

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DESTINASI WISATA DAERAH TERTINGGAL

Rattih Poerwarini¹, Indung Sudarso², I Nyoman Lokajaya³

^{1,2} Magister Teknik Industri ITATS, Surabaya , Jl. Arief Rahman Hakim No. 100 Surabaya

³ Teknik Industri Untag, Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Email : rinihadilokajaya@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi potensi alam, budaya dan sejarah yang dimiliki Kabupaten Sampang untuk dikembangkan sebagai daya tarik destinasi wisata, (2) Mengkaji kondisi lingkungan internal dan eksternal sebagai daya tarik destinasi wisata, (3) Merumuskan strategi untuk pengembangan daya tarik destinasi wisata. Responden pada penelitian ini adalah instansi pemerintah, tokoh masyarakat, pelaku usaha pariwisata, akademisi yang berkaitan dengan pariwisata di Kabupaten Sampang. Hasil penelitian adalah (1) Potensi yang dimiliki Kabupaten Sampang untuk dikembangkan sebagai daya tarik destinasi wisata adalah wisata alam, budaya dan purbakala, (2) Kondisi lingkungan internal berupa a. Faktor kekuatan meliputi tempat, keanekaragaman wisata, b. Faktor kelemahan meliputi kebersihan dan kelestarian lingkungan, sarana pariwisata. Kondisi lingkungan eksternal berupa a. Faktor peluang meliputi kondisi ekonomi, berkembangnya destinasi wisata, peran serta masyarakat, politik, keamanan, teknologi Informasi, kemampuan daya saing, b. Faktor ancaman meliputi global warming, kelestarian lingkungan, kebijakan pemerintah, transportasi, (3) Strategi yang dilakukan adalah strategi pertumbuhan, yaitu a. Pengembangan produk meliputi penataan fasilitas, pengadaan museum budaya dan sejarah, b. Pengembangan promosi meliputi promosi, kerjasama, Pengadaan Tourist Information Center (TIC), c. Pengembangan pariwisata berkelanjutan meliputi peningkatan kualitas lingkungan, kehidupan sosial budaya masyarakat lokal, perekonomian masyarakat, peningkatan SDM melalui pelatihan pariwisata

Kata kunci: SWOT, daya saing, destinasi wisata

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Sampang merupakan wilayah yang tergolong sebagai daerah tertinggal di Provinsi Jawa Timur, hal ini diindikasikan oleh adanya kondisi ekonomi dan kualitas sumber daya manusia yang masih rendah, serta infrastruktur yang belum memadai. Kabupaten ini menjadi prioritas pembangunan daerah tertinggal di kepulauan Madura. Kabupaten Sampang memiliki tiga jenis wisata, yaitu wisata alam, wisata budaya dan wisata purbakala yang mencakup lebih dari 15 (lima belas) destinasi wisata. Selama lima tahun berturut-turut, kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sampang meningkat dari 31.453 orang pada tahun 2011, menjadi 57.786 orang pada tahun 2015.

Hasil kajian Badan Pengembangan Wilayah Surabaya Madura (BPWS) tahun 2015, tentang kriteria penilaian daya tarik destinasi wisata Kepulauan Madura menunjukkan bahwa terdapat 5 (lima) destinasi wisata di Kabupaten Sampang yang memiliki daya tarik dan sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Pantai Camplong, Gua Lebar, Hutan Kera Nepa, Air Terjun Toroan, Situs Makam Ratu Ebu. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun Kabupaten Sampang memiliki lebih dari 15 (lima belas) destinasi wisata, namun hanya terdapat 5 (lima) destinasi wisata di Kabupaten Sampang yang memiliki daya tarik dan sering dikunjungi oleh wisatawan, sedangkan untuk destinasi wisata yang lain masih kurang diminati.

Dari permasalahan tersebut perlu dilakukan penelitian untuk mendapatkan informasi penilaian yang berpotensi dapat meningkatkan daya saing dan kunjungan wisatawan, serta dirumuskan suatu strategi pengembangan daya saing yang terbaik untuk kawasan destinasi wisata di Kabupaten Sampang melalui pendekatan analisis SWOT dengan melihat pengaruh internal dan eksternalnya.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi potensi alam, budaya dan sejarah yang dimiliki Kabupaten Sampang untuk dikembangkan sebagai daya tarik destinasi wisata, (2) Mengkaji kondisi lingkungan internal dan eksternal sebagai daya tarik destinasi wisata, (3) Merumuskan strategi untuk pengembangan daya tarik destinasi wisata.

2. METODOLOGI

2.1. Strategi Peningkatan Daya Saing

Dalam usaha untuk memperoleh keunggulan bersaing menurut Kotler (2001:295) yaitu dengan membangun hubungan pelanggan yang didasarkan pada: a. Nilai pelanggan. Nilai bagi pelanggan merupakan perbedaan antara nilai total bagi pelanggan dan biaya total pelanggan terhadap penawaran pemasaran ('laba' bagi pelanggan) b. Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan, maka pembelinya tidak puas. Kepuasan pelanggan terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata sebuah produk, relatif terhadap harapan pembeli.

2.2. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2009:18), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang menerangkan bahwa suatu perusahaan harus memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kekurangan dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Tujuan dari analisis SWOT ini dapat digunakan untuk mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki oleh suatu perusahaan serta produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan mengoptimalkan peluang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

2.3. Subyek Penelitian

Populasi

Populasi penelitian adalah destinasi wisata di Kabupaten Sampang Pulau Madura.

Sampel

Sampel dari penelitian ini adalah instansi pemerintah, tokoh masyarakat, pelaku usaha pariwisata, akademisi yang berkaitan dengan pariwisata, serta wisatawan pengunjung destinasi wisata.

2.4. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sampang, dan sebagai obyek penelitian ini adalah destinasi wisata di kabupaten Sampang, dan waktu penelitian kurang lebih 2 bulan, diawali dengan tahapan persiapan yang meliputi survei lapangan dan pengumpulan data sekunder. Tahap berikutnya adalah tahap pelaksanaan penelitian yang terdiri dari konsultasi dan observasi lapangan serta wawancara langsung.

2.5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data berupa kamera digital untuk merekam gambar dan voice recorder sebagai perekam suara, alat tulis untuk pencatatan informasi data yang diperlukan dalam penelitian, meliputi pedoman wawancara (interview guide) untuk kuesioner.

Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak berupa angka – angka tetapi berupa keterangan – keterangan mengenai variabel – variabel yang akan diteliti, yang dalam penelitian ini ruang lingkupnya yaitu dilakukan pendekatan – pendekatan melalui pendekatan berbasis berkelanjutan, dan pariwisata alternatif

2. Data kuantitatif

Data kuantitatif, yaitu berupa data dalam bentuk angka yang dapat dihitung atau diolah secara matematis atau statistik untuk menarik suatu simpulan. Data ini terdiri dari jumlah penduduk, rata – rata pembobotan, perbandingan terhadap setiap kawasan pariwisata

Sumber Data

Berdasarkan sumbernya data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama atau secara langsung diperoleh pada tempat penelitian di Kabupaten Sampang baik secara lisan maupun secara tertulis dari para responden dan informan. Data tersebut meliputi data hasil observasi, wawancara dengan informan (instansi pemerintah, tokoh masyarakat, pelaku usaha pariwisata dan akademisi), dan data hasil pengisian kuisisioner.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari pihak pertama melainkan dari pihak – pihak tertentu yang terkait dengan penelitian ini. Data tersebut berupa dokumen atau arsip resmi, seperti monografi Kabupaten Sampang dan data kunjungan wisatawan.

2.6. Prosedur Pengumpulan Data

Didalam teknik pengambilan data, digunakan beberapa teknik pengambilan yaitu :

1. Teknik wawancara, yaitu untuk mendapatkan data dengan jalan melakukan wawancara atau tanya jawab mendalam secara langsung antara peneliti dengan informan.
2. Observasi Partisipatif yaitu observasi yang sekaligus melibatkan diri selaku 'orang dalam' pada suatu situasi sosial. Hal ini dimaksudkan agar peneliti tidak hanya berdiri sebagai orang luar dalam situasi sosial yang tengah diobservasi tetapi juga sekaligus melibatkan diri selaku orang dalam.
3. Studi Kepustakaan, yaitu untuk mendapatkan data dengan jalan menggunakan literatur yang ada di perpustakaan.

2.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah sebagai berikut :

1. Penyebaran dan Pengisian Kuesioner

Pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert yang dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tindakan pada setiap butir yang menguraikan pelayanan produk. Kategori yang digunakan oleh skala likert berupa analisis tingkat harapan dan kepuasan dengan lima kategori sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju / sangat baik / sangat penting diberi bobot 5
- b. Jawaban setuju / baik / penting diberi bobot 4
- c. Jawaban cukup setuju / cukup baik / cukup penting diberi bobot 3
- d. Jawaban tidak setuju / tidak baik / tidak penting diberi bobot 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju / sangat tidak baik / sangat tidak penting diberi bobot 1

2. Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal ini menggunakan metode analisis yaitu analisis matriks IFAS – EFAS dan analisis matrik SWOT. Adapun metode analisis tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Analisis matriks IFAS dan EFAS

Analisis matriks IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) merupakan metode analisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor – faktor internal dan eksternal yang dianalisis terhadap kondisi kawasan wisata Kabupaten Sampang.

Analisis Matriks IFAS

Setelah faktor – faktor strategi internal diidentifikasi, maka selanjutnya dilakukan analisis dengan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dengan tahapan sebagai berikut :

1. Membuat daftar faktor – faktor internal kondisi kawasan wisata di Kabupaten Sampang yang berupa kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).
2. Melakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan, sehingga total bobot sama dengan satu.
3. Memberi peringkat (*rating*) antara 1 sampai dengan 5 bagi masing – masing faktor kekuatan dan kelemahan, yang memiliki nilai 1 (sangat lemah), 2 (lemah), 3 (cukup kuat), 4 (kuat), 5 (sangat kuat). Penentuan rating bagi faktor yang bersifat positif (kekuatan) dengan nilai + 1 (sangat lemah) sampai dengan +5 (sangat kuat). Sedangkan faktor yang bersifat negatif (kelemahannya), merupakan kebalikannya. Jadi nilai rating menunjukkan kenyataan kondisi kawasan wisata Kabupaten Sampang, sedangkan bobot adalah harapan keberadaan kawasan wisata Kabupaten Sampang
4. Mengalikan antara bobot dan rating dari masing – masing faktor untuk menentukan nilai skornya.
5. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi obyek yang dinilai (kawasan wisata Kabupaten Sampang). Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal obyek adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Analisis Matriks EFAS

Jika telah diidentifikasi faktor – faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, maka dilanjutkan dengan melakukan analisis faktor – faktor strategis eksternal untuk menganalisis hal – hal yang berkaitan dengan persoalan ekonomi, sosial-budaya, demografi, politik, hukum, teknologi, dan persaingan yang tentunya akan berpengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata Kabupaten Sampang. Analisis matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*) dengan tahapan seperti tabel dengan tahapan sebagai berikut:

1. Membuat daftar faktor – faktor eksternal konsisi kawasan wisata Kabupaten Sampang berupa Peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*)
 2. Melakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan, sehingga total bobot sama dengan satu.
 3. Memberi peringkat (*rating*) antara 1 sampai dengan 5 bagi masing – masing faktor peluang dan ancaman, yang memiliki nilai 1 (sangat lemah), 2 (lemah), 3 (cukup kuat), 4 (kuat), 5 (sangat kuat). Penentuan rating bagi faktor yang bersifat positif (peluang) dengan nilai + 1 (sangat lemah) sampai dengan +5 (sangat kuat). Sedangkan faktor yang bersifat negatif (ancamannya), merupakan kebalikannya. Jadi nilai rating menunjukkan tingkat pengaruh dan mengacu pada kondisi kawasan wisata Kabupaten Sampang
 4. Mengalikan antara bobot dan rating dari masing – masing faktor untuk menentukan nilai skornya.
 5. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi obyek yang dinilai (kawasan wisata Kabupaten Sampang). Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara eksternal obyek adalah lemah, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat.
3. Analisis SWOT

Analisis matriks SWOT adalah keberlanjutan analisis situasi internal – eksternal, dimana faktor – faktor internal berupa faktor – faktor kekuatan dan kelemahan dikombinasikan dengan faktor – faktor eksternal berupa faktor peluang dan ancaman, kombinasi ini akan menghasilkan beberapa strategi alternatif pengembangan kawasan wisata Kabupaten Sampang yaitu:

a. Strategi SO (*Strength Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya. Dalam hal ini seluruh kekuatan yang dimiliki kawasan wisata Kabupaten Sampang dimanfaatkan untuk merebut semua peluang yang dimilikinya.

b. Strategi ST (*Strength Threats*)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dalam hal ini kawasan wisata Kabupaten Sampang untuk mengatasi ancaman yang dihadapinya.

c. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dalam kawasan wisata Kabupaten Sampang.

d. Strategi WT (*Weaknesses Threats*)

Strategi ini didasarkan kepada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha menghindari ancaman.

4. Strategi Pengembangan Daya Saing Destinasi Wisata Kabupaten Sampang

Dari hasil analisis deskriptif kualitatif, analisis IFAS – EFAS dan analisis matrik SWOT, didapatkan :

1. Potensi yang dimiliki untuk dikembangkan sebagai daya saing destinasi wisata
2. Kondisi lingkungan internal dan eksternal sebagai daya saing destinasi wisata
3. Strategi yang sesuai untuk pengembangan daya saing destinasi pariwisata

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan penyebaran dan pengisian kuesioner dilakukan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

3.1. Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

a. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dimulai dengan melakukan pembobotan terhadap faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada daya tarik wisata di Kabupaten Sampang. Pembobotan diisi oleh responden yang berjumlah 30 orang. Berdasarkan jawaban yang diberikan para responden, diperoleh jawaban yang berbeda-beda sehingga perlu untuk membuat rata-rata dari keseluruhan jawaban yang diberikan

Tabel 1. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Keterangan	
Daya Tarik / Atraksi (<i>Attraction</i>)	Tempat Wisata yang unik dan menarik	0,060	3,40	0,204	Kekuatan	
	Keanekaragaman Tempat Wisata	0,055	2,87	0,158	Kekuatan	
	Kebersihan lingkungan	0,065	2,47	0,161	Kelemahan	
Aksesibilitas (<i>Accessibility</i>)	Terletak di dekat Ibukota Provinsi	0,053	3,23	0,171	Kekuatan	
	Kedekatan daya tarik dengan Pelabuhan dan Bandara Udara	0,055	3,30	0,182	Kekuatan	
	Kualitas jalan menuju daya tarik pariwisata	0,061	2,77	0,169	Kekuatan	
	Ketersediaan angkutan pariwisata	0,062	2,50	0,155	Kelemahan	
	Posisi obyek pariwisata sangat strategis	0,059	3,13	0,185	Kekuatan	
	Kenyamanan (<i>Amenities</i>)	Sarana Pariwisata	0,061	2,40	0,146	Kelemahan
		Tempat parkir	0,054	2,47	0,133	Kelemahan
Toilet		0,062	2,40	0,149	Kelemahan	
Warung / rumah makan, pedagang kaki lima		0,051	2,17	0,111	Kelemahan	
Jasa Tambahan (<i>Ancillary Services</i>)	Pengelola daya tarik pariwisata	0,059	2,50	0,148	Kelemahan	
	Kualitas pelayanan	0,064	3,03	0,194	Kekuatan	
	Promosi	0,062	2,40	0,149	Kelemahan	
	<i>Tourist Information Centre</i>	0,061	2,27	0,138	Kelemahan	
	Aturan (<i>Code of Conduct</i>)	0,059	3,10	0,183	Kekuatan	
	Total	1,000		2,735		

Keterangan :

Faktor rating kekuatan berada pada rentang 2.51 sampai 4.00 dan faktor rating kelemahan berada pada rentang 1.00 sampai 2,50.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal di Kabupaten Sampang diawali dengan pembobotan lingkungan eksternal oleh responden yang sama. Pembobotan dilakukan terhadap beberapa variabel eksternal yaitu ekonomi, sosial budaya, lingkungan, dan pemerintah, kemajuan teknologi, pesaing dan keamanan.

Tabel 2. External Factor Analysis Summary (EFAS)

Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Keterangan
Ekonomi	Kondisi ekonomi global	0,064	2,89	0,185	Peluang
	Kondisi ekonomi nasional	0,068	2,77	0,188	Peluang
Sosial Budaya	Meningkatnya minat masyarakat terhadap aktivitas wisata	0,073	3,37	0,246	Peluang
	Kecenderungan berkembangnya destinasi wisata	0,074	3,30	0,244	Peluang
	Peran serta masyarakat dalam	0,079	3,47	0,274	Peluang

Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Keterangan
	melestarikan destinasi wisata				
Lingkungan	<i>Global Warning</i>	0,068	2,30	0,156	Ancaman
	Kesadaran masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan	0,078	2,23	0,174	Ancaman
Politik dan Pemerintah	Kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata	0,075	2,43	0,182	Ancaman
	Kondisi politik global	0,063	2,60	0,164	Peluang
	Kondisi politik nasional	0,064	2,60	0,166	Peluang
	Keamanan wilayah	0,077	3,17	0,244	Peluang
Kemajuan Teknologi	Informasi	0,075	2,67	0,200	Peluang
	Transportasi	0,075	2,47	0,185	Ancaman
Daya Saing	Daya saing dengan daya tarik destinasi wisata lain	0,067	2,70	0,181	Peluang
	Total	1,000		2,791	

Keterangan :

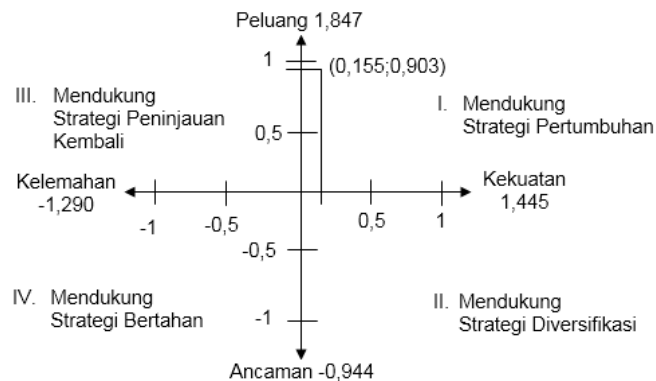
Faktor rating peluang berada pada rentang 2,51 sampai 4,00 dan faktor rating ancaman berada pada rentang 1,00 sampai 2,50.

Dari hasil analisis tabel faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa untuk nilai skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

- Faktor kekuatan (*strengths*) : 1,445
- Faktor kelemahan (*weaknesses*) : 1,290
- Faktor peluang (*opportunities*) : 1,847
- Faktor ancaman (*threats*) : 0,944

3.2. Analisis SWOT

Dari perhitungan tersebut, maka diketahui nilai *strengths* lebih tinggi dari nilai *weaknesses* dengan selisih (+) 0,155 dan nilai *opportunity* diatas nilai *threat* dengan selisih (+) 0,903. Dari hasil identifikasi faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram SWOT

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa strategi yang harus diterapkan untuk pengembangan daya saing destinasi wisata di Kabupaten Sampang adalah mendukung strategi pada kuadran I, yaitu strategi pertumbuhan (*Growth*). Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, destinasi wisata memiliki peluang dan kekuatan.

Tabel 3. Analisis SWOT Peningkatan Daya Saing Destinasi Wisata di Kabupaten Sampang

Faktor Internal	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	1. Tempat Wisata yang unik dan menarik	1. Kurangnya kebersihan dan kelestarian lingkungan
	2. Keanekaragaman Tempat	2. Kurangnya ketersediaan

Wisata	angkutan wisata
3. Terletak di dekat Ibukota Provinsi	3. Kurangnya sarana pariwisata
4. Kedekatan daya tarik dengan Pelabuhan dan Bandara Udara	4. Kurang tersedianya lahan parkir
5. Kualitas jalan menuju daya tarik pariwisata	5. Masih minimnya fasilitas toilet untuk umum
6. Posisi obyek pariwisata sangat strategis	6. Kurang tertatanya keberadaan warung dan pedagang kaki lima
7. Kualitas pelayanan	7. Belum adanya pengelolaan daya Tarik wisata
8. Aturan (<i>Code of Conduct</i>) jelas	8. Belum maksimalnya upaya promosi
	9. Belum tersedianya <i>Tourist Information Center</i> (TIC)

Faktor Eksternal

Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Kondisi ekonomi global	Strategi pengembangan produk :	Strategi pengembangan promosi :
2. Kondisi ekonomi nasional	1. Penataan Kawasan dan peningkatan fasilitas pariwisata	1. Promosi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sampang
3. Kecenderungan berkembangnya destinasi wisata	2. Pembuatan museum Budaya dan sejarah	2. Kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata
4. Peran serta masyarakat dalam melestarikan destinasi wisata		3. Pengadaan <i>Tourist Information Center</i>
5. Kondisi politik global		
6. Kondisi politik nasional		
7. Keamanan wilayah destinasi wisata		
8. Kemajuan teknologi Informasi		
9. Kemampuan daya saing dengan daya tarik wisata sejenis		
Treaths (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. <i>Global Warming</i>	Strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan :	Strategi pengembangan SDM :
2. Kurangnya Kesadaran masyarakat di Luar Kota dalam melestarikan lingkungan	1. Peningkatan kualitas lingkungan	Peningkatan Sumber Daya Manusia melalui pelatihan pariwisata
3. Kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata	2. Peningkatan kualitas kehidupan sosial budaya masyarakat local	
4. Transportasi yang masih kurang	3. Peningkatan perekonomian masyarakat	

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Potensi alam, budaya dan sejarah yang dimiliki Kabupaten Sampang untuk dikembangkan sebagai daya tarik destinasi wisata adalah sebagai berikut:
 - a. Wisata Alam

Pantai Wisata Camplong, Wisata Kolam Renang Sumber Oto, Wisata Waduk Klampis, Wisata Air Terjun Toroan, Wisata Hutan Kera Nepa, Wisata Waduk pah, Wisata Goa Lebar, Wisata Goa Macan, Wisata Goa Kelelawar.

- b. Wisata Budaya
Atraksi Kerapan Sapi, Atraksi Sapi Sonok, Atraksi Budaya Rokat Tase', Tarian dan Kesenian Tradisional.
 - c. Wisata Purbakala
Situs Pababaran Trunojoyo, Situs Makam Ratu Ebu (Madegan), Sumur Tujuh Petilasan Pangeran Panji laras, Sumur Daksan, Situs Makam Pangeran Santo Merto, Situs Makam Bangsacara dan Ragapadmi, Situs Makam Sayyid Ustman Bin Ali Bin Abdullah Al-Habsy.
2. Kondisi lingkungan internal dan eksternal Kabupaten Sampang sebagai daya tarik destinasi wisata adalah sebagai berikut :
- Kondisi lingkungan internal berupa :
- a. Faktor-faktor kekuatan (*Strengths*) meliputi : Tempat Wisata yang unik dan menarik, Keanekaragaman Tempat Wisata, Terletak di dekat Ibukota Provinsi, Kedekatan daya tarik dengan Pelabuhan dan Bandara Udara, Kualitas jalan menuju daya tarik pariwisata, Posisi obyek pariwisata sangat strategis, Kualitas pelayanan, Aturan (*Code of Conduct*) jelas.
 - b. Faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) meliputi: Kurangnya kebersihan dan kelestarian lingkungan, Kurangnya ketersediaan angkutan wisata, Kurangnya sarana pariwisata, Kurang tersedianya lahan parkir, Masih minimnya fasilitas, toilet untuk umum, Kurang tertatanya, keberadaan warung dan pedagang kaki lima, Belum adanya pengelolaan daya Tarik wisata, Belum maksimalnya upaya promosi, Belum tersedianya *Tourist Information Center* (TIC)
- Kondisi lingkungan eksternal berupa :
- a. Faktor-faktor peluang (*Opportunities*) meliputi Kondisi ekonomi global, kondisi ekonomi nasional, Kecenderungan berkembangnya destinasi wisata, Peran serta masyarakat dalam melestarikan destinasi wisata, Kondisi politik global, Kondisi politik nasional, Keamanan wilayah destinasi wisata, Kemajuan teknologi Informasi, serta Kemampuan daya saing dengan daya tarik wisata sejenis
 - b. Faktor-faktor ancaman (*Treaths*) meliputi *Global Warming*, Kurangnya Kesadaran masyarakat di Luar Kota dalam melestarikan lingkungan, Kebijakan pemerintah untuk pariwisata, serta Transportasi yang masih kurang.
3. Berdasarkan analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang harus diterapkan adalah mendukung strategi pertumbuhan (*Growth*). Rumusan strategi peningkatan daya saing destinasi wisata di Kabupaten Sampang adalah sebagai berikut :
- a. Strategi pengembangan produk :
 - 1. Penataan Kawasan, peningkatan fasilitas pariwisata
 - 2. Pembuatan museum Budaya dan sejarah
 - b. Startegi pengembangan promosi :
 - 1. Promosi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sampang
 - 2. Kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata
 - 3. Pengadaan *Tourist Information Center* (TIC)
 - c. Strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan :
 - 1. Peningkatan kualitas lingkungan
 - 2. Peningkatan kualitas kehidupan sosial budaya masyarakat local
 - 3. Peningkatan perekonomian untuk masyarakat
 - d. Strategi pengembangan SDM, yaitu Peningkatan Sumber Daya Manusia melalui pelatihan pariwisata

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan Wilayah Surabaya Madura (BPWS), 2015, Penyusunan Studi Kelayakan Kawasan Wisata Kawasan Kaki Jembatan Sisi Madura
- Kotler, Philip. 2001. *Manajamen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.