

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA PANTAI MATAHARI TERBIT DI SANUR, KOTA DENPASAR

Nita Naga Octavia¹, Gusti Ngurah Joko Adinegara^{2*}, Dermawan Waruwu³

Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan, dan Humaniora
Universitas Dhyana Pura

(* j.adinegara@gmail.com)

ABSTRACT

This research was conducted to determine the strategy for developing the Sunrise Beach Tourist Attraction in Sanur, Denpasar City. This study used the SWOT analysis technique which involved 10 respondents. Data collection was carried out using observation, interviews, documentation and questionnaires. The internal variable questionnaire has 4A namely Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary with 16 indicators with 14 indicators of strength and 2 indicators of weakness while there are 4 external variables namely: Government, Competitors, Security, Social and Economic with 12 indicators, 11 indicators of opportunities and 1 indicator threat. Through the analysis of the IFAS and EFAS matrices, the results obtained for calculating the score for IFAS were 2.98 and EFAS were 2.97, which means that the Sunrise Beach is in quadrant V, namely the growth position. In the SWOT analysis, the strategy that can be applied is the SO strategy, namely attractions such as renewing the tourist attraction of the Sunrise Beach without damaging the beach. The ST strategy is Strengthening and increasing awareness in tackling natural disasters, involving local communities in managing and providing knowledge about Sunrise Beach. The WO strategy is Utilizing existing funds and with government support to build halfway houses. WT's strategy is to create jobs for local residents, adding halfway houses or other facilities.

Keywords: SWOT Analysis, Tourist Attraction, Development Strategy, Sunrise Beach

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit di Sanur, Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT yang melibatkan 10 responden, dalam pengambilan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Kuesioner variabel internal terdapat 4A yakni *Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary* dengan 16 indikator dengan 14 indikator kekuatan dan 2 indikator kelemahan sedangkan variabel eksternal terdapat 4 yaitu: Pemerintah, Pesaing, Keamanan, Sosial, dan Ekonomi dengan 12 indikator, 11 indikator peluang dan 1 indikator ancaman. Melalui analisis matrik IFAS dan EFAS didapat hasil perhitungan skor untuk IFAS sebesar 2,98 dan EFAS sebesar 2,97 yang berarti Pantai Matahari Terbit berada pada kuadran V yaitu posisi Pertumbuhan. Dalam analisis SWOT strategi yang dapat diterapkan yaitu, Strategi SO yaitu Atraksi seperti Memperbaharui Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit dengan tidak merusak pantai. Strategi ST yaitu Memperkuat dan meningkatkan kewaspadaan dalam menanggulangi bencana alam, melibatkan masyarakat setempat dalam mengelola dan memberikan pengetahuan tentang Pantai Matahari Terbit. Strategi WO yaitu memanfaatkan dana yang ada dan dengan dukungan pemerintah untuk membangun rumah singgah. Strategi WT yaitu menciptakan lapangan pekerjaan bagi warga setempat, menambahkan rumah singgah atau fasilitas lainnya.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Daya Tarik Wisata, Strategi Pengembangan, Pantai Matahari

Terbit

PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata terkenal di dunia. Setiap bulan, ribuan wisatawan datang untuk menikmati keindahan alam dan budaya yang dimiliki oleh Bali. Pariwisata di Bali adalah salah satu daya tarik utama Indonesia. Bali terkenal karena keindahan alamnya, budayanya yang kaya, dan pantainya yang menakjubkan. Pulau ini menawarkan berbagai macam pengalaman kepada wisatawan, mulai dari pantai-pantai yang indah seperti Kuta, Seminyak, dan Nusa Dua, hingga sawah-sawah hijau yang menyejukkan seperti di Ubud. Selain pantai, Bali juga memiliki pura-pura yang menakjubkan seperti Pura Tanah Lot dan Pura Besakih yang terkenal. Budaya Bali yang unik juga memikat para wisatawan, dengan tarian tradisional seperti Tari Kecak dan Tari Barong, serta upacara agama yang meriah. Bali juga menawarkan berbagai jenis kegiatan, termasuk selancar, menyelam, *hiking* di pegunungan, dan yoga. Wisatawan juga dapat menikmati spa tradisional Bali atau mengunjungi pasar seni lokal untuk membeli kerajinan tangan unik. Selain itu, Bali memiliki restoran-restoran yang mengesankan dengan beragam masakan lokal dan internasional. Pariwisata di Bali sudah berkembang sangat pesat, dan pulau ini menyediakan berbagai macam akomodasi.

Menjadi destinasi wisata mestinya dilandasi oleh 4 unsur utama pariwisata atau sering disebut "4A" yaitu: daya Tarik (*attraction*), fasilitas (*amenities*), aksesibilitas (*accessibility*), dan pengelola (*ancillary*) (Cooper, 1995), akan menciptakan suatu sistem yang terintegrasi untuk memotivasi pengunjung untuk berkunjung. Tujuan wisata dapat dianggap sebagai tujuan yang baik jika terdapat hal yang dapat dilihat hal yang dapat dilakukan, hal yang dapat dinikmati, dan yang utama ialah hal yang dapat menimbulkan kenangan.

Pandemi Covid-19 telah merusak tatanan kehidupan masyarakat di seluruh dunia, salah satunya masyarakat Desa Sanur. Adanya pembatasan aktivitas dari pemerintah, sehingga perekonomian masyarakat terganggu, yang paling utama yaitu aktivitas pariwisata. Masyarakat yang bekerja di sektor pariwisata terpaksa berhenti bekerja dan bahkan diberhentikan secara paksa oleh perusahaan karena tidak adanya wisatawan yang berkunjung ke Bali. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan Bali sebagai tujuan pariwisata yang aman, terutama setelah pandemi Covid-19. Upaya telah dilakukan antara lain: meningkatkan iklan di media sosial dan online seperti di blog rekomendasi pantai dll, membangun infrastruktur yang lebih baik untuk memfasilitasi transportasi dan akomodasi seperti adanya sarbagita dll, serta menyediakan berbagai promo dan diskon untuk para wisatawan. Selain itu, Pemerintah juga telah menggalakkan praktik *Good Tourism* yang mengedepankan keselamatan dan kesehatan para wisatawan. Pemerintah telah menyediakan berbagai layanan pembersihan dan disinfeksi ditempat-tempat wisata, serta menyediakan berbagai informasi tentang kesehatan dan keselamatan di Bali.

Pantai Matahari Terbit adalah Pantai Matahari Terbit adalah sebuah pantai yang terletak di wilayah Sanur, Bali, Indonesia. Pantai ini terkenal karena keindahan pemandangan matahari terbitnya yang memukau. Setiap pagi, wisatawan dapat menyaksikan langit berubah menjadi gradasi warna-warni yang spektakuler saat matahari muncul. Pantai Matahari Terbit menawarkan suasana yang tenang dan lebih sepi apabila berbanding pantai-pantai lainnya di pulau Bali. Pasir putih yang halus, air jernih, dan ombak yang tenang menjadikan pantai ini tempat yang populer untuk berjalan-jalan, berenang, atau hanya bersantai menikmati keindahan alam. Selain menikmati pemandangan matahari terbit yang menakjubkan, pantai ini juga merupakan tempat yang populer untuk melihat tradisi dan budaya Bali. Ada berbagai kegiatan yang dapat dinikmati di sekitar pantai, seperti yoga, meditasi, dan berbagai olahraga air seperti selancar dan snorkeling. Pantai Matahari Terbit juga dikelilingi oleh berbagai fasilitas seperti restoran, kafe, dan toko-toko souvenir.

Pengunjung dapat menikmati hidangan lokal dan internasional sambil menikmati pemandangan laut yang indah. Secara keseluruhan, Pantai Matahari Terbit merupakan tempat yang menakjubkan untuk menikmati keindahan alam Bali, terutama saat matahari terbit. Keindahan pantai ini dan suasana yang tenang menjadikannya tujuan yang sempurna untuk relaksasi dan bersantai di tengah keindahan alam yang menakjubkan.

Menurut Utama (2015:136) suatu objek daya Tarik wisata pada prinsipnya harus memenuhi tiga persyaratan yaitu *Something to see*, *something to do* dan *something to buy*. *Something to see* atau ada yang dapat dilihat dari pantai Matahari Terbit seperti melihat keindahan *sunrise* yang memanjakan mata di pagi hari. Kemudian yang kedua *something to do* atau ada yang dikerjakan oleh wisatawan seperti melakukan memancing, jogging, bermain sepeda dan juga dapat menikmati makanan dan minuman yang berada di area pantai dan bagi wisatawan lokal terutama yang Bergama Hindu biasanya mereka melakukan kegiatan upacara agama. Ketiga *something to buy* atau ada yang dibeli/suvenir oleh wisatawan seperti makanan dan minuman ringan ada juga beberapa pakaian atau oleh-oleh yang bisa dibeli oleh para wisatawan.

Strategi yang telah dilakukan pengelola Pantai Matahari Terbit yaitu menyediakan fasilitas seperti, toilet umum, tempat parkir, dan lain-lain. Meningkatkan Aksesibilitas seperti membangun jalan yang lebih nyaman dan adanya pelabuhan penyebrangan untuk para wisatawan yang ingin berlibur ke pulau lain seperti Pulau Nusa Penida. Menyediakan berbagai Akomodasi seperti, *restaurant*, toko, penginapan agar para wisatawan semakin nyaman untuk berkunjung ke Pantai Matahari Terbit. Menyediakan Fasilitas hiburan seperti adanya penyewaan sepeda.

Meskipun Pantai Matahari Terbit memiliki keindahan yang menakjubkan, ada beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan:

1. Kepadatan Wisatawan: Pantai Matahari Terbit dapat menjadi sangat ramai terutama saat musim liburan atau pada pagi-pagi hari ketika banyak orang datang untuk menyaksikan matahari terbit. Kepadatan wisatawan ini dapat mengurangi pengalaman relaksasi dan ketenangan yang diharapkan di pantai.
2. Pasang Surut: Pantai Matahari Terbit terkenal dengan air yang tenang, namun pasang surut dapat mempengaruhi kondisi pantai ini. Saat air pasang, area berpasir yang luas dapat menjadi sempit dan terkadang ombak menjadi lebih kuat, membatasi aktivitas berenang atau olahraga air.
3. Kebersihan: Seperti banyak pantai lainnya, kebersihan Pantai Matahari Terbit dapat menjadi masalah. Beberapa pengunjung mungkin tidak membuang sampah dengan benar atau merusak kebersihan pantai, yang dapat merusak ekosistem dan mengurangi keindahan alamnya.
4. Infrastruktur: Meskipun terdapat fasilitas di sekitar pantai seperti restoran dan toko souvenir, infrastruktur di sekitar Pantai Matahari Terbit mungkin tidak sebaik yang di harapkan. Jalan menuju pantai mungkin tidak dalam kondisi yang baik, dan fasilitas umum seperti toilet atau tempat parkir mungkin terbatas.
5. Sementara Pantai Matahari Terbit menawarkan pengalaman yang indah, penting untuk mempertimbangkan kelemahan ini agar pengunjung dapat memiliki ekspektasi yang realistis saat mengunjungi pantai ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengimplementasikan metode Kualitatif dan Kuantitatif yang menggunakan *Purpose Sampling* yang jumlah sampelnya 10 responden. Metode Pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Purpose sampling merupakan metode penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini. Artinya peneliti mempunyai pertimbangan untuk menempatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitiannya dalam menggunakan teknik pengambilan sampel. Adapun teknik analisis yang digunakan ialah analisis SWOT yang didasarkan pada logika dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang, lalu memperkecil peluang kelemahan dan ancaman dengan melakukan tahap pengumpulan data (IFAS dan EFAS), tahap analisis (Matriks IE dan Matriks SWOT) (Rangkuti, 2006).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari penyebaran kuesioner pada 10 responden yaitu pengelola, Sekretaris yang berjumlah dua orang, Bendahara, Manager Personalia, Manager Operasional, Perwakilan dari tokoh masyarakat setempat sebanyak dua orang dan dua orang wisatawan. Didapatkan nilai pada masing-masing indikator internal untuk menentukan kekuatan dan kelemahan, serta indikator-indikator eksternal untuk menentukan peluang dan ancaman.

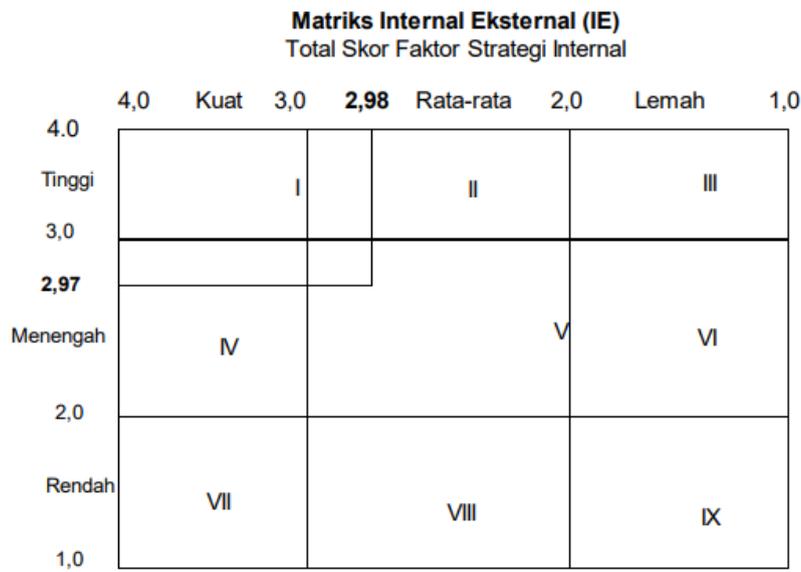
Indikator yang berkategori Kekuatan berjumlah 14 dan kelemahan berjumlah 2, yang dominan pada Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit yaitu adanya pengelola Pantai Matahari terbit, disusul dengan Adanya Pelabuhan penyebrangan ke Nusa Penida untuk wisatawan domestik dan mancanegara, Aktivitas rekreasi yang biasa dilakukan wisatawan seperti memancing, jogging dan berenang, adanya spot foto tulisan Pantai Matahari terbit, adanya *sunrise* yang indah, warna pasirnya yang coklat, adanya pusat informasi, jarak Pantai Matahari Terbit dari Pusat Kota, Bebatuan yang menjadi ikon Pantai Matahari Terbit karena biasa dipakai para pengunjung duduk dan menikmati sunrise, akses yang mudah bagus untuk dijangkau, fasilitas transportasi, adanya tempat parkir yang cukup luas, adanya restaurant dipesisir Pantai Matahari Terbit, sedangkan untuk indikator kelemahan internal terdapat pada 2 indikator yaitu Ombak yang cocok untuk surfing atau selancar dan Fasilitas yang disediakan seperti toilet umum yang layak dan terawat untuk para wisatawan.

Terdapat 1 indikator ancaman yakni Pengenalan objek wisata lainnya serta kebudayaan daerah yang ada. Sedangkan Peluang terdapat 11 indikator yaitu: Peraturan pemerintah, Objek wisata yang sama, Objek wisata alam lainnya disekitar objek wisata, Sikap masyarakat terhadap Pantai Matahari Terbit, Keramahtamahan penduduk di sekitar Pantai Matahari Terbit, Lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat, Daya tarik wisata Pantai Matahari Terbit memperkenalkan ciri khas kota Denpasar, Jaminan keselamatan, Kenyamanan wisatawan, Bencana alam, dan Wabah penyakit atau virus.

Matrik Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan Diagram 1 dapat dilihat bahwa posisi Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit berada pada Kuadran V yaitu posisi Pertumbuhan. Pada Kuadran ini, strategi yang diterapkan adalah meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pantai Matahari Terbit.

Diagram 1 Matriks Internal Eksternal



Sumber: Data olahan (2022)

Berdasarkan perhitungan Nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) di atas didapatkan hasil sebesar 2,98. Angka ini dapat menunjukkan bahwa Pantai 47 Matahari Terbit berada pada posisi kuat dan dapat meningkatkan daya tarik agar banyak wisatawan yang datang berkunjung.

Berdasarkan perhitungan nilai *External Factor Analysis Summary* (EFAS) di atas didapat hasil sebesar 2,97 dimana angka ini menunjukkan posisi Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit memiliki peluang yang cukup besar dalam meningkatkan daya saing.

Analisis SWOT

Indikator internal yang akan memberikan hasil kekuatan dan kelemahan, sedangkan indikator eksternal akan memberikan hasil peluang dan ancaman. Adapun kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang di miliki oleh Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit yang dapat diperoleh dari matriks SWOT yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 1 Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>Kekuatan/Strength(S):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pelabuhan penyebrangan ke Nusa Penida untuk wisatawan 2. Sunrise yang sangat indah. 3. Warna pasirmnya coklat. 4. Aktivitas rekreasi yang biasa dilakukan wisatawan seperti memancing, jogging, dan berenang. 5. Akses yang mudah dan bagus untuk dijangkau. 6. Adanya pengelola Pantai Matahari Terbit. 7. Adanya Pusat Informasi. 8. Spot foto tulisan Pantai Matahari Terbit. 9. Bebatuan yang menjadi ikon Pantai Matahari Terbit karena biasa dipakai para pengunjung duduk dan menikmati sunrise. 10. Aktivitas rekreasi yang biasa dilakukan wisatawan seperti memancing, jogging dan berenang. 11. Melakukan kegiatan atau upacara keagamaan bagi umat Hindu. 12. Jarak Pantai Matahari Terbit dari Pusat Kota. 13. Adanya Restaurant di pesisir Pantai 14. Tempat parkir yang luas. 	<p>Weaknesses (W):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ombak yang cocok untuk surfing. 2. Fasilitas yang disediakan seperti toilet umum yang layak dan terawat untuk wisatawan.
<p>Opportunities (O):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peraturan pemerintah. 2. Objek wisata yang sama. 3. Sikap masyarakat terhadap Pantai Matahari Terbit. 4. Keramahmatamahan penduduk di sekitar Pantai Matahari Terbit. 5. Jaminan Keselamatan. 6. Objek wisata alam lainnya di sekitar objek wisata. 7. Lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat. 8. Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit memperkantikan ciri khas Kota Denpasar. 9. Bencana Alam. 10. Kenyamanan Wisatawan. 11. Wabah penyakit/virus. 	<p>Strategi (SO):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaharui daya tarik wisata Pantai Matahari Terbit dengan tidak merusak Pantai 2. Mengembangkan event-event yang bagus. 3. Menarik konsumen melalui kegiatan promosi dengan memanfaatkan teknologi. 4. Ketersediaan rest area dan fasilitas umum yang dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan. 	<p>Strategi (ST):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat dan meningkatkan kewaspadaan dalam menanggulangi bencana alam. 2. Melibatkan masyarakat setempat dalam engelola dan memberikan pengetahuan tentang Pantai Matahari Terbit.
<p>Threats (T):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan objek wisata lainnya serta Kebudayaan daerah yang ada. 	<p>Strategi (WO):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan dana yang ada dan dukungan pemerintah untuk membuat lahan parkir yang lebih luas. 	<p>Strategi (WT):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan lapangan pekerjaan bagiwarga setempat.

Sumber: Data olahan (2022)

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis *SO*, *ST*, *WO*, *WT* maka dapat di peroleh strategi yang dapat diterapkan pada Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit.

1. Strategi *SO* Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi yang dapat diterapkan yakni:
 - a. Atraksi seperti adanya pelabuhan penyebrangandan pemandangan alam dan atraksi yang lain yang terdapat di Pantai Matahari Terbit dan dapat dipertahankan dengan kerja sama pemerintah.
 - b. Mengembangkan event-event yang lebih bagus.
 - c. Menarik konsumen melalui kegiatan promosi dengan memanfaatkan teknologi. Contohnya: membuat akun media sosial yang berisi tentang aktivitas dan daya tarik yang ada di Pantai Matahari Terbit. Pradiatiningtyas (2014) menyatakan distribusi pemasaran jasa dan penempatan mempunyai peran atas marketing online pariwisata di Indonesia.
 - d. Ketersediaan *rest area* dan fasilitas umum yang dapat memberikan kenyamanan dan rasa aman kepada wisatawan yang bisa ditingkatkan sehingga bisa menarik minat wisatawan lain untuk berkunjung di Pantai Matahari Terbit. Atiko dkk. (2016:9) juga menemukan bahwa Bagian Pemasaran Kementerian Pariwisata (Kemenpar) juga aktif menggunakan media sosial termasuk Instagram sebagai sarana promosi pariwisata di Indonesia. Strategi promosi dipimpin oleh Bagian Pemasaran Kementerian Pariwisata dengan melaksanakan beberapa tahapan yaitu: pembuatan konten, penetapan landasan, perencanaan program, implementasi program, pemantauan dan evaluasi.
2. Strategi *ST* Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang dapat diterapkan yaitu:
 - a. Memperkuat dan meningkatkan kewaspadaan dalam menanggulangi bencana alam, membuat penanda jalur evakuasi kepada masyarakat dan wisatawan.
 - b. Melibatkan masyarakat desa setempat dalam mengelola dan memberikan pengetahuan tentang Pantai Matahari Terbit, sehingga kedatangan wisatawan dapat menciptakan peluang usaha dan bisa membantu perekonomian masyarakat desa.
3. Strategi *WO* Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang dapat diterapkan yaitu: Memanfaatkan dana yang ada dan dukungan pemerintah untuk membuat lahan parkir yang lebih luas.
4. Strategi *WT* Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang dapat diterapkan yaitu: Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan melibatkan dalam kegiatan pariwisata di desa.

Dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana mengembangkan daya tarik wisata di Pantai Matahari Terbit dengan menggunakan teknik analisis *SWOT*, mengumpulkan data-data terkait Pantai Matahari Terbit yang berupa data internal dan eksternal, kemudian di rumuskan strategi-strategi yang di peroleh menggunakan matriks *SWOT*. Setelah itu menggunakan matriks *IE* untuk mengetahui posisi letak daya tarik wisata di Pantai Matahari Terbit yang diketahui terletak pada kuadran V. Melalui penelitian ini diketahui bahwa daya tarik wisata di Pantai Matahari Terbit memiliki potensi Pertumbuhan. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi sehingga peneliti bertemu dan turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan masalah yaitu Bagaimanakah Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit di Sanur, Kota Denpasar maka dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh suatu kesimpulan untuk menjawab permasalahan, yaitu: posisi melalui matriks IFAS dan EFAS maka diperoleh skor IFAS sebesar 2,98 dan untuk skor EFAS sebesar 2,97 dimana dapat diketahui posisi Pantai Matahari Terbit berada di kuadran V yang berarti posisi Pertumbuhan. Strategi SO, WO, ST, WT yang didapat dari analisis SWOT dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit, yaitu:

1. Strategi SO
 - a. Memperbaharui Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit dengan tidak merusak Pantai.
 - b. Mengembangkan *event-event* yang bagus.
 - c. Menarik konsumen melalui kegiatan promosi dengan memanfaatkan teknologi.
 - d. Adanya Ketersediaan *rest area* dan fasilitas umum yang dapat memberikan kenyamanan dan rasa aman kepada wisatawan yang bisa ditingkatkan sehingga bisa menarik minat wisatawan lain untuk berkunjung di Pantai Matahari Terbit.
2. Strategi ST
 - a. Memperkuat dan meningkatkan protocol kesehatan.
 - b. Melibatkan masyarakat setempat dalam mengelola dan memberikan pengetahuan tentang Pantai Matahari Terbit, sehingga kedatangan wisatawan dapat menciptakan peluang usaha dan bisa membantu perekonomian masyarakat setempat.
3. Strategi WO
Memanfaatkan dana yang ada dan dengan dukungan pemerintah untuk membuat lahan parkir yang lebih luas.
4. Strategi WT
Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan melibatkan dalam kegiatan pariwisata di desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M Aditya Pratama 2019. '*Identifikasi Sarana dan Prasana Wisata Bahari Kota Ternate*'. Universitas Komputer Indonesia, Bandung
- Arifiana, R. D., & Priyono, K. D, 2016, '*Analisi Potensi dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai di Kota Semarang*'. Doctoral dissertation. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cooper, dkk. 1995. *Tourism, Principles and Practice*. Prentice Hall Harlow.
- Damardjati, R. S. 2010. '*Istilah-istilah Dunia Pariwisata*', Jakarta, PT. Pradya Paramita.
- Pradiatiningtyas, D., 2014, *Pemasaran Online Melalui E-Tourism, Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata dan Pemosisian Untuk Promosi Pariwisata Daerah di Indonesia, Khasanah Ilmu*, vol. 5, no. 2.
- Gainau, M. B. 2016. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Kanisius.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., 2016, '*Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel)*', *Jurnal Sositologi*, vol. 15, no. 3.
- Prayogi, P. A., & Paramitasari, N. L. K. J., 2020, *Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Matahari Terbit Sebagai Destinasi Wisata Keluarga di Kota Denpasar. Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya*, vol. 10, no. 1, pp. 67-89.
- Rangkuti, Freddy, 2006, '*Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*', Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Salma, 2021, '*Teknik Pengambilan Sampel*': pengertian, Jenis-jenis, dan contohnya".
- Sunaryo. B, 2013, '*Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*'.
- Sumarni, N., & Ghiffari, M., 2022, '*Pembinaan Secara Online Pemasaran Digital Pada Objek Wisata Goa Dayeuh Bersama Bumdes Tamansari, Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, vol. 2, no. 1, pp. 2406-2423.
- Sarwono, J., 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Waruwu, D, 2022, *Eksistensi Wisata Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 dalam Pemulihan Ekonomi dan Pariwisata di Desa Sangeh, Badung, Bali. Santhet: (Jurnal Sejarah, Pendidikan, dan Humaniora)*, vol. 6, no. 1, pp. 48-60.

