

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA TANJUNG RAPPAL PELANGI DI
KECAMATAN JAILOLO KABUPATEN HALMAHERA BARAT**

***TANJUNG RAPPAL PELANGI TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN JAILOLO
DISTRICT, WEST HALMAHERA REGENCY***

JURNAL

Disusun Oleh :

Wahyudin Kodja

4122319150011

Dosen Pembimbing :

SHINTA KUSUMAWATI, ST.,MT

Nim, 0428127102



**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK PERENCANAAN DAN ARSITEKTUR
UNIVERSITAS WINAYA MUKTI**

2023

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA TANJUNG RAPPa PELANGI DI KECAMATAN JAILOLO KABUPATEN HALMAHERA BARAT

TANJUNG RAPPa PELANGI TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN JAILOLO DISTRICT, WEST HALMAHERA REGENCY

Wahyudin Kodja¹, Shinta Kusuwat, ST., MT²

¹ Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota

Fakultas Teknik, Perencanaan dan Arsitektur Universitas Winaya Mukti, Bandung

E-mail: ¹ wahyudinkodja18@gmail.com, ² shintaaarsayudha@gmail.com.

ABSTRACT

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA TANJUNG RAPPa PELANGI DI KECAMATAN JAILOLO KABUPATEN HALMAHERA BARAT

Jailolo District has several tourism areas that have the potential to be developed. This can be seen from the beauty of the beach and the panorama of natural resources that can attract tourists to visit. The tourism potential in Jailolo District is very diverse, including the Tanjung Rappa Pelangi Tourism Object. Based on previous studies (Anggun Wahyuni et al, 2023), that the Tanjung Rappa Pelangi Tourism Object is classified as having potential that can or is feasible to develop, focusing on increasing the capacity of managers, adding facilities and infrastructure. The problems that arise are inadequate infrastructure, lack of promotion, and lack of supporting facilities. The purpose of this study was to formulate a development strategy for the Tanjung Rappa Pelangi Tourism Object by collecting data in the form of interviews with key persons and distributing questionnaires to tourists visiting Tanjung Rappa Pelangi using the purposive sampling method. The analysis uses descriptive qualitative methods, scoring methods, and Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis. The findings of the study state that there is a need for additional tourist facilities based on the Regulation of the Minister of Environment and Forestry of the Republic of Indonesia Number P.13/MENLHK/SETJEN/KUM.1/5/2020 Concerning the Development of Natural Tourism Facilities and Infrastructure in Forest Areas.

Keywords : *Tourism Object Development Strategy, Tanjung Rappa Pelangi Tourism Object.*

ABSTRAK

Kecamatan Jailolo memiliki beberapa kawasan pariwisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini dilihat dari keindahan pantai serta panorama sumber daya alam yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Potensi pariwisata yang ada di Kecamatan Jailolo sangat beranekaragam, diantaranya Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi. Berdasarkan kajian sebelumnya (Anggun Wahyuni dkk, 2023), bahwa Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi tergolong memiliki potensi yang bisa atau layak untuk

dikembangkan, dengan berfokus kepada peningkatan kapasitas pengelola, penambahan sarana dan prasarana. Masalah yang timbul adalah adanya infrastruktur yang belum memadai, kurangnya promosi, dan minimnya fasilitas pendukung. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dengan pengambilan data berupa wawancara kepada *key person* serta penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke Tanjung Rappa Pelangi dengan metode *purposive sampling*. Analisis menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode skoring, dan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT)*. Temuan studi menyatakan bahwa perlu adanya penambahan fasilitas wisata dengan berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.13/MENLHK/SETJEN/KUM.1/5/2020 Tentang Pembangunan Sarana dan Prasarana Wisata Alam di Kawasan Hutan.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Objek Wisata, Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Jailolo memiliki beberapa kawasan pariwisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini dilihat dari keindahan pantai serta panorama sumber daya alam yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Potensi pariwisata yang ada di Kecamatan Jailolo, sangat beranekaragam. Berikut merupakan 6 (enam) desa di wilayah Kecamatan Jailolo yang dikembangkan sebagai desa wisata:

Tabel 1.1 Sebaran Objek Wisata Di Kecamatan Jailolo.

No	Objek Wisata	Lokasi Wisata
1.	Pantai Idamdehe	Desa Idamdehe
2.	Tanjung Rappa Pelangi	Desa Bobanehena
3.	Pantai Tuada	Desa Tuada
4.	Pemandian Air Panas	Desa Galala
5.	Teluk Jailolo	Desa Gufasa
6.	Mercusuar Tanjung Bobo	Desa Bobo

Sumber: *Wanderful Indonesia, 2020*

Pengembangan salah satu lokasi dengan potensi wisata yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Kecamatan Jailolo adalah Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi yang berada di Desa Bobanehena, Kecamatan Jailolo. Penilaian menggunakan pedoman Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) yang telah dimodifikasi, hasil penilaian menunjukkan bahwa potensi Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi memiliki skor 573, artinya objek wisata tersebut tergolong potensial atau layak untuk dikembangkan. Pengembangan wisata tersebut dapat berfokus pada peningkatan kapasitas

pengelola wisata, penambahan sarana dan prasarana wisata seperti jalan, jembatan, dan tempat berteduh (Anggun Wahyuni dkk, 2023).

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena dalam penelitian lainya yang hampir serupa dengan penelitian ini, hanya mengkaji mengenai kelembagaan dan unsur-unsur penunjang saja, sedangkan di dalam teori pengembangan pariwisata ada beberapa indikator lainnya yang harus dikaji ; seperti daya tarik atraksi, aksesibilitas, amenities dan kelembagaan. Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian ini akan merumuskan strategi pengembangan Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan field research (penelitian lapangan), yaitu peneliti langsung meneliti ke lapangan untuk meneliti data yang berkenaan dengan masalah yang akan diteliti (Sugiono, 2005, hal.11) . Adapun pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi yang terjadi di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

2.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan objek yang akan diteliti yang memiliki ukuran, baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Berdasarkan hasil tinjauan pustaka mengenai pengembangan pariwisata dan komponen-komponen wisata, diperoleh variabel yang akan digunakan dalam penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 3.1 Indikator dan Variabel Penelitian

Sasaran	Variabel	Indikator	Definisi Operasional
Sasaran 1 Identifikasi potensi atraksi Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi	<i>Something to see</i>	a. Pemandangan air laut yang bersih dan jernih b. Pemandangan resor/rumah apung yang berada di pesisir pantai c. Pemandangan hutan mangrove d. Menonton pertunjukan budaya	Jenis atraksi wisata baik yang natural maupun buatan manusia.
	<i>Something to do</i>	a. Melakukan kegiatan berenang atau snorkling b. Melakukan kegiatan berfoto di beberapa spot foto c. Melakukan kegiatan eksplorasi alam	

Sasaran	Variabel	Indikator	Definisi Operasional
	<i>Something to buy</i>	Fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.	
Sasaran 2 Identifikasi Aksesibilitas di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi	Tingkat aksesibilitas objek wisata	a. Jalan, b. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana dan moda transportasi.	Ketersediaan sarana penunjang aksesibilitas di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
Sasaran 3 Identifikasi Amenities di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi	Tingkat amenities objek wisata	Kebutuhan sarana dan prasarana berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan republik Indonesia Nomor P.13/Menlhk/Setjen/Kum. 1/5/2020 Tentang pembangunan Sarana Dan Prasarana Wisata Alam Di Kawasan Hutan	Ketersediaan dan kondisi fasilitas pada lokasi wisata untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan yang datang berkunjung.
Sasaran 4 Identifikasi Kelembagaan di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi	Pihak pengelola objek wisata	Langkah-langkah pengembangan daya tarik objek wisata	Mengacu kepada adanya lembaga atau organisasi yang mengolah objek wisata

Sumber : Analisis penulis, 2023

2.3 Sampel Responden Melalui Penyebaran Kuesioner

Responden wisatawan dapat memberikan informasi mengenai indikator penelitian kepuasan wisatawan. Dalam penelitian ini responden merupakan wisatawan yang berkunjung untuk menikmati daya tarik Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi. Sample dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sample. Jumlah responden untuk wisatawan ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi merupakan jumlah rata-rata wisatawan yang berkunjung setiap tahun pada Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi. Menurut (Arikunto, 2013:108)¹, apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya. Namun apabila subjeknya lebih besar dari 100 dapat diambil antara 10%-25%. Berdasarkan hasil wawancara awal terhadap pengelola, jumlah rata-rata wisatawan yang berkunjung setiap tahunnya mencapai 19.128 orang . Dengan menggunakan jumlah populasi yaitu 19.128 orang maka nilai eror yang dipakai dalam penelitian ini yaitu 20%, sehingga jumlah responden wisatawan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana :

- N = Populasi
- E = error (20%)
- Jumlah Sample = Minimal 25 Responden (dalam penelitian ini terjaring sebanyak 32 responden).

2.4 Teknik Sampling Responden

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui survey primer dimana data diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini terbagi menjadi tiga yaitu :

2.4.1 Wawancara

wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan dengan metode *in-depth interview* guna menghasilkan data kualitatif yang mendalam dengan memungkinkan pewawancara untuk berbicara mengenai subjek selama masih dalam pandangan dan referensi pribadi mereka (Supriharjo, 2013). Responden merupakan orang kunci atau key person dari pengelola objek wisata, kepala desa dan kepala dinas pariwisata, yaitu : ketua, sekretaris dan bendahara Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Kepala Desa Bobanehena dan Kepala Dinas pariwisata Kabupaten Halmahera Barat. Tipe wawancara untuk memperoleh informasi dari pengelola wisata adalah wawancara tertutup, dimana dalam tipe wawancara ini peneliti terikat oleh bentuk pertanyaan yang telah disusun.

Tabel 3.2 Rekapitulasi Sumber dan Teknik Pengumpulan Data Melalui Wawancara

Variabel	Indikator	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Atraksi objek wisata	c. Nilai-nilai atraksi yang berwujud fisik d. Nilai atraksi atraksi non fisik	Pengelola, Kepala Desa dan Kepala Dinas Pariwisata	Wawancara
Aksesibilitas	a. Jalan b. Moda Transportasi c. Telekomunikasi		

Variabel	Indikator	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Amenities/Fasilitas pendukung kegiatan objek wisata	Ketersediaan sarana dan prasarana berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan republik Indonesia NomorP.13/Menlhk/Setjen/Kum.1/5/2020 Tentang pembangunan Sarana Dan Prasarana Wisata Alam Di Kawasan Hutan		

Sumber : Hasil penelitian, 2023

2.4.2 Kuesioner

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan untuk mengetahui indikator daya tarik yang ada di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi. Kuesioner disusun berdasarkan variabel penelitian mengenai kepuasan wisatawan yaitu kualitas daya tarik objek wisata, kualitas pelayanan, dan kualitas pengalaman wisatawan.

Tabel 3.3 Rekapitulasi Sumber dan Teknik Pengumpulan Data Melaui Kuesioner

Variabel	Indikator	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Atraksi objek wisata	a. <i>Something to see</i> b. <i>Something to do</i> c. <i>Something to buy</i>	Pengunjung	Kuesioner
Aksesibilitas objek wisata	a. Jalan b. Moda transportasi c. Telekomunikasi d. Pelayanan		

Sumber : Hasil penelitian, 2023

2.5 Analisis Skoring

Metode skoring ini dipakai untuk mengetahui sasaran potensi berdasarkan atraksi dan ketersediaan *amenities* objek wisata dengan melakukan penilaian *something to see*, *something to do*, *something to buy* dan fasilitas berdasarkan ketentuan yang dibuat oleh pemerintah (Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.13/MENLHK/SETJEN/KUM.1/5/2020 Tentang Pembangunan Sarana dan Prasarana Wisata Alam di Kawasan Hutan). Untuk indikator skoring yang digunakan yaitu:

Skoring 1 = Ya (yang artinya indikatornya berapa %) atau Ada (artinya fasilitas tersedia)

Skoring 0 = Tidak (yang artinya indikatornya berapa %) atau Tidak ada (artinya fasilitas tidak tersedia)

Adapun penilaian yang dilakukan menggunakan metode skoring dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat aksesibilitas yang ada di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

Skoring 5 = Baik (yang artinya kondisinya baik)

Skoring 3 = Sedang (yang artinya kondisinya sedang)

Skoring 1 = Buruk (yang artinya kondisinya buruk)

2.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah kegiatan mengorganisir dan menganalisa kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), kesempatan (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) yang dialami oleh objek penelitian. Jika dipecah, unsur kekuatan dan kelemahan bersifat internal (seperti: reputasi jenis, hak paten, lokasi) sehingga Anda masih dapat mengaturnya dari waktu ke waktu. Sedangkan peluang dan ancaman bersifat eksternal (seperti: pemasok, kompetitor, harga pasar), suka atau tidak, faktor tersebut sangat sulit untuk Anda kontrol karena sifatnya yang fleksibel dan berfluktuatif dari waktu ke waktu.

Metode analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dari 4 (empat) sisi yang berbeda, di mana aplikasinya adalah:

1. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunities*) yang ada.
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan.
3. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Dengan menggunakan analisis SWOT akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang saling memiliki keterkaitan antar alternatif, namun alternatif yang diperoleh perlu ditingkatkan karena kepentingan dari tiap alternatif berbeda. Dari beberapa alternatif harus ditentukan prioritas strategi yang akan digunakan, dibutuhkan suatu metode untuk menyelesaikan masalah tersebut, salah satunya adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

2.7 Matrix SWOT

Matriks SWOT merupakan kombinasi antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan *factor eksternal* yaitu peluang dan ancaman sehingga akan membentuk empat alternatif strategi dari kombinasi keduanya yakni strategi S-O (*Strenght Opportunities*),

ST (*Strength Threats*), WO (*Weakness Opportunities*), dan WT (*Weakness Threats*) (Rangkuti 2001).

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) adalah identifikasi factor internal diperluka untuk mengetahui kekuatan yang dapat digunakan dalam mengatasi kelemahan yang ada diperusahaan dengan cara melakukan proses identifikasi terhadap berbagai factor yang ada dalam area fungsional perusahaan seperti sumberdaya manusia, lokasi, produksi, pemasaran, keuangan, dan manajemen (David 2010).

Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) identifikasi factor external diperlukan untuk mengembangkan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman yang kemungkinan akan datang. Faktor eksternal ini terbagi atas dua lingkungan yaitu, lingkungan makro (meliputi faktor demografi, faktor ekonomi, faktor alam, dan faktor politik) dan lingkungan mikro (meliputi kondisi perusahaan, konsumen, pesaing, dan produk substitusi) (David, 2010). Untuk lebih jelas dapat di lihat pada gambar di bawah ini.

	Strengths	Weakness
Threats	ST Memfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	WT Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman
Opportunities	SO Memfaatkan potensi untuk meraih peluang	WO Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang

Gambar 3.1 Matrix SWOT

Sumber : Pearce dan Robinson tentang Analisis SWOT

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi Pengembangan

Dalam analisis untuk rekomendasi peningkatan/ pengembangan di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi yaitu memakai analisis SWOT , data yang dianalisis yaitu menggunakan hasil analisis teridentifikasinya potensi Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi berdasarkan atraksi, teridentifikasinya aksesibilitas Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi, teridentifikasinya Amenities Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dan teridentifikasinya kelembagaan pengelola Wisata Tanjung Rappa Pelangi

Faktor Internal

1. *Strenght* (Kekuatan) :

- a. Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi memiliki keindahan pemandangan yang sangat menarik wisatawan.
- b. Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi sudah memiliki pelayanan transportasi umum seperti ojek, speedboot dan mobil rental lokal.
- c. Jalur menuju lokasi Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi memiliki kondisi jalan yang baik dan mudah untuk diakses.
- d. Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi menjadi salah satu wisata unggulan di Maluku Utara yang pengunjungnya datang dari berbagai daerah.
- e. *Rappa pelngi punya 10 yunit Resort dan 10 lagi yang baru tapi belum 100% selesai pekerjaannya*

2. *Weaknes* (Kelemahan) :

- a. Kurangnya pemahaman masyarakat terkait dengan teknologi media sosial.
- b. Tidak adanya kios cenderamata di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- c. Tidak adanya menara pandang (*viewing deck*);di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- d. Tidak adanya panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- e. Tidak adanya jalur evakuasi yang ada di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- f. Perlengkapannya yang ada di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- g. Tidak adanya lampu taman di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

Faktor External

1. *Opportunity* (Peluang) :

- a. Tingginya partisipasi masyarakat dalam mendukung aktivitas Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- b. Adanya pelatihan dari instansi pemerintah dan instansi akademik.
- c. Adanya pengunjung/wisatawan dari berbagai daerah.
- d. Adanya pegelaran Festival Teluk Jailolo yang mempromosikan Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

- e. Adanya makam pahlawan yang berjarak kurang lebih 2 km dari Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- f. Pernah di kunjungi Pak Sandiaga Uno di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

3. *Threats* (Ancaman) :

- a. Adanya kondisi polimik kesehatan seperti *covid19*.
- b. Munculnya pesaing baru.

1. Strategi *Streght-Opportunities*

Kondisi ini biasanya menjadi kondisi yang diharapkan oleh sebuah desa wisata, karena kelebihan atau kekuatan yang dimiliki oleh Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dipakai untuk memanfaatkan segala kesempatan yang ada, sehingga sebuah Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dapat memiliki keunggulan yang baik jika dibandingkan dengan desa wisata lainnya. Adapun beberapa kekuatan Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dalam memanfaatkan kesempatan yang ada:

- a. Melakukan peningkatan pemahaman terhadap masyarakat untuk dapat memberikan cara atau pemahaman edukasi yang maksimal.
Dalam ini hal ini agar masyarakat dan pengelola Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dapat beradaptasi dengan seluruh masyarakat Indonesia maupun internasional yang berkunjung ke Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi
- b. Melakukan peningkatan lapangan pekerjaan terhadap masyarakat yang ada di sekitar Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
Peningkatan lapangan pekerjaan ini guna untuk kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
- c. Melakukan peningkatan kegiatan pemasaran terhadap objek wisata sehingga dapat mendorong perekonomian yang ada di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.
Dalam peningkatan pemasaran objek wisata, masyarakat dan pengelola objek wisata harus saling kerja sama dengan cara memanfaatkan jaringan sosial, jaringan instansi dan akademik.
- d. Meningkatkan hubungan kerja sama dengan Instansi Pemerintah dan Instansi Akademik untuk mengenalkan dan membrandingkan Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi agar seluruh masyarakat Indonesia mengetahui adanya Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi

Hal ini perlu disadari oleh pengelola Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi, dengan meningkatkan hubungan tersebut dapat berpengaruh besar terhadap eksistensi pengelola wisata dan juga dapat mendorong perekonomian yang ada di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

- e. Menciptakan masyarakat sadar wisata.

Menciptakan masyarakat mengerti dan memahami bagaimana menjaga dan mengelola suatu objek wisata agar pengunjung betah dan merasa nyaman.

- f. Adanya kerjasama kepada masyarakat terkait kuliner, transportasi dan penginapan.

Dalam hal ini, agar membangkitkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekitar objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi sehingga tumbuh dan berkembang.

2. Strategi *Weaknesses-Oportunities*

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang ada.

- a. Peningkatan fasilitas di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi yang melibatkan masyarakat dalam hal ini untuk menyumbang tenaga nya dalam pembangunan fasilitas di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

Dalam strategi ini perlu adanya kesadaran masyarakat yang ada di sekitar Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi untuk melihat dan terlibat dalam pembangunan fasilitas di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi, karena Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi menjadi wisata unggulan.

- b. Perlu adanya fasilitas pusat informasi wisata/TIC (Tourism Information Center) dan perlengkapannya di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi agar wisatawan tau objek wisata yang mereka kunjungi.
- c. Perlu adanya pelatihan terhadap wisatawan terkait dengan pemahaman teknologi digital agar bisa beradaptasi dengan kondisi era teknologi saat ini.
Pada strategi ini pemerintah, pengelola Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi harus mengadakan pelatihan agar wisatawan paham dan dapat beraptasi dengan teknologi saat ini.
- d. Perlu adanya kios cendramata di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi agar wisatawan tau objek wisata yang mereka kunjungi.

Fasilitas kios cendrmata sangat dibutuhkan di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi, karena akan sangat membantu pengunjung untuk berbelanja souvenir atau produk lokal masyarakat setempat.

- e. Perlu adanya Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi, agar wisatawan bisa menonton pertunjukan atraksi budaya yang ada di objek wisata.

Adanya fasilitas panggung kesenian ini juga dapat memberikan kesempatan untuk masyarakat setempat dalam menampilkan bakat yang mereka miliki khususnya dibidang seni dan budaya.

- f. Perlu adanya jalur evakuasi di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi.

Adanya fasilitas jalur evakuasi, akan memudahkan wisatawan untuk bisa mengantisipasi keselamatan apabila terjadi bencana alam.

- g. Perlu adanya menara pandang (viewing deck) di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi agar wisatawan tau objek wisata yang mereka kunjungi.

Fasilitas ini membantu wisatawan untuk pengambilan foto dengan view yang indah dan memuaskan.

3. Strategi *Strengths–Threat*

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki desa wisata untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun beberapa kekuatan tersebut, yakni sebagai berikut:

- a. Mengoptimalkan media marketing yang digunakan.

Dengan era teknologi saat ini, pemasaran prodak atau objek wisata bisa menggunakan media sosial.

- b. Adanya kegiatan pemahaman kepada masyarakat terkait penggunaan media sosial.

Perlu adanya pelatihan media sosial terhadap masyarakat yang difasilitasi oleh pemerintah dan pengelola Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi sehingga masyarakat juga ikut serta dalam pemasaran lewat media sosial.

4. Strategi *Weaknesses-Threats*

Strategi ini berusaha meminimalisir kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman. dalam kondisi ini di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dituntut untuk mengantisipasi ancaman yang ada.

- a. Pengoptimalan sarana dan prasarana pendukung aktivitas teknologi digital.

Perlu adanya alat pendukung teknologi digital semisal dibangunnya lab komputer, kamera dan alat-alat pendukung lainnya.

- b. Pemanfaatan media sosial seperti zoom sebagai salah satu kegiatan pariwisataawan (*zoom tour*).

Ketika dihadapkan dengan kondisi wabah *covid19*, pengelola dan masyarakat harus memanfaatkan fasilitas media sosial seperti zoom.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai Strategi Pengembangan Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi, Kecamatan Jailolo Kab. Halmahera Barat maka, dapat dihasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Atraksi

A. Atraksi *Something To See*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap wisatawan dan analisis, dapat diketahui bahwa daya tarik yang dilihat dari unsur pemandangan dinyatakan sangat baik.

B. Atraksi *Something To Do*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap wisatawan dan analisis, dapat diketahui bahwa daya tarik yang dilihat dari unsur Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi merujuk pada kegiatan yang membuat pengunjung atau wisatawan sebagian besar merasa senang.

C. Atraksi *Something To Buy*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap wisatawan dan analisis, dapat diketahui bahwa daya tarik yang dilihat dari unsur fasilitas berbelanja sudah tersedia, namun masih perlu adanya penambahan fasilitas.

2. Amenitas

Berdasarkan tabel skoring di atas, masih ada beberapa kelengkapan sarana dan prasarana wisata yang belum dibangun. Dalam hal ini perlu adanya pembangunan untuk melengkapi sarana dan prasarana sehingga lebih dapat menarik dan membuat kenyamanan bagi pengunjung dan wisatawan.

Untuk melihat tingkat Amenities/fasilitas Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi, dilakukan skoring terhadap fasilitas pada objek wisata berdasarkan variabel yang digunakan dengan

merujuk pada Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.13/MENLHK/SETJEN/KUM.1/5/2020 Tentang Pembangunan Sarana dan Prasarana Wisata Alam di Kawasan Hutan.

3. Aksesibilitas

Berdasarkan hasil wawancara terhadap wisatawan dan analisis, dapat diketahui bahwa kondisi jalan menuju lokasi Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi dinyatakan baik, jarak tempuh menuju lokasi wisata yang mudah untuk diakses, adanya pelayanan transportasi umum yang melayani, dan kondisi jaringan internet di Objek Wisata Tanjung Rappa Pelangi yang terlayani dengan baik

4. Kelembagaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola wisata dalam hal ini *key person* selaku ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), telah diketahui bahwa aspek atraksi, aksesibilitas dan amenities sudah terbilang baik, tetapi dari aspek amenities perlu adanya penambahan berdasarkan pedoman fasilitas kepariwisataan.

5. SARAN

Studi ini hanya mengkaji tentang teori strategi sebagai rencana atau strategi sebagai sebuah perencanaan terdahulu secara sadar dan sengaja melalui berbagai tindakan yang akan dilakukan, yang kemudian dikembangkan dan diimplementasikan agar mencapai suatu tujuan. Adapun rekomendasi untuk studi lanjutan :

- Studi yang lebih dalam terhadap 4 aspek teori strategis yaitu strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai taktik dan strategi sebagai perspektif.
- Studi terkait merumuskan konsep pengembangan fasilitas sarana prasarana berdasarkan pedoman kepariwisataan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU TEKS

AInskip (1991). Pengembangan desa wisata menyediakan pekerjaan bagi generasi muda untuk mengurangi kecenderungan urbanisasi

Ananto Kusuma Seta. (1987). Konservasi Sumber Daya Tanah dan Air. Jakarta :
Kalam Mulia.

Anggun Wahyuni Ismail dkk (2023), Potensi Pengembangan Ekowisata Tanjung Rappa Pelangi di Desa Bobanehena Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat

Arikunto, (2013:108). Ukuran samling penelitian kualitatif.

Cooper, dkk. 2005. Tourism Principle and Practive Third Edition. Harlow: Prentice Hall.

David, F. R. (2010). Manajemen Strategi : Konsep. Jakarta: Salemba Empat edisi 12.

Damanik, Janianton dan Weber, Helmut F. (2006). Perencanaan Ekowisata. Yogyakarta :

PUSBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA.

Gutman (2017), Panduan Penentuan Skoring Kriteria Kuesioner Gutman

Hermawan, Hary. 2016. “Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal”. Jurnal Pariwisata Volume III No 2.

Moleong Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muljadi (2009). Desa wisata menjadi prodak wisata yang melibatkan anggota masyarakat desa dengan segala perangkat yang dimilikinya

Mintzberg, Henry, James Brian Quinn, dan Jhon Voyer, “The Strategy Process”.

London: Prentice Hall International, Inc., 1995.

Pearce dan Robinson. Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity) dan ancaman (threat).

Palmira Bachtiar (2016). Kuantifikasi data kualitatif dalam hal ini harus sesuai dengan kaidah ilmiah yang valid dan reliable.

- Pradipta, M. P. Y., Suprpto, M. H., & Purnomo, B. (2018). Peran Kelompok Sadar Wisata Dalam Merevitalisasi Kampung Pecinan Sebagai Objek Dan Daya Tarik Wisata di Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 14(1), 60–65.
- Risanty (2015). Metode skoring merupakan teknik pengambilan keputusan pada suatu proses yang melibatkan berbagai faktor secara bersama-sama.
- Soewantoro (1997). Desa wisata yang mampu menyediakan komponen-komponen kebutuhan pokok wisatawan seperti akomodasi, makanan dan minuman, cinderamata dan atraksi-atraksi wisata
- Sholahuddin (2010). Metode skoring adalah suatu metode pemberian skor atau nilai terhadap masing-masing value parameter untuk menentukan tingkat kemampuannya.
- Sugiyono (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- Swarbrooke. (1996). Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- UNWTO. (2019). UNWTO Tourism Definitions. Madrid: World Tourism Organization.

MEDIA ONLINE

- <https://www.idntimes.com/travel/destination/sinta-listiyana-2/potret-wisata-tanjung-rappa-pelangi-di-halmahera-barat>. Diakses pada tanggal 28 juni 2023.
- <https://travel.detik.com/event-wisata/d-1619833/festival-teluk-jailolo-2011-halmahera-barat>. Diakses pada tanggal 28 juni 2023.
- <https://www.marketeers.com/lima-pantai-yang-wajib-dikunjungi-selama-festival-teluk-jailolo>. Diakses pada tanggal 28 juni 2023.
- <https://www.detik.com/bali/berita/d-6639096>. Diakses pada tanggal 2 juli 2023
- <https://bali.tribunnews.com/tag/panggung>. Diakses pada tanggal 2 juli 2023
- <https://Pakde.co-jawapost.com/regional/2014/02/10/pemkab-kediri-mulai-pasang-papan-tanda-jalur-evakuasi>. Diakses pada tanggal 2 juli 2023
- <https://www.istockphoto.com/id/foto/menara-kayu-di-hutan-mangrove-gm815163316-131865963>. Diakses pada tanggal 2 juli 2023

PERATURAN PERUNDANGAN

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Peraturan Menteri Pariwisata No 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Wisata Berkelanjutan

Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.13/MENLHK/SETJEN/KUM.1/5/2020 Tentang Pembangunan Sarana dan Prasarana Wisata Alam di Kawasan Hutan.

