

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata baru-baru ini menjadi bidang yang potensial untuk memberikan sumbangsih pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pada banyak negara di dunia, proses perencanaan dan pengembangan sektor pariwisata tidak sering menjadi skala prioritas kerja pemerintahan termasuk Negara Indonesia. Indonesia memiliki sumber daya alam yang beranekaragam dimana dapat dimanfaatkan sebagai tempat pariwisata. Pariwisata di Indonesia adalah salah satu sektor ekonomi penting yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Selain mampu meyumbang pendapatan bagi negara, sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati, dan budaya peninggalan leluhur, memiliki potensi menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan rakyat sekitar karena dapat menciptakan lapangan kerja (Yakup, 2019).

Salah satu usaha yang dapat mendorong pertumbuhan perekonomian adalah pengelolaan tempat pariwisata. Dalam usaha ini terjadi aktifitas-aktifitas kaitan antara alam dan manusia. Usaha tempat pariwisata terlihat bahwa terdapat usaha yang produktif, dimana alam yang bebas dengan keasriannya dikelola dengan baik sampai menjadi tempat pariwisata yang mampu memberikan sumber penghasilan bagi negara, pemerintah daerah, masyarakat sekitar, dan pelaku usaha lainnya.

Menurut Garis-Garis Besar Haluan Negara diharapkan sektor pariwisata dapat memainkan peran strategi sebagai sumber pendapatan nasional, pencipta kesempatan kerja, dan sekaligus sebagai media untuk melestarikan nilai-nilai budaya. Sehingga penting apabila obyek pariwisata dikembangkan dan dikelola dengan lebih baik dan optimal, mengingat besarnya potensi di bidang wisata sebagai industri yang mampu menopang pembangunan perekonomian nasional dan daerah. Suatu daerah yang berkembang menjadi sebuah destinasi wisata dipengaruhi oleh beberapa hal yang penting antara lain, menarik untuk klien, fasilitas-fasilitas dan atraksi, lokasi geografis, jalur transportasi, stabilitas politik,

lingkungan yang sehat, dan tidak ada larangan/batasan pemerintah. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, menjelaskan bahwa daerah tujuan wisata dapat disebut juga dengan destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Yakup, 2019).

Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara. Sumber daya manusia dibutuhkan dalam pelayanan kegiatan kepariwisataan yang benar dan efektif seringkali mendapat perhatian yang rendah. Pengelolaan sumber daya alam yang benar, dilakukan dari pembangunan awal tempat wisata tanpa merubah bahkan merusak alam, melakukan perawatan rutin tempat wisata, hingga melakukan pengembangan pada tempat wisata tersebut dapat membentuk tempat pariwisata yang terstruktur tanpa merugikan alam sebagai objek utama dan manusia sebagai motor penggeraknya. Akan tetapi keadaan yang terjadi di lapangan banyak pengelola tempat pariwisata yang kurang tepat dalam kinerjanya. Dalam beberapa kasus, bahkan sama sekali diabaikan. Hal tersebut mengakibatkan timbulnya permasalahan serius dalam industri kepariwisataan, dan memungkinkan terhalangnya partisipasi masyarakat setempat dalam kegiatan ekonomi yang dikembangkan dari pengembangan kepariwisataan.

Keberadaan sumber daya manusia berperan penting dalam pengembangan pariwisata. Sumber daya manusia pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata dan sebagai pekerja. Peran sumber daya manusia sebagai pekerja dapat berupa sumber daya manusia di lembaga pemerintah, sumber daya manusia yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas

kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori di atas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut. Demikian juga atraksi wisata di suatu daerah tujuan wisata, merupakan faktor manusia yang akan menentukan apakah para pengunjung (wisatawan) akan memperoleh pengalaman total dan akan berkunjung kembali. Pengembangan sumber daya manusia di industri pariwisata saat ini menghadapi tantangan global yang memerlukan solusi dengan menembus batasan-batasan Negara, wilayah dan benua (Setiawan, 2016).

Ilmu geografi sebagai ilmu yang menceritakan hubungan timbal balik antara keterkaitan alam dan aktifitas manusia melalui pendekatan keruangan, ekologi dan regional. Pendekatan keruangan yaitu mempelajari variasi letak dan penyebaran fenomena di permukaan bumi. Wilayah Kabupaten Cilacap bagian selatan mempunyai kondisi fisik dengan persebaran yang berbeda sehingga persebaran sumberdaya alam yang ada pun mempunyai penyebaran yang berbeda pula. Penyebaran keruangan dari sumber daya alam perlu diketahui untuk dapat dilakukan penataan ruang untuk berbagai perencanaan pada wilayah yang sesuai dengan penyebaran sumberdaya pada daerah tersebut (Yuli Priyana, 2016).

Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten terluas di Jawa Tengah dan terletak pada di posisi barat daya Provinsi Jawa Tengah. Secara astronomis, Kabupaten Cilacap, terletak antara 7°30' dan 7°45'20'' lintang selatan dan antara 108°4'30'' dan 109°30'30'' Bujur Timur. Luas kabupaten Cilacap mencapai 6,48 persen dari luas Provinsi Jawa Tengah dan terbagi menjadi 24 Kecamatan dan 284 desa/kelurahan. Di Kabupaten Cilacap terdapat Pulau Nusakambangan yang berada di bagian selatan Cilacap dengan luas 115 km². Berdasarkan posisi geografisnya Kabupaten Cilacap memiliki batas-batas: Utara - Kabupaten Banyumas; Selatan - Samudera Indonesia; Barat - Provinsi Jawa Barat; Timur - Kabupaten Kebumen.

Tabel 1.1 Luas Daerah Menurut Kecamatan di Kabupaten Cilacap 2020

	Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Luas
1	Dayeuhluhur	Dayeuhluhur	185,06
2	Wanareja	Wanareja	189,73
3	Majenang	Jenang	138,56
4	Cimanggu	Cimanggu	167,44
5	Karangpucung	Karangpucung	115,00
6	Cipari	Cipari	121,47
7	Sidareja	Sidareja	52,95
8	Kedungreja	Ciklapa	71,43
9	Patimuan	Patimuan	75,35
10	Gandrungmangu	Gandrungmangu	143,19
11	Bantarsari	Bantarsari	95,54
12	Kawunganten	Kawunganten	117,43
13	Kampung Laut	Klaces	146,14
14	Jeruklegi	Jeruklegi Wetan	96,82
15	Kesugihan	Kesugihan Kidul	82,31
16	Adipala	Adipala	61,19
17	Maos	Klapagada	28,05
18	Sampang	Sampang	27,32
19	Kroya	Kroya	58,83
20	Binangun	Binangun	51,42
21	Nusawungu	Nusawungu	61,26
22	Cilacap Selatan	Sidakaya	9,11
23	Cilacap Tengah	Gunungsimping	22,15
24	Cilacap Utara	Gumilir	18,84
Total Luas			2138,5

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap 2021

Berdasarkan tabel 1.1 luas wilayah Kabupaten Cilacap 2138,5 km² memiliki banyak potensi obyek wisata berupa pantai karena terletak di selatan pulau Jawa Tengah. Terdapat salah satu kecamatan dengan destinasi wisata paling banyak yaitu Kecamatan Cilacap Selatan yang berada di pusat kota Cilacap. Wilayahnya dengan luas 9,11 km² 80% diantaranya merupakan bagian dari wilayah Pulau Nusakambangan dengan populasi +/- 91,508 jiwa di Kecamatan Cilacap Selatan. Di kecamatan ini terdapat Pantai Teluk Penyu, Benteng Pendem, Pelabuhan Tanjung Intan, dan Pelabuhan Penyebrangan Seleko. Salah satu pantai yang berada di Kabupaten Cilacap ini adalah Pantai Teluk Penyu yang terletak di dalam kota Cilacap, tepatnya di Kelurahan Cilacap , Kecamatan Cilacap Selatan. Luas wilayah Kecamatan Cilacap Selatan merupakan Kecamatan dengan luas wilayah paling rendah dengan luas 9,11 km².

Obyek Wisata Alam Pantai Cilacap membujur dari sisi bagian timur yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kebumen hingga bagian Selatan yang berdekatan dengan Pulau Nusakambangan. Diantara Obyek Wisata Pantai yang cukup menonjol adalah Obyek Wisata Pantai Teluk Penyu yang merupakan ikon khas kota Cilacap. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Cilacap, obyek wisata Taman Hiburan dan Rekreasi (THR) Teluk Penyu merupakan penyumbang pendapatan terbesar dari sektor pariwisata bila dibandingkan dengan obyek wisata lainnya yang ada di Cilacap. Hal ini juga ditunjukkan dengan banyaknya jumlah angka kunjungan wisatawan ke Obyek Wisata THR Teluk Penyu. Adapun wisatawan yang berkunjung ke THR Teluk Penyu berasal dari daerah di sekitar Cilacap dan luar kota. Obyek Wisata THR Teluk Penyu menjadi satu-satunya pilihan tempat wisata bagi warga kota Cilacap untuk melepas lelah setelah sibuk beraktivitas. Di obyek wisata THR Teluk Penyu ini pengunjung bisa menikmati pemandangan alam sambil menikmati makanan laut. Selain itu pada akhir pekan juga banyak pengunjung yang memanfaatkan obyek wisata Teluk Penyu sebagai tempat olahraga. Namun dari fenomena yang ada, sektor pariwisata ini nampaknya belum berkembang dan dikembangkan secara optimal, terutama pada penyediaan fasilitas fisiknya.

Obyek Wisata THR Teluk Penyu merupakan salah satu andalan bidang pariwisata di pusat Kota Cilacap namun belum dikembangkan seluruh potensinya. Obyek Wisata THR Teluk Penyu yang merupakan wisata pantai hanya dibiarkan apa adanya dan sangat bersifat alami, artinya bahwa belum adanya fasilitas unggulan yang dapat ditawarkan pada wisatawan. Menurut Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Cilacap (2020), bahwa kota Cilacap memerlukan sarana olahraga dan rekreasi (pariwisata) sekaligus yang bernuansa alam dan memanfaatkan potensi pantai serta memiliki fasilitas penunjang yang lengkap dan menarik. Diharapkan pengembangan kawasan pantai Teluk Penyu ini akan menjadi kawasan yang terencana dengan baik dengan tetap memperhatikan keseimbangan alam, sehingga pola massa dan visual bangunan dapat mewakili identitas wilayah dan sebagai pusat keramaian baru di Kota Cilacap. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan perencanaan dan perancangan.

Tabel 1.2 Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata Dan Pendapatan Yang
Dihasilkan Dirinci Per Bulan Tahun 2020

Bulan	THR Teluk Penyu			Jumlah Pendapatan (Rp)
	Banyaknya Wisatawan (Orang)			
	Mancanegara	Nusantara	Jumlah	
1 Januari	-	9.982	9.982	n/a
2 Februari	-	4.982	4.982	n/a
3 Maret	-	-	-	n/a
4 April	-	-	-	n/a
5 Mei	-	-	-	n/a
6 Juni	-	8.155	8.155	n/a
7 Juli	-	13.513	13.513	n/a
8 Agustus	-	12.494	12.494	n/a
9 September	-	837	837	n/a
10 Oktober	-	6.385	6.385	n/a
11 November	-	6.366	6.366	n/a
12 Desember	-	5.344	5.344	n/a
Cilacap	0	60.058	60.058	n/a
2019	-	11.353	11.353	81.416.800
2018	-	193.443	193.443	1.344.295.800
2017	18	240.648	240.666	1.179.264.000
2016	-	203.304	203.304	1.073.615.900

Sumber : Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Cilacap 2020

Berdasarkan tabel 1.2 pengunjung obyek wisata di Kabupaten Cilacap dalam beberapa tahun terakhir menalami fluktuasi pada tahun 2017, jumlah wisatawan sebanyak 638.395 pengunjung, tahun 2018 turun menjadi 424.900 pengunjung, pada tahun 2019 kembali turun cukup tajam menjadi 46.799 pengunjung. Jumlah pengunjung obyek wisata di tahun 2020 naik kembali menjadi 270.908 pengunjung. Obyek wisata di daerah pesisir pantai selatan pada

tahun 2020 tidak tercatat pemasukan/retribusinya dikarenakan adanya perubahan pengelola dari pemerintah kabupaten kepada pihak TNI Angkatan Darat selaku pengelola lahan pesisir pantai.

Potensi yang dimiliki obyek wisata Pantai Teluk Penyu masih perlu dikembangkan lagi agar menjadi daerah tujuan wisata utama yang paling diminati di Kabupaten Cilacap. Fasilitas yang kurang memadai, pantai yang kotor, dan kurangnya pengembangan didalamnya mengakibatkan kurangnya wisatawan di Pantai Teluk Penyu ini. Oleh Karena itu diperlukan strategi pengembangan wisata yang benar-benar disusun dengan baik oleh pengelola, pemerintah dan masyarakat sekitar yang tinggal di Pantai Teluk Penyu. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Wisata Pantai Teluk Penyu di Kabupaten Cilacap”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang memengaruhi menurunnya jumlah wisatawan di Pantai Teluk Penyu Cilacap
2. Strategi apakah yang bisa dilakukan dalam mengembangkan obyek wisata pantai Teluk Penyu di Cilacap dengan kondisi sekarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas, maka terdapat tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis masalah dan faktor utama menurunnya wisatawan di Pantai Teluk Penyu Cilacap.
2. Mengkaji kondisi obyek wisata Pantai Teluk Penyu di Kabupaten Cilacap untuk mengetahui strategi pengembangan yang bisa dilakukan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi bagi pembaca khususnya dalam mengembangkan Pariwisata di Indoensia. Kemudian berguna juga sebagai bahan pemahaman untuk peneliti-peneliti selanjunya yang lebih mendalam megenagi strategi pengembangan obyek wisata Pantai Teluk Penyu di Kabupate Cilacap.
2. Kegunaan Praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pengelola Wisata dan Pemerintah Kabupaten Cilacap untuk mengembangkan obyek wisata. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pengetahuan bagaimana strategi pengembangan obyek wisata serta bagaimana pekuang dan tantangan dalam mengembangkan obyek wisata Pantai Teluk Penyu di Kabupaten Cilacap.

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

a) Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *strategia* (*stratos*=militer, dan *ag*=memimpin), yang berarti ilmu atau seni berperang atau menjadi jendral. Konsep strategi militer ini diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya suatu organisasi. Manajemen strategi adalah proses untuk membantu perusahaan dalam mengidentifikasi hal-hal yang ingin dicapai dan cara mencapai hal yang bernilai (Miles, 2003).

Menurut Stoner dan Sirat ciri-ciri strategi adalah sebagai berikut:

- 1) Wawasan waktu, wawasan waktu dapat melihat masa depan, yaitu untuk melaksanakan kegiatan untuk yang akan datang, dan waktu

yang diperlukan untuk mengamati dampaknya dalam melaksanakan suatu program.

- 2) Dampak, dampak ini berwujud hasil akhir dari strategi yang dijanjikan. Meskipun belum dapat dilihat dengan pasti, namun melihat dampak yang akan terjadi penting untuk dijalankan.
- 3) Pemusatan upaya, pemusatan upaya dilakukan agar tujuan yang diinginkan dapat berjalan dengan efektif.
- 4) Pola keputusan, sederet keputusan tertentu harus diambil sepanjang waktu. Keputusan-keputusan tersebut harus saling menunjang yang artinya mengikuti suatu pola yang konsisten
- 5) Peresapan, strategi mencakup kegiatan yang luas dari proses alokasi sumber daya alam samapi dengan kegiatan operasi harian, dengan adanya kegiatan-kegiatan yang membutuhkan konsistensi sepanjang waktu maka mengharuskan semua tingkat organisasi bertindak secara naluri dengan cara-cara yang berdampak memperkuat strategi (Hamdani, 2011).

Adapun jenis-jenis strategi menurut Wahyuningsih, (2018) didalam buku Konsep Manajemen Strategis, mendefinisikan jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi Integrasi: Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:
 - (a) Intergrasi ke depan: Integrasi kedepan adalah jenis integrasi adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau paritel.

- (b) Integrasi ke belakang, Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.
 - (c) Integrasi horizontal: Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.
- 2) Strategi Intensif: Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.
- (a) Penetrasi pasar: Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.
 - (b) Pengembangan pasar: Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.
 - (c) Pengembangan produk: Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.
- 3) Strategi Diversifikasi: Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.
- (a) Diversifikasi terkait: Diversifikasi terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan.
 - (b) Deversifikasi tidak terkait: Deversifikasi tidak terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa

yang baru namun tidak terkait sama sekali dengan garis bisnis perusahaan.

4) Strategi Defensif: Strategi defensif adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

(a) Penciutan: Penciutan adalah strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang (*regrouping*) melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan laba yang menurun

(b) Defestasi: Defestasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan satu divisi atau bagian dari suatu organisasi.

(c) Likuiditas: Likuiditas adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh aset perusahaan, secara terpisah-pisah, untuk kekayaan.

b) Pariwisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan (*tourist*). Jenis-jenis pariwisata terdiri dari:

- 1) Wisata Budaya: kegiatan wisata budaya ini untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan melakukan perjalanan ke tempat lain, mempelajari keadaan rakyat, adat-istiadat, kebiasaan rakyat, cara hidup, dan budaya serta seni.
- 2) Wisata Maritim atau Bahari: wisata ini biasa disebut sebagai kegiatan olahraga air seperti danau, pantai, dan laut contohnya memancing, berlayar, berselancar, menyelam dan lain-lain.

- 3) Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi): kegiatan ini melakukan perjalanan ke daerah taman/hutan lindung yang dikaitkan dengan keindahan alamnya, kesegaran udara pegunungan, serta flora dan fauna yang jarang ditemukan di tempat lain.
- 4) Wisata Pertanian (Agrowisata): Wisata ini melakukan kegiatan ke perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya.
- 5) Wisata Ziarah (*pilgrimage*): wisata ini berkaitan dengan sejarah, adat istiadat, agama, dan kepercayaan suatu kelompok. Wisatawan melakukan kegiatan ke tempat-tempat suci, ke makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau pegunungan yang dianggap sakral atau keramat.

Manfaat pariwisata, yaitu:

- 1) Pariwisata dapat menggalang persatuan bangsa yang rakyatnya memiliki daerah yang berbeda-beda, adat istiadat, dialek, dan citra rasa yang beranekaragam.
- 2) Pariwisata menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi, karena dapat mengembangkan beberapa perekonomian nasional, contohnya:
 - (a) Meningkatkan urbanisasi karena pertumbuhan pembangunan fasilitas wisata. Hal ini meliputi perbaikan prasarana pariwisata.
 - (b) Menggugah industri – industri baru yang berkaitan dengan jasa – jasa wisata misalnya : usaha – usaha transportasi, akomodasi (hotel, motel, pondok wisata, perkemahan dan lain – lain) yang memerlukan perluasan beberapa industri seperti peralatan hotel, kerajinan tangan dan lain – lain.
 - (c) Menambah permintaan dan pemakaian akan hasil – hasil pertanian semakin bertambah.

- (d) Memperluas pasar barang – barang lokal. Menunjang pendapatan Negara dengan valuta asing sehingga mengurangi defisit didalam neraca pembayaran dan memajukan perekonomian nasional.
 - (e) Memperluas lapangan kerja.
 - (f) Membantu pembangunan daerah – daerah terpencil dalam suatu Negara jika daerah itu memiliki daya tarik pariwisata
- 3) Pariwisata berperan dalam meningkatkan kesehatan, dengan berwisata akan menurunkan ketegangan dan akan menambah daya tahan tubuh (Dalimunthe, 2016).

Pariwisata yang mempunyai banyak kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh pengelola, entah itu masyarakat atau pemerintah setempat. Dalam Pariwisata terdapat beberapa komponen, yaitu sebagai berikut:

1) Atraksi Wisata

Atraksi wisata dapat dikatakan sebagai sesuatu yang menarik wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah. Terdapat berbagai sesuatu yang menarik wisatawan meliputi benda-benda yang tersedia di alam, hasil karya manusia dan tata cara hidup masyarakat atau adat istiadat dan budaya.

2) Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam pariwisata ini adalah tingkat kemudahan wisatawan untuk menuju suatu objek wisata. Aksesibilitas ini penting untuk diperhatikan, fasilitasi transportasi dalam bidang kepariwisataan sangat erat hubungannya dengan aksesibilitas. Dengan adanya transportasi untuk mencapai objek wisata dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta lebih meningkatkan biaya perjalanan.

Aksesibilitas ini dapat mempengaruhi kondisi jalan, tarif angkutan jenis kendaraan, wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya. Namun sebaliknya, jika aksesibilitasnya kurang diperhatikan dengan baik, maka wisatawan akan merasakan hambatan dalam berkunjung.

3) Fasilitas

Fasilitas dalam wisata berbentuk sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Wisatawan yang berkunjung tidak hanya menikmati keindahan objek wisata namun juga memerlukan sarana dan prasarana yang berupa akomodasi (sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, penginapan, restoran, tempat ibadah, toko cendramata), transportasi, kendaraan dan lain-lain. Saran tersebut penting bagi para wisatawan agar merasa nyaman dan aman dalam melakukan berbagai kegiatan wisata (Karlina, 2019).

c) Teori Pengembangan

Pengembangan dapat diartikan sebagai bagian dari manajemen yang menitik beratkan pada implementasi potensi budaya harus dilaksanakan dengan rentang waktu, beberapa langkah sistematis yang dapat mengarah pada pencapaian hasil, dan hasil yang dicapai diharapkan pada perencanaan manajemen untuk mencapai tujuan visi dari sasaran rencana (Karlina, 2019).

Menurut Karlina (2019) ada tiga faktor utama yang berperan dalam pengembangan pariwisata, sebagai berikut:

- 1) Masyarakat: masyarakat ini adalah masyarakat setempat yang tinggal di sekitar obyek wisata yang juga merupakan pemilik sah dari berbagai sumber daya modal pariwisata seperti kebudayaan, toko masyarakat, intelektual LSM serta media massa.
- 2) Swasta, swasta yang dimaksud adalah asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha yang bergerak di sektor pariwisata.

- 3) Pemerintah, seperti pemerintah pusat, negara, provinsi, kabupaten, kecamatan dan seterusnya.

Pemerintah dalam mengembangkan potensi pariwisata memiliki peran sebagai berikut:

- 1) Motivator, peran pemerintah daerah sebagai motivator diperlukan agar pariwisata terus berjalan. Investor serta masyarakat dan pengusaha di bidang pariwisata merupakan saran utama yang diperlukan untuk terus diberikan motivasi agar dalam proses pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik.
- 2) Fasilitator, peran pemerintah daerah adalah menyediakan segala fasilitas pendukung atas program pemerintah. Pemerintah bisa mengadakan kerja sama dengan berbagai pihak baik swasta maupun masyarakat.
- 3) Dinamisator, dalam alam pilar *good governance* untuk dapat berlangsung pembangunan yang ideal, maka pemerintah, swasta dan masyarakat harus dapat bersinergi dengan baik. Pemerintah daerah sebagai salah satu stakeholder pembangunan pariwisata memiliki peran untuk menyinergikan ketiga pihak tersebut agar terciptanya suatu simbiosis mutualisme demi perkembangan pariwisata.

Pengembangan pariwisata secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, yaitu:

- 1) Kelangsungan ekologis, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin agar terciptanya pemeliharaan terhadap sumber daya alam yang akan menjadi daya tarik pariwisata.
- 2) Kelangsungan kehidupan sosial budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut masyarakat setempat.

- 3) Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang kompetitif.
- 4) Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

d) Analisis SWOT

Menurut Manap (2016), Analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Yunus (2016) mengemukakan Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*), internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapi perusahaan.

Berdasarkan pengertian sebelumnya dapat disimpulkan, Analisis SWOT adalah bagaimana suatu organisasi melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki akibat pengaruh dari dalam organisasi dan bagaimana organisasi melihat peluang dan ancaman dari lingkungan luar yang perlu diketahui untuk menyusun strategi yang efektif. Menurut Wahyuningsih (2018), definisi dari faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Kekuatan (*Strengths*) Adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan relatif perusahaan dan keinginan pasar yang dilayani perusahaan atau diharapkan untuk dilayani.
- 2) Kelemahan (*Weaknesses*) adalah keterbatasan atau kekurangan yang berarti mengurangi kinerja sebuah perusahaan. Sumber dari kelemahan ini berupa kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran.

- 3) Peluang (*Opportunities*) adalah yang paling menguntungkan dalam suatu lingkungan perusahaan. Identifikasi peluang dapat dilihat dari segmen pasar, perubahan teknologi.
- 4) Ancaman (*Threats*) adalah situasi yang tidak menguntungkan perusahaan. Bentuk ancaman yang dihadapi perusahaan datangnya dari pesaing.

Teori analisis SWOT adalah sebuah teori yang dibutuhkan oleh setiap organisasi untuk merencanakan sesuatu hal dan menganalisa ruang lingkup permasalahan organisasi berdasarkan rentang waktu yang berbeda, yakni rencana global (*global plan*), rencana strategi (*strategic plan*), dan rencana operasional (*operational plan*). SWOT adalah sebuah singkatan dari S adalah *Strenghts* atau kekuatan, W adalah *Weakness* atau kelemahan, O adalah *Oppurtunity* atau kesempatan serta T adalah *Threat* atau ancaman. SWOT biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu, sebagai contoh, program kerja (Rangkuti, 2020).

Tabel 1.3 Martiks SWOT

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakeness (I)</i>
<i>Opportunity (O)</i>	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threat (T)</i>	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman

- 1) **Strategi SO** : Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Apabila di dalam kajian terlihat peluang-peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Meski demikian, pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan, kondisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha untuk keunggulan komparatif tersebut.
- 2) **Strategi ST** : Strategi ini merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki dalam mengatasi ancaman. Strategi ini mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi peluang bagi pengembangan selanjutnya. Hal ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- 3) **Strategi WO** : Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sektor untuk menangkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan secara hati-hati untuk memilih dan menerima peluang tersebut. Khususnya dikaitkan dengan keterbatasan potensi kawasan, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) **Strategi WT** : Strategi yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan sedikit membenahi sumber daya internal yang ada. Strategi ini

berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Analisis SWOT berguna untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal suatu organisasi dengan berbagai elemen yang dapat dianalisis dalam ruang lingkup organisasi tersebut. Dengan adanya analisis SWOT diharapkan suatu organisasi mampu menyeimbangkan antara kondisi internal yang direpresentasikan oleh kekuatan, kelemahan, serta melalui kesempatan dan ancaman yang datang dari lingkungan eksternal secara teliti.

Analisis SWOT dimaksudkan untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang dapat diidentifikasi guna memberikan suatu rekomendasi pengembangan berdasarkan potensi-potensi yang tersedia. Berikut beberapa kegunaan analisis SWOT dalam manajemen pengambilan keputusan:

- 1) Memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), serta *opportunities* (peluang) dan *threats* (kelemahan). Sehingga dari semua sudut dimensi tersebut memberikan gambaran yang komprehensif.
- 2) Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan rencana keputusan jangka panjang.
- 3) Mampu memberikan pemahaman kepada para stakeholders yang berkeinginan menaruh simpati bahkan bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerjasama yang saling menguntungkan (*profitable*).
- 4) Dapat dijadikan penilai secara rutin dalam melihat progress report dari setiap keputusan yang telah dibuat selama ini.

1.5.2 Penelitian Sebelumnya

- a. (**Nining Indayani dan Susmala Dewi, 2018**) Strategi Pengembangan Objek Wisata Gua Batu Cermin Ditinjau Dari Aspek Lingkungan Geografis Di Kecamatan Komodo Kabupaten Manggarai Barat, bertujuan untuk Mengetahui Hambatan dan Strategi Pengembangan Kawasan Objek Wisata Gua Batu Cermin Ditinjau Dari Aspek Lingkungan Geografis Di Kecamatan Komodo Kabupaten Manggrai Barat, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah faktor menghambat perkembangan objek wisata Gua Batu cermin MCK/ kamar mandi masih kurang, tempat duduk(berugak) dan musollah belum ada, kurangnya perawatan, kualitas dan hasil penelitian yang di temukan oleh peneliti selama di lokasi penelitian diantaranya faktor menghambat perkembangan objek wisata Gua Batu cermin MCK/ kamar mandi masih kurang, tempat duduk (berugak) dan musollah belum ada, kurangnya perawatan, kualitas dan kuantitasa sumber daya manusia di bidang pariwisata dan kebudayaan masih kurang dan persaingan dengan antraksi wisata lain di luar Kabupaten Manggarai Barat, kurangnya infrastruktur transportasi umum masih kurang. Dengan lokasi penelitian Kecamatan Komodo Kabupataen Manggarai Barat. **Persamaan** penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu metode analisis deskriptif. **Perbedaan** tujuan dan lokasi penelitian berbeda.
- b. (**Evi Fitriana, 2018**) Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya, bertujuan untuk Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan Taman Wisata Kum Kum, dan menentukan strategi pengembangan kawasan wisata Taman Wisata Kum Kum. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis SWOT (*Strenghts, Weaknes, Opportunities, Threats*). Hasil penelitian ini adalah strategi pengembangan taman wisata Kum Kum antara lain

membangun sarana prasarana seperti alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan pemerintah dan swasta dalam pengelolaan wisata. Lokasi penelitian ini berada di Palangkaraya. **Persamaan** penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu analisis deskriptif dan analisis SWOT. **Perbedaannya** adalah tujuan dan lokasi penelitian.

- c. (**Fitra Delita, Elfayetti, Tumiar Sidauruk, 2017**) Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun dengan tujuan bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata yang terletak di Desa Bandar Meriah, Kecamatan Pematang Bandar, Kabupaten Simalungun dengan metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis SWOT (*Strenghts, Weaknes, Opportunities, Threats*). Hasilnya adalah strategi pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata. **Persamaan** penelitian ini adalah menggunakan metode analisis SWOT. **Perbedaannya** adalah tujuan dan lokasi penelitian.
- d. (**Muhammad Ludin, 2016**) Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Kabupaten Simalungun bertujuan untuk menggambarkan strategi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Simalungun dalam mengembangkan daerah tujuan wisata di Kabupaten Simalungun dan ntuk memberikan sumbangan pemikiran berupa strategi pengembangan sektor pariwisata khususnya objek wisata Rumah Bolon Purba, kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Simalungun dalam mengembangkan daerah tujuan

wisata Kabupaten Simalungun dengan metode penelitian adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasilnya strategi pengembangan pariwisata yang diterapkan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga terfokus pada pengembangan fisik objek wisata dengan penilaian cukup baik, namun dari segi pengembangan masyarakat masih mendapat penilaian yang kurang baik, sehingga kedepannya rekomendasi berupa saran yang diberikan dapat dijadikan referensi dalam menentukan dan melaksanakan pengembangan wisata pada objek wisata Rumah Bolon Purba. **Persamaan** metode analisis deskriptif kualitatif. **Perbedaan** lokasi dan tujuan penelitian.

- e. (Susiyati, 2018) Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Muarareja Indah Di Kota Tegal bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana kondisi objek wisata, menyusun strategi pengembangan obyek wisata, serta menganalisis dampak pengembangan objek wisata Pantai Muarareja Indah terhadap peningkatan usaha bagi masyarakat sekitar dengan metode Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif, dan AHP. Hasilnya kondisi objek wisata Pantai Muarareja Indah di Kota Tegal jumlah pengunjung selalu meningkat, namun dalam pengelolaanya masih kurang baik dan masih minimnya sarana dan prasarana. Berdasarkan hasil *Analysis Hierarchy Process* (AHP) dapat terlihat bahwa strategi pengembangan objek wisata Pantai Muarareja Indah di Kota Tegal tersusun atas beberapa kriteria program yang di prioritaskan dalam pembentukannya yaitu pertama kriteria kelembagaan (nilai bobot 0,400), kedua kriteria infrastruktur (nilai bobot 0,400), dan ketiga kriteria ekonomi (nilai bobot 0,200). **Persamaan** tujuan dan metode analisis deskriptif . **Perbedaan** lokasi penelitian.
- f. (Eko Syamsul Ma'arif Thajuddin, 2011) Pengembangan Objek Wisata Wonderia di Kota Semarang bertujuan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal yang dihadapi oleh Wonderia serta kemudian mengetahui strategi pengembangan yang harus diprioritaskan oleh pengelola Wonderia guna

meningkatkan jumlah pengunjung Wonderia dengan metode Analisis SWOT dan Analisis Hierarki Proses (AHP). Hasilnya Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa Wonderia berada di kuadran I, yang berarti Wonderia merupakan objek wisata yang mempunyai potensi cukup besar untuk berkembang di masa yang akan datang. Oleh karena itu kebijakan yang disarankan adalah strategi progresif. Hasil analisis AHP menyebutkan bahwa kriteria yang harus di prioritaskan adalah aspek infrastruktur dengan nilai 0,413. Untuk keseluruhan alternatif yang direkomendasikan oleh *key person*, seharusnya yang menjadi prioritas adalah alternatif standarisasi karena memiliki nilai tertinggi dengan skor 0,167. **Persamaan** penelitian ini adalah analisis SWOT. **Perbedaan** tujuan dan lokasi penelitian.

Tabel 1.4 Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya

Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Nining Indayani, Susmala Dewi	Strategi Pengembangan Objek Wisata Gua Batu Cermin Ditinjau Dari Aspek Lingkungan Geografis Di Kecamatan Komodo Kabupaten Manggarai Barat	Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Hambatan dan Strategi Pengembangan Kawasan Objek Wisata Gua Batu Cermin Ditinjau Dari Aspek Lingkungan Geografis Di Kecamatan Komodo Kabupaten Manggrai Barat.	Pendekatan deskriptif kualitatif	Hasil penelitian yang di temukan oleh peneliti selama di lokasi penelitian diantaranya faktor menghambat perkembangan objek wisata Gua Batu cermin MCK/ kamar mandi masih kurang, tempat duduk(berugak) dan musollah belum ada, kurangnya perawatan, kualitas dan kuantitasa sumber daya manusia di bidang pariwisata dan kebudayaan masih kurang dan persaingan dengan antraksi wisata lain di luar Kabupaten Manggarai Barat, kurangnya

				infrastruktur transportasi umum masih kurang.
Evi Fitriana	Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya	Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan Taman Wisata Kum Kum, dan (2) menentukan strategi pengembangan kawasan wisata Taman Wisata Kum Kum	Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis SWOT (Strengths, Weaknes, Opportunities, Threats).	hasil penelitian adalah strategi pengembangan taman wisata Kum Kum antara lain membangun sarana prasarana seperti alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan pemerintah dan swasta dalam pengelolaan wisata.
Fitra Delita, Elfayetti, Tumiar Sidauruk	Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan	Bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam	Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat	Hasil penelitian adalah strategi pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain membangun sarana

	Pematang Bandar Kabupaten Simalungun	pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata yang terletak di Desa Bandar Meriah, Kecamatan Pematang Bandar, Kabupaten Simalungun.	analisis SWOT (Strenghts, Weaknes, Opportunities, Threats).	prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata.
Muhammad Ludin Dalimunthe	Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Kabupaten Simalungun	1. Untuk menggambarkan strategi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Simalungun dalam mengembangkan daerah tujuan wisata di Kabupaten Simalungun. 2. Untuk memberikan sumbangan pemikiran berupa strategi	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif	strategi pengembangan pariwisata yang diterapkan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga terfokus pada pengembangan fisik objek wisata dengan penilaian cukup baik, namun dari segi pengembangan masyarakat masih mendapat penilaian yang kurang baik, sehingga

		<p>pengembangan sektor pariwisata khususnya objek wisata Rumah Bolon Purba, kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Simalungun dalam mengembangkan daerah tujuan wisata Kabupaten Simalungun.</p>		<p>kedepannya rekomendasi berupa saran yang diberikan dapat dijadikan referensi dalam menentukan dan melaksanakan pengembangan wisata pada objek wisata Rumah Bolon Purba.</p>
Susiyati (2018)	<p>Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Muarareja Indah Di Kota Tegal</p>	<p>mendeskripsikan bagaimana kondisi objek wisata, menyusun strategi pengembangan obyek wisata, serta menganalisis dampak pengembangan objek wisata Pantai Muarareja Indah terhadap peningkatan usaha bagi masyarakat sekitar.</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif, dan AHP.</p>	<p>kondisi objek wisata Pantai Muarareja Indah di Kota Tegal jumlah pengunjung selalu meningkat, namun dalam pengelolaannya masih kurang baik dan masih minimnya sarana dan prasarana. Berdasarkan hasil Analysis Hierarchy Process (AHP) dapat</p>

				terlihat bahwa strategi pengembangan objek wisata Pantai Muarareja Indah di Kota Tegal tersusun atas beberapa kriteria program yang di prioritaskan dalam pembentukannya yaitu pertama kriteria kelembagaan (nilai bobot 0,400), kedua kriteria infrastruktur (nilai bobot 0,400), dan ketiga kriteria ekonomi (nilai bobot 0,200).
Eko Syamsul Ma'arif Thajuddin 2011	Pengembangan Objek Wisata Wonderia di Kota Semarang	untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal yang dihadapi oleh Wonderia serta kemudian mengetahui strategi pengembangan yang harus diprioritaskan oleh	Analisis SWOT dan Analisis Hierarki Proses (AHP)	Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa Wonderia berada di kuadran I, yang berarti Wonderia merupakan objek wisata yang mempunyai potensi cukup besar untuk

		<p>pengelola Wonderia guna meningkatkan jumlah pengunjung Wonderia.</p>	<p>berkembang di masa yang akan datan. Oleh karena itu kebijakan yang disarankan adalah strategi progresif. Hasil analisis AHP menyebutkan bahwa kriteria yang harus di prioritaskan adalah aspek infrastruktur dengan nilai 0,413. Untuk keseluruhan alternative yang di rekomendasikan oleh <i>key person</i>, seharusnya yang menjadi prioritas adalah alternatif standarisasi karena memiliki nilai tertinggi dengan skor 0,167.</p>
--	--	---	--

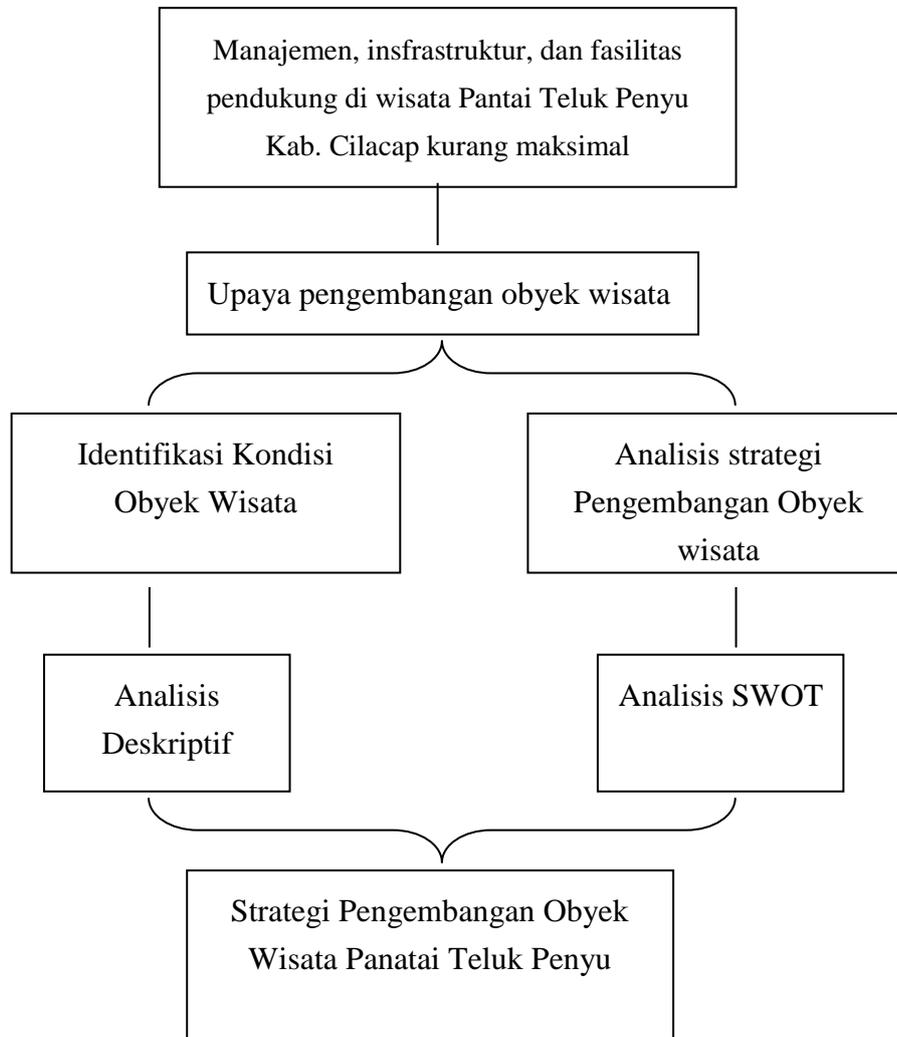
1.6 Kerangka Penelitian

Pantai Teluk Penyu adalah salah satu pantai di Kabupaten Cilacap yang mempunyai potensi untuk dikembangkan. Dengan pemandangan yang begitu indah tiket masuk di pantai ini relatif murah. Namun obyek wisata ini belum dikelola dengan maksimal. Fasilitas-fasilitas yang ada di Pantai Teluk Penyu ini sangat kurang. Contohnya kamar mandi yang terlihat kurang bersih, tempat sampah yang jarang ditemukan yang membuat wisatawan membuang sampah sembarangan, kurangnya penerangan di tempat wisata dan tempat parkir yang kurang teratur.

Melihat kondisi yang demikian, perlu upaya untuk pengembangan obyek wisata Pantai Teluk Penyu di Kabupaten Cilacap. Dengan keindahan pantai ini akan memiliki potensi yang cukup baik dengan adanya pengembangan. Penelitian ini dilakukan untuk menentukan pengembangan obyek wisata Pantai Teluk Penyu di Kabupaten Cilacap dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan SWOT untuk mengetahui kelemahan, ancaman, peluang dan kelebihan dari wisata ini, yang selanjutnya dapat direkomendasikan sebuah kebijakan rancangan program strategi pengembangan Wisata Pantai Teluk Penyu di Kabupaten Cilacap.

Berikut Bagan kerangka berfikir jika disajikan dalam bentuk gambar:

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir



Sumber : Penulis 2022