

## Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Identitas Tempat Di Pantai Lombang

Alfiyan Risqullah<sup>1</sup>, Mery Atika<sup>2</sup>, Yan Ariyani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Trunojoyo Madura

[alfiyanrisqullah24@gmail.com](mailto:alfiyanrisqullah24@gmail.com)<sup>1</sup>, [mery.atika@trunojoyo.ac.id](mailto:mery.atika@trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>, [yan.ariyani@trunojoyo.ac.id](mailto:yan.ariyani@trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

The potential for marine tourism in Sumenep is very abundant, but there has been a decrease in the number of tourists in recent years which has an impact on the economy of the surrounding community. The tourist destinations in Sumenep that have experienced a decline are Lombang Beach which is the oldest beach in Sumenep which has characteristics from cultural, social, and physical aspects. This study aims to determine the right strategy to develop Lombang Beach tourist destinations. The method used in this research is literature study. Based on the findings, Lombang Beach has great potential from the natural aspect, including the pine shrimp plant and the quality of the sand it has, while the cultural aspect also exists in the surrounding community who sleep using sand as a bed. Through a literature study, it can be concluded that strengthening the identity of a place that includes physical, social, and cultural aspects is the right strategy to develop the existing potential and maintain the sustainability tourism activities on Lombang Beach.

**Keywords:** Community; Lombang Beach; Marine Tourism; Place Identity; Tourist

### Abstrak

Potensi wisata laut di Sumenep sangat melimpah, namun terdapat penurunan jumlah wisatawan dalam beberapa tahun terakhir yang mana berdampak perekonomian masyarakat sekitar. Adapun destinasi wisata di Sumenep yang mengalami penurunan adalah Pantai Lombang yang merupakan pantai tertua di Sumenep yang mana memiliki ciri khas dari aspek budaya, sosial, fisik. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan destinasi wisata Pantai Lombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Berdasarkan temuan, Pantai Lombang memiliki potensi yang besar dari aspek alam termasuk tanaman cemara udang dan kualitas pasir yang dimiliki, sedangkan pada aspek budaya juga ada pada masyarakat sekitar yang tidur menggunakan pasir sebagai alas tidur. Melalui studi literatur, dapat disimpulkan bahwa penguatan identitas tempat yang mencakup aspek fisik, sosial, dan budaya menjadi strategi yang tepat untuk mengembangkan potensi yang ada serta mempertahankan keberlanjutan aktivitas wisata di Pantai Lombang.

**Kata kunci:** Identitas Tempat; Komunitas; Pantai Lombang; Wisata Laut; Wisatawan

## 1. Pendahuluan

Ribuan pulau dengan kecantikan alam dan keberagaman budaya yang meliputi suku, agama, ras, dan adat istiadat yang memiliki ciri khas dan daya tarik tersendiri bagi negara Indonesia. Tidak terkecuali dengan kekayaan alam yang sangat melimpah di tiap daerahnya dengan potensi yang sangat besar. Sektor pariwisata tentu berperan dalam pengembangan aspek sosial dan budaya hingga memasarkan keindahan alam yang Indonesia miliki ke mancanegara. Kepariwisataannya sendiri merupakan suatu kegiatan jasa dengan pemanfaatan kekayaan alam, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah, hasil budaya, dan kenyamanan iklim. Daya tarik Indonesia sendiri pada kegiatan pariwisata yakni pada keindahan alam dan keberagaman budaya yang dimiliki.

Kabupaten Sumenep merupakan bagian dari Pulau Madura yang merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki potensi tinggi dalam hal pariwisata. Pulau Madura terletak di provinsi Jawa Timur dan terdapat empat kabupaten diantaranya, Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Kabupaten Sumenep berlokasi di bagian timur Pulau Madura yang terdapat 126 pulau kecil dengan total 48 pulau berpenghuni. Kabupaten Sumenep sendiri merupakan yang terluas diantara ketiga kabupaten lainnya yang ada di Pulau Madura dan dengan letak geografis dan jumlah pulau yang melimpah hingga memperoleh sebutan island resort, lebih lanjut (Moertijoso, 2011) menyampaikan bahwa potensi wisata pesisir atau wisata laut di Sumenep memiliki potensi yang sangat besar. Penamaan Kabupaten Sumenep diambil dari kata Songenep yang diambil dari bahasa Kawi/Jawa Kuno yang berarti endapan yang tenang. Kabupaten ini memiliki wilayah seluas 2.093,47 km<sup>2</sup> dan populasi penduduk sejumlah 1,134.810 jiwa (BPS Sumenep, 2022).

Kabupaten Sumenep memiliki potensi yang sangat besar karena merupakan kabupaten dengan potensi alam paling banyak di Pulau Madura. Kabupaten Sumenep sendiri merupakan daerah dengan potensi pariwisata yang melimpah. Sektor wisata laut sangat berpotensi dan menjadi destinasi unggulan ketika berkunjung ke Sumenep seperti Gili labak, Pantai Slopeng, Pantai Lombang Gili Iyang, Gili Genting, dan lainnya. Pembangunan potensi wisata Kabupaten Sumenep telah disusun dan dirancang Pemerintah Kabupaten Sumenep dalam Perda Nomor 4 Tahun 2018 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kabupaten (Ripparkab) Tahun 2018-2035. Rancangan tersebut disusun dengan harapan Kabupaten Sumenep menjadi daerah yang mampu memanfaatkan potensi wisata yang ada secara maksimal dan tentunya untuk meningkatkan perekonomian daerah pula. Berikut data yang diperoleh dari BPS Sumenep mengenai jumlah pengunjung pada beberapa objek wisata laut yang ada di Sumenep.

**Lima Destinasi Wisata Laut di Sumenep Dengan Kunjungan Terbanyak**

Objek Wisata	2019		2020		2021	
	Wisman	Domestik	Wisman	Domestik	Wisman	Domestik
Pantai Slopeng	-	36.869	-	4.405	-	1.254
Pantai E Kasoghi	-	-	-	-	-	55.327
Gili Iyang	66	4.840	6	507	-	1.494
Gili Labak	109	39.873	-	1.962	-	2.231
Pantai Lombang	21	45.417	3	13.928	-	1.279

Sumber: BPS Sumenep

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa adanya penurunan jumlah wisatawan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Banyaknya potensi wisata yang ada di Kabupaten Sumenep tentu perlu dimanfaatkan dan diberdayakan dengan baik. Sandiaga Uno dalam siaran pers yang diadakan di Sumenep mengatakan bahwa pengembangan potensi objek wisata yang ada di Sumenep perlu dilakukan bersama-sama dan perlu dilakukan dengan melibatkan dan meminta saran dari para Kyai yaitu Islami, kedua Indonesiawi, dan yang ketiga Madurawi (Hendriyani, 2022). Melalui siaran pers tersebut menunjukkan bahwa adanya optimisme dari pihak KEMENPAREKRAF (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) agar dapat mendongkrak perekonomian di Madura raya khususnya Sumenep dan mampu membuka lapangan pekerjaan pascapandemi. Keberadaan objek wisata tentu patut mendongkrak perekonomian di daerah sekitar objek wisata atau bahkan nasional. Salah satu objek wisata di Sumenep yang banyak dikunjungi, namun mengalami penurunan yang relatif banyak yakni Pantai Lombang. Penurunan jumlah wisatawan ini tentunya berakibat pada perekonomian masyarakat sekitar. Pantai Lombang sendiri terletak dibagian pesisir utara Kabupaten Sumenep yang mana memiliki daya tarik tersendiri. Salah satu yang menjadi ciri khas tersendiri yakni pada tanaman cemara udang yang dapat ditemui sepanjang pantai dan Pantai Lombang merupakan satu-satunya pantai yang ditumbuhi tanaman tersebut. Destinasi wisata ini merupakan salah satu destinasi andalan dari Kabupaten Sumenep dan memiliki eksistensi yang cukup tinggi. Waktu demi waktu membuat eksistensi Pantai Lombang cenderung menurun karena tanaman cemara udang kini dapat ditemui di berbagai pantai lain, kurangnya perawatan dari tanaman itu sendiri yang mana terdapat tanaman yang tua dan tidak terawat (Ulfarida, 2019).

Wisata yang memiliki keunikan tersendiri dianggap menarik dan memiliki karakter, hal ini pun termasuk kedalam atraksi dari suatu destinasi wisata. Atraksi yang ada pada Pantai Lombang yakni pada tanaman cemara udang yang dimiliki dan tradisi atau budaya yang ada di dalamnya, salah satunya yakni masyarakat yang masih menggunakan pasir sebagai alas untuk tidur karena dipercaya memiliki manfaat kesehatan itu sendiri. Keunikan yang ada pada Pantai Lombang sangatlah beragam namun minimnya pengelolaan menjadikan kawasan Pantai Lombang dirasa membosankan dan kehilangan daya Tarik. Kekayaan budaya & alam, masyarakat yang religius, etika bersikap sopan santun yang masih sesuai dengan adat kraton Sumenep, serta sistem kekerabatan yang cinta damai tentu menjadi ciri khas tersendiri hingga menjadi suatu identitas tempat (Moertijoso, 2011). Usaha untuk meningkatkan Pantai Lombang tentu perlu adanya perwujudan dari identitas lokal wilayah (Ginting, 2016). Konsep identitas tempat sendiri dirasa mampu menjadi solusi daripada permasalahan yang ada. Identitas Tempat sendiri menjadi tolak ukur pembeda antara satu wilayah dengan wilayah yang lain. Identitas sendiri dapat muncul ketika individu yang berada di wilayah tersebut memiliki persepsi dan hubungan yang baik serta ketertarikan mengenai tempat tersebut (Twigger- Ross & Uzzell, 1996).

Tentu hilangnya eksistensi atau identitas ini akan berdampak hebat pada kehidupan masyarakat sekitar bila tidak segera dilakukan pemulihan. Untuk melakukan suatu pemulihan, Pantai Lombang memerlukan sebuah strategi maupun trobosan yang tepat dan *visible* agar dapat menangani permasalahan yang ada di Pantai Lombang. Salah satu sudut pandang yang dapat dijadikan sebagai acuan yakni Identitas Tempat yang ada.

## **2. Metode**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan atau *library research* yang menggunakan metode analisis deskriptif yang meliputi beberapa tahapan yakni, pengumpulan data, penyusunan, klarifikasi, dan interpretasi (Winarno, 1980). Pemilihan metode deskriptif digunakan dengan tujuan agar mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang sedang di teliti secara alamiah.

Pemilihan literatur perlu diperhatikan karena belum tentu semua terbitan dapat digunakan (Wekke, 2019). Peneliti melakukan seleksi terkait bacaan apa saja yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Literatur yang relevan dengan kajian yang akan dilaksanakan menjadi syarat utama dalam pemilihan literatur yang digunakan (Wekke, 2019). Kredibilitas referensi menjadi syarat kedua dalam penyusunan kajian yakni dengan menggunakan sumber-sumber primer seperti jurnal yang berasal dari tangan pertama, maka dari itu peneliti menggunakan jurnal, buku, artikel, dan web (bereputasi) atau apapun yang berkaitan dengan konteks kajian yakni pariwisata yang ada di Pantai Lombang Sumenep. Kemutakhiran daripada referensi yang ada perlu dijadikan pertimbangan karena berkaitan dengan relevansi masalah yang ada.

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Jawa Timur yang merupakan provinsi dimana lokasi Pantai Lombang yang tentunya memiliki berbagai keunikan dan ciri khas yang dimiliki. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis isi (*Content Analysis*). Penggunaan metode ini guna memperoleh inferensi yang valid serta dapat diteliti ulang berdasar pada konteks yang ada (Krippendorff, 2008). Proses analisis isi

terdapat tiga proses diantaranya yakni, pemilihan, perbandingan, penggabungan, dan pemilahan literatur agar ditemukan bahasan yang relevan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Identitas Tempat Pantai Lombang

“Tempat” merupakan konsep utama dari psikologi lingkungan (Twigger-Ross & Uzzel, 1996). Sebagian besar peneliti menyetujui bahwa pengembangan ikatan emosional individu dengan tempat adalah prasyarat dari keseimbangan psikologis. Dengan adanya hal ini tentu dapat membantu mengatasi krisis identitas dan memberi rasa stabilitas yang dibutuhkan dalam menghadapi dunia yang terus berubah dan serba cepat sehingga dapat membuat individu terlibat dalam suatu kegiatan lokal (Lalli, 1992).

Tiap daerah memiliki karakteristik tersendiri yang berbeda dengan daerah lain, hal ini menjadikan identitas daripada tempat itu sendiri. Identitas tempat bisa terbentuk ketika masyarakat yang tinggal di tempat itu mempunyai persepsi yang positif, hubungan maupun keterikatan dengan tempat tersebut (Twigger-Ross & Uzzell, 1996). Pada konteks sosial terdapat 4 prinsip pembentuk suatu identitas diantaranya adalah *continuity*, *self-esteem*, *self-efficacy*, *distinctiveness*. Keempat prinsip tersebut telah dimiliki Pantai Lombang.

##### a. *Continuity*

*Continuity* merupakan stabilitas hubungan orang dengan tempat memfasilitasi bentuk lain dari konstruksi identitas, yang didasarkan pada rasa kontinuitas individu dari waktu ke waktu. Terkadang pengertian ini didasarkan pada ketahanan yang dirasakan dari ikatan individu dengan tempat-tempat yang secara pribadi bermakna (disebut kontinuitas referensi tempat). Kadang-kadang didasarkan di sekitar daya tahan yang dirasakan dari hubungan antara nilai-nilai individu serta kelompok dan kategori tempat yang lebih luas. Hal ini berkaitan dengan pernyataan McMurray & Pullen (2008) bahwa pengalaman dari masa lalu muncul kembali karena adanya simbol maupun objek (bangunan bersejarah). Memori yang berasal dari masa lalu tersebut menjadi nilai-nilai tersendiri dan melekat dengan masyarakat sekitar. *Continuity* sendiri berkaitan dengan 3 hal diantaranya adalah nilai, pengalaman, dan keakraban.

##### b. *Self-esteem*

*Self-esteem* didefinisikan sebagai evaluasi diri yang positif atau kelompok yang dengannya seseorang mengidentifikasi diri sendiri. Dalam beberapa penelitian telah ditemukan bahwa evaluasi individu terhadap lingkungan khususnya evaluasi positif menghasilkan rasa bangga yang berkorelasi dengan *self-esteem*. Individu tentu akan senang dengan tempat yang memiliki suatu ciri khas seperti simbol fisik dan akan menjaganya hingga timbul rasa bangga dan sebaliknya individu akan cenderung menghindari tempat yang memunculkan perasaan tidak bangga (Twigger-Ross & Uzzel, 1996). Dapat disimpulkan bahwa keterikatan individu dengan suatu tempat berawal dari adanya persepsi positif yang mana terbentuk suatu jalinan emosi, rasa kepemilikan, mau untuk hidup di tempat tersebut bahkan bangga bisa berada di tempat itu. Rasa bangga dan kepemilikan akan semakin menguat seiring dengan keterlibatan masyarakat lokal dalam pelestarian kawasan bersejarah (Ginting, 2014). *Self-esteem* sendiri berkaitan dengan tiga hal yang dapat menjadi indikator diantaranya yakni; evaluasi, kebanggaan, rasa terikat & memiliki, dan komitmen.

c. *Self-efficacy*

*Self-efficacy* merupakan kemampuan individu agar dapat berfungsi dengan tepat di lingkungan maupun situasi sosial yang berhubungan dengan kebutuhan manusia agar dapat mengendalikan lingkungan (Belk, 1992). Manusia memiliki kebutuhan untuk mengendalikan lingkungan karena adanya dorongan serta kepentingan untuk berorientasi atau bersikap secara tepat, yang sejalan dengan penjelasan Twigger-Ross (1996) selaku “*a managable environment*” yang terdiri dari unsur keselamatan, kenyamanan, kemudahan mengakses lingkungan yang berkaitan dengan afektif dan keterikatan individu dengan tempat yang dapat membentuk suatu ikatan emosi, perilaku, dan kepercayaan. Menurut Bandura dan Locke (2003) *self-efficacy* merupakan pengaturan fungsi dalam diri manusia yang melibatkan proses kognitif, motivasi, perasaan, dan proses pengambilan keputusan sehingga mempengaruhi perilaku yang dimunculkan individu dalam peningkatan atau penurunan usaha. *Self-efficacy* berkaitan dengan beberapa indikator, diantaranya yakni percaya diri dan *a manageable environment*.

d. *Distinctiveness*

*Distinctiveness* merupakan keinginan untuk mempertahankan suatu ciri khas atau keberbedaan dari tempat lain. *Distinctiveness* memiliki keterkaitan dengan persepsi positif yang berhubungan dengan keunikan tempat dan pemanfaatan tempat yang ada hingga menghasilkan suatu keberbedaan dengan kawasan lain (Lalli, 1992). Hubungan yang terbangun karena adanya “*distinctiveness*” membentuk khusus antara individu dengan lingkungan sekitarnya yang tentu berbeda dengan hubungan-hubungan yang lain (Twigger-Ross & Uzzel, 1996). Identitas terbentuk karena adanya teritori tertentu yang membentuk pengidentifikasian individu dengan individu lain yang berada di lingkungan tersebut (Ginting dkk, 2016). Tempat yang berfungsi sebagai *landmark* tentu mempunyai identitas tersendiri dan fungsi daripada *landmark* yakni untuk membedakannya dengan tempat-tempat lain yang ada di kota dan berasal dari nilai *distinctiveness* itu sendiri. *Distinctiveness* memiliki beberapa indikator sebagai acuan atau tolak ukur diantaranya adalah *landmark* dan keunikan/ciri khas.

### **Kajian dan Temuan Pada Pantai Lombang**

Dalam pengembangan suatu tempat atau destinasi, diperlukan upaya-upaya serta strategi yang matang. Salah satu strategi yang diperlukan yakni *branding* pada kota. *Branding* pada kota memiliki manfaat yang luas tidak hanya pada pengunjung yang datang ke kota, namun juga memberikan manfaat pada masyarakat sekitar dan berpengaruh ke berbagai sektor yakni pelayanan publik, kesehatan, ekonomi, dan sektor-sektor lainnya (Anholt, 2007). *Branding* berkaitan erat dengan berbagai aspek salah satunya aspek identitas. Aspek identitas memiliki pengaruh yang sangat besar pada perkembangan tempat atau destinasi wisata. Identitas tempat dapat menjadi strategi pengembangan suatu destinasi pariwisata (Artal-Tur, 2021). Berdasarkan beberapa literatur identitas tempat dan pariwisata, rata-rata mengaitkan dengan kedekatan emosional dalam lingkup individu atau kelompok (Lewicka, 2013). Adapun strategi pengembangan Pantai Lombang yang mengacu pada variabel identitas tempat yang terdiri dari beberapa indikator.

Strategi pengembangan Pantai Lombang tentu memiliki banyak tujuan yang mana salah satu tujuan utama adalah pendongkrak perekonomian sekitar. Aspek pertama yang dapat menjadi acuan adalah

*continuity* atau yang berarti berkaitan dengan karakter fisik suatu tempat serta nilai-nilai yang terkandung didalamnya dan berhubungan dengan perasaan emosional seperti kenangan, memori, pengalaman, dan nostalgia. Adapun pengalaman yang dirasakan masyarakat sekitar dan wisatawan atau pengunjung menjadi poin penting dalam menentukan kuat atau tidaknya aspek *continuity* (Ginting dkk, 2016). Pengalaman yang positif tentu akan memberikan respon adanya keinginan untuk berkunjung kembali. Positif atau negatif dari suatu pengalaman dapat dilihat dari nilai-nilai yang ada di suatu tempat. Ginting dkk (2016) menyampaikan beberapa nilai yang dimaksud yakni, nilai sejarah, nilai bangunan, dan nilai sosial budaya. Adapun nilai sejarah yang ada di Pantai Lombang adalah adanya tanaman cemara udang yang dikisahkan dapat tumbuh di Pantai Lombang karena adanya penjelajah dari Tiongkok yang berada di Laut Jawa untuk mengunjungi kerajaan Majapahit namun sebelum sampai, para penjelajah mengalami insiden dan tenggelam. Barang bawaan pun berhamburan dan salah satunya bibit cemara udang yang dibawa hingga akhirnya tumbuh di Pantai Lombang (Peggy, 2015). Tentu keunikan ini menjadi nilai sejarah bagi Pantai Lombang. Selanjutnya, nilai budaya yang berupa budaya kampung kasur pasir, *rokot tase'* dan acara festival ketupat yang diadakan setiap tahun tentu menjadi nilai budaya tersendiri hal ini sesuai dengan temuan Ulfarida (2019) yang menemukan bahwa masyarakat atau pengunjung cenderung berkunjung ke Pantai Lombang di waktu diadakannya festival ketupat. Selain itu, terdapat nilai bangunan yang ada pada Pantai Lombang berupa tulisan dan Batu yang bertuliskan "Wisata Pantai Lombang" pada bagian depan Pantai.

Keakraban menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan pariwisata. Akrab atau tidaknya individu dengan tempat dapat di nilai dari kesan yang dimunculkan terhadap kualitas fisik dan non fisik (Ginting dkk, 2016). Peningkatan kualitas fisik berupa fasilitas-fasilitas seperti joglo, toilet, ruang bilas, dan dekorasi tentu menjadi pertimbangan penting. Masyarakat sekitar Pantai Lombang dan para pedagang juga dikenal ramah sehingga membuat pengunjung betah (Husamah dkk, 2018). Pemerintah Sumenep juga telah melakukan renovasi serta dekorasi pada Pantai Lombang (Prasetya & Rani, 2014). Strategi penguatan nilai sejarah, sosial budaya, dan bangunan dapat dilakukan oleh pengelola dari Pantai Lombang atau bahkan pemerintah Kabupaten Sumenep dan pihak-pihak lain yang terkait. Pemenuhan elemen atau aspek dari *continuity* tentu dapat menjadi langkah dari pengembangan Pantai Lombang.

*Self-esteem* juga menjadi acuan dalam perancangan strategi pengembangan Pantai Lombang. Dalam *self-esteem* terdapat beberapa elemen yang menjadi acuan yakni evaluasi, kebanggaan, rasa terikat & memiliki, dan komitmen. Pada evaluasi sendiri baik evaluasi positif maupun negatif dapat menjadi acuan untuk mengetahui bagus atau tidaknya suatu tempat dan menjadikan tempat tersebut lebih baik dari sebelumnya (Twigger-Ross & Uzzel, 1996). Kepuasan daripada pengunjung menjadi sebuah parameter dari baik atau buruknya Pantai Lombang. Firdausyah dkk (2021) juga menyampaikan bahwa kualitas daripada pelayanan di Pantai Lombang masih kurang memadai dan banyak fasilitas yang perlu di renovasi. Hal ini menunjukkan adanya evaluasi negatif yang diberikan ke Pantai Lombang dan berkaitan dengan elemen kebanggaan juga. Kebanggaan akan muncul ketika individu pernah atau sedang menetap di tempat yang bersejarah dan memiliki citra positif (Lalli, 1992). Menilai kebanggaan dapat dilihat dari dua parameter yakni, sejarah suatu tempat dan simbol fisik yang ada (Ginting dkk, 2016). Pantai Lombang sendiri memiliki nilai sejarah berupa cemara udang yang hanya dapat ditemukan di Pantai Lombang saja. Tentu hal ini dapat

menjadi penguat rasa bangga bagi para masyarakat sekitar dan wisatawan yang berkunjung. Rasa bangga juga berkaitan dengan rasa terikat dan memiliki yang berarti adanya suatu perasaan seperti berada di rumah pada sebuah tempat (Lalli, 1992). Masyarakat Pantai Lombang sendiri cukup bangga dan senang ketika menjadi bagian dari Pantai Lombang serta sedih apabila masyarakat Pantai Lombang mulai rusak ataupun sepi (Firdausyah dkk, 2021). Keterikatan masyarakat atau pengunjung dapat menjadi tolak ukur kuat atau lemahnya identitas tempat. Komitmen masyarakat maupun pengunjung berhubungan dengan kedekatan, apabila masyarakat telat merasa ada hubungan atau kedekatan dengan tempat maka mereka cenderung untuk menetap di tempat tersebut lebih lama atau bahkan secara permanen. Komitmen dapat dilihat melalui intensitas keinginan untuk tinggal dan perhatian yang diberikan terkait perkembangan Pantai Lombang di masa depan. Masyarakat tentu perlu peduli dan turut berpartisipasi dalam menjaga dan merawat tempat (Syarifah & Rochani, 2022). Penguatan pada kontribusi dan rasa bangga pada masyarakat dan wisatawan Pantai Lombang menjadi salah satu strategi dalam penguatan identitas tempat, sebab mereka lah yang paling dekat dan paling terdampak ketika ada penurunan atau perkembangan pada Pantai Lombang.

*Self-efficacy* atau yang dimaksud dengan kemampuan individu untuk berfungsi secara sesuai dengan lingkungan yang ada baik fisik maupun sosial dan berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mengendalikan lingkungan (Belk dalam Ginting dkk, 2016). Ketika masyarakat dan wisatawan mampu menempatkan dirinya dengan tepat maka aktivitas pariwisata dapat berjalan dengan baik. *Self-efficacy* berkaitan dengan elemen percaya diri. Kepercayaan diri wisatawan tentu menjadi pertimbangan untuk menilai bagus atau tidaknya suatu tempat. Percaya diri dapat dilihat dari kemampuan wisatawan dalam beradaptasi dengan lingkungan serta informasi positif yang diterima apakah sesuai dengan kenyataan (Ginting dkk, 2016). Fatmawati dkk (2018) memaparkan bahwa wisatawan di Pantai Lombang merasa nyaman dengan masyarakat sekitar dan dapat dikatakan bahwa wisatawan tidak merasa kesulitan dalam bersosialisasi. Informasi yang diterima wisatawan mengenai suatu destinasi tentu sangat penting, terlebih apabila informasi yang diterima tidak sesuai tentu akan memberikan kesan buruk. Ulasan-ulasan di internet mengenai destinasi juga menjadi acuan para wisatawan yang belum pernah berkunjung untuk mengunjungi tempat tersebut (Makawoka dkk, 2022). Pantai Lombang tentu perlu memperhatikan citra daripada Pantai Lombang agar informasi yang diterima calon wisatawan merupakan citra yang baik dan membuat mereka lebih mudah untuk membuat keputusan dalam berkunjung. Kenyamanan terhadap suatu tempat juga menjadi komponen penting dalam pariwisata. Kenyamanan meliputi Perasaan nyaman dan relaks ketika berada di tempat dan fasilitas-fasilitas yang ada seperti tempat duduk, tempat sampah, toilet umum (Ginting dkk, 2016). Fasilitas yang ada di Pantai Lombang juga memerlukan perbaikan apabila ingin meningkatkan jumlah wisatawan. Apabila fasilitas telah terpenuhi maka elemen keamanan juga perlu ditingkatkan seperti peningkatan penjagaan motor, penerangan, petugas keamanan dan banyak lagi supaya menimbulkan rasa aman bagi wisatawan yang ingin berkunjung. Aksesibilitas tentu sangat diperlukan agar Pantai Lombang menjadi lebih terjangkau oleh segala kalangan (Cahyani, 2021). Aksesibilitas berkaitan dengan kondisi jalan yang ada, transportasi umum, dan lahan parkir yang dapat menampung banyak pengunjung.

Aspek terakhir yakni *distinctiveness* yang dapat menjadi acuan penentuan strategi pengembangan pantai. *Distinctiveness* yakni berkaitan dengan ciri khas atau keunikan yang ada pada tempat yang berfungsi



menjadi pembeda kota asal dengan kota yang lain (Lynch dalam Ginting, 2016). Keunikan yang ada dapat dilihat melalui *landmark* sebagai indikator. *Landmark* dapat dilihat melalui tingkat kemampuan para wisatawan dan masyarakat sekitar beradaptasi dengan lingkungan serta informasi positif yang ada mengenai Pantai Lombang dan tersebar melalui internet maupun mulut ke mulut. Ciri khas pun juga menjadi indikator dari *distinctiveness* yang dapat dilihat melalui gaya bangunan dan transportasi khas yang ada. Pantai Lombang sendiri memiliki ciri khas bangunan yang unik dan terkesan kontemporer serta adanya beberapa kuda yang disewakan menjadi nilai tambah pada Pantai Lombang (Cahyani, 2021). Keunikan daripada Pantai Lombang yakni masih adanya aktivitas budaya dan produk khas berupa tanaman cemara udang yang dijual di sepanjang jalan menuju lokasi. Budaya yang masih ada hingga saat ini berupa tradisi *rokat tase'* dan masyarakat sekitar yang tidur menggunakan pasir atau disebut dengan “kampung kasur pasir” yang menjadi salah satu nilai budaya (Utomo, 2019). Tentu keunikan dan ciri khas yang ada pada Pantai Lombang dapat dilihat melalui persepsi masyarakat dan wisatawan. Persepsi seseorang mengenai keberbedaan suatu tempat dengan tempat yang lain menjadi faktor *distinctiveness* dari tempat tersebut (Berman, 2006). Dari penonjolan keberbedaan atau ciri khas inilah identitas tempat dapat di nilai kuat atau lemah.

### **Strategi Pengembangan Pantai Lombang**

Adapun strategi yang dibuat oleh Ginting dkk (2016) dalam penelitian yang berjudul “Identitas Tempat Pada Pariwisata Kabupaten Karo” berkaitan dengan pengembangan sebuah destinasi wisata yang mengacu pada teori dan aspek-aspek yang ada di variabel identitas tempat dan tentu di dukung beberapa literatur mengenai Pantai Lombang oleh Cahyani (2021) dengan judul “Analisis Swot Dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai Lombang Di Kabupaten Sumenep”, Rozi dan Camelia (2022) dengan judul “Studi Kelayakan Destinasi Wisata Ramah Muslim untuk Meningkatkan Citra Wisata di Sumenep (Studi Kasus Pantai Lombang dan Pantai e-Kasoghi Kabupaten Sumenep)”, dan Isman dkk (2022) dengan judul “Gambaran Pencemaran Limbah Cair Industri Tambak Udang terhadap Kualitas Air Laut di Pesisir Pantai Lombeng” . Maka strategi yang tepat diterapkan di Pantai Lombang, yakni:

#### *Continuity*

- Peningkatan fasilitas umum di Pantai Lombang sangatlah dibutuhkan. Fasilitas umum berupa toilet umum, tempat sampah, joglo dirasa kurang adanya perawatan. Kurangnya fasilitas yang ada tentu meyebabkan wisatawan tidak nyaman saat menggunakan fasilitas tersebut bahkan melihat juga tidak nyaman. Pemerintah dan pihak pengelola perlu melakukan renovasi serta pengecatan ulang pada tempat-tempat yang telah pudar warnanya dan dipenuhi coretan-coretan lalu masyarakat sekitar dan wisatawan perlu menjaga kebersihan dan merawat fasilitas yang ada sehingga wisatawan sendiri juga merasakan kenyamanan dan keamanan saat berkunjung ke Pantai Lombang.
- Tanaman cemara udang yang ada di Pantai Lombang perlu di lestarikan dan dirawat. Banyaknya cemara udang yang mulai kering dan gundul mengakibatkan nilai jual dari Pantai Lombang berkurang. Maka dari itu, pemerintah dan pengelola perlu lebih memperhatikan kondisi cemara

udang yang ada dan melakukan perawatan lebih. Sebab, bila cemara udang semakin berkurang maka identitas pun semakin melemah.

- Penegasan dan penertiban kawasan Pantai Lombang sangatlah diperlukan karena adanya perubahan harga tiket di waktu tertentu sehingga membuat wisatawan kurang nyaman. Sikap tegas dari pemerintah sangatlah diperlukan untuk menertibkan kawasan dan teguran pada para pengelola Pantai Lombang layak diberikan agar tetap menjaga kondisi keamanan dan kenyamanan.
- Kondisi laut yang ada pada Pantai Lombang sangat baik dan indah. Namun dengan banyaknya tambak udang di sekitar lokasi pantai, tentu akan menghasilkan limbah yang akan mencemari laut di waktu mendatang. Jika limbah telah mencemari laut tentu akan mengurangi nilai estetika dan atraksi dari destinasi itu sendiri. Oleh karena itu, pemerintah perlu membuat aturan dan regulasi yang tegas mengenai dampak limbah tambak udang tersebut agar para pemilik tambak udang dapat mempertimbangkannya.

#### *Self-esteem*

- Pusat informasi sendiri merupakan hal yang cukup penting bagi suatu destinasi wisata, karena berguna untuk memudahkan wisatawan maupun pengunjung mendapatkan informasi mengenai tempat wisata yang dikunjungi. Maka dari itu, fasilitas pusat informasi yang ada di Pantai Lombang perlu dirawat dan direnovasi agar dapat berfungsi kembali.
- Simbol fisik atau ciri khas suatu tempat adalah elemen penting dalam destinasi wisata karena akan membedakan tempat tersebut dengan tempat yang lain. Perawatan-perawatan pada tulisan Pantai Lombang pada pintu masuk, tanaman cemara udang dan bangunan-bangunan yang ada sangat diperlukan agar tidak kehilangan ciri khas dan tetap menarik wisatawan.
- Warung makanan di Pantai Lombang cukup banyak namun hampir semuanya menjual produk instan bukan produk khas dari Pantai Lombang itu sendiri. Menjual makanan khas daerah Lombang dapat menjadi opsi untuk menambah nilai keunikan dari tempat itu sendiri. Hal ini akan menambah rasa penasaran bagi para wisatawan dan apabila banyak yang berminat akan meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

#### *Self-efficacy*

- Pada kawasan objek wisata Pantai Lombang kurang adanya fasilitas seperti lampu sebagai penerangan jalan saat malam hari, pusat informasi yang masih sedikit, dan fasilitas umum seperti SPBU. Maka dari itu, pemerintah perlu bekerja sama dengan *stakeholder* agar menambah fasilitas-fasilitas yang ada agar wisatawan lebih percaya diri, nyaman, dan aman ketika melakukan kegiatan wisata di Pantai Lombang.

#### *Distinctiveness*

- *Event* yang telah diadakan di Pantai Lombang telah ada dan sempat berhenti karena adanya pandemic Covid-19. Maka dari itu perlu pemerintah serta pihak-pihak terkait perlu mengadakan *event-event* berbasis budaya di Pantai Lombang yang dilaksanakan secara terjadwal, sistematis, dan berkala setiap minggu atau setiap bulan. Hal dilaksanakan agar menambah minat serta pengetahuan

wisatawan mengenai Pantai Lombang dan dapat juga sebagai pemerkuat keunikan dari Pantai Lombang.

- Produk khas Pantai Lombang tidak begitu banyak, melainkan hanya tanaman cemara udang saja dan tidak ada produk makanan atau souvenir. Maka dari itu pemerintah dan *stakeholder* perlu menjalin kerja sama dengan pelaku UMKM setempat untuk membuat pusat oleh-oleh yang menggambarkan identitas Pantai Lombang dengan tujuan menambah minat pengunjung serta memberi kesan tersendiri bagi pengunjung yang pernah datang ke Pantai Lombang.
- Akses menuju lokasi cukup mudah untuk dijangkau karena adanya petunjuk arah, tetapi transportasi umum di Pantai Lombang sangatlah minim dan sangat jarang ditemukan yang menyebabkan wisatawan yang tidak membawa kendaraan pribadi cukup kesulitan untuk menjangkau. Maka dari itu, pemerintah dan *stakeholder* perlu bekerja sama dan membuat transportasi umum yang lebih mudah di jangkau dari kota Sumenep menuju daerah Batang-batang yang merupakan lokasi Pantai Lombang.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan kajian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Hilangnya eksistensi atau identitas ini akan berdampak hebat pada kehidupan masyarakat sekitar bila tidak segera dilakukan pemulihan. Untuk melakukan suatu pemulihan, Pantai Lombang memerlukan sebuah strategi maupun trobosan yang tepat dan *visible* agar dapat menangani permasalahan yang ada di Pantai Lombang.
- b. Perwujudan pengembangan Pantai Lombang memerlukan keterlibatan dari berbagai pihak baik pemerintah, pengelola, masyarakat sekitar, wisatawan, maupun *stakeholder* terkait untuk merealisasikan rencana yang ada.
- c. strategi pengembangan pariwisata melalui identitas tempat pada Pantai Lombang dan diharapkan pada seluruh pihak terkait agar memperhatikan wisata Pantai Lombang mengenai tatanan serta pemeliharaan pantai, dan fasilitas-fasilitas yang ada lebih diperhatikan lagi kualitas dan keberadaannya, Sehingga dapat menjadi lebih baik dan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara maka pariwisata dapat memiliki nilai keberlanjutan, dan identitas yang ada di Pantai Lombang dapat dipertahankan, dikembangkan, dan bertahan lebih lama.

Kajian strategi pengembangan pariwisata melalui identitas tempat mengacu pada aspek-aspek *continuity*, *self-esteem*, *self-efficacy*, dan *distinctiveness*. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan para pembaca dan pemerintah serta pengelola untuk merealisasikan strategi yang telah dirancang peneliti. Saran dari penelitian ini yakni bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain yang terkait dengan pengembangan wisata Pantai Lombang selain identitas tempat.

## Daftar Pustaka

- Anholt, S (2011) "Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations," Exchange: The Journal of Public Diplomacy: Vol. 2: Iss. 1, Article 1.
- Artal-Tur, A., Jiménez-Medina, P., & Sánchez-Casado, N. (2021). Tourism Business, Place Identity, Sustainable Development, and Urban Resilience: A Focus on the Sociocultural Dimension. *International Regional Science Review*, 44(1), 170–199. <https://doi.org/10.1177/0160017620925130>
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Bandura, A., & Locke, E. A. (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of Applied Psychology*, 88(1), 87–99. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.1.87>
- Belk, Russell. (1992). Attachment to Possessions. 10.1007/978-1-4684-8753-4\_3.
- BPS Kabupaten Sumenep. (2022). *Kabupaten Sumenep Dalam Angka 2022*.
- Cahyani, A. D. (2021). Analisis Swot Dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai Lombang Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pendidikan Geografi*. <https://www.researchgate.net/publication/352061821>
- Firdausyah, I., Setiawan, B., & Tjahjono, A. (2021). Sustainability Analysis of Lombang Beach in Batang-Batang District, Sumenep City, Madura, East Java. *Economic and Social of Fisheries and Marine Journal*, 008(02), 239–252. <https://doi.org/10.21776/ub.ecsofim.2021.008.02.07>
- Ginting, N. (2014). Penelitian Model Penataan Kawasan Wisata Heritage Berdasarkan Identitas Tempat. Universitas Sumatera Utara: Medan, Indonesia.
- Ginting, N., Rahman, N. V., & Nasution, A. D. (2016). *Identitas Tempat Pada Pariwisata Kabupaten Karo* (F. Sinaga (ed.)). Magister Teknik Arsitektur Universitas Sumatera Utara.
- Husamah, Fatmawati, D., Setyawan, D., & Jaya Miharja, F. (2018). Problematika pengelolaan ekowisata Gili Iyng: Perspektif community based ecotourism. Prosiding Seminar Nasional IV 2018 Peran Biologi Dan Pendidikan Biologi Dalam Revolusi Industri 4.0 Dan Mendukung Pencapaian Sustainability Development Goals (SDG's), 225–236.
- Hendriyani, I. G. (2022, April 2). Siaran Pers: Menparekraf Maksimalkan Pengembangan Wisata Alam, Sejarah dan Ekonomi Kreatif di Sumenep [Halaman web]. Diakses dari <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-maksimalkan-pengembangan-wisata-alam-sejarah-dan-ekonomi-kreatif-di-sumenep>
- Irwandi, E., & Sabana, S. (2019). Proses Perwujudan Identitas Tempat Melalui Seni Mural. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 70–76. [www.merriam-webster.com](http://www.merriam-webster.com).
- Isman, H., Rupiwardani, I., & Sari, D. (2022). Gambaran Pencemaran Limbah Cair Industri Tambak Udang terhadap Kualitas Air Laut di Pesisir Pantai Lombeng. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 3531–3541. <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>
- Krippendorff, K., & Bock, M.A. (2008). *The Content Analysis Reader*.
- Lalli, M. (1992). Urban-Related Identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings, 12, 285–303.

- Lewicka, M. (2008). *Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past*. 28, 209–231. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.02.001>
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. . (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 817. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>
- McMurray, R. & Pullen, A. (2008) Boundary Management, Interplexity, and Nostalgia: Managing Marginal Identities in Public Health Working, *International Journal of Public Administration*, 31:9, 1058-1078, <https://doi.org/10.1080/01900690801924231>
- Menparekraf: Pemulihan Ekonomi Pariwisata Secara Umum Jadi Fokus di 2021. (2020, Agustus 15). Diakses pada 31 Mei, 2022 dari halaman web: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/28599/menparekraf-pemulihan-ekonomi-pariwisata-secara-umum-jadi-fokus-di-2021/0/berita>
- Moertijoso, R. B. (2011). Perumusan *Core Value City Branding* Kabupaten Sumenep Sebagai Representasi Kearifan Lokal dan Potensi Daerah, 18–25.
- Peggy (2015, October 15). Pantai Lombang Yang Menyimpan Sejarah Dari Tanah Tiongkok [Halaman web]. Diakses dari <https://www.pegipegi.com/travel/pantai-lombang-yang-menyimpan-sejarah-dari-tanah-tiongkok/>
- Prasetya, D., & Rani, M. (2014). PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412–421.
- Romadhan, M. I. (2021). Membangun Citra Destinasi Wisata the Sumenep Tourism , Culture , Youth and Sports Office Impression Management in Developing Tourism Destination. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 22(1), 103–118.
- Rozi, F., & Camelia, A. (2022). Studi Kelayakan Destinasi Wisata Ramah Muslim untuk Meningkatkan Citra Wisata di Sumenep (Studi Kasus Pantai Lombang dan Pantai e-Kasoghi Kabupaten Sumenep). *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 433–446. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1736>
- Suhardita, K. (2011). Efektifitas Penggunaan Teknik Permainan dalam Bimbingan Kelompok untuk Meningkatkan Percaya Diri Siswa. *Jurnal UPI Bandung*, 3(1), 127-138.
- Syarifah, R., & Rochani, A. (2022). Studi Literatur: Pengembangan Desa Wisata Melalui Community Based Tourism Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 109. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19983>
- Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L. (1996). Place and Identity Processes, 16, 205–220.
- Ulfarida. (2019). *Upaya Mempertahankan Eksistensi Wisata Pantai Lombang Sebagai Destinasi Wisata Cemara Udang Di Kabupaten Sumenep*. Universitas Wiraraja.
- Utomo, F. W. (2019). The Local Wisdom Of Pasir Village, Sumenep, As The Form Of Harmony Between Humans And Thr Environment. *The 4th International Seminar on Social Studies and History Education (ISSSHE)*, 4, 549–560.
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku CV. Adi Karya Mandiri.

- Winarno Surakhmad. (1980). Pengantar Interaksi Mengajar-Belajar Dasardasar dan Teknik Metodologi pengajaran. Bandung: Tarsito.
- Wisanti, W., Kartika Indah, N., & Kristinawati Putri, E. (2021). Pengetahuan Lokal Penduduk Sumenep Tentang Cemara Udang (*Casuarina equisetifolia* L.). *Biotropika: Journal of Tropical Biology*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.21776/ub.biotropika.2021.009.01.01>