belum optimal	menghadapi persaingan di era informasi • Mengembangkan dan memanfaatkan kemampuan sumberdaya manusia yang baik, sehingga dapat mendukung lancarnya pengolaan dibidang pariwisata • meningkatkan kemampuan personil dalam pengolaan data untuk mendukung data dalam bidang pariwisata.	mengoptimalkan bidang pariwisata • Meningkatkan kerja sama dengan program pemerintah melalui pertemuan dan sosialisasi program dan kegiatan pelaku usaha pariwisata • Melakukan penkaderan secara internal untuk dapat melaksanakan fungsi-fungsi tenaga teknik.

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan analisis SWOT di atas maka dapat diidenfitikasi beberapa faktor kunci keberhasilan yang berfungsi untuk lebih memfokuskan strategi organisasi dalam rangka pencapaian tujuan dan misi organisasi secara efektif dan efesien.

Dengan mempertimbangkan strategi-strategi tersebut maka diperoleh 6 (enam) *success* faktor yang merupakan faktor penentu keberhasilan wisata kampung kreasi Lowita dalam pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

1) Menawarkan konsep wisata alam yang berbasis kolaborasi dengan kelompok pemuda dan masyarakat.
2) Memanfaatkan sosial media sebagai sarana dalam mempromosikan wisata.
3) Mengembangkan wisata alam bawah laut sebagai destinasi wisata.
4) Mencetuskan gerakan Gesit Penyu (Gerakan Wisata Konservasi Penyu) sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk wisata kampung kreasi lowita.
5) Menerapkan konsep wisata yang mengurangi penggunaan pelastik jika berada di area wisata kampung kreasi lowita.
6) Memiliki harga yang relative tejangkau untung penyewaan gazebo ataupun diperuntukan untuk berbagai event dengan area wisata yang cukup luas.

Sejalan dengan visi dan misi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Pinrang saat ini yaitu "terwujudnya masyarakat Kabupaten Pinrang yang sejahtera, religius, harmonis, mandiri dan tangguh mengelolah potensi daerah" untuk mencapai visi tersebut maka dijabarkan dalam 4 (empat) misi utama yang hendak dicapai oleh pemerintah Kabupaten Pinrang yaitu:

a). Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui optimalisasi pelayanan pada bidang pendidikan dan kesehatan.
b). Memperkuat peran lembaga sosial-kemasyarakatan dalam pembangunan daerah secara umum dan pembentukan karakter secara khusus.
c). Pemberdayaan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan secara berkrlanjutan.
d). Meningkatkan kemampuan masyarakat bersama pemerintah dalam mengelolah sumberdaya alam dan lingkungan hidup untuk pelestarian ekosistem, pengurangan resiko bencana dan adaptasi perubahan iklim.

Dari uraian visi dan misi di atas kepala dinas pariwisata sebagai salah satau institusi yang dipimpin oleh kepala daerah dan melihat misi yang ke 4 (empat) yakni, "meningkatkan kemampuan masyarakat bersama pemerintah dalam mengelola sumber daya alam dan lingkungan hidup untuk pelestarian ekosistem, pengurangan resiko bencana adaptasi perubahan iklim" dengan tujuan salah satunya ialah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan pariwisata dengan sasaran adalah: "Meningkatkan jumlah penataan destinasi pariwisata dengan sektor pendekatan kawasan".

Dalam rencana strategis Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupa Pinrang untuk mengembangkan kepariwisataan di kampung kreasi Lowita kabupaten Pinrang dinas pariwisata mengeluarkan program pengembangan pariwisata. Dalam pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten Pinrang, ada beberapa strategi yang digunakan dalam mengembangkan pariwisata yang tertuang dalam beberapa program berupa urutan-urutan tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, adapun program-program yang dilakukan di Dinas Pariwisata bidang promosi dan investasi adalah :

1). Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata, dengan kegiatan pokok yaitu :

a). penggunaan media social sebagai alat promosi pariwisata.
b). Mengadakan *event* festival pesisir dan festival penyu yang di lakukan oleh komunitas 5 (lima) putra pesisir.

Kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan tentunya akan melahirkan program-program sebagai kumpulan kegiatan-kegiatan nyata dan terpadu serta bersinambungan guna pengembangan obyek wisata.

2). Program Pengembangan Destinasi Pariwisata, dengan kegiatan pokok yaitu :
a). Peningkatan sarana dan prasarana.
b). Pengembangan jenis dan paket wisata.
c).Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program pengembangan pemasaran pariwisata.

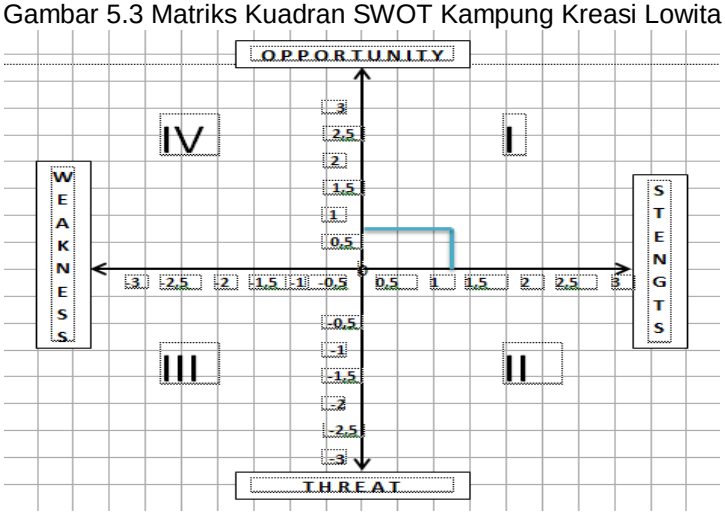
Program pengembangan destinasi pariwisata yang diantaranya berfokus pada pengembangan dari segi fisik, pengembangan inii sangat perlu dilakukan karena segi fisik adalah gambaran nyata dimana kita dapat menilai suatu tempat dengan melihat jelas bentuk dan segala sesuatu secara nyata.

3). Program Pengembangan Kemitraan, dengan kegiatan pokok yaitu:
a). Pengembangan SDM di bidang kebudayaan dan pariwisata berkerjasama dengan lembaga lainnya.
b). Peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan kemitraan.

Menurut Freddy Rangkuti dalam Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis (2014, p20-21), Analisis SWOT membandingkan antara factor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan factor internal kekuatan (Strength), dan kelemahan (Weaknesses).

Dalam membangun kemitraan dengan pihak swasta dan lainnya, maka diperlukan pula pengembangan dan penguatan terhadap informasi dan database sebagai data awal potensi dan kekayaan alam dalam hal ini keindahan obyek wisata kampung kreasi sebagai bahan kajian bagi pemerintah dan mitranya terhadap pengembangan obyek wisata, berikut ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 5.3 Matriks Kuadran SWOT Kampung Kreasi Lowita



(Sumber: Data Diolah,2021)

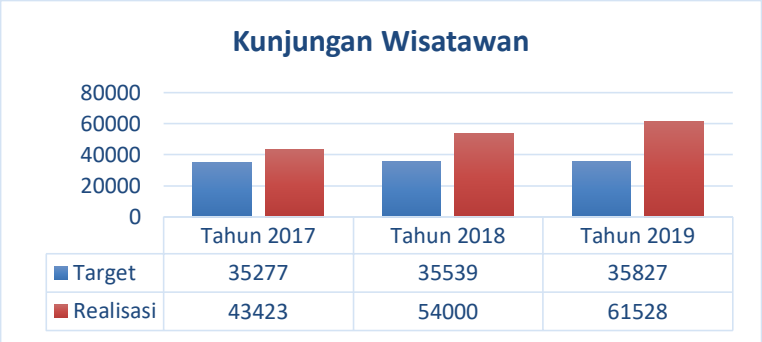
Berdasarkan gambar 5.3 matriks kuadran SWOT kampung kreasi di atas maka dapat diketahui nilai IFAS dan EFAS berada pada kuadran I, dimana nilai IFAS ialah sebesar 1.36 dan EFAS sebesar 0.85. dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat di simpulkan bahwa kampung kreasi lowita mempunyai potensi dan terus di kembangkan. Dalam hal ini maka pada posisi pada nilai Ifas dan Efas berada pada tingkatan Strategi Agresif yang memungkinkan untuk terus melakukan kegiatan memperbesar pertumbuhan dan perkembangan wisata kampung kreasi lowita kecamatan suppa, kabupaten Pinrang, hal ini sejalan dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pinrang yang mulai terbentuk pada awal tahun 2017 sesuai Peraturan Bupati Pinrang Nomor 56 Tahun 2016, telah menetapkan indikator kinerja utama dan target sebagai salah satu alat ukur. Adapun sasaran strategis yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga adalah: 1). Meningkatkan kualitas dan peran generasi muda dalam pembangunan yang diukur melalui indikator kinerja yaitu presentase organisasi kepemudaan yang aktif dan jumlah pemuda yang berprestasi, 2). Meningkatkan capaian prestasi olahraga, dengan indokator kinerja jumlah nomor cabang olahraga yang meraih medali dan jumlah atlet berprestasi, 3). Meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi wisata, dengan indikator kinerja

jumlah kunjungan wisatawan, 4). Terwujudnya tata kelola pemerintahan yang baik, dengan indikator kinerja nilai SAKIP.

Keberhasilan pembangunan pariwisata suatu daerah dapat dilihat dan diukur dari tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Sejalan dengan hal tersebut salah satu indikator penting untuk mewujudkan Kabupaten Pinrang sebagai daerah tujuan wisata adalah dengan melihat tingkat kunjungan wisatawan ke objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Pinrang.

Untuk mengetahui kinerja pencapaian sasaran Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pinrang yaitu meningkatnya kualitas dan kuantitas destinasi wisata dengan indikator kinerja meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan dapat dilihat pada grafik berikut ini :

Diagram 5.4 Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Pinrang



Berdasarkan pada gambar diatas, tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pinrang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Dimana pada awal tahun 2017 jumlah pengunjung 43.423 wisatawan telah mengalami peningkatan pengunjung sebanyak 54.000 wisatawan pada tahun 2018. Selisih 10.577 dari tahun sebelumnya. Sedangkan pada akhir periode Renstra Tahun 2019 peningkatan pengunjung sebanyak 61.528 atau selisih 7.528 orang pada tahun 2018. Kalau dilihat dari pencapaian dari target yang direncanakan tiap tahunnya, rata-rata capaiannya diatas 100%.

Hal yang telah dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan bagi para wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pinrang adalah dengan memberikan pelatihan kepada para pelaku usaha pariwisata dan masyarakat tentang jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh para wisatawan khususnya terhadap manajemen pengelolaan hotel, penginapan, home stay dan lain-lain.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa obyek wisata kampung kreasi yang berada di kabupaten Pinrang yang terbentuk pada tahun 2017 dan banyaknya potensi obyek wisata di kampung kreasi Lowita yang sudah memenuhi standar untuk dikembangkan secara lebih lanjut :

1). Kekuatan (Strength)

Konsep wisata kampung kreasi Lowita, banyaknya potensi wilayah yang dimiliki, lokasi yang strategi disertai pemandangan alam bawah laut, koordinasi dengan instansi berjalan dengan baik, dan jumlah personil yang cukup

2). Kelemahan (Weaknesess)

Rendahnya minat masyarakat untuk melestarikan dan mengembangkan pariwisata local yang sangat berpotensi untuk memajukan promosi dan nilai pendapatan masyarakat, anggaran sangat terbatas, SDM masih ada yang belum berpengalaman dalam pengembangan pariwisata, kerjasama dengan pelaku usaha belum efektif

3). Peluang (Opportunity)

Prioritas pengembangan wisata sebagai pemulihan ekonomi, beragam potensi daya tarik baik dalam budaya buatan khas yang dimiliki, situasi keamanan dan kenyamanan yang sangat kondusif, wisata bahari yang berkonsep wisata edukasi, dan perkembangan media massa dan promosi yang pesat.

4). Ancaman (Treaths)

Belum optimalnya program pemerintah, pengolaan potensi sumberdaya daerah dibidang pariwisata belum optimal, minat investasi dibidang usaha sangat kurang, berkembang pesatnya pembangunan dan pengembangan wisata kabupaten Pinrang.

Adapun setelah melakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman maka dapat disimpulkan strategi yang digunakan untuk perkembangan kampung kreasi Lowita yang ada di Kabuapten Pinrang yaitu:

a. Menawarkan konsep wisata alam yang berbasis kolaborasi dengan kelompok pemuda dan masyarakat
b. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam mempromosikan wisata
c. Mencetuskan gerakan gesit penyu (gerakan wisata konservasi penyu) sehingga menjadi daya tarik tersendiri
d. Menerapkan konsep wisata yang mengurnagi penggunaan plastic jika berada diarea wisata

Dan beberapa program yang ditetapkan dalam pengembangan pariwisata yaitu

a. Program pemgembangan pemasaran pariwisata
b. Program pemgembangan destinasi pariwisata dan
c. Program pemgembangan kemitraan

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dikemukan saran untuk semua aspek sebagai berikut:

1). Kondisi alam dan budaya serta semangat sadar wisata masyarakat kampung kreasi harus dijaga dan dilestarikan agar pariwisata kabupaten pinrang khususnya kampung kreasi tetap eksis dan local maupun mancanegara
2). Sumberdaya yang digunakan harus tetap diikutkan dalam pelatihan-pelatihan pun event agar dapat meningkatkan pariwisata dan mengedukasi dari setiap sektor
3). Kebersihan pada objek wisata lebih diperhatikan
4). Memperbanyak promosi-promosi tentang pariwisata melalui media sosial
5). Tetap menjaga kerukunan dan solidaritas antar sesama organisasi maupun komunitas.

DAKTAR PUSTAKA

Asriady, Ian. 2016. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng.* Skripsi sarjana: jurusan ilmu administrasi: UNHAS

Andrioktosilva. 2018. *Srategi Dinas Pariwisata dan Pengembangan Pariwisata Di Tana Toraja*. Skripsi, Prodi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin (UNHAS). Makassar

Baskoro, BRA dan Cecep Rukendi, Maret 2008, *Membangun Kota Pariwisata Berbasis Komunitas: Suatu Kajian Teoris*. Jurnal Kepariwisataan Indonesia. Volume 3, No. 1

Desa Wiringtasi. 2020. https://desawiringtasipinrang.wordpress.com/. Di akses tanggal 24 Ferbruari 2021

Google maps. Desa Wiringtasi URL: https://www.google.co.id/maps/place/Kampung+Kreasi+Lowita/@-3.9848846,119.5775346,756m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x2d95a53966092183:0x28eb83e9c4695059!8m2!3d-3.98489!4d119.5797233. Di akses tanggal 24 Februari 2021

Ira Ratna Wulan, Turtianto, Wiwik Widayanti.2012.*Strategi Pengelolaan Obyek Wisata Pangandaran Kabupaten Ciamis*.. Universitas Diponegoro. Semarang

Moleong, Lexy J.2007. *Metode Penelitian Kualitatife*. Bandung: PT.Remaja Posdakarya

Mappa, fajrin. 2012. *Strategi Pengembangan Pantai Tamarunang Sebagai Objek Wisata Pantai di Kabupaten Jeneponto.* Skripsi sarjana: jurusan arsitektur: UNHAS.

Nurfadillah, Khairunisa Afsari. 2017. *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran.* Skripsi sarjana: jurusan ilmu social dan ilmu politik: Universitas Lampung

Freddy Rangkuti, (2014). Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Waworuntu, Stanley dan Herlambang, Suryono, Oktober 2019. *Penataan Kawasan Wisata Pantai Pngumbahan Dengan Konsep Ekowisata.* Jurnal STUPA. Volume 1, No.2

Spillane (1987):21): *Pengertian Pariwisata*, Bandung, Angkasa.

Sondang P. Siagian. (2003). *Manajemen Srategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Saunsi, potjana. 2003. *Communiti Based Tourism Handbook.* Thailand: REST Project

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau Kecil

Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan

Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan

Zaenuri, Muchamad 2012. *Perencanaan Strategi Kepariwisataan Daerah.* Yogyakarta: e-Gov Publishing.