

Analisis Perubahan Eksternal dalam Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Kepulauan Sapeken Madura dengan Menggunakan Pendekatan Pemasaran Wilayah

Muchammad Nurif, Endang Sulastri
UPT PMK Sosial Humaniora ITS, Surabaya, 60111.
mnurif69@gmail.com

Diterima: 15 Agustus 2017
Direview: 27 November 2017
Diterbitkan: 30 November 2017

Hak Cipta © 2017 oleh Penulis (dkk) dan Jurnal Sosial Humaniora (JSH)
*This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Subject Areas: Tourism, Marketing

Abstract

To market the potential of marine and tourism, especially marine tourism required an appropriate marketing model for an optimal result. Given the area of Sapeken Island adjacent to P.Bali which is the icon of Indonesian tourism, the prospects of tourism development, including marine tourism, is very good that is by attracting tourists both domestic tourists and foreign tourists to continue the tour from P.Bali to the Sapeken Islands..

The rebuilding of Trunojoyo airport in Sumenep regency to be operated commercially will facilitate tourist access to visit Sumenep regency and then to Sapeken Islands because in Sapeken sub-district is P.Saor Desa Sapeken, P.Pagerungan Besar (former Pertamina).

By knowing the potential in Sapeken region, including the potential of marine tourism spread across several small islands, and the role of tourism sector in moving the economy of a region, it is necessary to find a strategy or model to market these potentials in the package.

Keywords: *external changes analysis; marine tourism; Sapeken archipelago; marketing -places;*

Pendahuluan

Pemasaran wilayah dalam konteks pengembangan wisata bahari Kepulauan Sapeken adalah mendesain wilayah Kepulauan Sapeken agar potensi yang dimiliki baik kekayaan alam, kekayaan budaya dapat dijual dan mampu bersaing dengan daerah lain dalam menarik *tourism, trade, investment* untuk meningkatkan pendapatan daerah. Analisis faktor lingkungan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran kondisi dan prospek wisata bahari Kepulauan Sapeken saat ini dan di masa yang akan datang. Upaya memetakan perubahan lingkungan eksternal dalam tiga elemen dasar analisis lingkungan eksternal yang dilakukan dalam

penelitian ini, yaitu analisis perubahan (*change*), analisis pesaing (*competitor*), dan analisis pelanggan (*customer*) yang terdiri dari *trader-tourist-investor-talent-developer-organizer* (TTI-TDO). Hal ini dilakukan untuk melihat kondisi yang ada di luar daerah Kepulauan Sapeken sebagai bahan untuk menata kondisi internal dan mengatur strategi pemasaran.

Metode Penelitian

Untuk dapat memenuhi tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan metode penelitian preskriptif dan pendekatan Strategi Pemasaran Wilayah (*Marketing Places*). Metode preskriptif

(adalah metode deskriptif dengan mengutamakan pada pengalaman dikaitkan pada perjalanan wisata) digunakan untuk mendapatkan suatu formula pemasaran wisata bahari Kepulauan Sapeken dan sekitarnya yang dapat diberikan untuk rekomendasi bagi pemerintah daerah sebagai *decision maker* maupun pelanggan daerah. Pelanggan yang dimaksud meliputi penduduk dan masyarakat daerah tersebut, *Trader, Tourist, Investor (TTI)*, dan *Talent, Developer, Organizer (TDO)* serta seluruh pihak yang memiliki kontribusi dalam membangun keunggulan bersaing. (Kountour, Ronny, 2004)

Metode Pengumpulan Data

Data Primer

a. Penyebaran kuesioner

Data yang akan dikumpulkan diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada masyarakat, LSM, tokoh masyarakat, decision maker (Camat Sapeken, Bappeda Kabupaten Sumenep, Dinas Perikanan dan Kelautan, Dinas pariwisata dan dinas terkait lainnya), KADIN, Asosiasi terkait sektor pariwisata.

b. Mengadakan Workshop

Untuk lebih mendukung data hasil pengisian kuesioner, dilakukan *workshop* di Kabupaten Sumenep dengan melibatkan semua *stakeholder*

Data Sekunder

Data pendukung lainnya diperoleh dari dinas dan instansi terkait.

Analisis Perubahan Daerah (*CHANGE*)

1. Perubahan Teknologi

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini seperti teknologi komunikasi, transportasi menyebabkan arus informasi dari seluruh penjuru dunia dapat diketahui oleh masyarakat dengan cara

mudah dalam waktu yang sangat cepat. Kondisi ini menyebabkan batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit dan seolah tidak ada jarak antara suatu negara dengan negara yang lain. Teknologi merupakan kekuatan utama pendorong perubahan. Banyak negara dan daerah mampu secara kokoh membangun keunggulan bersaingnya karena mampu memanfaatkan teknologi secara baik dan cepat mengambil peluang dari adanya perubahan teknologi (Hermawan Kartajaya dkk, 2005).

Perkembangan teknologi seperti telepon, televisi, telepon seluler, komputer dan internet sudah dikenal dan bisa dinikmati masyarakat Sapeken. Telepon sudah bisa dinikmati masyarakat Sapeken lebih dari 10 tahun yang lalu, telepon seluler bisa dinikmati 2-3 tahun yang lalu, dengan dibangunnya dua buah *tower* oleh dua operator telepon seluler. Pembangunan *tower* tersebut mengindikasikan bahwa Kepulauan Sapeken secara bisnis mempunyai prospek yang bagus. Telepon seluler yang saat ini sedang semarak dilengkapi dengan berbagai aplikasinya dapat digunakan masyarakat setempat untuk berkomunikasi dengan masyarakat daerah lain baik di dalam wilayah Kepulauan Sapeken maupun di luar Kepulauan Sapeken secara mudah dan cepat sehingga mengurangi tingkat isolasi dengan daerah luar.

Dunia Internet telah dimanfaatkan dalam mengenalkan potensi yang ada di Kecamatan Sapeken, termasuk di dalamnya potensi wisata bahari, dengan memasukkan Kecamatan Sapeken dalam *website* sehingga bisa diakses oleh masyarakat luas di luar Kepulauan Sapeken, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain. Dengan dikenalnya potensi wisata Kepulauan Sapeken diharapkan dapat menarik wisatawan maupun investor untuk berkunjung dan berinvestasi ke daerah ini. Pengguna internet di Kepulauan

Sapeken sudah tidak lagi terbatas di kalangan tertentu saja, seperti pegawai pemerintah, perusahaan pengeboran minyak dan masyarakat dengan pendidikan SMA ke atas, tapi para pedagang dan nelayan pun sekarang sudah menggunakan teknologi ini.

Dalam hal penggunaan televisi, hasil penelitian menunjukkan bahwa 66,67 % responden menyatakan bahwa siaran televisi yang ada di Indonesia dapat diterima dengan baik dan 33,37 responden menyatakan sebaliknya. Di samping itu, 86,67 % responden menggunakan parabola dan sisanya 13,23 % tidak menggunakan parabola.

Dengan menggunakan parabola maka masyarakat punya peluang menikmati siaran televisi luar negeri sehingga arus informasi dari dalam dan luar negeri dengan mudah dapat mereka terima. Hal ini akan memiliki dampak positif maupun negatif. Responden yang menyatakan bahwa perubahan teknologi tersebut berdampak positif sebanyak 73,33 %, yang menyatakan berdampak negatif 20 % dan sisanya 6,67 % menyatakan tidak tahu. Dampak positifnya, menurut mereka adalah setiap informasi dapat diketahui secara cepat, misalnya keberhasilan pembangunan di daerah lain, sehingga dapat memacu masyarakat Sapeken untuk menirunya sedangkan dampak negatifnya adalah jika mereka tidak dapat memfilter segala sesuatu yang negatif, seperti budaya asing yang tidak sesuai dengan budaya masyarakat Kepulauan Sapeken yang agamis. Sarana penerangan yang ada di Kepulauan Sapeken berupa sarana listrik PLN dan nonPLN, dengan jumlah rumah tangga yang menggunakan listrik PLN sebanyak 1.029 dan listrik nonPLN sebanyak 303.

2. Perubahan Politik dan Regulasi Daerah

Pembangunan di suatu daerah sangat tergantung dari kebijakan pemerintah yang biasanya berkait dengan sistem politik yang berlaku. Potensi yang ada di suatu daerah tidak ada artinya jika tidak didukung oleh perangkat kebijakan pemerintah daerah untuk mengembangkannya.

Pembangunan wisata bahari di Kepulauan Sapeken mendapat perhatian pemerintah daerah sebagaimana yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2014-2019 (Perda Propinsi Jatim No. 3 Tahun 2014). Hal ini dapat dilihat dalam agenda prioritas pembangunan pariwisata, antara lain adanya rencana kegiatan pengembangan promosi dan informasi wisata melalui media elektronik dan travel biro, pembinaan kelompok sadar wisata, Survei Investigasi dan Desain Pengembangan Pariwisata (SID) dalam agenda prioritas pembangunan ke tiga dalam pembangunan Kabupaten Sumenep. Di samping itu juga dimasukkannya rencana kegiatan penataan ruang wisata bahari dan kegiatan pembuatan database informasi manajemen sumber daya kelautan dan perikanan dalam agenda prioritas kelima pembangunan di Kabupaten Sumenep. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal pengembangan wisata secara umum, khususnya wisata bahari di Kepulauan Sapeken.

Dalam meninjau perubahan politik dan pengaruhnya terhadap daerah, ada tiga hal yang perlu dikaji untuk memasarkan wisata bahari Kepulauan Sapeken (Muchammad Nurif, Soedarso, Suyanto, 2015), yaitu :

1. *Pemasaran Wisata Bahari Kepulauan Sapeken harus meninjau karakteristik dan perilaku dari sistem politik yang berlaku.*

Sistem politik inilah yang umumnya membentuk nilai-nilai sosial yang menentukan bagaimana sebuah keputusan dihasilkan termasuk di dalamnya keputusan dalam mengalokasikan sumber daya ekonomi. Sistem politik dan ideologi yang ada di daerah akan menentukan pendekatan yang diambil oleh daerah-daerah tersebut dalam menyelesaikan konflik di antara kelompok-kelompok kepentingan yang ada di dalamnya.

Dalam kaitan dengan pengembangan wisata bahari Kepulauan Sapeken, pembangunan wisata sering menimbulkan konflik kepentingan antara pemerintah dan masyarakat. Di satu sisi, pemerintah ingin mengembangkan pariwisata untuk mendongkrak pendapatan, namun dari sisi lain, masyarakat kurang mendukung keinginan pemerintah karena khawatir terhadap eksese negatif dari pengembangan wisata tersebut. Konflik kepentingan antara masyarakat dan pemerintah sebenarnya tidak perlu terjadi jika dibangun komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat dengan membicarakan setiap rencana pembangunan dan mencari solusi bersama dari masalah yang akan ditimbulkan karena masyarakatlah yang akan terkena dampak langsung dari pembangunan yang ada di daerahnya. Dengan demikian masyarakat merasa dilibatkan dalam pembangunan di daerahnya.

2. *Pemasaran wisata bahari Kepulauan Sapeken harus meninjau pengaturan institusi politik negara*

Institusi politik umumnya mencakup berbagai lembaga seperti partai politik, eksekutif, legislatif, yudikatif dan kelompok penekan

(*pressure group*) seperti LSM atau organisasi profesi.

Semua elemen ini telah dilibatkan dalam upaya pengembangan Wisata Bahari Kepulauan Sapeken dengan memberikan masukan, saran dan kritik.

3. *Pemasaran wisata bahari harus mengkaji pengaruh perkembangan politik global*

Perkembangan politik global akan mempengaruhi pengembangan dan pemasaran wisata. Kasus menyebarnya wabah SARS, meletusnya gunung Agung di Bali juga berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan manca negara ke suatu negara.

Pengembangan Wisata Bahari Kepulauan Sapeken juga akan melibatkan TTI-TDO sehingga harus memperhatikan regulasi daerah yang meliputi:

1. **Regulasi yang menyangkut operasi pemerintahan daerah (*public law*)**

Hal ini diperlukan karena regulasi tersebut menentukan batas-batas operasi pemerintahan yang tidak boleh dilanggar, seperti penggunaan tenaga kerja lokal untuk posisi tertentu yang harus dipenuhi oleh investor yang berinvestasi di Kepulauan Sapeken.

2. **Regulasi yang menyangkut operasi perusahaan (*private law*)**

Hal ini diperlukan mengingat iklim bisnis yang baik seperti kepastian hukum, prosedur yang mudah, tidak adanya pungutan tidak resmi terhadap perusahaan merupakan hal yang sangat diperlukan oleh TTI-TDO.

3. **Perubahan Sosial Budaya Daerah**

Nilai-nilai sosial dan budaya suatu daerah seringkali menjadi penghambat pembangunan. Namun demikian nilai sosial dan kebudayaan

bukanlah sesuatu yang statis karena nilai-nilai ini terus-menerus bergerak secara dinamis ketika berinteraksi dengan nilai-nilai dari kebudayaan luar. Masyarakat yang sering berinteraksi dengan kebudayaan luar punya kecenderungan lebih terbuka dan lebih toleran terhadap nilai-nilai baru. Namun pada sisi lain, nilai-nilai lama cenderung resistan ketika berhadapan dengan nilai-nilai baru yang dianggap sebagai ancaman terhadap nilai-nilai lama.

Masyarakat Kepulauan Sapeken sebagian besar (99,99 %) beragama Islam dan sisanya (0,01 %) beragam non-Islam. Nafas Islam sangat kental mewarnai kehidupan masyarakat Kepulauan Sapeken sehingga Kepulauan ini mendeklarasikan sebagai "Pulau Ibadah". Nuansa Islam ini pulalah yang menyebabkan masyarakat Kepulauan Sapeken dapat hidup rukun meskipun etnis mereka berbeda, toleran, suka menolong, ramah dan memperlakukan setiap tamu (wisatawan) yang datang ke sana dengan baik sebagaimana yang diajarkan dalam agama Islam.

Budaya masyarakat di Kepulauan Sapeken merupakan sintesis dari karakter suku Madura, Banjar dan sedikit Makasar. Karakteristik Madura dan Banjar, dicirikan dengan kultur lebih agraris dan berdagang, sedangkan warna budaya Sulawesi berciri sebagai jiwa pelaut atau penjelajah. Jiwa pelaut menjadikan masyarakat Kepulauan Sapeken pandai dalam membuat kapal/perahu. Dari Pulau Pagerungan Kecil sebuah replika kapal tradisional yang dilakukan nenek moyang bangsa Indonesia untuk berlayar sampai Afrika Selatan beberapa abad lalu dibuat oleh penduduk setempat yang diberi nama Samudra Raksa sehingga

mengangkat nama Indonesia di dunia internasional.

Karakteristik masyarakat Kepulauan Sapeken sangat berbeda cara hidupnya dengan masyarakat kontinental/pegunungan yang sering tertutup dan cenderung memisahkan diri dengan masyarakat lain; artinya masyarakat kepulauan memiliki ciri sebagai masyarakat yang cenderung bebas dan terbuka, suka berkomunikasi, suka terhadap keterbukaan dan suka merantau atau menjelajah (*mobile*). Karakter ini dapat pula dijumpai pada masyarakat di daerah pesisir, hal ini dikarenakan pulau dan pesisir memiliki wilayah daratan relatif terbatas namun terbuka luas terhadap wilayah *marine* atau laut. Oleh sebab itu, melakukan suatu identifikasi untuk melihat potensi wilayah kepulauan tidak dapat dilepaskan dari keterkaitan suatu wilayah dengan memperhatikan sumber daya dengan multi skala (*multi scale*) atau multi sudut pandang (*multi stage*) (Soedarso, Muchammad Nurif, 2014).

Faktor sosial budaya masyarakat Kepulauan Sapeken ternyata cukup responsif dalam menerima perubahan. Hal ini disebabkan oleh beragamnya suku yang ada sehingga Kepulauan Sapeken bisa disebut sebagai "Miniatur Indonesia". Mobilitas mereka ke P.Bali, Banyuwangi dan Malaysia cukup tinggi. Sebagian besar responden (93,33%) pernah ke Pulau Bali sebanyak 1-2 kali dan sisanya 6,67 % lebih sering ke Pulau Bali (sesuai keperluan). Mobilitas ini menimbulkan interaksi masyarakat Sapeken dengan budaya luar yang berdampak pada sikap dan toleransi mereka yang cukup tinggi dalam melihat perbedaan.

Wisman yang berkunjung ke Kepulauan Sapeken sekitar 3-4 kali dalam setahun dan biasanya mereka berasal dari Prancis. Mereka datang secara perorangan, namun ada juga yang datang berkelompok dengan membawa kapal pesiar. Biasanya mereka menginap di rumah-rumah penduduk atau menginap di Bali. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya sarana akomodasi yang ada di sana.

4. Perubahan Ekonomi Daerah

Ekonomi memegang peranan lebih besar dalam perubahan. Berbagai aspek perubahan ekonomi makro harus dikaji dan dicermati dalam memasarkan potensi suatu daerah karena perubahan ekonomi makro akan berpengaruh pada kebijakan ekonomi suatu negara dan pada akhirnya mempengaruhi kebijakan ekonomi daerah.

Sistem keuangan daerah, yang menyangkut tiga elemen yaitu peminjam, pemberi pinjaman dan lembaga keuangan. Pengembangan Wisata Bahari Kepulauan Sapeken diharapkan dapat mendatangkan tambahan pendapatan bagi daerah tujuan wisata, baik pemerintah daerahnya maupun bagi masyarakat di sekitar kawasan pariwisata. Selain menambah pendapatan bagi daerah, diharapkan membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar lokasi wisata. (Phillip Kotler dkk, 2003)

a. Dampak Pariwisata Terhadap Kesempatan Kerja.

Harapan masyarakat dari pengembangan Wisata Bahari di Kepulauan Sapeken adalah terbukanya kesempatan kerja bagi masyarakat di sekitar lokasi wisata dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan seperti warung makanan, penginapan,

transportasi lokal, pemandu wisata dan sebagainya.

b. Dampak Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat.

Dengan terbukanya kesempatan berusaha dan kesempatan kerja secara tidak langsung akan memberikan tambahan penghasilan bagi masyarakat setempat sehingga dapat memperbaiki tingkat kesejahteraan mereka.

c. Perkiraan Pendapatan Daerah

Perkiraan pendapatan daerah dapat diperoleh sebagai dampak dari pengembangan wisata di daerah tersebut, seperti dari pajak hotel dan restoran, ijin usaha, dan karcis masuk ke lokasi wisata

5. Perubahan Pasar Daerah

Pemasar wisata Bahari Kepulauan Sapeken perlu melakukan tinjauan terhadap:

- a. Informasi bisa digunakan sebagai basis untuk penyusunan strategi pemasaran wisata Bahari Kepulauan Sapeken baik dalam penyusunan *positioning*, *diferensiasi*, *strategi branding*, *pengembangan produk*, *strategi servis* dan sebagainya.

Saat ini Wisata Bahari Kepulauan Sapeken belum dikelola serius sehingga wisata tersebut belum banyak menarik wisatawan. Seyogyanya, pemerintah daerah mengupayakan pengembangan wisata dengan melihat potensi pasar wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat upaya yang dilakukan daerah lain yang berhasil menjadi daerah wisata. Untuk menjadikan Kepulauan Sapeken sebagai destinasi wisata, diperlukan berbagai upaya, seperti

penataan obyek wisata, membenahi infra struktur dan sebagainya.

- b. Dengan memahami karakteristik dan perkembangan pasar pariwisata, pemerintah dapat merumuskan kebijakan yang dapat mendorong perkembangan usaha tersebut. Kebijakan pemerintah dapat berupa kemudahan mengurus perijinan bagi investor, pungutan terhadap pajak dan retribusi yang wajar.

Analisis Pesaing Daerah (*COMPETITOR*)

Maksud dan tujuan melakukan analisis pesaing adalah sebagai berikut : (a) Untuk menjamin bahwa pemasar daerah memiliki kesadaran dan pemahaman mengenai apa saja yang dilakukan oleh pesaing, bagaimana pengaruhnya, dan apa yang kira-kira akan dilakukannya untuk memenangkan persaingan; (b) Dari waktu ke waktu pemasar daerah perlu menyusun sebuah laporan mendalam mengenai suatu topik tertentu dari pesaing; (c) Untuk membandingkan kinerja pemasar kawasan wisata bahari dengan pesaing menurut berbagai parameter tertentu.

Analisis pesaing dan lingkungan persaingan dilakukan untuk memahami persaingan antar daerah. Hal ini dilakukan dengan melihat tiga dimensi dari pesaing, yaitu *General*, *aggressiveness*, dan *capability*. Dimensi *General* ini menggambarkan jumlah pesaing yang ada baik pesaing yang ada saat ini maupun pesaing potensial atau pesaing laten (*latent competitor*). Dengan melihat wisata bahari yang ada saat ini, maka pesaing Wisata Bahari Kepulauan Sapeken saat ini adalah Wisata Bahari di Pulau Bunaken, Sulawesi Utara; Wisata Bahari di Kepulauan Seribu; Wisata Bahari di Kepulauan Banda, Maluku Tengah dan

Wisata Bahari di Pantai Olele di Gorontalo. Dari empat pesaing yang ada, wisata bahari di Pulau Bunaken Sulawesi Utara merupakan pesaing utama. Hal ini karena ada kemiripan wisata bahari yang ada di pulau itu dengan yang ada di Pulau Sapeken, seperti terumbu karang dan pantai pasir putih dan ombak laut untuk selancar. Dengan diketahuinya pesaing yang ada saat ini, maka upaya-upaya yang dilakukan pesaing dapat dipantau sebagai acuan untuk memperbaiki wisata bahari Kepulauan Sapeken rangka memenangkan persaingan.

Dimensi *Agresiveness* melihat seberapa jauh para pesaing menerapkan strateginya secara kreatif dan efektif. Agresivitas persaingan daerah mulai terlihat sejak diberlakukannya undang-undang mengenai otonomi daerah. Sejak saat itu berbagai daerah mulai mengembang kan strategi untuk meningkatkan pendapatan daerah, walaupun seringkali kurang bijaksana karena pajak dan retribusi yang menjadi sasaran utama untuk mendongkrak PAD. Agresivitas Pemerintah Kabupaten Sumenep dapat terlihat dari upaya menggali sumber dana potensial dari kekayaan yang dimiliki, perbaikan infrastruktur seperti rencana pengoperasian lapangan terbang Trunojoyo dan promosi potensi daerah, baik seni budaya, pariwisata, produk unggulan daerah dan sebagainya.

Dimensi *capability* ini mencoba melihat kemampuan pesaing dari berbagai aspek seperti kepemimpinan pemerintah (*government leadership*), kondisi faktor produksi kawasan pariwisata (faktor *endowment*) seperti tenaga kerja, infrastruktur, dan teknologi, kondisi permintaan, organisasi dan struktur industri (*industrial organization*), dan kondisi sosial masyarakat (Hemawan Kartajaya, 2004).

Analisis terhadap pesaing dilakukan dengan tahapan sebagai berikut : **(1) Analisis Arena**

Persaingan, pada tahap ini, dilakukan kajian terhadap faktor-faktor eksternal yang menjadi penggerak persaingan dan menentukan posisi saing dari para pemain yang ada. Pesaing wisata bahari Kepulauan Sapeken adalah wisata bahari di Pulau Bunaken, Sulawesi Utara; wisata bahari di Kepulauan Seribu; wisata bahari di Kepulauan Banda, Maluku Tengah dan wisata bahari di Pantai Olele di Gorontalo. Agar mampu bersaing, maka Pemerintah Kabupaten Sumenep harus memantau dan menganalisis segala upaya yang dilakukan oleh para pesaingnya agar dapat bersaing dengan mereka. (2) **Identifikasi CSF (Critical Success Factors)**. CSF adalah sejumlah faktor yang sangat penting untuk menunjang kesuksesan daerah dalam arena persaingan. Dengan mengetahui keunggulan yang dimiliki Kepulauan Sapeken dan keunggulan yang dimiliki pesaingnya, akan lebih memudahkan untuk menyusun strategi bersaing dengan para pesaingnya. Dengan demikian program strategi yang dibuat oleh daerah harus mengacu pada CSF agar strategi yang dilakukan berhasil. (3) **Menyusun Profil Pesaing**. Profil para pesaing wisata bahari Kepulauan Sapeken dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1 : Empat Besar Pesaing Wisata Bahari Kepulauan Sapeken

Kawasan Pariwisata Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
1. Bunaken	Wisata taman lautnya bagus, sudah terkenal, akses mudah, punya event tahunan	Aset wisata bawah laut mulai rusak
2. Kepulauan Seribu	Wisata taman lautnya bagus, sudah terkenal, akses mudah, lokasi dekat Jakarta yg tingkat ekonominya tinggi	Aset wisata terumbu karang banyak rusak, pantai mulai tercemar akibat reklamasi Teluk Jakarta
3. Kep. Banda	Wisata taman lautnya bagus	Belum diupayakan, keamanan wilayah kurang terjaga
4. Olele	Wisata taman lautnya bagus	Belum diupayakan, keamanan wilayah kurang terjaga

(4) **Benchmarking**, adalah upaya untuk membandingkan suatu daerah yang berkinerja lebih baik dengan daerah kita dengan maksud untuk memperbaiki tingkat kinerjanya. Agar strategi pemasaran wisata bahari Kepulauan Sapeken berhasil, maka perlu melihat langkah-langkah sukses yang dilakukan Pemerintah Sulawesi Utara dalam memasarkan Bunaken maupun Pemerintah Kabupaten Kepulauan Seribu. Untuk mengetahui keunggulan wisata bahari Kepulauan Sapeken terhadap pesaing dengan memberi skor 1-4 untuk kondisi internal daerah. Pemberian skor meskipun relatif tetapi didasarkan pada kondisi yang ada saat ini. (5) **Formulasi Keunggulan Bersaing**, dari hasil *benchmarking* pada tabel 2, wisata bahari Pulau Sapeken tidak terlalu jelek dibandingkan dengan pesaingnya. Kekurangan yang dimiliki yaitu SDM, infrastruktur dan promosi, jika dibenahi, bukan tidak mungkin akan menjadikan wisata ini lebih baik atau paling tidak setara dengan Bunaken.

Dengan mengetahui arena persaingan, kunci sukses bersaing daerah dan menetapkan bagaimana posisi persaingan, kekuatan dan kelemahan pesaing maka bersaing dan diferensiasi yang harus dibangun daerah. dapat dibuat formula untuk membangun keunggulan

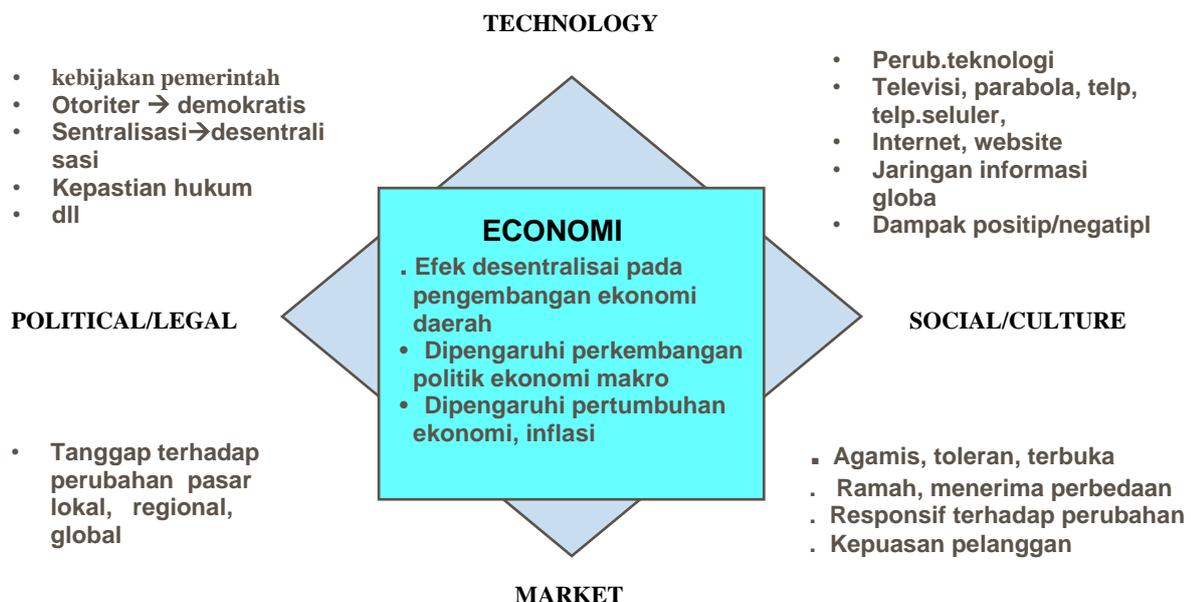
Tabel 2 : Benchmarking Wisata Bahari Kepulauan Sapeken

Pesaing CSF	Wisata Bahari P.Sapeken	Pesaing Wisata Bunaken	Pesaing Wisata Kep.Seribu	Pesaing Wisata Kep.Banda	Pesaing Wisata Olele
1. SDA	4	3	2	3	3
2. SDM	1	3	3	2	2
3. Infrastruktur	3	4	4	3	3
4. Kebijakan Invt	4	4	4	4	4
5. Perijinan	4	4	4	3	3
6. Promosi	1	4	4	3	3
Total (Bobot Nilai)	19	20	21	18	18

Ket. : Skor 1 (kurang), 2 (cukup), 3 (cukup baik), 4 (baik)

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa pemerintah perlu segera membenahi SDM, infrastruktur dan promosi agar wisata bahari Kepulauan Sapeken dapat bersaing dengan pesaingnya.

Gambar 1 : Kekuatan Penggerak Perubahan



Sumber: Hermawan Kartajaya, Yuswohadi, Attracting- Tourists,Traders,Investors, 2005

Gambar 1 melukiskan empat “ arus utama” teknologi kerap secara dramatis mempengaruhi di antara kekuatan-kekuatan perubahan. Arus pertama adalah “ arus ke bawah” , yang diwakili mempengaruhi dinamika pasar, atau bahkan oleh teknologi-ekonomi-pasar. Kemajuan dalam menciptakan pasar-pasar baru.

Arus utama kedua adalah “ arus ke kanan” , yang diwakili oleh interaksi kekuatan-kekuatan politik regulasi-ekonomi-sosial kultural. Perubahan politik pertama-tama muncul karena proses “ *buy-in*” oleh manajemen kawasan pariwisata Lamongan yang akan memastikan kesatuan dan dukungan yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah perubahan. Begitu manajemen berkomitmen, program-program yang lebih bersifat ekonomis, seperti pengadopsian suatu strategi baru akan mudah diimplementasikan. Akhirnya sosial-budaya suatu kawasan harus disesuaikan untuk mendukung strategi baru itu supaya dapat menjamin keberhasilan implementasinya.

Mengacu pada proses tersebut, perubahan politik regulasi kerap muncul lebih dahulu, yang diikuti dengan perubahan ekonomi serta perubahan sosial dan kultural yang menyertainya. Gerakan demokratisasi, misalnya, dapat mengkoordinasikan (*coordination*) suatu sistem ekonomi yang sama sekali baru, lebih terbuka dan lebih transparan. Bagaimana sistem ekonomi ini berkembang selanjutnya akan mempengaruhi proses sofistifikasi masyarakat.

Arus utama ketiga adalah “ interaksi timbal balik” antara kekuatan-kekuatan teknologi dan sosial/kultural. Munculnya teknologi baru selalu mengakomodasi (*accomadation*) masyarakat untuk menuju pada hal yang lebih baik karena teknologi baru membuat kehidupan lebih mudah dan lebih nyaman, yang pada gilirannya akan secara efektif mengubah cara hidup masyarakat. Sementara sebaliknya, gaya hidup masyarakat akan menginspirasi (*inspiration*) perkembangan teknologi-teknologi baru. Misalnya, munculnya *e-commerce* telah menawarkan dan mengakomodasi suatu cara hidup alternatif bagi masyarakat. Orang sekarang dapat berbelanja, melakukan transaksi

perbankan, bahkan melakukan kunjungan wisata dari komputer mereka.

Arus utama keempat adalah “ interkasi timbal balik” antara kekuatan-kekuatan politik regulasi dengan pasar. Perubahan dalam lingkungan politik dan hukum selalu meredefinisi (*redefinition*) dinamika pasar. Deregulasi perijinan dan investasi, misalnya, mungkin akan mendorong terciptanya pasar-pasar baru serta munculnya pemain-pemain baru.

Secara keseluruhan, dengan mengidentifikasi dan menganalisis semua kekuatan-kekuatan perubahan, kawasan pariwisata Lamongan akan belajar mengidentifikasi kekuatan perubahan mana yang lebih penting dan mana yang kurang penting. Dengan demikian keuatan-kekuatan perubahan yang lebih signifikan akan mendapat perhatian yang lebih besar, begitu pula sebaliknya.

Analisis Pelanggan Daerah (*CUSTOMER*)

Secara umum pelanggan daerah dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pelanggan utama (*primary customers*) yang mencakup pedagang (*trader*), wisatawan (*tourist*), penanam modal (*investor*) atau TTI dan pelanggan sekunder (*secondary customers*) yang mencakup SDM berketerampilan (*talent*), pengembang (*developer*) dan para pengelola event (*organizer*) atau TDO (Hermawan Kartajaya, 2004).

Berdasarkan sifatnya, pelanggan dibagi menjadi pelanggan individu (*individual customer*) yang terdiri dari *tourist* dan *talent* dan pelanggan bisnis (*business/institution customer*) yang terdiri dari *investor*, *trader*, *organizer*, dan *developer*.

1. Karakteristik Pelanggan individu (*tourist, talent*)

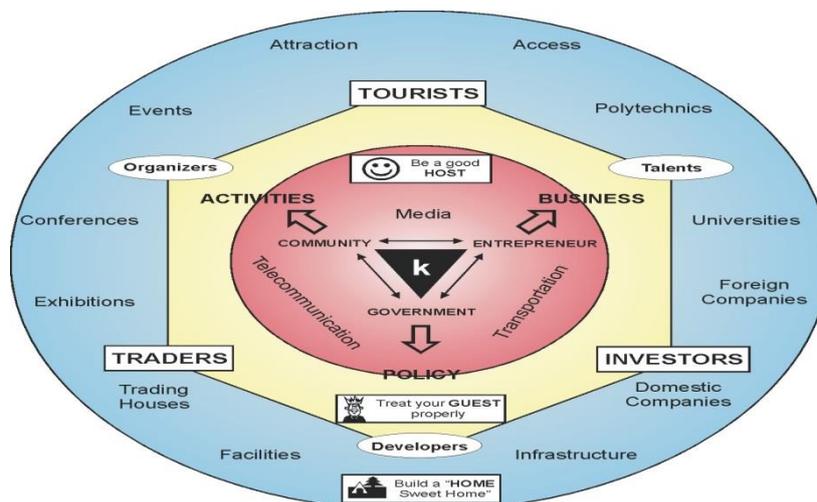
Keputusan mengunjungi obyek wisata secara umum dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, personal dan psikologi. Wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Sapeken adalah (a) peneliti yang tertarik dengan potensi budaya yang ada di Kepulauan Sapeken, seperti yang dilakukan peneliti Perancis yang telah dua tahun mengadakan penelitian tentang sosial budaya masyarakat Kepulauan Sapeken; (b). Memiliki tingkat penghasilan yang cukup; (c). Memiliki kegemaran untuk melakukan *travelling*.

2. Karakteristik Pelanggan Bisnis (*investor, trader, organizer, dan developer*).

Pada umumnya merupakan investor bidang pertambangan, industri dan perdagangan, misalnya: PT. Energi Mega Persada (EMP) yang melakukan pengeboran minyak, PT. Maxima yang melakukan peternakan mutiara dan pengusaha barang kerajinan dari Bali yang memesan souvenir dan barang-barang untk keperluan wisatwan seperti perhiasan dari manik-manik, topi, sandal, dan sebagainya.

Dengan mengetahui karakteristik pelanggan, diharapkan semua upaya yang dilakukan baik oleh pemerintah daerah maupun masyarakat setempat untuk kepentingan pemasaran wisata bahari Kepulauan Sapeken dapat bersinergi sehingga mampu memenuhi harapan dan memuaskan pelanggannya seperti pada gambar 2

Gambar 2 : Platform Otonomi Daerah



Sumber : KKBRC Jatim-IMA Jatim

Pariwisata merupakan kegiatan bisnis yang perlu menempatkan kepuasan pelanggan dalam prioritas utama. Wisatawan yang berkunjung ke Pulau Sapeken adalah wisatawan yang datang ke Bali, kelompok *diving, surfing*, peneliti asing dan lain-lain. Untuk memuaskan pelanggan ada tiga langkah yang harus dilakukan seperti gambar 2.

Untuk memuaskan pelanggan daerah, masyarakat Kepulauan Sapeken harus

memperlakukan pelanggan dalam tiga hal yaitu: (1) Menjadi tuan rumah yang baik (*be a good host*), untuk menjadi tuan rumah yang baik, maka pemerintah, dunia usaha dan masyarakat harus memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Pemerintah melalui kebijakan yang dibuat harus bisa menciptakan iklim investasi yang kondusif melalui aturan yang jelas, cepat dan tidak menyulitkan bagi investor sehingga dunia usaha

akan tumbuh, aktifitas masyarakat makin meningkat melalui penciptaan lapangan kerja baru. Untuk itu sarana transportasi dan telekomunikasi harus tersedia agar mendukung kegiatan tersebut. (2) Memperlakukan pelanggan secara baik (*treat your guest properly*). Perlakuan yang baik terhadap wisatawan dapat berupa keramah-tamahan penduduk, tidak curang terhadap mereka, menolong dan sebagainya demikian juga terhadap pedagang dan investor agar mau datang dan berinvestasi di sana baik investor domestik maupun investor asing. Agar putra terbaik daerah mau tinggal dan membangun daerahnya, perlu diupayakan agar

kondisi daerah mendukung untuk pengembangan kreativitas mereka dan memberi *rewards* yang memadai. (3) Membangun rumah yang nyaman bagi pelanggan (*building a home sweet home*). Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan aman sehingga betah berada di Kepulauan Sapeken. Untuk itu dibutuhkan akses yang mudah menuju Kepulauan Sapeken melalui pembangunan infrastruktur, perlu dibuat atraksi maupun event yang menarik, sarana pendidikan yang memadai sehingga mereka betah tinggal di Kepulauan Sapeken.

KESIMPULAN

Hasil analisis perubahan lingkungan eksternal dalam pengembangan wisata bahari Kepulauan Sapeken dengan model *Strategic Place Triangle*, dapat disimpulkan:

1. Perlu dilakukan pemetaan perubahan lingkungan eksternal menggunakan tiga elemen dasar analisis lingkungan eksternal yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu analisis perubahan (*change*), analisis pesaing (*competitor*), dan analisis pelanggan (*customer*) yang terdiri dari *trader-tourist-investor-talent-developer-organizer*. Agar strategi pemasaran wisata bahari Kepulauan Sapeken dapat berhasil, maka perlu melihat langkah-langkah sukses yang dilakukan Pemerintah Sulawesi Utara dalam memasarkan Bunaken atau pun Pemerintah Kabupaten Kepulauan Seribu.
2. Perlu dilakukan analisis perubahan secara berkelanjutan baik terhadap perubahan teknologi, perubahan regulasi dan politik, perubahan sosial dan budaya, perubahan ekonomi, perubahan pasar daerah. Sehingga

perkembangan Kepulauan Sapeken dapat mengejar ketertinggalan dengan daerah lain.

3. Di samping itu juga perlu melakukan analisis perubahan pesaing dalam hal ini Bunaken, Kepulauan Seribu, Kepulauan Banda dan Oele serta melakukan analisis perubahan terhadap pelanggan daerah baik itu pelanggan individu maupun pelanggan bisnis.

SARAN

Melihat potensi Wisata Bahari Kepulauan Sapeken, disarankan Pemerintah Kabupaten Sumenep segera mewujudkan pengembangan wisata tersebut dengan membenahi kekurangan yang ada baik infrastruktur, SDM maupun lokasi yang akan dijadikan pengembangan, maka:

1. Perlu dibuat segitiga wisata Surabaya-Sumenep-Bali dengan terlebih dahulu menata lapangan terbang Trunojoyo di Sumenep dan lapangan terbang yang ada di Kepulauan Sapeken.
2. Disarankan pulau yang dikembangkan untuk wisata bahari adalah pulau yang penduduknya

masih sedikit atau yang tidak berpenghuni untuk memperkecil masalah yang akan timbul.

Daftar Pustaka

- Kartajaya Hermawan, dan Yuswohadi. (2005) *Attracting- Tourists, Traders, Investors- Strategi Pemasaran Daerah di Era Otonomi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kountour, Ronny. (2004). *Motede Penelitian,- Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis,- Penerbit PPM, Jakarta.*
- _____. (2014). Peraturan Daerah Propinsi Jawa Timur Nomor 3 Tahun 2014, RPJMD Prop. Jawa Timur Tahun 2014 – 2019.
- Phillip Kotler, dkK. (2003). *Rethinking Markerting – Sustainable Market-ing Entreprise di Asia*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Muchammad Nurif, Soedarso, Suyanto, W. (2015). STRATEGIC PLACE TRIANGLE PENGEMBANGAN POTENSI KAWASAN PARIWISATA BOJONEGERO Muchammad Nurif, Soedarso, Suyanto, Wahyuddin Abstrak. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 8(1), 23–45. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12962/j24433527.v8i1.1240>
- Soedarso, Muchammad Nurif, W. (2014). POTENSI DAN KENDALA PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS KEKAYAAN ALAM DENGAN PENDEKATAN MARKETING PLACES (STUDI KASUS PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN BOJONEGORO). *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 7(2), 136–149. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12962/j24433527.v8i1.1240>