



STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA KAWASAN GEOPARK UJUNG KULON DI KABUPATEN PANDEGLANG PROVINSI BANTEN

Suwaib Amiruddin¹, Juliannes Cadith², Ana Hardiana³

^{1,2,3} Program Studi Administrasi Publik, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

e-mail: suwaibamiruddin@untirta.co.id¹, j.cadith@yahoo.com², anahardiana77@gmail.com³

ABSTRACT

This study aims to determine the actual physical and non-physical aspects of the management and tourism development strategy of the Ujung Kulon geopark area in Pandeglang district. The research was conducted using a qualitative approach. Determination of informants in this study was taken using the purposive technique. The analysis uses the SWOT analysis method which aims to analyze internal and external factors. Furthermore, the qualitative descriptive analysis method and the SWOT matrix are used to formulate a tourism development strategy for the Ujung Kulon geopark area in Pandeglang district. The results show that the actual physical and non-physical conditions of the management aspect of the Ujung Kulon Geopark already have all tourism supporting facilities in the form of places to eat and drink, souvenir shops, play areas, large and leafy parking lots, public toilets, places of worship in the form of prayer rooms, lodging, as well as an information center. All existing facilities are managed directly by the Manager, as well as assisted by local communities who are fostered directly by the manager to become a homestay and parking lot manager. The tourism development strategy of the Ujung Kulon Geopark Area is: (1) Conducting studies or studies to optimize the natural potential that already exists and which can still be explored in order to make a new natural attraction for tourists. (2) Public facilities development plan in the form of service improvement, renovation of building arrangement and maintenance, as well as increasing the number of facilities. (3) Packaging promotions in an attractive manner through online media. (4) Make plans for road access widening and road repairs. (5) Increasing the role of government and managers through cooperation in making policies and plans for site development. (6) Increasing the role of local communities. (7) Preparing the community and local government as ambassadors of the Ujung Kulon Geopark, improving the quality of human resources, growing the competitiveness of the local community as well as preparing creative stakeholders and contributing to sustainable development goals. (8) Provide written rules for visiting tourists in order to maintain the cleanliness of the tourist area environment.

KEYWORD:

Strategy, Tourism Development, Geopark.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi aktual fisik dan non-fisik aspek pengelolaan dan strategi pengembangan pariwisata kawasan geopark ujung kulon di kabupaten Pandeglang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penentuan informan dalam penelitian ini di ambil dengan menggunakan teknik Purposive. Analisis menggunakan metode analisis SWOT yang tujuannya untuk menganalisis faktor internal dan eksternal. Selanjutnya metode analisis dekriptif kualitatif dan Matriks SWOT guna merumuskan strategi pengembangan pariwisata kawasan geopark ujung kulon di kabupaten Pandeglang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kondisi aktual fisik dan non-fisik aspek pengelolaan Geopark Ujung Kulon sudah memiliki semua fasilitas pendukung pariwisata berupa tempat makan dan minum, toko souvenir, area bermain, tempat parkir yang luas dan rindang, toilet umum, tempat ibadah berupa mushola, penginapan, serta pusat informasi. Semua fasilitas yang ada dikelola langsung oleh Pengelola, serta dibantu masyarakat lokal yang dibina langsung oleh pengelola untuk menjadi homestay serta pengelola tempat parkir. Strategi pengembangan pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon yaitu : (1) Melakukan kajian atau studi untuk mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada dan yang masih bisa digali guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan. (2) Rencana pengembangan fasilitas umum berupa peningkatan pelayanan, renovasi penataan dan perawatan bangunan, serta penambahan jumlah fasilitas. (3) Mengemas promosi secara atraktif melalui media online. (4) Membuat rencana pelebaran akses jalan dan perbaikan jalan. (5) Meningkatkan peran pemerintah dan pengelola melalui kerjasama dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi. (6) Meningkatkan peran masyarakat lokal. (7) Mempersiapkan masyarakat dan pemerintah lokal sebagai duta dari Geopark Ujung Kulon, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, menumbuhkan daya saing dari masyarakat lokal juga mempersiapkan para pemangku kepentingan yang kreatif dan berkontribusi pada tujuan pembangunan berkelanjutan. (8) Memberikan aturan tertulis bagi wisatawan yang berkunjung guna menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata.

KATA KUNCI

Strategi, Pengembangan Wisata, Geopark.

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:
Diterima: 10 februari 2024
Direvisi: 25 Februari 2024
Disetujui: 10 Maret 2024

CORRESPONDING AUTHOR

Suwaib Amiruddin
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Kota Serang
suwaibamiruddin@untirta.co.id

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang mempunyai peran penting untuk membantu menangani masalah perekonomian dunia. Perkembangan industri pariwisata sangat dinamis dan terus diperkuat oleh kemajuan kesejahteraan ekonomi masyarakat sehingga mampu mengambil peran penting bagi pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan serta transportasi (Mulyadi, 2017:1-2).

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri, di samping meningkatkan ekonomi tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap suatu bangsa. Pariwisata adalah hal yang diminati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan, berkembangnya kreativitas dan mampu menunjang produktivitas suatu individu. Dalam era globalisasi sekarang ini, bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor pariwisata ini selain sebagai salah satu sumber penghasilan devisa yang cukup andal, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam mendorong perkembangan investasi.

Sektor pariwisata bahkan menjadi salah satu penyumbang devisa nasional terbesar ketiga setelah ekspor minyak kelapa sawit (CPO) dan batubara. Pengelolaan sektor pariwisata pun terus dikembangkan oleh pemerintah, melalui berbagai kebijakan dilakukan pemerintah untuk membuat pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal di mata dunia. Pada tahun 2015 tercatat 10,23 juta wisatawan mancanegara datang ke Indonesia dan pada tahun 2019 jumlahnya meningkat menjadi 16,11 juta. Sektor pariwisata Indonesia pada tahun 2018 berhasil tercatat sebagai sektor dengan pertumbuhan tertinggi yaitu ke 9 di dunia, peringkat 3 di Asia, dan nomor 1 di kawasan Asia Tenggara menurut The World Travel & Tourism Council (WTTC). Selain itu, berdasarkan Laporan The Travel & Tourism Competitiveness Report, pada World Economic Forum, pada tahun 2019 peringkat indeks daya saing pariwisata Indonesia di dunia naik dari 42 di tahun 2017 menjadi 40 di tahun 2019 dari 140 negara menurut www.travel.kompas.com 2020 dalam Elista (2020 : 2).

Devisa dari sektor pariwisata pada tahun 2018 meningkat mencapai angka US\$19,29 miliar atau hampir menembus target sebesar US\$20 miliar. Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB tahun 2018 mencapai 4,50%, dan tahun 2019 mencapai 4,80%. (www.wartaekonomi.co.id, 2019). Sedangkan, sejak tahun 2015 kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sebesar 4,25%, tahun 2016 sebesar 4,13%, dan tahun 2017 sebesar 4,11% (bps.go.id). Jadi, rata-rata kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sejak tahun 2015 hingga 2019 adalah sebesar 4,36%, hal ini menunjukkan kemampuan sektor pariwisata di Indonesia menjadi motor penggerak perekonomian. Oleh karena itu sangat penting sekali bagi pemerintah untuk mengelola sektor pariwisata yang dengan baik dapat menjadi country branding dan mampu meningkatkan penerimaan devisa serta dapat menarik pergerakan sektor lainnya. Kontribusi sektor pariwisata bagi perekonomian dapat ditunjukkan melalui beberapa indikator yaitu penerimaan devisa dan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun (Elista, 2020 : 2).

Geopark adalah sebuah kawasan yang di dalamnya memiliki keunikan geologi (outstanding geology), yaitu nilai arkeologi, ekologi dan budaya, dengan mengikut sertakan masyarakat setempat untuk berperan dalam melindungi dan meningkatkan fungsi warisan alam (UNESCO, 2004). Geopark adalah asset yang jika dikembangkan secara berkelanjutan nilainya akan meningkat, dari selain hanya nilai manfaat tidak langsung dan manfaat intrinsik atau intangible, menjadi tambahan nilai manfaat langsung.

Geopark memiliki tujuan menggali, mengembangkan, menghargai, dan mengambil manfaat dari hubungan erat antara warisan geologi, ekologi, budaya dan nilai-nilai yang berkembang di daerah tersebut. Dalam pengembangan kawasan Geopark, harus memiliki 3 (tiga) unsur, yaitu keragaman geologi (geo- diversity), keragaman hayati (bio-diversity) dan keragaman budaya (cultural- diversity), sehingga dalam kawasan ini sedikitnya harus berlangsung 3 (tiga) kegiatan, yaitu konservasi, pendidikan dan geowisata (Santoso, 2019 : 593).

Pengembangan Geopark secara global sudah mulai banyak mendapat perhatian, dan dukung oleh berbagai institusi di dunia yang tergabung dalam Global Geopark Network (GGN). Saat ini Global Geopark Network (GGN) dunia kini memiliki total 162 Global Geopark yang tersebar di 44 negara. Predikat Geopark dilekatkan pada wilayah dengan warisan geologis yang fenomenal: sebuah tempat di mana manusia bisa mempelajari hikayat bumi dan pengaruhnya pada peradaban. Tempat-tempat semacam ini mengandung banyak informasi penting. Dari data-data bebatuan, peneliti bisa mempelajari proses bencana dan perubahan iklim, sekaligus menyiapkan mitigasi bencana di masa depan.

Kabupaten Pandeglang merupakan salah satu tujuan wisata di Provinsi Banten, oleh karena itu kegiatan pariwisata di daerah ini cukup potensial untuk menunjang pembangunan daerah. Paling tidak, dapat diandalkan sebagai salah satu sumber devisa untuk membiayai pembangunan daerah. Pariwisata di Kabupaten Pandeglang merupakan salah satu andalan bagi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi daerah, hal ini disebabkan karena Kabupaten Pandeglang memiliki potensi yang sangat besar pada sektor pariwisata. Kondisi alam yang didominasi alam pegunungan dan pantai yang terpanjang di Provinsi Banten menjadikan Kabupaten Pandeglang sebagai alternatif pariwisata yang sangat menjanjikan, dari mulai wisata pantai, wisata alam, wisata ziarah, wisata budaya sampai kepada wisata buatan.

Dalam upaya untuk pengembangan, pengelolaan dan pelestarian potensi geologi dan pariwisata, Pemerintah Kabupaten Pandeglang telah menetapkan kawasan Ujung Kulon sebagai kawasan geopark berdasarkan Keputusan Bupati Pandeglang Nomor 546/Kep. 407 – Huk/2018 Tahun 2018 tentang Penetapan Lokasi Kawasan Geopark Ujung Kulon – Selat Sunda Timur.

Kawasan Ujung Kulon, Pandeglang baik untuk dijadikan kawasan Geopark, karena di kawasan ini cukup lengkap dengan obyek-obyek dan unsur-unsur Geopark. Kawasan Geopark itu sendiri meliputi unsur geologi, flora fauna dan budaya lokal. Unsur-unsur tersebut semua ada di kawasan Ujung Kulon, Pandeglang. Dari sisi flora dan fauna banyak yang unik dan spesifik di kawasan ini. Keaslian unsur tersebut masih terjaga dengan baik oleh kearifan dan budaya masyarakat setempat. Pola pengembangan Geopark secara umum adalah tidak terlepas dari konsep konservasi dan edukasi. Dampak selanjutnya adalah tentu saja akan akan memacu tumbuhnya ekonomi kreatif di masyarakat.

Strategi dalam pengembangan Kawasan Geopark Ujung Kulon harus memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal untuk menjadikannya lebih baik dari kondisi saat ini dengan tetap memperhatikan kelestarian alam dengan ikut mensejahterakan masyarakat yang ada disekitarnya. Dalam rangka mencapai tujuan pengembangan tersebut maka diperlukan strategi pengembangan pariwisata terpadu yang menjamin keberlanjutan pembangunan Kawasan Geopark Ujung Kulon Kabupaten Pandeglang dengan memperhatikan elemen destinasi wisata dan prinsip-prinsip ekowisata untuk menjaga kelestarian lingkungan alam sebagai potensi dasar wisata bahari.

Pengembangan harus dapat memenuhi harapan wisatawan. Harapan wisatawan dapat diketahui melalui tanggapannya terhadap kondisi eksisting daerah tujuan wisata dan selanjutnya menyusun strategi pengembangan dalam meningkatkan kualitasnya sehingga yang menjadi harapan wisatawan, target kunjungan wisatawan yang ingin dicapai oleh pemerintah pusat, daerah dan juga pengelola serta masyarakat sekitar daerah tujuan wisata dapat terwujud.

Sebagaimana harapan pengembangan sektor pariwisata adalah agar sektor ini dapat memberikan multiplier efek bagi masyarakat seperti perluasan kesempatan kerja di bidang pariwisata melalui pengembangan kawasan pariwisata dan industri pariwisata, meningkatkan angka kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

METODE

1. Metode Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Kirk dan Miller dalam Hikmat (2011: 38) menyebutkan:

”pendekatan kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa dan dalam peristilahan nya. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati”.

Tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, menurut Travels dalam Hikmat, (2011: 44), tujuan utama menggunakan metode ini untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Menurut Gay dalam Hikmat, (2011: 44) metode penelitian deskriptif adalah kegiatan yang meliputi pengumpulan data dalam rangka menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian.

2. Fokus Penelitian

Ruang lingkup atau fokus penelitian ini adalah pada Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

3. Informan

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Teknik yang digunakan untuk menentukan informan dalam penelitian kualitatif ini yaitu dengan jalan peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi, dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang mengetahui tentang situasi sosial tertentu (Prastowo, 2011:197).

Dalam penelitian mengenai “Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten”, penentuan informan dalam penelitian ini di ambil dengan menggunakan teknik *Purposive*. Teknik *purposive* ini adalah teknik pengambilan sumber data langsung pada sasaran atau tujuan. Peneliti menggunakan teknik *purposive*, dikarenakan peneliti mengetahui secara jelas siapa saja yang akan peneliti pilih untuk menjadi responden pada penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan Pariwisata kabupaten Pandeglang. Informan tersebut ditentukan dan ditetapkan tidak berdasarkan pada jumlah yang dibutuhkan, melainkan berdasarkan pertimbangan fungsi dan peran informan sesuai 85ocus masalah penelitian (Sugiyono, 2016: 246)

Agar dapat memperoleh informasi lebih terbukti, terdapat beberapa kriteria yang dapat dipertimbangkan antara lain:

1. Subyek yang lama dengan suatu kegiatan atau aktifitas yang menjadi sasaran atau perhatian.
2. Subyek yang masih terkait secara penuh dan aktif pada lingkungan atau kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian.
3. Subyek yang mempunyai cukup banyak informasi, banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai keterangan.
4. Subyek yang berada atau tinggal pada sasaran yang mendapat perlakuan yang mengetahui kejadian tersebut

Pada penelitian ini, penentuan informan dibagi menjadi dua yaitu Key informan dan secondary informan. Key informan sebagai informan utama yang lebih mengetahui situasi 85ocus penelitian sedangkan Secondary informan sebagai informan penunjang dalam memberikan penambahan informasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Aktual Fisik Dan Non-Fisik Aspek Pengelolaan Kawasan Geopark Ujung Kulon

1. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon

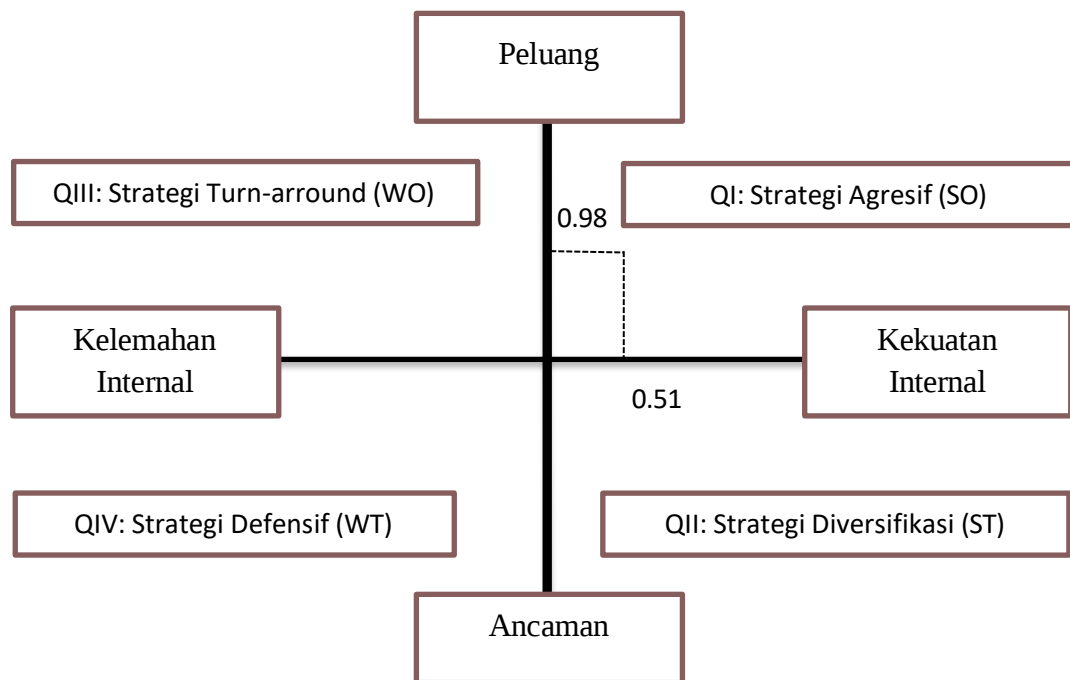
Sebelum merumuskan strategi pengembangan melalui analisis matriks SWOT tahapan awalnya yaitu analisis faktor internal dan eksternal. Analisis faktor internal digunakan untuk menilai kinerja yang merupakan faktor kekuatan dan kelemahan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini terkait kekuatan dan kelemahan yang ada dalam pengembangan pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon.

Adapun yang termasuk dalam faktor internal pada aspek pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon yaitu, atraksi alam, atraksi budaya, fasilitas pendukung berupa tempat makan dan minum, toko souvenir, fasilitas umum, akomodasi, dan informasi promosi. Serta ditambah industri pariwisata dan masyarakat lokal. Dari seluruh aspek internal tersebut, kemudian dianalisis apa saja kekuatan dan kelemahan dari setiap aspek. Sedangkan analisis faktor eksternal, fokus pada kondisi yang ada dan kecenderungan yang muncul dari luar, tetapi dapat memberi pengaruh kinerja organisasi. Dalam hal ini, yang termasuk dalam faktor eksternal dalam aspek pariwisata di Kawasan Geopark Ujung Kulon yaitu aksesibilitas, pemerintahan, serta wisatawan. Dari seluruh aspek eksternal tersebut, kemudian dianalisis apa saja peluang dan ancaman dari setiap aspek tersebut.

Berdasarkan analisis IFAS diketahui bahwa total skor untuk kekuatan dan kelemahan adalah 1.51 dan 1.00 diketahui bahwa total skor kekuatan lebih besar dari total skor kelemahan. Sehingga, langkah pertama yang bisa dilakukan dalam merumuskan Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon adalah mengidentifikasi kekuatan di internal untuk dioptimalkan lebih lanjut agar tetap memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi dan mengidentifikasi sumber-sumber kelemahan.

Berdasarkan analisis EFAS diketahui bahwa total skor untuk peluang dan ancaman adalah 1.81 dan 0.83 diketahui bahwa total skor Peluang lebih besar dari total skor Ancaman. Sehingga, langkah pertama yang bisa dilakukan dalam merumuskan Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon adalah mengidentifikasi peluang di Eksternal untuk dioptimalkan lebih lanjut agar tetap memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi dan mengidentifikasi sumber-sumber ancaman Berdasarkan hasil analisis IFAS-EFAS, persamaan berikut digunakan untuk menentukan faktor X dan Y yang menjadi input dalam matriks strategis (Gambar 4.8 dan gambar 4.9). Persamaannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} X &= \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} & Y &= \text{Peluang} - \text{Ancaman} \\ &= 1.51 - 1.00 & &= 1.81 - 0.83 \\ &= 0.51 & &= 0.98 \end{aligned}$$



Gambar 1. Kuadran IFAS dan EFAS
Sumber: diolah peneliti, 2022

Berdasarkan kuadran IFAS-EFAS, maka pengembangan pariwisata dalam upaya Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon Kabupaten Pandeglang. Berada pada kuadran I Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. khususnya pada area Strategy Agresif. Walaupun sebenarnya, Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon Kabupaten Pandeglang memiliki beberapa kelemahan dan ancaman yang cukup besar juga, namun sebenarnya kondisi Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon Kabupaten Pandeglang dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk membuat lebih bertahan dan berkembang.

a. Strategi S-O *Strengths-Opportunities* (Kekuatan dan Peluang)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*).

Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT yaitu yang pertama antara *Strengths* (S) dengan *Opportunities* (O) yang digunakan untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Strategi S-O *Strengths-Opportunities* (Kekuatan dan Peluang)

Kekuatan (S)	Peluang (O)	Strategi S-O
▪ Memiliki keindahan alam, keragaman flora fauna serta budayanya yang eksotis dan disebut sebagai surga di Pantai Barat pulau Jawa ▪ Potensi wilayah Geopark Ujung Kulon sudah sesuai untuk di jadikan Kawasan Geopark Ujung Kulon dilihat dari potensi alamnya yang memang di dukung dengan obyek wisata lainnya seperti, Wisata Taman Nasiona Ujung Kulon, Gunung Krakatau, Pulau Umang, Pantai carita, selain itu juga letak geografis Kawasan Geopark Ujung Kulon yang strategis. ▪ Terdapat beberapa kegiatan menarik yang dapat dilakukan oleh wisatawan saat berwisata seperti Wisata Alam, Tracking, Surfing, Study Tour, Snorkeling, Pertunjukan Seni, Habitat Satwa Langka, Kuliner, Olahraga, Leisure, Bangunan Bersejarah, ▪ Memiliki 30 situs geologi yang ada di Geopark Ujung Kulon, 14 diantaranya sudah direkomendasikan menjadi warisan geologi oleh Badan Geologi, KESDM. ▪ Sebagai bagian dari alam, komponen geologi, biologi, dan budaya di kawasan Geopark saling berhubungan erat. Keragaman Geologi merekam dampak endapan tsunami tahun 1883,	▪ Banyak alternatif menuju lokasi ▪ Akses mudah dijangkau, beraspal, dilengkapi petunjuk arah dan rambu rambu ▪ Pemerintah ikut serta dalam membuat kebijakan perencanaan pengembangan an pariwisata	▪ Diversifikasi atraksi dan aktivitas wisata dengan tetap menjaga kelestarian sumber daya alam untuk menjawab pesatnya perkembangan sektor pariwisata ▪ Pertahankan keunikan daya tarik wisata yang menjadi faktor penarik wisatawan yang menjadikan wisata sebagai bagian dari gaya hidupnya. ▪ Pertahankan harga tiket masuk yang sesuai dengan kualitas daerah tujuan wisata untuk dikombinasikan dengan biaya transportasi yang murah dan kemudahan pencapaian lokasi dengan waktu tempuh yang relatif sedikit ▪ Perlindungan terhadap situs-situs geologi dan non- geologi ▪ Meningkatkan peran pemerintah dalam mempromosikan kegiatan Kawasan Geopark Ujung Kulon ▪ Pengelola membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat makanan di lokasi wisata ▪ Pemerintah ikut serta mempromosikan lokasi wisata melalui media online resmi milik pemerintah ▪ Pemerintah bekerja sama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata ▪ Menjadikan kekhasan daya tarik alam di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan ▪ Menyelenggarakan wisata khusus geologi bagi anak- anak sekolah yang dipandu oleh ahlinya. ▪ Penyusunan program geopark to school atau school to geopark, untuk mengenalkan peran geopark dan menjaga situs- situs geologi yang ada. Pengelola meningkatkan pelayanan bagi wisatawan yang

berhubungan dengan keragaman hayati yang bersifat endemik (khas) dan kebudayaan manusia yang hidup di atasnya. ▪ Terdapat budaya masyarakat lokal berupa acara kesenian dan upacara adat ▪ Tersedia banyak hotel ▪ Tersedia banyak villa ▪ Tersedia homestay ▪ Harga terjangkau dan kondisi bangunan yang baik dan terawat ▪ Pengelola melakukan pengelolaan dan pengembangan kawasan ▪ Tim percepatan pembangunan Kawasan Geopark Ujung Kulon yang dibentuk guna mendukung pelaksanaan Kawasan Geopark Ujung Kulon Adanya investor yang berinvestasi.		berkunjung.
--	--	-------------

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2021)

b. Strategi W-O *Weaknesses-Opportunities* (Kelemahan dan Peluang)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT yaitu yang kedua antara *Weaknesses* (W) dengan *Opportunities* (O), bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Strategi W-O *Weaknesses-Opportunities* (Kelemahan dan Peluang)

Kelemahan (W)	Peluang (O)	Strategi W-O
▪ Menu restoran kurang bervariasi ▪ Harga tidak sesuai makanan ▪ Tidak ada warung kecil yang menjual makanan ▪ Jumlah toko souvenir yang masih sedikit ▪ Variasi souvenir yang ditawarkan sedikit ▪ Beberapa fasilitas area bermain kondisinya rusak ▪ Tempat parkir tidak ada penataan dari pengelola ▪ Toilet umum kondisinya masih kurang, jumlahnya masih sedikit, berbau tidak sedap dan kondisi sedikit rusak ▪ Tempat ibadah (mushola) bentuknya sangat kecil ▪ Belum banyaknya guide ▪ Papan informasi masih terbatas dan belum banyak ▪ Pihak pengelola masih kurang aktif dalam promosi ▪ Tingkat kerahmatamahan masyarakat masih minim ▪ Masyarakat bersikap acuh tak acuh kepada wisatawan ▪ Masyarakat belum bisa menjadi <i>tour guide</i> untuk wisatawan.	▪ Banyak alternatif menuju lokasi ▪ Akses mudah dijangkau, beraspal, dilengkapi petunjuk arah dan rambu-rambu ▪ Pemerintah ikut serta dalam membuat kebijakan perencanaan pengembangan pariwisata	▪ Tingkatkan kualitas SDM dengan memanfaatkan dukungan pemerintah pusat dan daerah. ▪ Tingkatkan pengetahuan tentang regulasi pada masyarakat dan pengelola industri wisata agar mengetahui arah pembangunan kepariwisataan, sehingga pengembangannya sejalan dengan kebijakan pemerintah. ▪ Menambahkan rambu-rambu aturan tertulis terkait larangan buang sampah sembarangan ▪ Menambahkan jumlah tempat sampah, memberikan peraturan tertulis supaya masyarakat dan pengunjung ikut menjaga kebersihan kawasan dan pengadaan program pembersihan lingkungan kawasan wisata secara berkala ▪ Menambahkan atraksi wisata buatan sesuai karakteristik kawasan wisata untuk menarik jumlah wisatawan ▪ Membenahi fasilitas bermain yang rusak ▪ Mengatur dan mengelola tempat parkir ▪ Membenahi dan menambahkan fasilitas toilet umum ▪ Membenahi fasilitas ibadah, yang tadinya

		lokasi sangat sempit dan harus antri untuk menggunkannya diperluas tempatnya ▪ Memanfaatkan kemudahan akses dan pengadaan fasilitas jaringan telepon ▪ Membuat papan informasi yang ditancapkan ditanah supaya tidak merusak kelestarian pohon ▪ Memberikan edukasi atau training kepada masyarakat lokal supaya pengetahuan tentang pariwisata menjadi lebih baik. Melakukan pelatihan tour guide dan memberikan sertifikasi supaya bisa menambah penghasilan masyarakat lokal.
--	--	--

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2021)

c. Strategi S-T *Strengths-Threats* (Kekuatan dan Ancaman)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman *Threats*). Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT yaitu yang kedua antara *Strengths* (S) dengan *Threats* (T) bertujuan untuk memperkecil dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Strategi S-T *Strengths-Threats* (Kekuatan dan Ancaman)

Kekuatan (S)	Ancaman (T)	Strategi S-T
▪ Memiliki keindahan alam, keragaman flora fauna serta budayanya yang eksotis dan disebut sebagai surga di Pantai Barat pulau Jawa Potensi wilayah Geopark Ujung Kulon sudah sesuai untuk di jadikan Kawasan Geopark Ujung Kulon dilihat dari potensi alamnya yang memang di dukung dengan obyek wisata lainnya seperti, Wisata Taman Nasional Ujung Kulon, Gunung Krakatau, Pulau Umang, Pantai carita,	▪ Wisatawan belum sadar lingkungan ▪ Wisatawan lebih memilih pada objek wisata baru yang memiliki daya tarik baru dan menarik ▪ Wisatawan trauma dan takut akan bencana tsunami selat sunda.	▪ Pelebaran akses jalan guna mendukung banyaknya wisatawan yang datang ketika adanya acara ▪ Membuat rencana pelebaran jalan guna mendukung akses kendaraan besar ▪ Pengelola melaporkan ke pihak terkait jalan yang rusak agar dilakukan perbaikan jalan ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas restoran dan warung makan ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toko

selain itu juga letak geografis Kawasan Geopark Ujung Kulon yang strategis. ▪ Terdapat beberapa kegiatan menarik yang dapat dilakukan oleh wisatawan saat berwisata seperti Wisata Alam, Tracking, Surfing, Study Tour, Snorkeling, Pertunjukan Seni, Habitat Satwa Langka Kuliner, Olahraga, Leisure, Bangunan Bersejarah, ▪ Memiliki 30 situs geologi yang ada di Geopark Ujung Kulon, 14 diantaranya sudah direkomendasikan menjadi warisan geologi oleh Badan Geologi, KESDM. ▪ Sebagai bagian dari alam, komponen geologi, biologi, dan budaya di kawasan Geopark saling berhubungan erat. Keragaman Geologi merekam dampak endapan tsunami tahun 1883, berhubungan dengan keragaman hayati yang bersifat endemik (khas) dan kebudayaan manusia yang hidup diatasnya. ▪ Terdapat budaya masyarakat lokal berupa acara kesenian dan upacara adat ▪ Tersedia banyak hotel ▪ Tersedia banyak villa ▪ Tersedia homestay ▪ Harga terjangkau dan kondisi bangunan yang baik dan terawat ▪ Pengelola melakukan pengelolaan dan pengembangan kawasan ▪ Timpercepatan pembangunan Kawasan Geopark Ujung Kulon yang di bentuk guna mendukung pelaksanaan Kawasan Geopark Ujung		souvenir ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas area bermain ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas tempat paker ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toilet umum ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas tempat ibadah ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas penginapan ▪ Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas pusat informasi ▪ Pengelola mencari dan bekerjasama dengan investor untuk mendanai rencana pengembangan lokasi wisata dengan sistem bagi hasil ▪ Bekerjasama dengan investor untuk memberikan modal bagi masyarakat lokal yang bekerja dilokasi wisata ▪ Meningkatkan posisi dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku penting dan tuan rumah dalam pembangunan pariwisata dengan membentuk lembaga kemasyarakatan guna memperkenalkan, melestarikan, dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada ▪ Membentuk lembaga kemasyarakatan yang dapat bersinergi dan bemitra dengan pengelola kawasan wisata dalam Meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan
---	--	--

Kulon ▪ Adanya investor yang berinvestasi		▪ Membuat promosi yang menonjolkan kekhasan daya tarik alam yang ada ▪ Membuat promosi yang menonjolkan kekhasan daya tarik budaya yang ada ▪ Melakukan promosi melalui media online secara intensif guna menarik wisatawan agar meningkatkan pemasukan masyarakat, masyarakat juga ikut aktif mempromosikan kawasan wisata ke orang lain khususnya saudara yang dari luar kota ▪ Membuat papan informasi terkait aturan kebersihan lingkungan dan selalu menghimbau wisatawan agar selalu menjaga kebersihan lingkungan di kawasan wisata melalui pusat informasi ▪ Menugaskan anggota pengelola untuk turun langsung ke lapangan guna memberi himbauan dan teguran kepada wisatawan yang membuang sampah sembarangan ▪ Masyarakat yang sedang dikawasan wisata bisa langsung membantu ▪ menegur jika ada wisatawan yang membuang sampah sembarangan menambah jumlah tong sampah di sekitar area bermain ▪ Pengelola mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan ▪ Menyiapkan fasilitas-fasilitas tanggap bencana dan bangunan evakuasi bencana. ▪ Wisatawan diberi arahan langkah-langkah tanggap bencana khususnya bencana tsunami dan difasilitasi dengan bangunan evakuasi bencana.
--	--	---

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2021)

d. Strategi W-T *Weaknesses-Threats* (Kelemahan dan Ancaman)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan

analisis matriks SWOT yaitu yang kedua antara *Weaknesses* (W) dengan *Threats* (T) bertujuan untuk memperkuat dari dalam usaha untuk memperkecil kelemahan internal dan mengurangi tantangan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4. Strategi W-T *Weaknesses-Threats* (Kelemahan dan Ancaman)

Kelemahan (W)	Ancaman (T)	Strategi W-T
▪ Menu restoran kurang bervariasi ▪ Harga tidak sesuai makanan ▪ Tidak ada warung kecil yang menjual makanan ▪ Jumlah toko souvenir yang masih sedikit ▪ Variasi souvenir yang ditawarkan sedikit ▪ Beberapa fasilitas area bermain kondisinya rusak ▪ Tempat parkir tidak ada penataan dari pengelola ▪ Toilet umum kondisinya masih kurang, jumlahnya masih sedikit, berbau tidak sedap dan kondisi sedikit rusak ▪ Tempat ibadah (mushola) bentuknya sangat kecil ▪ Belum banyaknya guide ▪ Papan informasi masih terbatas dan belum banyak ▪ Pihak pengelola masih kurang aktif dalam promosi Tingkat kerahmatamahan masyarakat masih minim ▪ Masyarakat bersikap acuh tak acuh kepada wisatawan ▪ Masyarakat belum bisa menjadi <i>tour guide</i> untuk wisatawan.	▪ Wisatawan belum sadar lingkungan ▪ Wisatawan lebih memilih pada Objek wisata baru yang memiliki daya tarik baru dan menarik ▪ Wisatawan trauma dan takut akan bencana tsunami selat sunda	▪ Tingkatkan pengetahuan sumber daya manusia yang ada tentang pariwisata, khususnya wisata Geopark agar dapat melakukan pengembangan yang berwawasan kelestarian sumber daya alam. ▪ Tingkatkan kelengkapan sarana wisata di daerah tujuan wisata dengan menyediakan jasa perbankan (ATM) di lokasi daerah tujuan wisata jika memungkinkan ▪ Membina masyarakat untuk berwirausaha dan membuka jasa yang berhubungan dengan lokasi wisata dan mengadakan seminar pelatihan tour guide dengan bekerjasama dengan investor guna pengadaan dana modal usaha dan kegiatan pelatihan Menambah fasilitas restoran, rumah makan dan pusat oleh-oleh serta melakukan penataan untuk lebih menarik minat pengunjung ▪ Melakukan penataan dan penambahan fasilitas-fasilitas dikawasan wisata supaya terstruktur, terlihat lebih rapi sehingga pengunjung yang kesana dapat merasa puas dan nyaman ▪ Mengemas cara promosi supaya lebih atraktif, misalnya website yang rapi atau jargon unik kawasan wisata ▪ Memberikan edukasi atau training kepada masyarakat lokal akan pentingnya keramah tamahan dan pengaruhnya terhadap jalannya kegiatan wisata ▪ Memberikan aturan tertulis

		dan sanksi bila perlu supaya wisatawan turut menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata wisatawan turut menjaga lingkungan dan kebersihan kawasan wisata ▪ Menyiapkan fasilitas-fasilitas tanggap bencana dan bangunan evakuasi bencana. ▪ Wisatawan diberi arahan langkah-langkah tanggap bencana khususnya bencana tsunami dan difasilitasi dengan bangunan evakuasi bencana.
--	--	---

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2021)

e. Rumusan Strategi Pengembangan Kawasan Geopark Ujung Kulon

Dari hasil perumusan startegi didapatkan strategi setiap aspek pariwisata yaitu sebagai berikut:

- 1) Atraksi Alam
 - a) Menjadikan kekhasan daya tarik alam di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan
 - b) Menjaga kelestarian situs geologi dengan menetapkan sebagai warisan geologi oleh Badan Geologi.
 - c) Melakukan kajian atau studi terkait potensi wisata yang masih bisa digali.
 - d) Membuat strategi branding dengan menonjolkan karakteristik dan potensi utama dari kawasan wisata tersebut.
 - e) Mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan
- 2) Atraksi Budaya
 - a) Menjadikan kekhasan daya tarik budaya di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan
 - b) Melakukan kegiatan atraksi budaya setiap bulan atau setiap pekan.
- 3) Tempat Makan
 - a) Menambah jumlah petunjuk arah lokasi restoran
 - b) Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat makanan di lokasi wisata
 - c) Meningkatkan pelayanan di tempat penjual makanan bagi wisatawan
 - d) Melakukan penambahan dan penataan area tempat makan disekitar kawasan wisata, supaya terstruktur, terlihat lebih rapi dan bersih.
 - e) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai penambahan jumlah fasilitas warung makan.
- 4) Tempat Souvenir
 - a) Menambah jumlah petunjuk arah lokasi toko souvenir
 - b) Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat souvenir di lokasi wisata
 - c) Meningkatkan pelayanan di tempat penjual souvenir bagi wisatawan
 - d) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toko souvenir.
- 5) Fasilitas Umum
 - a) Menambahkan penunjuk arah lokasi area bermain dan spot foto, parkir, toilet, mushola
 - b) Membangun gerbang utama sebagai akses menuju geopark, lengkap dengan sarana museum, parkir, toilet, kios cendramata, danmakanan
 - c) Meningkatkan pelayanan di area bermain, tempat parkir, toilet umum, mushola bagi wisatawan
 - d) Membenahi fasilitas bermain, tempat parkir, toilet, mushola yang rusak
 - e) Menambah sarana dan prasarana wisata di dalam kawasan geopark, termasuk museum, pusat penelitian dan pusat kegiatan budaya.
 - f) Memiliki kapal khusus Geopark untuk aktivitas geowisata
 - g) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas area bermain, tempat parkir, toilet umum, dan mushola

- 6) Akomodasi
 - a) Menambahkan penunjuk arah lokasi penginapan
 - b) Pemerintah membuat rencana pengembangan dan pemeliharaan bangunan penginapan di lokasi wisata
 - c) Meningkatkan pelayanan penginapan bagi wisatawan
 - d) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas penginapan
- 7) Informasi
 - a) Menambahkan papan informasi petunjuk arah
 - b) Menambah panel-panel interpretasi pada setiap situs geologi, biologi, dan budaya dan Membuat buku informasi dan leaflet, peta perjalanan dan peta geotrek serta website tentang Geopark Ujung Kulon
 - c) Meningkatkan jumlah bahan informasi terbit tentang perlindungan warisan alam, dan budaya dan lingkungan.
 - d) Membangun kantor atau pusat informasi Geopark Ujung Kulon di dalam kawasan geopark
 - e) Pusat informasi memberi informasi bagi wisatawan terkait lokasi rest area terdekat
 - f) Meningkatkan pelayanan di pusat informasi bagi wisatawan
 - g) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas pusat informasi
- 8) Promosi
 - a) Pemerintah ikut serta mempromosikan lokasi wisata melalui media online resmi milik pemerintah
 - b) Membuat bahan pendidikan tentang geopark dan konservasi dalam bentuk film dokumenter, video, slideshow, komputer interaktif, khusus untuk anak sekolah.
 - c) Promosi melalui media online guna menarik wisatawan dan bekerjasama dengan wisatawan untuk ikut mempromosikan melalui akun sosial media masing-masing wisatawan
 - d) Melakukan promosi melalui media online secara intensif guna menarik wisatawan.
 - e) Mengemas cara promosi supaya lebih atraktif, misalnya website yang rapi atau jargon unik kawasan wisata
 - f) Meningkatkan promosi nilai ilmiah kawasan geopark sehingga menarik ilmuwan, mahasiswa dan murid-murid untuk melakukan penelitian dan penulis karya ilmiah.
- 9) Aksesibilitas
 - a) Merencanakan pelebaran dan perbaikan jalan serta penambahan jumlah rambu-rambu dan petunjuk arah menuju lokasi wisata
 - b) Pengintergrasian jalur kendaraan umum, jalan kaki, off-road, jalur sepeda menuju dan didalam kawasan geopark.
- 10) Industri Pariwisata
 - a) Pengelola merawat dan menjaga petunjuk arah dan rambu-rambu yang sudah ada
 - b) Pemerintah bekerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata
 - c) Pengelola meningkatkan pelayanan bagi wisatawan yang berkunjung
 - d) Membuat kajian potensi kebencanaan, tsunami, longsor, gempa bumi, maupun kebakaran hutan.
 - e) Pengelola mencari dan bekerjasama dengan investor untuk mendanai rencana pengembangan lokasi wisata dengan sistem bagi hasil
- 11) Masyarakat Lokal
 - a) Memberikan edukasi atau training kepada masyarakat lokal supaya pengetahuan tentang Geopark menjadi lebih baik. Melakukan pelatihan tour guide dan memberikan sertifikasi supaya bias menambah penghasilan masyarakat lokal
 - b) Melakukan pelatihan kepada masyarakat setempat untuk menjadi pemandu wisata, pelaku usaha perokonomian seperti kuliner dan cinderamata maupun berupa produk unggulan dari tiap desa di dalam kawasan geopark.
 - c) Melakukan sosialisasi kepada masyarakat setempat secara luas
 - d) Melakukan komunikasi rutin antara tim pengembangan masyarakat dari badan pengelola dengan unsur pemangku kepentingan di setiap wilayah desa dalam kawasan geopark, mencakup penyusunan program kerjasama yang akan dilakukan serta implementasinya.
 - e) Mengadakan kegiatan kerjabakti untuk perbaikan jalan yang berlubang swadaya masyarakat

- f) Bekerjasama dengan investor untuk memberikan modal bagi masyarakat lokal yang bekerja dilokasi wisata
- 12) Pemerintah
 - a) Perlindungan terhadap situs-situs geologi dan non-geologi;
 - b) Meningkatkan peran pemerintah melalui kerjasama dengan pengelola
 - c) Membuat rencana pengembangan lokasi wisata terkait peningkatan jumlah dan perawatan terhadap fasilitas umum di lokasi wisata.
 - d) Membenahi prasarana jalan supaya memberi pengalaman yang berwisata yang positif kepada wisatawan, disamping itu akses yang mudah tidak didukung dengan sarana jalan yang bagus.
 - e) Menyiapkan fasilitas-fasilitas tanggap bencana dan bangunan evakuasi bencana.
 - f) Menyelenggarakan wisata khusus geologi bagi anak-anak sekolah yang dipandu oleh ahlinya.
 - g) Penyusunan program geopark to school atau school to geopark, untuk mengenalkan peran geopark dan menjaga situs-situs geologi yang ada.
- 13) Wisatawan
 - a) Memberikan aturan tertulis dan sanksi bila perlu supaya wisatawan turut menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata.
 - b) Wisatawan diberi arahan langkah-langkah tanggap bencana khususnya bencana tsunami dan difasilitasi dengan bangunan evakuasi bencana.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka simpulan terhadap strategi pengembangan pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon adalah sebagai berikut:

1. Kondisi aktual fisik dan non-fisik aspek pengelolaan Geopark Ujung Kulon yaitu Kawasan Geopark Ujung Kulon sudah memiliki semua fasilitas pendukung pariwisata berupa tempat makan dan minum, toko souvenir, area bermain, tempat parkir yang luas dan rindang, toilet umum, tempat ibadah berupa mushola, penginapan, serta pusat informasi. Semua fasilitas yang ada dikelola langsung oleh Pengelola, serta dibantu masyarakat lokal yang dibina langsung oleh pengelola untuk menjadi homestay serta pengelola tempat parkir.
2. Strategi pengembangan pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon yaitu:
 - a. Melakukan kajian atau studi untuk mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada dan yang masih bisa digali guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan. Serta Membuat strategi branding dengan menonjolkan kekhasan daya tarik alam dan budaya sesuai karakteristik dari kawasan wisata tersebut.
 - b. Rencana pengembangan fasilitas umum (rambu petunjuk arah, warung makan, toko souvenir, area bermain, tempat parkir, toilet umum, tempat ibadah, penginapan, pusat dan papan informasi) berupa peningkatan pelayanan, renovasi penataan dan perawatan bangunan, serta penambahan jumlah fasilitas melalui kerjasama dengan investor.
 - c. Mengemas promosi secara atraktif dengan menonjolkan kekhasan daya tarik alam dan budaya dilokasi wisata melalui kerjasama dengan wisatawan dan masyarakat lokal melalui media online, sosial media dan interaksi secara langsung
 - d. Merencanakan pelebaran dan perbaikan jalan serta penambahan jumlah rambu-rambu dan petunjuk arah menuju lokasi wisata
 - e. Meningkatkan peran pemerintah dan pengelola melalui kerjasama dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata guna meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung
 - f. Mempersiapkan masyarakat dan pemerintah lokal sebagai duta dari Geopark Ujung Kulon, meningkatkan kualitas SDM, menumbuhkan daya saing dari masyarakat lokal juga mempersiapkan para pemangku kepentingan yang kreatif dan berkontribusi pada tujuan pembangunan berkelanjutan. Edukasi memegang peranan penting dalam tujuan pembangunan. Edukasi yang dieksekusikan secara berkala dan berkelanjutan dapat memberikan dampak langsung positif terhadap perkembangan wilayah Geopark.
 - g. Memberikan aturan tertulis bagi wisatawan yang berkunjung guna menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata.

REFERENSI

- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kabupaten Pandeglang. (2019). *Masterplan Geopark Ujung Kulon*. Pandeglang
- Bangun Matius Dan Junita Dwiroso . (2020). Strategi Pengembangan Kawasan Geosite Kaldera Toba Pasca Penetapan Sebagai Unesco Global Geopark. *Jurnal Social Opinion (Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi)*. Vol. 5. No. 2: 213-225.
- Day, G.S and R Wensley (2008), *Assesing Advantage : A Framework for Diagnostic Competitive Superiority*,” *Journal of Marketing*, Vol 52, April, pp.1-20.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang. (2021). *Daftar Situs Geologi dan Warisan Geologi yang Berada di Kawasan Usulan Geopark Ujung Kulon*. Pandeglang
- Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang. (2021). *Daftar Situs Non-Geologi di Geopark Ujung Kulon*. Pandeglang
- Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang. (2021). *Data Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Pandeglang Dari Tahun 2011-2020*. Pandeglang
- Dinas Perindustrian, Perdagangan dan ESDM Kabupaten Pandeglang. (2021). *Data Ekonomi Kreatif di Kawasan Geopark Ujung Kulon dan Desa Wisata*. Pandeglang
- Dwi Asrina dan Nasrullah Air Panas Lejja dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan”. *Makassar: Jurnal Barista*. Vol. 2 No.(2). 157-169.
- Freddy Rangkuti. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Hariyana, I.K. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol.3. No. 1: 24-34.
- Hikmat Mahi. M. (2011). *Metode Penelitian dalam perspektif ilmu komunikasi dansastra*. Yogyakarta:Graha Ilmu
- Indraddin dan Alfitri. (2016). “Strategi Adaptasi Nelayan dalam Memanfaatkan Peluang Usaha Pada Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pesisir Selatan”. Padang: Universitas Andalas.
- Kartiwa Asep. (2015). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung:CV. Pustaka Setia
- Keputusan Bupati Pandeglang Nomor 546/Kep. 407 – Huk/2018 Tahun 2018 tentang Penetapan Lokasi Kawasan Geopark Ujung Kulon – Selat Sunda Timur Kabupaten Pandeglang
- Mardani Arif., Purwanti Frida., Rudiyaniti Siti. (2017). “Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Pulau Pahawang Provinsi Lampung”. *Diponegoro: Jurnal Of Maquares (Management aquatic Resources)*. Vol. 6 No.(1). 1-9.
- Marimin dan Sugiman . (2016). Pengembangan Model Pengelolaan Desa Wisata Dengan Konsep Kewirausahaan Sebagai Upaya Optimalisasi Kegiatan Masyarakat Desa Wisata Di Kawasan Kenep, Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Pariwisata Indonesia*. Vol. 12. No. 1: 1-15.
- Masruroh Rina dan Nurhayati Neni. (2016). “Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan”. Tegal: Jurnal Iptek. Vol.1 No.(1).
- Masyhudzulkhak (2011). Pengelolaan Sumberdaya Pesisir di Kota Bengkulu (Tinjauan Bioekonomik Terhadap Sumberdaya Perikanan). *Proceeding Book Simposium Nasional Ilmu Administrasi Negara*
- Mulyadi, Agus. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissappu Di Kabupaten Bantaeng. Skripsi. Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Alauddin Makassar. Makassar.
- Muttaqin Muhammad Fadil., Anggoro Sutrisno., Purwanti Frida. (2015). “Startegi Pengembangan Wisata Pesisir di Kelurahan Muarareja Kota Tegal”. *Diponegoro: Journal Of Maquares (Management aquatic Resources)*. Vol. 4 No. (4). 136-145. <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/maquares>
- Nasrullah dan Asrina Dewi. (2015). “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Lejja Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan. *Jurnal Barista*. Volume 2, Nomor 2
- Nawawi. (2011). *Penelitian Terapan*. Yogyakarta:Gajah Mada University Press. Pasolong Harbani.
(2013). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung:Alfabeta

- Peraturan Daerah No 6 Tahun 2014 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Pandeglang Tahun 2015 – 2025
- Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/ Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Rencana Aksi Nasional Pengembangan Taman Bumi (Geopark) Indonesia Tahun 2021-2025
- Putri Medina Shafira., Deliarnoor Alamsyah Nandang., Nurasa Heru. (2020). “Implementasi Kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Barat Tentang Pengembangan Kawasan Geopark (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Sukabumi Dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Geopark Ciletuh 2019)”. Bandung: Jurnal MODERAT. Vol. 6 No.1: 171-187.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sedermayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung:PT. Revika Aditama Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Suryadana M. Liga dan Octavia Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta:CV Budi Utama
- Tatang, M, Azis Nur Bambang dan Henna Rya Sunoko. (2015). Strategi Pengelolaan Pantai Tanjung Kerasak Dengan Menggunakan Pendekatan SWOT. Jurnal EKOSAINS Vol. VII| No. 1 | Maret 2015: 54-63
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan
- Wibowo Guati Yudha Dkk . (2019). Pengembangan Eco-Geotourism Geopark Merangin Jambi.. Jurnal: IJEEM. Vol. 4 No. 1: 23-43
- Yanuar Yerry dkk . (2018). Keberlanjutan Pengembangan Geopark Nasional Ciletuh-Pelabuhan Ratu Dalam Perspektif Infrastruktur.. Jurnal Sosek pekerjaan Umum. Vol. 10 No. 1: 64-76
- Yuliana, D dan Subekti, S.(2016). Strategi Pengembangan Bandara Soekarno Hatta Dalam Mendukung Destinasi Pariwisata Prioritas Tanjung Lesung - Pandeglang Dan Sekitarnya. Jurnal Transportasi Multimoda | Volume 14/No. 04/Desember/2016 | 177 – 192\.