



Jurnal Kemaritiman: Indonesian Journal of Maritime



Alamat Jurnal: <https://ejournal.upi.edu/index.php/kemaritiman>

Strategi Pengembangan Potensi dan Sumber Daya Wisata Pantai Kejawanan Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk agar Dapat Menjadi Salah Satu Destinasi Wisata Bahari yang Dapat di Andalkan di Kota Cirebon Provinsi Jawa Barat

Melia Handayani*, Syifa Fajar Mauliani, Rubby Rahman Tsani, Muchamad Hartanto

Logistik Kelautan, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota
Bandung, Jawa Barat 40154

Correspondence: E-mail: melia.handayani@upi.edu

ABSTRACT

The beauty of nature and its cultural diversity has become an attraction in its creation and development. Tourism has now become one of the sectors that is able to contribute to considerable economic growth. Cirebon city has an extraordinary attraction that can be developed. The Cirebon City Government has set a tourism slogan, namely "The Gate of Secret" which means a secret door, meaning that Cirebon culture has a lot of tourist attractions, ranging from arts, traditions, architectural buildings, this is also strengthened by the palaces that owned by Cirebon which has long been a strong identity, in addition to natural tourism and unique culinary tourism. Another possibility is that arriving in Cirebon City is only for transit, for business purposes, because Cirebon City is the border between the Provinces of West Java and Central Java. The purpose of this study is to examine the potential and resources of Kejawanan Beach so that it can be developed into one of the marine tourism destinations that can be relied on in the city of Cirebon by analyzing and developing appropriate tourism development strategies. This research approach is descriptive qualitative using SWOT analysis technique. In this research, identification of internal factors and external factors that influence the development of tourism objects is carried out. The location of the research was conducted at Kejawanan

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 03 007 2021

First Revised 10 007 2021

Accepted 04 08 2021

First Available online 25 011 2021

Publication Date 01 012 2021

Keyword:

Kejawanan Beach, Baharo
Tourism,
SWOT

Beach, Pegambiran Village, Lemahwungkuk District, Cirebon City, West Java Province because the beach is the main entrance to the tourist area. The method of data collection by filling out questionnaires is done by giving questions to 30 respondents related to existing research. The questions asked will be distributed before and after the research conducted online (Google Forms). In formulating a strategy for developing kejawanan beach tourism in this study using a SWOT analysis. After the author analyzes the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of this Kejawanan beach tourism, then the author will formulate the strategy by combining the 4 SWOT components, namely the SO (Strengths and Opportunities) strategy. , ST strategy (Strengths and Threats), WO strategy (Weakness and Opportunities), and WT strategy (Weakness and Threats). Of course, in carrying out the formulated strategy, good cooperation between the government, the private sector and the community is needed.

© 2023 Kantor Jurnal dan Publikasi UPI

1. INTRODUCTION

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki beragam potensi pariwisata. Keindahan alam dan ragam budayanya telah menjadi daya tarik dalam penciptaan dan pengembangannya. Pariwisata kini telah menjadi salah satu sektor yang mampu memberikan kontribusi kepada pertumbuhan ekonomi cukup besar. Kepariwisataan dapat dijadikan sebagai katalisator dalam menggalakkan pembangunan perekonomian karena memberikan dampak terhadap perekonomian di negara yang dikunjungi wisatawan (Femi dan Herniwati, 2013). Aktivitas pariwisata banyak melibatkan berbagai lapisan masyarakat, institusi bisnis, sehingga memunculkan efek berganda dan mampu menggerakkan roda perekonomian. Jumlah kunjungan wisatawan baik itu domestik maupun mancanegara yang datang merupakan hal yang penting dalam berperan meningkatkan transaksi pada suatu wilayah yang dikunjungi.

Setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki keunikan tersendiri, hal tersebut sejatinya menjadi sebuah dasar dalam mengelola segala sumber potensi pariwisata yang ada di seluruh penjuru negeri. Salah satu provinsi yang memiliki banyak alternatif potensi pariwisata di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat. Berikut data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi Jawa Barat, disajikan pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Barat

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2018	2.597.455	63.298.608	65.896.063
2019	3.645.433	64.610.832	68.256.265
2020	1.905.144	35.513.885	37.419.029

Sumber : Modifikasi Data BPS Provinsi Jabar, 2021

Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan di Provinsi Jawa Barat sangat besar secara jumlah dan meningkat pada tahun 2018 – 2019. Pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah kunjungan secara signifikan, hal tersebut di karenakan awal tahun 2020 Indonesia dilanda oleh pandemi *covid-19*. Menurut I Dewa Gde Sugihamretha (2020), industri pariwisata dihadapkan pada penurunan yang besar dari kedatangan wisatawan mancanegara dengan pembatalan besar-besaran dan penurunan pemesanan. Penurunan juga terjadi karena perlambatan perjalanan domestik, terutama karena keengganan masyarakat untuk melakukan perjalanan karena khawatir dengan dampak *Covid-19*. Pemerintah membuat kebijakan pembatasan sosial yang membuat setiap pergerakan masyarakat menjadi sangat terbatas dan berimplikasi kepada tingkat kunjungan wisatawan, pengelola destinasi wisata, maupun pelaku-pelaku pariwisata. Memasuki Kuartal ke-3 tahun 2020 pemerintah dan masyarakat mulai beradaptasi kebiasaan baru di tengah pandemi (*era new normal*), yang cukup menyelamatkan berbagai sektor termasuk pariwisata pada kelompok wisatawan domestik, hal tersebut mendorong Kembali tingkat kunjungan wisatawan dengan menerapkan protokol Kesehatan, termasuk dalam melakukan aktivitas berwisata.

Beberapa daerah yang memiliki potensi pariwisata dan populer di Provinsi Jawa Barat salah satunya adalah Kota Cirebon. Letak geografis Kota Cirebon yang strategis berbatasan langsung antara Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah, kini di dukung dengan adanya aksesibilitas tol cipali yang menghubungkan beberapa kota besar lainnya menjadi salah satu faktor berpengaruh mendukung pertumbuhan wilayah, percepatan ekonomi, dan perpindahan arus barang dan orang. Budaya yang berlaku di tengah masyarakat Kota Cirebon menjadi unik, karena berdiri atas budaya sunda dan jawa.

Kota Cirebon mempunyai daya tarik luar biasa yang dapat dikembangkan. Pemerintah Kota Cirebon telah menetapkan slogan pariwisata yaitu "*The Gate of Secret*" yang memiliki arti pintu rahasia, mengandung makna bahwa kebudayaan Cirebon memiliki banyak sekali daya tarik wisata, mulai dari kesenian, tradisi, bangunan arsitektur, hal ini juga diperkuat dengan keraton-keraton yang dimiliki oleh Cirebon yang telah lama menjadi identitas yang kuat, selain itu wisata alam dan wisata kulinernya yang khas. Slogan ini juga sebagai strategi pemerintah menjadikan Cirebon sebagai kota wisata budaya, mengajak bagi siapapun yang berkunjung ke Kota Cirebon memiliki alternatif wisata yang menarik untuk di jadikan pilihan.

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Ke Obyek Wisata di Kota Cirebon 2018-2020

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2018	-	214.340	214.340
2019	1.025	996.345	997.370
2020	161	326.168	326.329

Sumber : Modifikasi Data BPS Provinsi Jabar, 2021

Berdasarkan data pada tabel 1.2 tingkat kunjungan wisatawan ke obyek wisata di Kota Cirebon, dalam rentang tiga tahun terakhir, jumlah wisatawan mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2019 di bandingkan tahun 2018, dengan kontribusi terbesar diperoleh dari wisatawan domestik secara aktif mengunjungi berbagai obyek wisata yang ada di Kota Cirebon, ditambah tercatat adanya kunjungan wisatawan dari mancanegara. Tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata di Kota Cirebon mengalami penurunan lebih dari dua kali lipat dari tahun 2019, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, hal ini bagian dari dampak pandemi covid-19 melanda Indonesia. Pembatasan sosial masyarakat menyulitkan perpindahan orang-orang dari satu daerah ke daerah lainnya, termasuk adanya kebijakan kegiatan pariwisata yang di tunda sampai dihentikan terlebih dahulu, sampai memasuki adaptasi kebiasaan baru.

Pemulihan ekonomi di sektor pariwisata pada masa pandemi, Kota Cirebon mendapatkan perhatian dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berupa penguatan program protokol Kesehatan *Clean Health Safety Environment* (CHSE) berupa dana hibah sebesar Rp 22 miliar di sektor perhotelan dan restoran yang ada di Kota Cirebon, dana tersebut digunakan untuk penguatan dan pemulihan sektor pariwisata (cirebonkota.go.id, 2020). Hotel dan restoran merupakan sarana yang sangat menunjang dalam aktivitas pariwisata, hadirnya sebuah jaminan sertifikasi (CHSE) penerapan protokol kesehatan tentu akan mengurangi kekhawatiran segala dampak yang di akibatkan oleh virus selama berwisata di Kota Cirebon. Jumlah kedatangan dan lama tinggal wisatawan turut serta mempengaruhi meningkatnya jumlah transaksi dan kunjungan obyek wisata yang ada di daerah tersebut.

Kota Cirebon merupakan salah satu pusat penyebaran agama Islam oleh sunan-sunan di masa lalu, mewariskan nilai-nilai yang penuh makna, kekayaan seni dan beragam budaya, hal ini telah dikenal luas oleh masyarakat yang membuat wisata religi dan budaya telah melekat sebagai identitas pariwisata di Kota Cirebon sebab ada banyak sekali peninggalan-peninggalan sejarah di kota Cirebon.

Mewujudkan Kota Cirebon menjadi daerah tujuan wisata diperlukan upaya pengembangan, promosi seluruh potensi yang ada agar lebih luas lagi di kenal oleh masyarakat, bahwa banyak pilihan alternatif destinasi wisata yang ada. Pengembangan yang bersifat kreatif akan memunculkan destinasi yang sebelumnya tidak terlalu dikenal hingga akhirnya menjadi pilihan untuk di kunjungi. Menyebarkan bahwa di Kota Cirebon bukan hanya saja wisata religi yang tersedia, tetapi banyak jenis wisata lainnya, sehingga dapat memperkaya daya tarik wisata di Cirebon, dan menjadi satu hal yang penting bagi kelangsungan industri pariwisata di Cirebon.

Tabel 3. Jenis Wisata yang di Menjadi Tujuan Berdasarkan Kunjungan di Kota Cirebon

Jenis Wisata	Tujuan Utama (%)	Tujuan Kedua (%)	Tujuan Ketiga (%)
Wisata Religi	20	20	0
Wisata Budaya	20	12	0
Wisata Kuliner	24	0	12
Wisata Bahari	0	8	0
Lainnya	36	16	8
Tidak Memilih	0	44	80
Total	100	100	100

Sumber : Hasil Survey Kunjungan di Kota Cirebon, 2021

Tabel 3. Menyajikan data hasil survey yang dilakukan kepada 25 responden untuk mengetahui jenis wisata yang dipilih. Data yang di tampilkan di bagi menjadi tiga jenis tujuan berdasarkan jawaban untuk memudahkan analisis. Tujuan utama, tujuan kedua, dan tujuan ketiga ketika berkunjung ke Kota Cirebon.

Berdasarkan hasil survey pada tujuan utama wisatawan yang berkunjung ke Kota Cirebon menunjukkan 36% tidak memilih jenis wisata yang umum di Kota Cirebon yang tidak disebutkan dalam instrumen survey, mengingat banyak jenis wisata yang lain tergantung kepada kondisi dan situasi perkembangan dunia kepariwisataan. Terbukanya kemungkinan lain tiba di Kota Cirebon hanya untuk transit, kepentingan bisnis, dikarenakan Kota Cirebon merupakan perbatasan antara Provinsi Jawa Barat dan juga Jawa Tengah.

Wisata kuliner yang memperoleh peringkat ke-2 yang menjadi tujuan utama wisatawan untuk berkunjung. Kuliner khas Cirebon merupakan akulturasi budaya yang ada seperti nasi lengko, nasi jambang, empal gentong adalah kuliner yang paling terkenal dengan rasa khas mampu mengundang wisatawan untuk berkunjung.

Peringkat ke-3 wisata religi dan juga wisata budaya dengan 20%, yang menjadi daya tariknya Cirebon merupakan tempat pertama kali ajaran Islam masuk di Jawa Barat. Banyak peninggalan-peninggalan islam dan budaya yang diwariskan. Ikon Wisata religi yang begitu dikenal masyarakat luar Cirebon adalah Keraton Kasepuhan dan Keraton Kanoman yang merupakan peninggalan masa kejayaan sultan Cirebon. Makam Sultan Gunung Jati, Masjid Agung Sang Cipta Rasa, dan Patilasan Sunan Kalijaga. Peziarah dari Cirebon maupun luar selalu meramaikan makam ini saat hari raya besar Islam. Wisata umumnya sendiri, wisatawan bisa melihat keunikan desain bangunan tempat makam itu berada yang merupakan campuran seni Arab, Cina, dan Jawa. Cirebon berkembang menjadi daerah tujuan wisata budaya, berbagai turis dari Belanda, Eropa, Amerika, dan Asia.

Wisata bahari di Kota Cirebon menjadi pilihan utama paling rendah berdasarkan hasil survey, wisatawan yang berkunjung tidak menjadikan wisata bahari sebagai prioritas dalam kunjungannya di Kota Cirebon. Apabila melihat potensi bahari yang dimiliki oleh Kota Cirebon, sepanjang bagian utara kota tersebut adalah lautan, pantai yang biasa dijadikan tempat berwisata yang cukup dikenal pun seperti Pantai Kejawan, Pantai Kesenden, dan Pantai Baro Gebang tidak cukup menarik wisatawan untuk langsung berkunjung. Pada masa kesultanan pun Pelabuhan Cirebon merupakan pelabuhan yang memiliki peran strategis dalam hal perdagangan, apabila dapat pengembangan secara khusus wisata bahari di Kota Cirebon akan turut serta menjadi wisata andalan di Kota Cirebon.

Masih merujuk pada tabel 3. Kunjungan wisatawan di Kota Cirebon berdasarkan tujuan kedua dan tujuan ketiga, wisata religi dan wisata budaya secara umum masih menjadi pilihan wisatawan ketika berkunjung ke Kota Cirebon dengan persentase rata-rata di atas 12% dan wisata bahari cenderung menjadi tujuan kedua dengan perolehan 8%. Dapat di katakan, bahwa pariwisata bahari di Kota Cirebon memiliki permasalahan yang perlu di berikan solusi agar mampu menjadi pariwisata andalan di Kota Cirebon.

Potensi wisata bahari di Kota Cirebon menarik untuk diteliti, Kawasan Pantai Kejawan menjadi destinasi pilihan untuk di lakukan analisis lebih lanjut. Pantai Kejawan menghadap ke utara laut jawa, terletak **di Kelurahan Pegambiran Kecamatan Lemahwungkuk Kota Cirebon Provinsi Jawa Barat, tidak jauh dengan Pelabuhan Cirebon.** Pantai Kejawan memiliki topografi pantai yang landai dengan perairan tenang dan gelombang yang tidak terlalu besar. Arah angin dominan sepanjang tahun yang mempengaruhi pembentukan gelombang laut yang menuju ke arah pantai Teluk Cirebon (N. Sudirman et al. 2014).

Daya tarik wisata yang membuat para wisatawan berminat mengunjungi Pantai Kejawan memiliki titik untuk dapat menikmati matahari terbit dan terbenam, menikmati waktu luang di akhir pekan, bersama keluarga atau orang terdekat. Menjelajah Pantai Kejawan dapat juga dilakukan dengan menggunakan perahu motor, disana tersedia nelayan yang siap menahkodai para wisatawan dengan tarif yang murah. Pantai Kejawan memiliki mitos yang dipercayai warga sekitar dimana air laut yang ada di pantai ini dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit mulai dari diabetes, asam urat hingga stroke dengan membasuh diri atau sekadar berkumur menggunakan air laut tersebut.

Kawasan wisata pantai Kejawan merupakan kawasan wisata pantai yang indah. Dengan berbagai macam aktivitas pantai yang dapat dikerjakan. Namun disisi lain peneliti menemukan beberapa hal yang membuat keindahan pantai ini belum dikenal oleh banyak orang. Bahkan belum membuat pantai ini menjadi destinasi utama ketika berkunjung ke Cirebon. Wisata pantai merupakan pangsa pasar terbesar di dalam pariwisata (Kaulani *et al.* 2017), di mana dalam mengelola hal tersebut dilakukan dengan kurang baik, maka akan menyebabkan degradasi yang parah pada ekosistem pantai, penurunan pengunjung, dan kerugian ekonomi (Roca *et al.*, 2009; Schlacer *et al.* 2014; Lucrezi *et al.* 2015).

Beberapa kelemahan dari wisata pantai ini adalah manajemen (pengelolaan) kawasan pantai yang belum optimal. Hal ini ditunjukkan dengan kurang terawat nya kawasan wisata Pantai Kejawan, dengan ditemukannya berbagai macam sampah sisa kunjungan ataupun yang terbawa oleh arus laut hal ini membuat tempat tersebut terlihat tidak terurus dan mengurangi keindahan pantai.

Demi mendukung pariwisata bahari di Kota Cirebon menjadi wisata andalan khususnya di Pantai Kejawan, tentu diperlukan keberanian dan langkah strategis dengan memaksimalkan seluruh potensi daya tarik wisata maupun atraksi wisata yang ada di Pantai Kejawan. Pengembangan kawasan pantai untuk keperluan rekreasi di Indonesia dewasa ini cenderung meningkat kegiatannya bersamaan dengan semakin digiatkannya bidang kepariwisataan, selain itu kepariwisataan juga dapat menunjang perekonomian lokal (Sobari *et al.* 2006). Jika sebelumnya kunjungan wisatawan di Kota Cirebon hanya berfokus pada wisata religi, wisata budaya, dan wisata kuliner saja maka perlu memanfaatkan peluang pengembangan pariwisata bahari untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Cirebon secara keseluruhan, dan berdampak pada peningkatan pendapatan daerah dan bergeraknya perekonomian masyarakat pesisir sekitar.

Pengembangan pariwisata membutuhkan suatu perencanaan yang benar-benar matang agar dapat dilaksanakan secara tepat sasaran. Menurut Setiawan dalam Syarif Ahmad (2017), Pengembangan pariwisata harus mampu memberikan pertumbuhan baik pertumbuhan lokal (*local growth*) pada level komunitas dan pertumbuhan secara menyeluruh. Pertumbuhan lokal di harapkan dapat terlihat dengan munculnya daerah-daerah strategis baru yang belum berkembang sehingga dapat terjadi dekonsentrasi kegiatan dari pusat-pusat pertumbuhan yang telah jenuh saat ini.

Berdasarkan penjelasan dan kajian yang telah di uraikan di atas dan hal lainnya yang menjadi latar belakang penelitian ini, sehingga ini menjadi penting untuk menentukan topik Pengembangan Pariwisata Bahari di Pantai Kejawan Kota Cirebon.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji potensi dan sumber daya yang dimiliki Pantai Kejawan agar dapat dikembangkan menjadi salah satu destinasi wisata bahari yang dapat di andalkan di Kota Cirebon dengan menganalisa, menyusun strategi pengembangan wisata yang tepat.

2. METODELOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Dalam penelitian ini dilakukan identifikasi terhadap faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan obyek wisata. Lokasi penelitian dilakukan di Pantai Kejawanan, Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk, Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat karena pantai tersebut merupakan pintu masuk utama menuju kawasan obyek wisata.

Obyek Penelitian Dalam penelitian ini obyek penelitian ini terletak di Pantai Kejawanan Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk, Kota Cirebon. Sumber Data Berikut adalah sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang ada dalam penelitian ini diperoleh dari kuisioner pre test dan post test yang diberikan kepada 50 responden. Data berikutnya adalah data sekunder yang ada dalam penelitian ini diperoleh dengan mencari informasi dari beberapa literatur dan artikel, serta melakukan observasi dari permainan serupa.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu:

1. Kuisioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada 30 responden yang terkait dengan penelitian yang ada. Pertanyaan yang diajukan akan disebarakan sebelum dan sesudah penelitian yang dilakukan melalui online (*Google Forms*).
2. Studi Pustaka Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan referensi atau sumber-sumber tertulis berupa data mengenai makna dan filosofi motif batik klasik sesuai dengan ornamen yang ada didalamnya. Adapun sumber tersebut akan diperoleh baik melalui buku, jurnal, makalah, atau media lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.
3. Wawancara (*depth-interview*) Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan komunikasi kepada informan pada obyek penelitian. Wawancara yang dilakukan adalah jenis wawancara tidak terstruktur. Menurut Sugiyono (2010:233),
4. Observasi langsung Sugiyono (2012:226) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.

Narasumber dalam penelitian ini ditentukan secara purposif, yaitu informan kunci yang dianggap paling mengetahui situasi di lokasi wisata. Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah Kepala Resort Pantai Kejawanan, Kepala Kelurahan Pegambiran, masyarakat lokal, dan wisatawan. Analisis data yang digunakan adalah menurut Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2010 : 430). Hasil data direduksi dan dianalisis sesuai dengan tema penelitian, kemudian data disajikan secara naratif. Uji validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara triangulasi.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Dan berbagai waktu dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Lalu dilakukan juga membercheck, tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila pemberi data tersebut valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya, tetapi apabila data yang ditemukan

peneliti tidak disepakati oleh pemberi data, maka perlu melakukan didiskusikan dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, data yang ditemui harus dikoreksi, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis SWOT Pantai Kejawan

Dalam upaya menyusun strategi pengembangan Kawasan Wisata Pantai Kejawan di kota Cirebon diperlukan observasi, identifikasi dan analisis yang mendetail baik yang terkait dengan internal maupun dengan eksternal pengelolaan pantai Kejawan. Salah satu instrumen dalam menganalisis kondisi internal dan eksternal suatu organisasi adalah analisa SWOT. Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. analisa ini digunakan agar dapat menemukan strategi baru serta memperkuat strategi yang sudah ada. Analisa SWOT membantu dalam mengatasi ancaman yang akan terjadi dimasa mendatang serta meminimalisir kelemahan yang ada dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang.

3.2 Strengthness (unsur kekuatan)

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dan wawancara kepada pengelola setempat, maka didapatkan berbagai aspek internal yang merupakan kekuatan (strength) dari kawasan wisata Pantai Kejawan. Pertama adalah tersedianya Sumber Daya Manusia yang menjadi penyedia dan pengelola fasilitas wisata disekitaran pantai tersebut walaupun belum terpusat. Hal ini ditunjukkan dengan adanya satpam yang menjaga aktivitas keluar masuk pengunjung, tukang ojeg yang menyewakan kapal motor, dan beberapa pedagang makanan. Sehingga setiap wisatawan yang hadir bisa terfasilitasi beberapa kebutuhannya. Yang kedua adalah di pantai ini pengunjung dapat melihat dan mencoba beragam aktivitas disekitar pantai yang bisa dinikmati oleh berbagai jenjang usai. Kita bisa melihat kapal-kapal besar maupun kapal nelayan yang melewati atau akan bersandar di pelabuhan yang berada di kawasan Wisata Pantai Kejawan ini. Wisatawan pun dapat menjelajahi laut Kejawan dengan kapal motor yang disewakan oleh tukang ojeg kapal motor, dengan harga yang terjangkau sekitar Rp5.000 per orang. Bagi pengunjung yang datang dengan membawa anak kecil, dapat menikmati bermain air di pinggir pantai Kejawan ini, karena pantainya yang landai dan dangkal. Kegiatan lain yang bisa dilakukan di pantai ini adalah pengunjung bebas memancing di pinggiran pantai. Bahkan pemancing juga bisa berjalan menelusuri jalan bebatuan yang menuju ke tengah laut. Apabila datang sebelum fajar menyingsing, pengunjung dapat melihat indahnya sunrise dan tentunya di sore hari dapat melihat sunset. Selain itu di pantai ini wisatawan juga bisa melakukan terapi dengan air laut Kejawan. Masyarakat meyakini bahwa air di pantai tersebut memiliki khasiat dalam menyembuhkan berbagai penyakit. Yang Ketiga adalah harga untuk masuk kawasan wisata pantai Kejawan terbilang murah atau terjangkau bagi berbagai kalangan. Setiap orang yang masuk kawasan wisata ini dikenai biaya retribusi sebesar Rp 1.000,00, dan bagi yang membawa mobil membayar parkir kendaraan sebesar Rp 5.000 sedangkan untuk sepeda motor dikenai biaya parkir sebesar Rp 3.000 . Yang keempat adalah masyarakat di kawasan pantai ini masih memegang kuat tradisi nenek moyang. Salah satunya adalah tradisi Nadran, yaitu tradisi budaya yang dilakukan para nelayan sebagai bentuk rasa syukur akan hasil laut yang melimpah. Tradisi tersebut sudah berjalan ratusan tahun di Cirebon dengan menaruh berbagai sesajen diatas perahu kecil kemudian diarak keliling kota Cirebon lalu dibuang ke tengah laut kejawan. Tradisi ini dapat dijadikan daya tarik bagi wisatawan untuk

menyaksikan ritual tersebut. Aspek terakhir yang menjadi kekuatan pada kawasan pantai ini adalah tersedianya restoran yang menyajikan berbagai hidangan olahan hasil laut, sehingga para wisatawan dapat menikmati waktu bersantai mereka, sambil mengisi perut ditemani pemandangan laut yang indah.

3.3 Weakness (kelemahan)

Kawasan wisata pantai Kejawanan merupakan kawasan wisata pantai yang indah. Dengan berbagai macam aktivitas pantai yang dapat dikerjakan. Namun disisi lain peneliti menemukan beberapa hal yang membuat keindahan pantai ini belum dikenal oleh banyak orang. Bahkan belum membuat pantai ini menjadi destinasi utama ketika berkunjung ke Cirebon.

Adapun beberapa kelemahan dari wisata pantai ini adalah manajemen (pengelolaan) kawasan pantai yang belum optimal. Hal ini ditunjukkan dengan kurang terawatnya kawasan wisata pantai ini. Dengan ditemukannya berbagai macam sampah sisa kunjungan ataupun yang terbawa oleh arus laut hal ini membuat tempat tersebut terlihat tidak terurus dan mengurangi keindahan pantai. Yang kedua yang menjadi kelemahan pantai ini adalah jam operasional yang tidak konsisten. Tempat wisata dibuka dan ditutup tanpa pemberitahuan terlebih dahulu dan harinya tidak menentu, mengikuti waktu pengelolanya. Yang ketiga adalah fasilitas ditempat wisata belum memadai. Seperti toilet yang sedikit dan tidak bersih, musholla yang ukurannya kurang besar, tidak tersedianya mini gazebo untuk istirahat, dan banyaknya warung-warung kecil dimana produknya kurang memfasilitasi kebutuhan pembeli. Yang keempat adalah sikap satpam yang menjaga keluar masuk pengunjung kurang ramah terhadap pengunjung. Hal ini bisa menyebabkan pengunjung kapok untuk datang ke pantai tersebut. Selanjutnya poin kelima yang menjadi kelemahan adalah tidak tersedianya kotak kritik dan saran untuk menuliskan masukan terhadap pengelolaan pantai tersebut.

3.4 Opportunities (peluang)

Ini adalah kondisi yang dapat menjadi bahan pertimbangan dari pantai Kejawanan. Peluang menaikkan jumlah wisatawan yang datang ke kota Cirebon dengan memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah dipantai utara kejawanan kota Cirebon sehingga daya tarik wisatawan meningkat. Pengembangan pantai utara Cirebon juga dapat membantu warga sekitar untuk mendapatkan mata pencarian dan meningkatkan perekonomian dari adanya destinasi wisata tersebut. Lokasi yang tidak jauh dari pusat kota Cirebon dan berpotensi untuk dikembangkan akan menghasilkan nilai investasi tinggi jika dikelola dengan baik. Jika dilihat dari kondisi lingkungan politik di wilayah kota Cirebon terbilang stabil dan kondusif bagi pengembangan kepariwisataan. Faktor sosial budaya di Kota Cirebon dapat mendukung kunjungan obyek wisata ke pantai ini, salah satunya dengan pelaksanaan tradisi Nadran, yang bisa menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke pantai ini.

3.5 Threat (ancaman)

Ancaman adalah faktor penghambat yang berasal dari eksternal dalam pengembangan lokasi wisata pada masa kini dan yang akan datang. Ancaman yang dihadapi oleh Pantai Kejawanan kota Cirebon yaitu, banyak wisata baru yang bermunculan, dengan fasilitas yang lebih memadai dan wahana yang unik. Jika tidak segera melakukan langkah yang terbaik bukan suatu hal yang tidak mungkin jika suatu saat wisata pantai Kejawanan akan terlupakan oleh wisatawan. Dari hal ini harus segera ditemukan solusinya sehingga dapat diterapkan di

pantai Kejawanon Cirebon agar pantai Kejawanon Cirebon dapat berkembang maju dari segi wisata. Ancaman lain yang harus segera diatasi adalah pencemaran laut yaitu dengan banyaknya sampah yang terbawa arus laut, sehingga mengurangi kenyamanan untuk bermain di pantai tersebut.

3.6 Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Kejawanon

Dalam melakukan perumusan strategi pengembangan wisata pantai kejawanon pada penelitian ini menggunakan analisa SWOT. Setelah penulis menganalisa strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (kesempatan), dan threat (ancaman) dari wisata pantai kejawanon ini, selanjutnya penulis akan membuat perumusan strateginya dengan menggabungkan 4 komponen SWOT tersebut yaitu ada strategi S-O (Strengths dan Opportunities), strategi S-T (Strengths dan Threats), strategi W-O (Weakness dan Opportunities), dan strategi W-T (Weakness dan Threats). Tentunya dalam menjalankan strategi yang dirumuskan diperlukan kerja sama yang baik antara pemerintah, swasta dan masyarakat. Berikut adalah rincian perumusan program-program strategisnya:

3.7 Strategi S-O

Strategi ini bersumber dari Strengths dan Opportunities. Strategi S-O ini diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Strength	Opportunities	SO
tersedianya Sumber Daya Manusia yang menjadi penyedia dan pengelola fasilitas wisata disekitaran pantai tersebut walaupun belum terpusat	sumber daya alam yang melimpah dipantai utara kejawanon kota Cirebon sehingga daya tarik wisatawan meningkat	Membuat list kegiatan sosial budaya yang rutin dilaksanakan di sekitar pantai Kejawanon lalu dibuat agenda tahunan untuk menarik wisatawan.
Di pantai ini pengunjung dapat melihat dan mencoba beragam aktivitas disekitar pantai yang bisa dinikmati oleh berbagai jenjang usai	mendapatkan mata pencarian dan meningkatkan perekonomian dari adanya destinasi wisata tersebut	Mengoptimalkan sumber daya yang sudah ada untuk menjalankan objek wisata ini dengan lebih serius. Mengadakan sayembara gambar untuk denah pantai agar pantai layak untuk dikunjungi wisatawan asing maupun local Mengadakan sayembara foto didaerah pantai kejawanon kemudian di unggah ke media sosial, tujuannya sebagai media promosi kepada masyarakat
harga untuk masuk kawasan wisata pantai	Lokasi yang tidak jauh dari pusat kota Cirebon dan	Mengadakan pemasaran terkait beragam aktivitas di

Kejawanan terbilang murah atau terjangkau bagi berbagai kalangan	berpotensi untuk dikembangkan akan menghasilkan nilai investasi tinggi jika dikelola dengan baik	pantai Kejawanan dan mengenalkan sumber daya alam yang ada di pantai ini untuk mengenalkan daya tarik wisata pantai ini. Agar pantai yang dikenal di Indonesia bukan hanya Bali, namun banyak sekali pantai lainnya yang bisa di jelajahi lebih lanjut.
masyarakat di kawasan pantai ini masih memegang kuat tradisi nenek moyang	kondisi lingkungan politik di wilayah kota Cirebon terbilang stabil dan kondusif bagi pengembangan kepariwisataan	Membuat kelompok masyarakat sadar wisata. Sadar wisata disini adalah suatu kondisi yang menggambarkan partisipasi dan dukungan segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di suatu destinasi/ wilayah. (Firmansyah: 2012, 11). Jika masyarakat ikut berperan aktif dalam pengembangan wisata di daerahnya bukan tidak mungkin hal ini dapat menambah mata pencaharian yang baru dan meningkatkan ekonomi masyarakat tersebut
tersedianya restoran yang menyajikan berbagai hidangan olahan hasil laut	Faktor sosial budaya di Kota Cirebon dapat mendukung kunjungan obyek wisata ke pantai ini, salah satunya dengan pelaksanaan tradisi Nadran, yang bisa menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke pantai ini.	Membuka pintu kerjasama dengan pihak swasta untuk ikut berinvestasi dalam pengembangan pantai ini.
		Dibutuhkannya dukungan dari pemerintah kota Cirebon untuk pengembangan objek wisata yang murah dan mudah diakses dari pusat kota.

3.8 Strategi S-T

Strategi yang bersumber dari Strengths dan Threats ini merupakan strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan dari lingkungan internal untuk mengatasi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal.

Strength	Threats	ST
tersedianya Sumber Daya Manusia yang menjadi penyedia dan pengelola fasilitas wisata disekitaran pantai tersebut walaupun belum terpusat	banyak wisata baru yang bermunculan, dengan fasilitas yang lebih memadai dan wahana yang unik	Mengadakan festival tahunan di pantai kejawatan dalam rangka mengenalkan pantai Kejawatan dan beragam aktivitas unik yang dapat dilakukan di pantai kejawatan
pantai ini pengunjung dapat melihat dan mencoba beragam aktivitas disekitar pantai yang bisa dinikmati oleh berbagai jenjang usai	pencemaran laut yaitu dengan banyaknya sampah yang terbawa arus laut, sehingga mengurangi kenyamanan untuk bermain di pantai tersebut.	Semua sumber daya manusia baik itu pengelola maupun masyarakat sekitar pantai Kejawatan sama-sama memperhatikan kebersihan lingkungan dengan melakukan program kerja bakti 3x per minggu.
harga untuk masuk kawasan wisata pantai Kejawatan terbilang murah atau terjangkau bagi berbagai kalangan		Mempertahankan harga wisata pantai yang terjangkau bagi semua kalangan.
masyarakat di kawasan pantai ini masih memegang kuat tradisi nenek moyang		Memperkuat branding sebagai identitas yang membedakan dengan wisata sejenis
tersedianya restoran yang menyajikan berbagai hidangan olahan hasil laut		

3.9 Startegi W-O

Strategi yang bersumber dari Weakness dan Opportunities atau strategi W – O adalah menciptakan strategi dalam mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Weakness	Opportunities	WO
manajemen (pengelolaan) kawasan	sumber daya alam yang melimpah dipantai utara	Mengoptimalkan kinerja pengelola dengan

pantai yang belum optimal dengan kurang terawatnya kawasan wisata pantai ini	kejawatan kota Cirebon sehingga daya tarik wisatawan meningkat	melibatkan dinas pariwisata terkait dan pihak swasta.
jam operasional yang tidak konsisten	mendapatkan mata pencarian dan meningkatkan perekonomian dari adanya destinasi wisata tersebut	Mengadakan pelatihan bagi pihak pengelola dan karyawannya terkait dengan manajemen/pengelolaan dan pelayanan pariwisata
fasilitas ditempat wisata belum memadai. Seperti toilet yang sedikit dan tidak bersih, musholla yang ukurannya kurang besar, tidak tersedianya mini gazebo untuk istirahat, dan banyaknya warung-warung kecil dimana produknya kurang memfasilitasi kebutuhan pembeli	Lokasi yang tidak jauh dari pusat kota Cirebon dan berpotensi untuk dikembangkan akan menghasilkan nilai investasi tinggi jika dikelola dengan baik	Pemerintah setempat mengalokasikan anggaran khusus untuk pembuatan gazebo, penambahan dan perawatan fasilitas seperti toilet, musholla.
sikap satpam yang menjaga keluar masuk pengunjung kurang ramah terhadap pengunjung	kondisi lingkungan politik di wilayah kota Cirebon terbilang stabil dan kondusif bagi pengembangan kepariwisataan	Pemerintah setempat mengalokasikan anggaran khusus untuk merenovasi warung-warung pinggir pantai menjadi warung yang lebih nyaman. Sehingga wisatawan akan lebih tertarik untuk membeli barang di warung-warung tersebut yang pada akhirnya akan berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan dan perekonomian masyarakat.
tidak tersedianya kotak kritik dan saran untuk menuliskan masukan terhadap pengelolaan pantai tersebut	Faktor sosial budaya di Kota Cirebon dapat mendukung kunjungan obyek wisata ke pantai ini, salah satunya dengan pelaksanaan tradisi Nadran, yang bisa menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke pantai ini.	

3.10 Strategi W-T

Strategi yang bersumber dari Weakness dan Threats ini merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Weakness	Threats	WT
manajemen (pengelolaan) kawasan pantai yang belum optimal dengan kurang terawatnya kawasan wisata pantai ini	banyak wisata baru yang bermunculan, dengan fasilitas yang lebih memadai dan wahana yang unik	Pihak pengelola menentukan jam operasional yang tetap sehingga pengunjung tidak bingung dengan jam operasinya, dan dapat menentukan waktu yang tepat untuk berkunjung. Karena sudah pasti tempat wisata lain yang lebih baik pengelolaannya mempunyai jam operasional yang jelas.
jam operasional yang tidak konsisten	pencemaran laut yaitu dengan banyaknya sampah yang terbawa arus laut, sehingga mengurangi kenyamanan untuk bermain di pantai tersebut.	Menyediakan tempat sampah di berbagai titik wisata sehingga setiap pengunjung dapat membuang sampah ke tempatnya langsung. Selain itu, bekerjasama dengan dinas lingkungan setempat untuk pengangkutan sampah dari laut.
fasilitas ditempat wisata belum memadai. Seperti toilet yang sedikit dan tidak bersih, musholla yang ukurannya kurang besar, tidak tersedianya mini gazebo untuk istirahat, dan banyaknya warung-warung kecil dimana produknya kurang memfasilitasi kebutuhan pembeli		Mengoptimalkan spot-spot wisata dan aktivitas wisata bahari yang ada di pantai Kejawan ini sebagai bentuk daya saing dengan wisata sejenis yang ada di Kota Cirebon.
sikap satpam yang menjaga keluar masuk pengunjung kurang ramah terhadap pengunjung		Membuat kotak kritik/saran ataupun membuat google form yang bisa diisi oleh setiap pengunjung dengan menscan link QR Code.

tidak tersedianya kotak kritik dan saran untuk menuliskan masukan terhadap pengelolaan pantai tersebut		

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi pengembangan berdasarkan hasil analisis SWOT adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan-peluang (SO) yaitu : Membuat list kegiatan sosial budaya yang rutin dilaksanakan di sekitar pantai Kejawanen lalu dibuat agenda tahunan untuk menarik wisatawan, mengoptimalkan sumber daya yang sudah ada untuk menjalankan objek wisata ini dengan lebih serius, mengadakan sayembara gambar untuk denah pantai agar pantai layak untuk dikunjungi wisatawan asing maupun local, dan membuka pintu kerjasama dengan pihak swasta untuk ikut berinvestasi dalam pengembangan pantai ini.

Strategi yang memanfaatkan kekuatan dan meminimalisir ancaman (ST) yaitu : Mengadakan festival tahunan di pantai kejawanen dalam rangka mengenalkan pantai Kejawanen dan beragam aktivitas unik yang dapat dilakukan di pantai kejawanen, semua sumber daya manusia baik itu pengelola maupun masyarakat sekitar pantai Kejawanen sama-sama memperhatikan kebersihan lingkungan dengan melakukan program kerja bakti 3x per minggu, dan mempertahankan harga wisata pantai yang terjangkau bagi semua kalangan, memperkuat branding sebagai identitas yang membedakan dengan wisata sejenis

Strategi yang memanfaatkan peluang dan meminimalisir kelemahan (WO) yaitu : Mengoptimalkan kinerja pengelola dengan melibatkan dinas pariwisata terkait dan pihak swasta, mengadakan pelatihan bagi pihak pengelola dan karyawannya terkait dengan manajemen/pengelolaan dan pelayanan pariwisata pemerintah setempat mengalokasikan anggaran khusus untuk pembuatan gazebo, penambahan dan perawatan fasilitas seperti toilet, musholla.

Strategi yang meminimalkan dampak ancaman dan kelemahan yang ada (WT) adalah menyediakan tempat sampah di berbagai titik wisata sehingga setiap pengunjung dapat membuang sampah ke tempatnya langsung. Selain itu, bekerjasama dengan dinas lingkungan setempat untuk pengangkutan sampah dari laut, mengoptimalkan spot-spot wisata dan aktivitas wisata bahari yang ada di pantai Kejawanen ini sebagai bentuk daya saing dengan wisata sejenis yang ada di Kota Cirebon, membuat kotak kritik/saran ataupun membuat google form yang bisa diisi oleh setiap pengunjung dengan menscan link QR Code.

5. SARAN

Stakeholder selaku pengelola obyek wisata sebaiknya lebih gencar melakukan kerja sama dengan pihak luar, baik itu dari pemerintah maupun swasta. Upaya promosi sebaiknya juga harus lebih gencar dilakukan. Pengelola dapat menggunakan media internet, membuat brosur wisata, dan juga menggunakan agen perjalanan wisata untuk melakukan promosi. Masalah konflik internal antar sesama masyarakat perlu segera diselesaikan. Untuk tempat penginapan, masyarakat setempat juga sebaiknya perlu mengembangkan dan mempersiapkan rumah mereka untuk dijadikan sarana homestay bagi wisatawan yang berkunjung.

Selain tempat tinggal hal yang perlu diperhatikan adalah kebersihan obyek wisata. pengelola dapat menyiasati hal ini dengan cara memberikan pengarahan kepada pendaki untuk membawa sampah mereka turun, melakukan kegiatan bersih-bersih gunung secara rutin, dan menyiapkan tempat sampah yang mudah di jangkau. Kerja sama antar pengelola obyek wisata disekitar kawasan Pantai Kejawan dan pemerintah daerah setempat perlu dilakukan karena dapat membantu upaya pengembangan dengan memanfaatkan potensi yang ada.

Pengelola obyek wisata perlu menyusun suatu master plan yang dapat memanfaatkan peluang usaha yang ada. Agar kawasan wisata Pantai Kejawan tetap terjaga seutuhnya, perlu komitmen bersama antara pemerintah daerah setempat dan masyarakat lokal sebagai pengelola obyek wisata untuk menjaga kawasan Pantai Kejawan agar dapat terjaga kelestariannya, di sisi lain dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (bps.go.id) 8 Juli 2021, 13.30.
<https://www.cirebonkota.go.id/2020/wakil-wali-kota-cirebon-dana-hibah-chse-untuk-bangun-kembali-sektor-pariwisata-di-kota-cirebon/> 21 Juli 2021, 14.44
- N. Sudirman, *et al.* (2014). *Kondisi Pantai Kejawan Berdasarkan Kesesuaian Baku Mutu dan Indeks Pencemaran Untuk Kawasan Wisata Bahari*. Jurnal Ilmu Dasar, Vol. 15 No. 1, Januari :43-50
- Nadia, F. N., dan Handayani, H., Herniwati, R. (2013). *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Obyek Wisata dan Pendapatan Perkapita Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata di Kabupaten Kudus*. Dipenogoro Journal Of Economics Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013
- Lucrezi, S., Melville, S., dan Peet, V. D. M. (2015). *Managing Beaches and Beachgoers: Lessons from and the Blue Flag Award*. Tourism Management. 48:211-230.
- Roca, E., Villares, M., dan Ortego, M.I. (2009). *Assessing Public Perceptions on Beach Quality According to Beach Users' Profile: A Case Study in the Costa Brava (Spain)*. Tourism Management, 30(4):598-607
- Sugihamretha, I., Dewa, G. (2020). *Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata*. The Indonesian Journal of Development Planning Volume IV No. 2 – Juni 2020
- Sugiyono, S. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, CV. Alfabeta
- Silvitiani, K., *et al.* (2017). *Perencanaan Pengembangan Wisata Pantai Berbasis Potensi Sumber Daya Alam dan Daya Dukung Kawasan di Desa Sawarna, Banten*. J. MANUSIA & LINGKUNGAN, 2017, 24(2):66-72
- Sobari, M. P., Gatot, Y., dan Desi, N. (2006). *Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Kalianda Resort, Kabupaten Lampung Selatan*. Buletin Ekonomi Perikanan. 6(3):26-39.
- Syarif, A. (2017). *Pengembangan Pariwisata Kota Bima Sebagai Daerah Transit Wisata*. Jurnal Sadar Wisata Volume 1, No 1, Juni 2017, Hal 1-20