

**STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH KUNJUNGAN KE PANTAI AMAL KOTA TARAKAN****Khidhir Akbar Ghofar**Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Bisnis Digital Universitas Teknologi Bandung ,  
[Khidhir.akbar94@gmail.com](mailto:Khidhir.akbar94@gmail.com)**Ikhsan Rasidin**Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Bisnis Digital Universitas Teknologi Bandung ,  
[Isanrasidin42@gmail.com](mailto:Isanrasidin42@gmail.com)**Yandi Agus Aftadi**STP ARS , [Yandiaftadi88@gmail.com](mailto:Yandiaftadi88@gmail.com)

Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana meningkatkan jumlah kunjungan ke objek wisata Pantai Amal yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Terdapat empat fokus pengembangan dalam penelitian ini, yaitu Daya Tarik Wisata ( Atraksi ), Aksesibilitas, Prasarana dan Sarana ( Amenitas ), dan organisasi kepariwisataan. Dari empat fokus penelitian tersebut ada beberapa aspek pengembangan yang sudah berhasil, salah satunya Amenitas dengan prasana yang telah tersedia dengan lengkap dan sarana akomodasi yang juga telah tersedia. Akan tetapi masih ada juga aspek yang masih perlu diperhatikan salah satunya Aksesibilitas. Belum tersediannya angkutan umum dari pusat kota menuju objek wisata Pantai Amal.*

**Kata Kunci** : Pariwisata, Peningkatan, Pantai Amal**I. Pendahuluan****Latar Belakang Masalah**

Indonesia memiliki kekayaan alam yang berlimpah, berbagai macam flora dan fauna tersebar disepanjang 3.977 mil di antara Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Hal tersebut juga didukung oleh letak Indonesia yang berada di jalur khatulistiwa, oleh karena itu Indonesia memiliki iklim tropis, serta luas Indonesia yang sebagian besar adalah lautan. Sementara itu, iklim tropis menjadi keuntungan karena Indonesia memiliki hutan hujan tropis yang luas yang dapat membantu flora dan fauna berkembang dengan baik.

Lautan yang sangat luas dan dipenuhi oleh 17.508 pulau besar dan kecil menjadikan Indonesia memiliki ekosistem laut yang berlimpah yang mampu menjadi daya tarik pariwisata khusus seperti diving dan snorkling. Didukung dengan garis pantai yang sangat panjang yang mampu menarik wisatawan lokal maupun mancanegara (**Portal Informasi Indonesia. , 10 Juni 2024**).

Kota seluas 250,80 km<sup>2</sup> yang berpenduduk 226.760 (tahun 2014) jiwa ini memiliki sejumlah potensi wisata seperti pantai amal dan hutan mangrove. Kota Tarakan merupakan pulau kecil yang terpisah dari Pulau Kalimantan. Kota Tarakan adalah kota pertama tempat mendaratnya Jepang di Indonesia saat jaman penjajahan dulu. Banyak situs-situs peninggalan sejarah yang sampai sekarang masih kokoh berdiri, seperti meriam, dan goa- goa/bunker. Di Kota Tarakan juga terdapat Kawasan Konservasi Mangrove dan Bekantan (KKMB) yang termasuk salah satu objek wisata andalan, di tempat tersebut wisatawan dapat menikmati suasana hutan mangrove yang sejuk serta bekantan yang berkeliaran dengan bebas (**Tarakan Kota , 10 Juni 2024**).

Kota Tarakan mempunyai satu tempat wisata andalan yaitu objek wisata pantai Amal. Pantai Amal memiliki beberapa atraksi wisata yang pertama adalah acara adat Iraw Tengkeyu yang biasa dilakukan satu kali dalam dua tahun, yang kedua yaitu makanan khas Kota Tarakan yaitu Kapah yang biasa dinikmati wisatawan sambil bersantai di tepi pantai Amal dan yang ketiga tentunya keindahan

pantai Amal yang dapat memberikan rasa nyaman bagi wisatawan. Pantai Amal akan mampu berkontribusi meningkatkan ekonomi kota Tarakan khususnya masyarakat sekitar kawasan objek wisata pantai Amal apabila mampu dikelola dengan tepat.

Penulis menyadari bahwa Pantai Amal memiliki potensi besar sebagai objek wisata populer. Namun, saat ini perkembangan Pantai Amal stagnan sehingga tingkat kunjungan wisatawan rendah. Penyebabnya termasuk manajemen pengelolaan yang buruk, fasilitas yang tidak memadai (seperti kamar mandi, ruang ganti, ruang ibadah, dan wahana bermain anak), serta kurangnya pembaruan tata letak. Selain itu, akses dari kota ke lokasi wisata kurang baik, dengan kondisi jalan dan penerangan yang perlu diperbaiki. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan solusi atas masalah tersebut.

### **Identifikasi Masalah**

Adapun indentifikasi masalah berdasarkan latar belakang masalah sebagai berikut:

1. Objek wisata di kota Tarakan sangat berpotensi tetapi manajemen pengelolaan masih kurang maksimal.
2. Potensi objek wisata pantai Amal yang jumlah kunjungan wisatawan yang fluktuatif perlu dianalisis dan dicari permasalahannya.

### **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peluang pengembangan objek wisata pantai Amal di kota Tarakan?
2. Bagaimana starategi yang bisa dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai Amal kota Tarakan?

### **Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui masalah yang terjadi terhadap kurangnya kunjungan wisatawan yang datang ke pantai Amal sehingga dengan begitu bisa dicarikan solusi.

#### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peluang pengembangan objek wisata pantai Amal di kota Tarakan.
2. Untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan objek wisata pantai Amal di kota Tarakan.

#### **Manfaat Penelitian**

#### **Manfaat Operasional**

Secara operasional hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan refrensi untuk pemerintah kota Tarakan dalam upaya pengembangan objek wisata khususnya di pantai Amal.

## **II. Metode Penelitian**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang benar- benar akurat dengan tujuan untuk mengetahui kondisi sebenarnya. Kemudian dipahami, dikembangkan dan dibuktikan sehingga dapat memecahkan suatu masalah tertentu. Data kualitatif adalah jenis data yang tidak didasarkan pada filsafat postpositivisme. Data ini digunakan untuk penelitian pada kondisi alami objek (berlawanan dengan eksperimen) di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan dengan teknik snowball. Pengumpulan data dilakukan dengan metode gabungan, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi.

### **Pariwisata**

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan sebuah perjalanan rekreasi; turisme; pelancongan.

### **Jenis-Jenis Pariwisata**

Ada banyak jenis pariwisata di dunia ini termasuk negara Indonesia yang di kelilingi oleh pulau, ragam suku dan ras sehingga semua itu menjadikan Indonesia memiliki banyak jenis pariwisata.

Menurut **(Ismayanti M, 2021)** , berdasarkan jenis-jenis objek wisatanya, pariwisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Wisata pantai (Marine tourism). Merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
2. Wisata Etnik (Etnik tourism). Merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
3. Wisata Cagar Alam (Ecotourism). Merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, Kesegaran hawa di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
4. Wisata Buru. Merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
5. Wisata Olahraga. Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga aktif yang mengharuskan wisatawan melakukan gerak olah tubuh secara langsung. Kegiatan lainnya dapat berupa kegiatan olahraga pasif. Dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, melainkan hanya menjadi penikmat dan pecinta olahraga saja.

### Objek Wisata

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Objek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Objek wisata dapat berupa wisata alam seperti gunung, sungai, laut, danau, pantai atau berupa objek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain.

### Jenis-Jenis Objek Wisata

Menurut **(Ismayanti M, 2021)**, berdasarkan jenis-jenis objek wisatanya, pariwisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Wisata Pantai (Marine tourism). Merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
2. Wisata Etnik (Etnik tourism). Merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
3. Wisata Cagar Alam (Ecotourism). Merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, Kesegaran hawa dipegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.

Menurut **(N. Suwilma dan A. Wahab Abdi , 2020:7)**, objek dan daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu:

1. Objek Wisata Alam Objek wisata alam adalah sumberdaya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya.
2. Objek Wisata Sosial Budaya Objek wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, situs arkeologi, upacara adat, kerajinan dan seni pertunjukkan.
3. Objek Wisata Minat Khusus Objek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus.

### Manajemen Strategi

Menurut **(A.R.T Melkior N.N Sitokdana , 2016)**, berpendapat bahwa strategi adalah susunan rencana tertentu untuk mewujudkan sebuah keberhasilan suatu organisasi yang berlandaskan pada visi dan misi.

Sedangkan manajemen Menurut **(N. Runtu , I. Palandeng , O. M. Novena Runtu , I.D Palandeng dan J.S Sumarauw , 2023 : 633-641)** , pengertian manajemen adalah sebuah proses yang khas yang terdiri dari beberapa tindakan, yakni perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan. Semua itu dilakukan untuk menentukan dan mencapai target atau sasaran yang ingin dicapai dengan memanfaatkan semua sumber daya, termasuk sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Pengertian manajemen menurut **(Kompas , 27 Februari 2020)** adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan penggunaan sumber daya organisasi yang lain dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan di organisasai tersebut.

### **Manfaat Manajemen Strategi**

Menurut **(Agus Wibowo , 2020 : 48)**, menyatakan manajemen strategis memberikan manfaat berikut ini:

1. Memungkinkan untuk identifikasi, penentuan prioritas, dan eksploitasi peluang.
2. Memberikan pandangan objektif atas masalah manajemen.
3. Merepresentasikan kerangka kerja untuk aktivitas kontrol dan koordinasi yang lebih baik.
4. Meminimalkan efek dari kondisi dan perubahan yang jelek.
5. Memungkinkan agar keputusan besar dapat mendukung dengan lebih baik tujuan yang telah ditetapkan.

### **Jenis Data Penelitian**

Menurut **(KBBI , 2024)** data adalah suatu keterangan atau bahan nyata yang bisa dijadikan dasar kajian (analisis atau simpulan) dalam suatu penelitian. Data disebut juga dengan sebuah informasi yang dapat diproses oleh komputer, seperti representasi digital dari teks, angka, gambar grafis, atau suara. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data berdasarkan sumbernya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer.  
Data Primer adalah pengambilan objek data penelitian yang dilakukan secara individual atau perorangan. Meskipun demikian, dapat juga dilakukan berdasarkan organisasi. Parawisata.
2. Data Sekunder.  
Data Sekunder adalah pengambilan objek data yang dilakukan secara tidak langsung. Umumnya data sekunder diperoleh lewat data yang sudah terkumpul dari pihak lain.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu metode yang ada di dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik atau cara yang digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan data.

Menurut **(C. Tanujaya , 2017:1)**, teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

### **Instrument Penelitian**

Pengertian instrumen penelitian adalah sebuah tes yang memiliki karakteristik mengukur informan dengan sejumlah pertanyaan dan pernyataan dalam penelitian, yang bisa dilakukan dengan membuat garis besar antara topik penelitian dengan contoh tujuan penelitian yang akan dilakukan **(Sukmadinata , 2010)**.

### **Pengelolaan dan Analisis Data**

Analisis data kualitatif melibatkan proses penyusunan data secara sistematis melalui pola-pola tertentu. Proses ini bertujuan untuk memudahkan pencarian informasi dengan memilah dan

mengorganisasikan data menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola. Proses analisis data kualitatif dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data lapangan yang banyak dan kompleks perlu dicatat dengan teliti. Semakin lama di lapangan, semakin banyak data terkumpul. Reduksi data, yaitu merangkum dan memilih informasi penting serta mencari tema dan pola, membantu memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah pengumpulan serta pencarian data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Setelah reduksi, data disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, atau flowchart. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data sering menggunakan teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan melibatkan pengolahan dan interpretasi data untuk mengambil kesimpulan mengenai strategi peningkatan kunjungan ke Pantai Amal, Kota Tarakan.

### III. Hasil dan Pembahasan

#### Pembahasan penelitian

Berdasarkan hasil matriks SWOT, dapat diketahui ada beberapa strategi untuk pengembangan wisata Pantai Amal Kota Tarakan, strategi tersebut diambil dari hasil analisa swot yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Di mana adanya saling keterkaitan satu sama lain untuk menghasilkan strategi yang tepat yang harus di jalankan di wisata Pantai Amal Kota Tarakan. Berikut adalah beberapa strategi yang hasil dari matriks SWOT:

a. SO (Strenghts - Opportunities) Strategi ini merupakan strategi yang berada pada posisi kuadran I di mana adalah strategi agresif yang memanfaatkan kekuatan dan peluang-peluang yang ada, yaitu :

1. Penggunaan lahan-lahan kosong di sekitar kawasan wisata untuk membangun fasilitas penunjang wisata.
2. Melakukan promosi gencar- gencaran melalui sosial media dan poster.
3. Melakukan sosialisasi rutin kepada wisatawan, masyarakat setempat, dan bagi kalangan pendidikan tentang pelestarian pantai.
4. Menjalin koordinasi yang kuat antara pengelola dan dinas- dinas terkait.
5. Melakukan pemeliharaan secara berkala terhadap fasilitas yang sudah ada.

b. WO (Weakness - Opportunities)

Strategi ini merupakan strategi yang berada pada kuadran III, strategi ini adalah strategi yang memanfaatkan peluang untuk menutupi kelemahan yang ada, yaitu :

1. Melakukan sosialisasi dan pelatihan kepada pihak pengelola mengenai pelayanan yang baik bagi wisatawan.
2. Membuat beberapa akun media khusus untuk wisata Pantai Amal Kota Tarakan.
3. Memanfaatkan masyarakat setempat dalam pengembangan wisata Pantai Amal Kota Tarakan sebagai destinasi wisata dan sejarah kebudayaan.
4. Menjalin koordinasi yang kuat antara pengelola dan dinas- dinas terkait
5. Memanfaatkan keinginan masyarakat luar untuk mengunjungi pantai amal melalui promosi

c. ST (Strenghts - Threats)

Strategi ini merupakan strategi yang berada pada posisi kuadran II di mana strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan untuk menutupi ancaman yang ada, yaitu:

1. Mulai menerapkan aturan yang ketat demi terjaganya keamanan situs.
2. Menciptakan atraksi penunjang wisata yang menarik dengan melibatkan ciri khas budaya dan wisata.
3. Menciptakan kerjasama yang baik bagi pihak peneglola wisata Pantai Amal Kota Tarakan dalam usaha pengembangan.

4. Mulai koordinasi bersama pemerintah dengan opini positif dari wisatawan
5. Memfasilitasi masyarakat dengan memberi ruang untuk berusaha
  - d. WT (Weakness - Threats)

Strategi ini merupakan strategi yang berada pada kuadran 4, posisi ini adalah posisi yang paling sulit karena terdapat dua kelemahan yang harus ditutupi yaitu menutupi kekurangan dan ancaman yang ada :

1. Perekrutan tenaga kerja yang benar-benar memahami perkembangan teknologi saat ini.
2. Mulai mengikuti adaptasi jaman saat ini, namun tetap tidak meninggalkan budaya kearifan lokalnya.
3. Melakukan koordinasi dengan dinas terkait terhadap pengembangan aksesibilitas di wisata Pantai Amal Kota Tarakan.

**Matriks IFAS dan EFAS Berikut adalah cara-cara perhitungan matriks ifas dan efas menurut Freddy Rangkut (2001) :**

1. Tentukan faktor-faktor dari masing swot minimal 5 faktor. Dan simpan pada kolom pertama untuk masing-masing faktor, berlaku untuk tabel keduanya.
2. Tentukan nilai bobot dengan skala mulai 1,0 paling penting sedangkan 0,0 tidak penting, jumlah bobot harus 1,00 tidak boleh melebihi dan kurang dari angka tersebut, kemudian penentuan bobot diambil dari pengaruh posisi strategis pada kolom 2.
3. Setelah menentukan bobot, selanjutnya adalah menentukan rating yang dimulai dari 1 paling rendah dan 4 yang bersifat tinggi atau kuat tergantung pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi kawasan. Namun sebaliknya untuk faktor kelemahan dan ancaman nilai 1 adalah semakin besar ancaman sedangkan nilai 4 adalah semakin kecil ancaman yang didapat.

Setelah menentukan rating, kalikan bobot beserta rating tersebut, dan jumlahkan semua skor dari hasil perkalian bobot dan rating. Sehingga hasilnya akan diketahui untuk dapat di posisikan dalam diagram matriks swot.

Analisis faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) Pantai Amal di Kota Tarakan menunjukkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi pengembangannya. Berdasarkan pembobotan, faktor internal mendapat skor 2,79 dan faktor eksternal 2,33. Analisis menunjukkan bahwa Pantai Amal berada di kuadran satu, situasi yang menguntungkan dengan peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung strategi pertumbuhan yang agresif. Strategi ini fokus pada mengatasi rintangan dengan memanfaatkan kelebihan destinasi wisata.

Observasi dan wawancara mengidentifikasi kekuatan dan peluang Pantai Amal, seperti potensi alam, nilai budaya, segmen wisatawan, dan sumber tenaga kerja, yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi baru yang mengatasi kelemahan dan ancaman.

### Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan hasil pembobotan dari matriks IFAS dan EFAS yang di tentukan oleh diagram matrik swot, strategi pengembangan yang tepat yang harus dijalankan di wisata Pantai Amal Kota Tarakan berada pada posisi kuadran I di mana terdapat starategi yang memanfaatkan kekuatan melalui peluang-peluang yang ada (SO). Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi yang mendukung pertumbuhan agresif. Berikut adalah strategi yang tepat yang harus dijalankan di wisata Pantai Amal Kota Tarakan:

- a. Pemanfaatan Lahan Kosong di Sekitar Kawasan Wisata.

Beberapa lahan kosong milik pemerintah dekat area situs dapat digunakan untuk membangun fasilitas yang belum memadai di wisata Pantai Amal Kota Tarakan. Fasilitas tersebut termasuk lahan parkir motor terpisah dari mobil, lebih banyak gazebo untuk wisatawan beristirahat, dan fasilitas untuk pertunjukan kegiatan wisata. Selain itu, peran masyarakat setempat dapat dimanfaatkan untuk membuat dan menjual souvenir khas. Upaya ini bertujuan meningkatkan minat dan kepuasan wisatawan. Namun, penggunaan lahan pemerintah memerlukan kebijakan dan prosedur tertentu.

- b. Media Promosi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, wisata Pantai Amal Kota Tarakan belum menciptakan kegiatan promosi dengan baik, seperti belum memiliki media promosi secara khusus, tidak melakukan kerjasama dengan pihak agen wisata, dan hanya mengandalkan kegiatan dari hasil interaksi manusia yaitu mulut ke mulut, oleh sebab itu perlu tahapan yang harus dilakukan dalam menentukan media promosi yaitu:

1. Membuat web resmi terlebih dahulu, web resmi tentang semua informasi wisata Pantai Amal Kota Tarakan. Seperti informasi lokasi, atraksi yang ditawarkan, fasilitas dan layanan yang di tawarkan untuk wisatawan.
  2. Membuat akun media sosial seperti instagram, yang menyajikan gambar- gambar keindahan pantai dan area wisata.
  3. Membuka dan menjalin kerjasama dengan pihak-pihak agen perjalanan wisata.
  4. Membuat poster-poster mengenai pentingnya menjaga pantai dan keindahannya.
- c. Sosialisasi Tentang Pentingnya Menjaga Keindahan dan Keaslian Pantai

Mengingat ancaman terhadap keamanan dan keindahan pantai, maka perlu diadakan selalu kegiatan sosialisasi baik oleh pihak pengelola maupun dinas-dinas terkait, tentang kesadaran menjaga keindahan dan keaslian pantai terhadap wisatawan, masyarakat, dan kalangan pendidikan.

1. Sosialisasi terhadap wisatawan Kegiatan sosialisib terhadap wisatawan umumnya dilakukan oleh sebagian besar pengelola atau juru pelihara yang secara langsung mengawasi wisata Pantai Amal Kota Tarakan, dengan memberikan keterangan bahwa keindahan dan keaslian pantai adalah aset bangsa kita yang perlu dijaga dan dipelihara.

Langkah pertama adalah pihak juru pelihara mengadakan sosialisasi langsung tentang pemeliharaan keaslian dan keindahan pantai. Mereka juga harus mengawasi pelanggaran seperti pembuangan sampah sembarangan oleh wisatawan. Penting untuk menjalin komunikasi yang baik antara juru pelihara dan wisatawan agar aturan mudah dipahami dan dipatuhi.

2. Sosialisasi terhadap masyarakat Sosialisasi terhadap masyarakat umumnya bisa dilakukan oleh dinas pendidikan dan kebudayaan.

Upaya ini bisa dilakukan melalui sosial media mengenai kesadaran menjaga keindahan dan keaslian Pantai Amal Kota Tarakan. Kemudian untuk sosialisasi yang dilakukan secara langsung kepada masyarakat setempat umumnya bisa dilakukan oleh beberapa pihak terkait seperti pengelola, juru pelihara yaitu dengan kegiatan yang sama memberikan pengetahuan kepada masyarakat betapa pentingnya menjaga keindahan dan keaslian pantai dan betapa pentingnya keamanan serta kenyamanan para wisatawan dan pengunjung dan juga asset wisata, apalagi lokasinya yang berada di kawasan Kelurahan Pantai Amal. Seharusnya menjadi suatu kebanggaan bagi masyarakat setempat dengan mempunyai destinasi wisata di daerahnya.

3. Sosialisasi terhadap kalangan pendidikan

Sosialisasi terhadap kalangan pendidikan umumnya dilakukan oleh dinas pendidikan dan Dinas Pariwisata Kota Tarakan, di mana wisata Pantai Amal Kota Tarakan merupakan destinasi wisata yang memiliki fungsi dan nilai budaya yang mendidik, sehingga mampu menjadi bahan pelajaran bagi pelajar atau mahasiswa. Sosialisasi yang dilakukan bisa melalui sekolah, kalangan mahasiswa, dan pelajar-pelajar.

- d. Menjalinkan Koordinasi (Bersama Pihak-Pihak Pengelola)

Koordinasi antar pengelola Pantai Amal Kota Tarakan belum optimal, menyebabkan pengembangan wisata sering terabaikan. Dengan koordinasi yang baik terutama dengan dinas terkait, Pantai Amal bisa ditata lebih baik dan berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan. Tahapan pengembangan yang memerlukan koordinasi penuh meliputi:

1. Fasilitas:

Kurangnya fasilitas menghambat perkembangan Pantai Amal. Pemerintah perlu membangun akomodasi dan fasilitas penunjang, menjalin kerja sama dengan investor untuk membangun sarana wisata.

2. Aksesibilitas:

Perlu perbaikan akses transportasi dengan menyediakan angkutan wisata dan memperbaiki jalan.

3. Pelayanan:

Meningkatkan pelayanan melalui sosialisasi dan pelatihan karyawan serta kelompok penggerak wisata (KOMPEPAR) tentang bahasa asing dan pelestarian budaya.

4. Sumber Ketenagakerjaan:

Merekrut tenaga kerja yang mahir teknologi dan fotografi untuk mengembangkan sistem promosi.

5. Atraksi:

Menambah atraksi menarik seperti pertunjukan dan kegiatan edukasi dengan kerja sama komunitas, sehingga atraksi tidak hanya mengandalkan potensi alam.

6. Pemeliharaan Fasilitas:

Fasilitas seperti toilet dan mushola perlu pemeliharaan berkala untuk menjaga kebersihan dan kondisi yang baik.

#### IV. Penutup

**Kesimpulan Penelitian Berdasarkan rumusan masalah yang penulis kemukakan dalam penelitian ini maka diperoleh simpulan sebagai berikut :**

**a. Pengembangan**

1. Aksesibilitas:

Akses jalan menuju Pantai Amal telah diperbaiki, memudahkan perjalanan. Namun, efektivitasnya masih kurang optimal karena minimnya transportasi umum yang mendukung wisatawan.

2. Amenitas:

Peningkatan fasilitas di Pantai Amal mulai terlihat dengan konsep penataan terpadu, termasuk pembangunan kafe, gazebo, ruang istirahat, dan lahan parkir. Meski begitu, fasilitas penunjang wisata masih perlu ditingkatkan melalui pemeliharaan, penambahan, dan penataan ulang.

**b. Strategi Peningkatan.**

1. Pemanfaatan Lahan Kosong

Lahan kosong milik pemerintah dekat Pantai Amal dapat digunakan untuk membangun fasilitas tambahan seperti parkir motor, gazebo, dan area pertunjukan. Ini akan memisahkan parkir motor dari mobil, menyediakan tempat istirahat, dan menambah daya tarik wisata. Peran masyarakat setempat bisa dimanfaatkan untuk membuat dan menjual souvenir khas di kios kecil.

2. Media Promosi

Pantai Amal belum memiliki strategi promosi yang baik, masih mengandalkan mulut ke mulut tanpa media khusus atau kerja sama dengan agen wisata. Langkah-langkah yang diperlukan:

3. Membuat situs web resmi dengan informasi lengkap tentang Pantai Amal.

4. Membuat akun media sosial seperti Instagram untuk promosi visual.

5. Menjalin kerja sama dengan agen perjalanan wisata.

6. Membuat poster tentang pentingnya menjaga pantai.

7. Sosialisasi pentingnya menjaga keindahan dan keaslian pantai kepada wisatawan.

8. Meningkatkan koordinasi antar pengelola dan dinas terkait untuk pengembangan Pantai Amal.

9. Melakukan pemeliharaan berkala fasilitas seperti toilet dan mushola agar selalu dalam kondisi baik.

Strategi ini bertujuan meningkatkan minat dan kepuasan wisatawan serta menjadikan Pantai Amal sebagai destinasi wisata unggulan di Kota Tarakan.

#### Saran Penelitian

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang strategi peningkatan jumlah kunjungan ke pantai amal kota tarakan, maka penulis akan memberikan beberapa saran yaitu :



**a. Saran Praktis**

1. Sebaiknya pihak pengelola selalu pemeliharaan secara berkala terhadap fasilitas, Upaya ini perlu dilakukan secara berkala, tidak hanya area wisata yang selalu terjaga kebersihannya namun fasilitas penunjang wisata juga harus terpelihara dengan baik.
2. Menjalin koordinasi yang baik antar pengelola mengenai pengembangan wisata Pantai Amal Kota Tarakan sebagai destinasi wisata.
3. Melakukan promosi dengan baik, seperti media promosi secara khusus, melakukan kerjasama dengan pihak agen wisata.
4. DISPORAPAR selaku pengelola utama melakukan kegiatan sosialisasi terhadap wisatawan atau juru pelihara yang secara langsung mengawasi wisata Pantai Amal Kota Tarakan, dengan memberikan keterangan bahwa keindahan dan keaslian pantai adalah aset bangsa kita yang perlu dijaga dan dipelihara.

**b. Saran Akademis**

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara mengadakan observasi, wawancara yang lebih luas dan mendalam guna memperoleh hasil yang maksimal.

**Daftar Pustaka**

- [1] "Portal Informasi Indonesia." Accessed: Jun. 10, 2024. [Online]. Available: <https://indonesia.go.id/>
- [2] "tarakankota." Accessed: Jun. 10, 2024. [Online]. Available: <https://tarakankota.go.id/>
- [3] ismayanti, DASAR-DASAR PARIWISATA.
- [4] N. Suwilma<sup>1</sup> and A. Wahab Abdi<sup>2</sup>, "DAMPAK PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI SUAK GEUDUBANG TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT GAMPONG SUAK GEUDUBANG KECAMATAN SAMATIGA KABUPATEN ACEH BARAT," *Jurnal Pendidikan Geosfer*, vol. VII, 2022, doi: 10.24815/jpg.v%vi%i.22583.
- [5] A. R. T. Melkior N.N Sitokdana, "STRATEGI PEMBANGUNAN E-CULTURE DI INDONESIA," 2016.
- [6] N. Runtu, I. Palandeng, J. Sumarauw, O. M. Novena Runtu, I. D. Palandeng, and J. S. Sumarauw, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP DAYA SAING OBJEK WISATA PULAU TIGA DI DESA PASIR PUTIH KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND FACILITIES ON THE COMPETITIVENESS OF TIGA ISLAND TOURISM OBJECTS, PASIR PUTIH VILLAGE, BOLAANG MONGONDOW DISTRICT," vol. 11, no. 4, pp. 633–641, 2023.
- [7] "Pengertian Manajemen." Accessed: Jun. 11, 2024. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/27/203000869/pengertian-manajemen>
- [8] M. Kom. , M. Si. , MM. DR. Agus Wibowo, P Y YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK STRATEGIS.
- [9] "Data Menurut KBBI." Accessed: Jun. 11, 2024. [Online]. Available: <https://kbbi.web.id/data>
- [10] C. Tanujaya, "PERANCANGAN STANDART OPERATIONAL PROCEDURE PRODUKSI PADA PERUSAHAAN COFFEEIN," *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, no. 1, 2017.
- [11] "Pengertian Instrument Penelitian Menurut Sukmadinata (2010)." Accessed: Jun. 11, 2024. [Online]. Available: <https://eurekapedidikan.com/instrumen-penelitian/>

