

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA TELUK BIRU (SELANGGRONG) DI KECAMATAN MUNCAR KABUPATEN BANYUWANGI

Azy Athoillah Yazid¹

Received: 18 Agustus 2021 | Accepted: 20 Oktober 2021 | Published: 08 Desember 2021

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia; azyathoillah@gmail.com

Abstract: Since tourism is growing more quickly and there is fierce rivalry, company owners in the industry work hard to provide every guest the greatest experience possible. Teluk Biru (Selanggrong) is one of the intriguing and well-known tourist sites in Banyuwangi nowadays. This tourism destination has undergone the most changes in managerial development in recent years. A strategy for creating tourist attractions that prioritizes the supply of facilities and infrastructure, expanding the involvement of the local community, quality of service, and promotion results in better tourism development. The purpose of this study is to outline the development plan for tourism attractions employed by Teluk Biru's (Selanggrong) management. In this study, descriptive methods are used with qualitative data. Interviews, observation, and documentation were the data gathering techniques employed. The findings of the study indicate that a well-executed development strategy may increase the number of tourists and the revenue from tourism attractions. Traveling to Teluk Biru (Selanggrong) may be made simpler for guests if adequate facilities and services are offered. One of the methods to draw guests is the Underwater Festival event. The administration runs effective marketing campaigns to promote Teluk Biru (Selanggrong) tourism.

Keywords: *Strategy, Development, Tourism*

<https://doi.org/10.59943/economic>

Publisher's Note: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pendahuluan

Pariwisata merupakan kekayaan alam yang bernilai ekonomis. Sektor pariwisata merupakan kegiatan yang memiliki peran strategis untuk memperbaiki pembangunan perekonomian dan dicanangkan sebagai salah satu pendorong perekonomian suatu daerah yang berpotensi akan wisatanya. Pariwisata termasuk salah satu sektor yang dapat menyerap tenaga kerja, oleh karenanya pemerintah berusaha menyusun strategi dan kebijakan yang dapat mendukung perkembangan sektor pariwisata. Potensi alam yang mengagumkan dapat dijadikan suatu daya tarik objek kunjungan wisata bagi masyarakat. Pengelolaan suatu kawasan wisata dapat menghasilkan nilai ekonomis yang sangat tinggi.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah yang terkenal akan wisatanya. Objek wisata di Banyuwangi yang mulai berkembang beberapa akhir tahun ini yaitu Teluk Biru (Selanggrong). Teluk Biru (Selanggrong) berada di Desa Wringinputih Kecamatan Muncar. Kawasan yang memiliki potensi wisata ini sudah ada sejak tahun 2008 dan mulai dikembangkan. Pengembangan wisata ini dilakukan oleh pengelola wisata bekerjasama dengan swadaya masyarakat dan pemerintah daerah berusaha untuk merubah pola pikir masyarakat nelayan yang mulai mengeksploitasi terhadap ekosistem laut dan pantai, sehingga kawasan ini di kembangkan menjadi lebih baik. Rumah Apung merupakan kawasan wisata yang menarik dikarenakan keunikan ekowisatanya. Wisata ini diresmikan sejak akhir tahun 2014 dan terus berkembang dengan baik sampai sekarang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak pengelola objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) jumlah pengunjung mulai tahun 2015-2017 sebanyak 1.140.341 orang. Peningkatan jumlah pengunjung setiap tahunnya terjadi pada setiap hari weekend maupun hari libur besar. Pengunjung yang datang ke wisata ini berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Jumlah pendapatan yang diperoleh dari tahun 2015-2017 sebanyak 12.648.940.000. Keseluruhan pendapatan yang diperoleh berasal dari aktivitas seluruh pengunjung yang menggunakan fasilitas wisata, permainan wisata, dan menggunakan paket wisata. Data tersebut menunjukkan bahwa objek wisata ini semakin dikenal oleh masyarakat dan mengalami perubahan yang lebih baik, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Teluk Biru (Selanggrong).

Pengelolaan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) diharapkan dapat menambah model pengembangan untuk lebih menambah daya tarik dan kepuasan wisatawan. Di dalam pariwisata banyak pelaku yang terlibat dan memiliki peran yang berbeda, tetapi harus diperhitungkan dalam perencanaan pariwisata (Damanik, 2006:21). Adapun pelaku yang terlibat dalam pengembangan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) yaitu pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan masyarakat lokal. Kebijakan pemerintah dalam pengembangan objek wisata dapat dilakukan seperti promosi, aksesibilitas, kawasan wisata, produk wisata, dan sumber daya manusia (Suwantoro, 2004:56).

Beberapa hal yang menarik dari wisata tersebut yaitu, keindahan alam yang berada dibawah laut seperti konservasi terumbu karang dan ikan hias jarang ditemukan di objek wisata lain yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) memiliki keindahan destinasi wisata air yang harus dikembangkan. Wringinputih merupakan salah satu daerah yang lautnya memiliki ombak dan arus yang tenang, sehingga tidak memiliki tingkat resiko bahaya yang tinggi untuk dilakukan wisata Underwater.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan strategi yang dilakukan pihak pengelola dalam pengembangan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong). Adapun penentuan lokasi penelitian menggunakan purposive area yaitu di objek wisata Teluk Biru (Selanggrong). Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian tentang strategi pengembangan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi, berdasarkan hasil yang diperoleh di lapangan melalui wawancara secara mendalam dengan informan utama dan observasi yang dilakukan dengan langsung di lapangan, bahwasannya keutamaan yang

harus dilakukan dalam strategi pengembangan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

a. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan faktor utama penunjang kelangsungan wisata bagi pengunjung. Sarana dan prasarana yang disediakan di Teluk Biru (Selanggrong) antara lain: loket, Home Stay atau penginapan, kantin, tempat membaca, toilet, area bersantai, tempat parkir, pedagang keliling, toko souvenir, peralatan snorkeling, dan permainan laut. Penyediaan fasilitas yang lebih memadai bertujuan untuk memenuhi kesejahteraan wisatawan. Pihak pengelola berusaha untuk melakukan pembaharuan sarana dan prasarana demi mengutamakan kenyamanan pengunjung. Pihak pengelola juga memiliki rencana untuk mengembangkan atraksi wisata supaya menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Teluk Biru (Selanggrong). Pembaharuan sarana dan prasarana yang di wisata ini dikarenakan pengelola lebih memprioritaskan kepuasan wisatawan.

b. Peningkatan Peran Masyarakat Sekitar Pengembangan objek wisata Teluk

Biru (Selanggrong) sangat dibutuhkan peran aktif dari masyarakat sekitar, dikarenakan sektor pariwisata memiliki dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Peran aktif masyarakat dalam pengembangan wisata ini adalah pembentukan kelompok masyarakat yang sadar akan wisata disebut POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata). Kerjasama antara pengelola, masyarakat sekitar, dan pemerintah daerah untuk memberikan dukungan dan mengadakan sosialisasi yang bertujuan untuk melatih dan membimbing masyarakat dalam menjaga dan melestarikan pariwisata. Masyarakat yang dilibatkan dalam pengembangan wisata dapat menghasilkan pola pikir yang lebih kreatif. Kreativitas masyarakat dapat menghasilkan kemajuan yang lebih baik terhadap kawasan wisata Teluk Biru (Selanggrong) seperti melaksanakan event tahunan yang menarik yaitu Festival Underwater.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan oleh semua perusahaan di bidang jasa khususnya industri pariwisata untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang berkualitas menjadi suatu prioritas pengelola objek

wisata Teluk Biru (Selanggrong), dikarenakan usaha di bidang pariwisata menjual produk-produk wisata yang memiliki keterkaitan langsung dengan kepuasan yang diterima oleh pengunjung. Suatu perusahaan akan mengalami keunggulan apabila memiliki nilai pelayanan yang berkualitas terhadap konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata Teluk Biru (Selanggrong) salah satunya adalah penyediaan paket wisata menuju pulau Tabuhan atau pulau Menjangan menggunakan kapal laut dengan jumlah penumpang 10 orang dan biaya Rp. 1.000.000; paket wisata tersebut dilengkapi dengan kamera, peralatan snorkeling, dan pemandu wisata. Apabila pelayanan yang diberikan dengan baik, maka dapat memengaruhi pengunjung untuk datang kembali ke wisata Teluk Biru (Selanggrong).

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pengelola untuk memperkenalkan kondisi objek wisata Teluk Biru (Selanggrong). Kegiatan promosi mengenai produk yang di jual di wisata Teluk Biru (Selanggrong) seperti mempublikasikan keindahan wisata bawah laut. Awal mula promosi objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) melalui face to face atau hanya sekedar informasi yang diberikan antara pengunjung satu dengan yang lainnya. Pengembangan promosi oleh pihak pengelola dilakukan melalui media elektronik dengan memperlihatkan keindahan wisata dan desain yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Pihak pengelola mempromosikan objek wisata ini bekerjasama dengan pihak humas Trans Tv, Trans 7, Kompas.com, Detik.com, dan RRI (Radio Republik Indonesia).

Promosi menggunakan media elektronik bertujuan agar pengelola wisata ini memberikan informasi yang mudah di akses masyarakat mengenai perkembangan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong). Seperti melalui media sosial yang dimiliki pengunjung seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram. Kegiatan promosi terbukti mampu memperkenalkan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) dengan baik kepada seluruh masyarakat yang ada di dalam negeri maupun luar negeri.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwasannya strategi pengembangan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) dapat dilaksanakan oleh pengelola secara baik. Pengembangan destinasi ekowisata dapat dilakukan dengan cara

meningkatkan kualitas pelayanan, mengembangkan sarana- prasarana, melakukan promosi, dan meningkatkan potensi masyarakat sekitar secara kreatif dan inovatif (Mastika, 2015:23). Pihak pengelola objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) dalam mengembangkan wisatanya mengutamakan penyediaan sarana dan prasarana, peningkatan peran masyarakat sekitar, kualitas pelayanan, dan promosi.

Proses pengembangan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) sejak tahun 2008 mengalami perbedaan sangat besar dibandingkan sejak diresmikan pada tahun 2014. Pelaksanaan pengembangan wisata ini dibantu dengan karyawan sebanyak 50 orang yang bertugas sesuai tugasnya masing-masing. Para karyawan setiap hari diberi evaluasi kinerja yang bertujuan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pengunjung. Teluk Biru (Selanggrong) mulai mengalami perubahan yang lebih baik pada tahun 2014 dari sisi penyediaan sarana dan prasarana berupa Rest Area seperti Gazebo dan toilet. Sedangkan pada tahun 2015-2016 pihak pengelola wisata melakukan pembaharuan fasilitas seperti kantin, taman baca, dan Home Stay. Pada tahun 2017-2018 fasilitas sarana dan prasarana di Teluk Biru (Selanggrong) sudah semakin memadai untuk wisatawan.

Keseluruhan fasilitas yang telah disediakan oleh pihak pengelola objek wisata sudah dilengkapi, akan tetapi masih terdapat pengelolaan lain seperti sarana dan prasarana yang kurang memadai seperti akses jalan yang kurang maksimal pada saat menuju kawasan wisata, sehingga masih ada perbaikan infrastruktur yang lebih baik untuk wisatawan. Pengembangan pariwisata saling keterkaitan dari aktivitas beberapa sektor, terutama dukungan penyediaan sarana dan prasarana merupakan salah satu indikator perkembangan pariwisata. Hal ini sesuai dengan pendapat Suryadana dan Vanny Octavia (2015:33) berbagai macam komponen wisata yang selalu ada dan saling berinteraksi satu sama lain dan diartikan sebagai penyediaan sarana dan prasarana antara lain, atraksi dan kegiatan- kegiatan wisata, akomodasi, fasilitas pelayanan wisata dan transportasi, dan infrastruktur.

Pengembangan suatu industri pariwisata sangat diperlukan peran aktif dari masyarakat sekitar. Pariwisata juga memiliki dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola wisata, upaya yang dilakukan untuk melibatkan masyarakat sekitar yaitu merubah pola pikir yang menghasilkan kreativitas. Perubahan pola pikir masyarakat bertujuan supaya masyarakat

menyadari potensi wisata disekitarnya untuk dikelola dan dimanfaatkan. Adanya pariwisata di sekitar masyarakat dapat dijadikan sebagai peluang usaha untuk menghasilkan pendapatan sebagai penunjang perekonomian.

Peningkatan kreativitas masyarakat yang lebih baik memiliki dampak positif dalam pengembangan objek wisata, dikarenakan masyarakat mulai memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan melindungi kawasan objek wisata. Hal ini sesuai dengan pendapat Mastika (2015:98) partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata sangat baik dalam aktivitas pariwisata.

Produk wisata yang ada di Teluk Biru (Selanggrong) dapat dinikmati oleh wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri dengan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan. Aktivitas wisatawan tidak terlepas dari pelayanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhannya. Adanya fasilitas yang disediakan pengelola wisata pada dasarnya memiliki keterkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan di Rumah Apung Bangrsing Underwater adalah sikap yang baik dan ramah, dikarenakan pelayanan tersebut untuk mencapai kualitas yang unggul dan ideal seperti yang diharapkan wisatawan.

Apabila jasa atau pelayanan yang diterima wisatawan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sudah baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima wisatawan tidak sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Hal ini sesuai dengan pendapat Wyckof (dalam Tjiptono, 2004:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelayanan dalam pariwisata tidak dilakukan secara maksimal, maka akan memengaruhi tingkat wisatawan yang berkunjung ke Teluk Biru (Selanggrong).

Promosi merupakan salah satu kegiatan strategi pengembangan objek wisata yang dilakukan oleh pengelola Teluk Biru (Selanggrong). Promosi pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai macam bentuk dan memiliki tujuan untuk memperlihatkan keindahan dan keragaman wisata yang dapat menjadi daya tarik wisatawan. Kegiatan promosi yang dilakukan pengelola objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) melalui media elektronik. Perkembangan zaman yang semakin maju dan teknologi semakin modern, sehingga pengelola berupaya untuk membuat desain promosi lebih baik dan menarik. Upaya

penhelola dalam mempromosikan objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) melakukan kerjasama secara baik dengan pihak kehumasan dan publisitas seperti Trans Tv, Trans 7, Kompas.com, Detik.com, dan RRI (Radio Republik Indonesia).

Kegiatan promosi berbasis teknologi modern seperti media elektronik diharapkan mampu memperkenalkan objek wisata lebih luas dan mampu membujuk minat wisatawan untuk berkunjung ke Teluk Biru (Selanggrong). Apabila ada kegiatan event di wisata ini informasi langsung dapat di akses di laman media elektronik, hal tersebut merupakan bentuk promosi yang efektif dan efisien. Hal ini sesuai dengan pernyataan Dewi (dalam Suryadana dan Vanny Octavia, 2015:145) promosi pariwisata tidak lepas dari instrumen. Beberapa macam instrumen promosi dapat melalui periklanan, kehumasan dan publisitas, dan pemasaran langsung. Pada umumnya promosi bebas dilakukan bagi semua kalangan masyarakat yang sebagian besar mempublikasikan melalui media sosial pribadinya seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram.

Strategi pengembangan yang di terapkan di Teluk Biru (Selanggrong) tidak hanya mengutamakan penyediaan sarana dan prasarana, peningkatan peran masyarakat sekitar, kualitas pelayanan, dan promosi. Teluk Biru (Selanggrong) merupakan objek wisata yang memiliki pesona keindahan di bawah laut, sehingga pengelola tergugah untuk merencanakan kembali strategi pengembangan wisata dan memperkenalkannya di kalangan masyarakat luas. Salah satu strategi yang dilaksanakan di Teluk Biru (Selanggrong) yaitu adanya pergelaran event Festival Underwater.

Festival Underwater merupakan salah satu strategi pengembangan objek wisata yang digelar di salah satu wisata bahari di Banyuwangi yaitu Teluk Biru (Selanggrong) yang bertujuan untuk menonjolkan pesona wisata yang dimilikinya, sehingga wisata tersebut dikenal oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri. Berbagai macam Festival Underwater yang dilakukan diantaranya adalah Tari Gandrung di dasar laut. Beragam kegiatan unik yang terdapat di Festival Underwater lainnya seperti “Nemo Dancing” maksudnya pengamatan ikan Nemo yang dilakukan selama 48 jam di dalam laut, pelatihan produk olahan ikan laut, dan edukasi bahari kepada 250 orang pelajar Banyuwangi. Hal tersebut merupakan strategi dari pengelola untuk melakukan sesuatu yang berbeda dalam mengembangkan pariwisata, Perkembangan wisata yang lebih baik dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke Teluk Biru (Selanggrong).

Adanya pariwisata yang dikembangkan di Teluk Biru (Selanggrong) memberikan dampak positif terhadap kondisi perekonomian masyarakat sekitar. Perkembangan objek wisata terjadi semakin pesat, disebabkan kerjasama yang baik antara pengelola objek wisata dan masyarakat, sehingga dapat menghasilkan kontribusi terhadap sektor perekonomian. Pada awalnya perekonomian masyarakat sekitar objek wisata tergolong sangat sederhana, akan tetapi semenjak adanya pariwisata menjadi peluang bagi masyarakat untuk membuka usaha dan mencari keuntungan.

Kondisi perekonomian masyarakat yang mengalami kemajuan berasal dari kegiatan masyarakat untuk membuka usaha disekitar objek wisata Teluk Biru (Selanggrong) seperti, menjual makanan dan minuman yang dibutuhkan wisatawan, dengan begitu masyarakat memperoleh pendapatan yang dapat membantu kebutuhannya. Perkembangan perekonomian juga dirasakan oleh pemerintah Desa Wringinputih. Pemerintah Desa Wringinputih memperoleh pendapatan dari pengelolaan tiket masuk ke objek wisata Teluk Biru (Selanggrong). Sektor pariwisata sangat memberikan manfaat dan memberikan pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwasannya strategi pengembangan objek wisata yang diterapkan oleh pihak pengelola dalam mengutamakan penyediaan sarana dan prasarana, meningkatkan peran masyarakat, kualitas pelayanan, dan promosi sudah dilakukan dengan baik. Strategi yang dilakukan pengelola memiliki tujuan untuk meningkatkan potensi wisata Teluk Biru (Selanggrong) yang lebih baik dengan mengadakan event Festival Underwater, sehingga mengalami kemajuan dan menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Berbagai macam strategi yang diterapkan oleh pengelola wisata memberikan dampak terhadap peningkatan pengunjung pada setiap harinya, terutama pada saat weekend.

Referensi

- Damanik, J. dan Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi. Mustika.
- I.K. (2015). *Refleksi Pengembangan Ekowisata Berbasis Taman Nasional di Kabupaten Banyuwangi*. Banyuwangi: Center for Society Studies.
- Suryadaya, M dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta