

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Ilmu Geografi dalam hal pendekatannya menggunakan tiga pendekatan yaitu pendekatan keruangan, pendekatan ekologi dan pendekatan kompleks wilayah. Dalam pendekatan ini, perpaduan elemen-elemen geografi merupakan ciri khasnya, oleh karena itu dapat dikatakan geografi terpadu (Bintarto dan Surastopo, 1979). Ada tiga hal pokok dalam mempelajari obyek formal dari geografi dalam kaitannya dengan aspek keruangan yaitu : (1) Pola dan sebaran gejala tertentu dari muka bumi (*Spatial Pattern*), (2) Keterkaitan atau hubungan antara gejala (*Spatial System*), dan (3) Perubahan atau perkembangan dari gejala yang ada (*Spatial Process*).

Pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbal balik dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah, maupun masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta pengunjung lainnya (Pendit, 1999). Secara umum pariwisata terbagi atas dua macam, yakni pariwisata alam dan buatan (budidaya). Pariwisata alam adalah suatu obyek wisata yang banyak mengacu pada kenampakan fisik di muka bumi yang beragam dan mempunyai keistimewaan tersendiri. Adapun wisata buatan adalah wisata yang menggambarkan hasil budaya manusia seperti : museum, taman dan sebagainya.

Sebagai negara tropis yang memiliki keindahan alam yang luar biasa, sektor pariwisata di Indonesia mulai menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara (M. Lakoni 1995 dalam Chafid Fandeli, 1995).

Indonesia memiliki potensi yang cukup untuk menjadi daerah tujuan wisata internasional baik yang berupa keindahan panorama alam maupun keanekaragaman budaya dan adat istiadat. Akan tetapi hal tersebut belumlah merupakan jaminan bagi keberhasilan Indonesia menjadi daerah tujuan wisata.

Hal ini dapat disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya faktor dari dalam negeri sendiri berupa kurangnya pemahaman masyarakat terhadap peranan pariwisata dalam pembangunan nasional sehingga peran serta dari masyarakat belum sepenuhnya dapat diberikan. Sedangkan faktor dari luar negeri adalah jumlah negara tujuan wisata, kawasan pariwisata maupun obyek wisata setiap tahun senantiasa terus bertambah dengan saling berusaha untuk meningkatkan mutu dan variasi produk wisatanya. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin tajam untuk berusaha menguasai pasar wisatawan internasional.

Salah satu hal yang dilihat belum cukup menguntungkan perkembangan pariwisata di Indonesia adalah pembangunan pariwisata yang telah dilakukan masih terkonsentrasi pada daerah – daerah yang secara historis telah lama berkembang, misalnya : Bali, Jakarta maupun Yogyakarta. Adapun daerah – daerah lain yang sebenarnya juga mempunyai obyek dan daya tarik wisata tak kalah menarik belum begitu dikembangkan. Kenyataan tersebut perlu diatasi dengan melakukan pengembangan secara terpadu dengan konsep yang jelas oleh masing – masing daerah terlebih pada era otonomi daerah dimana masing – masing daerah memiliki tanggung jawab yang besar untuk mencari, mengolah serta mengembangkan potensi – potensi yang dimilikinya sebagai sumber pendapatan khususnya sektor pariwisata.

Obyek – obyek wisata di Kabupaten Batang cukup banyak jumlahnya. Obyek – obyek wisata tersebut berupa obyek wisata alam serta obyek wisata budaya. Obyek wisata alam meliputi : Pantai Plabuan, Pantai Ujungnegero, Pantai Sigandu, Wana Wisata Adinuso, Wana Wisata Curug Gombong, Makam Wonobodro, Wana Wisata Curug Binurung, Wana Wisata Curug Genting, Agrowisata Perkebunan Teh Pagilaran, Desa Wisata Silurah, Desa Wisata Sodong serta Pemandian Bandar. Adapun obyek – obyek wisata budaya meliputi : THR Kramat Batang.

Dalam pengelolaannya, ternyata ditemukan permasalahan dalam pengembangan pariwisata yang telah berjalan selama ini di Kabupaten Batang. Dari 14 obyek wisata yang ada tersebut tidak seluruhnya telah dimanfaatkan. Hanya ada 6 enam obyek yang telah dikembangkan dan mendatangkan

pendapatan bagi pemerintah Kabupaten Batang. Obyek wisata tersebut adalah : Pantai Ujungnegoro, Pantai Sigandu, Wana Wisata Curug Genting, Agrowisata Perkebunan Teh Pagilaran, THR Kramat Batang dan Pemandian Bandar. Adapun penerimaan daerah dari ke – enam obyek wisata di atas selama tahun 1998 – 2003 dapat dilihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1. Penerimaan Pendapatan Daerah Dari Sektor Pariwisata di Kabupaten Batang Tahun 1998 – 2003**

No	OBYEK WISATA	1998	1999	2000	2002	2003
I	THR KRAMAT					
	▪ Tanda Masuk	4.992.900	4.392.00	7.439.00	4.800.00	4.700.000
	▪ Parkir	0	0	0	0	0
	▪ Lain-lain	0	0	0	2.000.000	0
	<b>JUMLAH</b>	<b>4.992.900</b>	<b>4.392.000</b>	<b>7.439.000</b>	<b>6.800.000</b>	<b>4.700.000</b>
II	TAMAN REKREASI PEMANDIAN BANDAR					
	▪ Tanda Masuk	6.200.000	9.669.900	21.854.500	18.710.000	23.580.000
	▪ Parkir	1.827.800	284.500	82.800	0	720.000
	▪ Lain-lain	10.150.000	0	6.569.00	22.441.000	34.472.000
	<b>JUMLAH</b>	<b>18.177.800</b>	<b>9.954.400</b>	<b>28.506.300</b>	<b>41.151.000</b>	<b>58.772.000</b>
III	WANA WISATA CURUG GENTING					
	▪ Tanda Masuk	2.060.595	1.635.390	2.850.120	2.609.550	3.118.070
	▪ Parkir	0	0	0	0	0
	▪ Lain-lain	0	6.001.500	0	0	0
	<b>JUMLAH</b>	<b>2.060.595</b>	<b>7.636.890</b>	<b>2.850.120</b>	<b>2.609.550</b>	<b>3.118.070</b>
IV	PANTAI UJUNGNEGORO					
	▪ Tanda Masuk	10.450.000	5.600.200	12.374.00	48.692.500	85.800.000
	▪ Parkir	0	0	0	0	231.000
	▪ Lain-lain	0	0	0	0	0
	<b>JUMLAH</b>	<b>10.450.000</b>	<b>5.600.200</b>	<b>12.374.000</b>	<b>48.692.500</b>	<b>86.031.000</b>
V	AGROWISATA PAGILARAN					
	▪ Tanda Masuk	0	0	0	6.070.000	13.193.700
	▪ Parkir	0	0	0	0	0
	▪ Lain-lain	0	0	0	0	0
	<b>JUMLAH</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>6.070.000</b>	<b>13.193.700</b>
VI	PANTAI SIGANDU					
	▪ Tanda Masuk	0	0	0	16.940.000	27.158.600
	▪ Parkir	0	0	0	0	337.000
	▪ Lain-lain	0	0	0	0	0
	<b>JUMLAH</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>16.940.000</b>	<b>27.495.600</b>
	<b>JUMLAH TOTAL</b>	<b>35.681.295</b>	<b>36.681.295</b>	<b>27.583.490</b>	<b>51.169.490</b>	<b>122.263.050</b>

Sumber : Statistik Pariwisata Jawa Tengah 1998 – 2003 dalam RIPPDA Kabupaten Batang 2004

Dari tabel di atas terlihat bahwa hampir seluruh obyek wisata di Kabupaten Batang (kecuali THR Kramat) mengalami kenaikan tingkat pendapatan dari sektor pembelian karcis tanda masuk. Hal ini dapat diindikasikan

adanya peningkatan jumlah pengunjung. Namun dari tabel tersebut juga terlihat bahwa untuk beberapa obyek wisata belum terjadi optimalisasi pendapatan dari parkir maupun sektor lain – lain seperti pajak penginapan.

Dalam pengembangan potensi wisata di Kabupaten Batang, selain adanya permasalahan dimana tidak semua obyek wisata telah dikembangkan ternyata juga masih ada kendala dan permasalahan yang harus diperbaiki. Permasalahan tersebut berupa : kurangnya sarana prasarana pendukung obyek wisata seperti hotel/penginapan dan rumah makan pada obyek – obyek yang telah mendatangkan pemasukan bagi kas daerah (hotel/penginapan serta rumah makan hanya terdapat di kawasan Pantai Sigandu dan THR Kramat), sulitnya jalur transportasi yang menuju obyek – obyek wisata tersebut serta lokasi obyek yang jauh dan sulit dijangkau (Taman Rekreasi Pemandian Bandar, Curug Genting, Pantai Ujungnegero serta Agrowisata Pagilaran).

Berdasarkan hal tersebut, perlu segera dilakukan pembenahan serta penggunaan konsep yang tepat untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Batang. Salah satu konsep yang dapat digunakan adalah perumusan keterkaitan keruangan antar obyek – obyek wisata yang ada didasarkan atas konsep *“leading site”* dimana sebuah obyek wisata yang sudah berkembang harus mampu memacu pengembangan obyek wisata lain di sekitarnya yang belum berkembang. Konsep ini mengacu pada teori kutub pertumbuhan dari Christaller, yaitu : Konsep Leading Industry (dalam Anisah, 2001).

Karena terkait dalam kemampuan daerah dalam hal sumber daya manusia dan sumber dana maupun sebab – sebab lainnya maka penentuan arah kebijakan pengembangan pariwisata yang akan dikembangkan Pemerintah Daerah Kabupaten Batang juga perlu mempertimbangkan skala prioritas potensi pariwisata yang dimiliki. Pengembangan obyek wisata yang menjadi prioritas dilakukan terhadap obyek dan daya tarik wisata yang benar-benar memiliki potensi pengembangan yang tinggi. Berdasarkan pemikiran tersebut maka penulis melakukan penelitian dengan mengambil judul *“Identifikasi Potensi Obyek - Obyek Wisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Batang”*.

## 1.2. Perumumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana variasi potensi (internal, eksternal dan gabungan) obyek – obyek wisata di Kabupaten Batang sehingga terjadi perbedaan tingkat pendapatan yang diterima masing – masing obyek wisata ?
2. Obyek wisata mana saja yang dapat dijadikan sebagai *leading site* untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Batang ?
3. Bagaimanakah paket – paket wisata yang dapat dimunculkan untuk memacu perkembangan pariwisata dengan mengacu pada konsep *leading site* serta keterkaitan ruang antar obyek – obyek wisata di Kabupaten Batang ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi variasi potensi (internal, eksternal dan gabungan) obyek – obyek wisata di Kabupaten Batang.
2. Mengetahui obyek wisata yang dapat dijadikan sebagai *leading site* untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Batang.
3. Memberikan alternatif paket – paket wisata yang dapat dimunculkan untuk memacu perkembangan pariwisata dengan mengacu pada konsep *leading site* serta keterkaitan ruang antar obyek – obyek wisata di Kabupaten Batang.

## 1.4. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program sarjana S-1 Geografi pada Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Memberikan masukan bagi Pemerintah Daerah dalam rangka pengembangan industri pariwisata di Kabupaten Batang.

## **1.5. Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya.**

### **1.5.1. Telaah Pustaka**

Dalam mempelajari pariwisata, pembahasan tidak bisa terlepas dari aspek manusia sebagai pelaku atau subyek serta ruang tempat keberadaan obyek wisata sebagai obyek dalam pariwisata. Oleh karena itu, pariwisata dapat dikaji melalui sudut pandang geografi khususnya geografi pariwisata. Geografi pariwisata sesuai dengan bidang atau lingkungannya, memiliki sasaran kajian terhadap obyek wisata. Pembahasannya mendasarkan pada aspek keruangan yang dilakukan dengan melihat unsur : letak, batas, bentuk dan luas. Jika suatu obyek wisata terletak berdekatan dengan obyek wisata lain berarti obyek tersebut mempunyai posisi yang baik. Dengan memperhatikan pula jarak antar potensi obyek – obyek wisata ini maka kemungkinan untuk berkembang atau dikembangkannya akan mudah dilakukan (Sujali, 1989).

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan melakukan kegiatan usaha (*bussines*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata – mata sebagai konsumen yang menikmati perjalanan tersebut untuk memenuhi keinginan yang bermacam – macam (Yoeti, 1995).

Pariwisata erat kaitannya dengan struktur, bentuk, penggunaan lahan dan perlindungan bentang alam. Pada satu sisi pariwisata menyebabkan berubahnya bentang alam menjadi kawasan budaya seperti berdirinya hotel, restoran dan bangunan lainnya. Pada sisi yang lain pariwisata tetap membutuhkan kawasan alami berupa taman nasional, cagar alam, hutan wisata, dan kawasan konservasi lainnya. Geografi sebagai ilmu tata guna lahan dapat memberikan solusi bagaimana ruang dimanfaatkan sesuai dengan daya dukung dengan meminimalkan resiko kerusakan (Maryani, 2000, dalam Yoeti, 1995).

Pengembangan pariwisata merupakan bagian dari pembangunan wilayah dengan mendasarkan pada pemikiran geografi dengan dasar pendekatan keruangan dan kompleks wilayah. Oleh karena itu pengembangan pariwisata pada suatu wilayah dapat dilaksanakan dengan mendasarkan beberapa teori pengembangan wilayah, seperti teori kutub pertumbuhan dari Christaller yang

dapat dioperasikan atas dasar tiga konsep dasar yaitu : (1) *Konsep Leading Industry*, (2) *Konsep Polarization*, (3) *Konsep Spread Effect* (Sujali, 1989).

*Konsep Leading Site* merupakan modifikasi dari konsep *Leading Industry* berdasarkan pemikiran bahwa obyek wisata yang dijadikan sebagai *leading site* adalah obyek wisata yang mempunyai potensi yang tinggi sehingga dengan potensi yang dimilikinya tersebut dapat mempengaruhi perkembangan obyek – obyek wisata di sekitarnya yang belum berkembang. *Konsep Polarization* berdasarkan pemikiran bahwa suatu obyek wisata dapat berkembang kalau masing – masing obyek wisata memiliki identitas khas. *Konsep Spread Effect* berdasarkan pemikiran bahwa obyek wisata yang potensial perlu dilengkapi sarana dan prasarana agar dapat mamacu pertumbuhan perekonomian daerah tempat obyek wisata tersebut berada.

Menurut Sujali (1989), pembangunan kepariwisataan merupakan salah satu terobosan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan negara. Kalau sektor pariwisata disejajarkan dengan sektor – sektor lain dalam usaha peningkatan pendapatan negara maka pantas kalau diangkat sebagai suatu industri.

Sebagai suatu industri, industri pariwisata secara awal dan mendasar harus mampu menyediakan bahan yang akan diolah atau dipasarkan. Menurut Dirjen Pariwisata Republik Indonesia (dalam Sujali, 1989), komponen pariwisata dapat dibedakan menjadi tiga bentuk, yaitu :

1. Obyek wisata alam (*Natural Resources*)

Bentuk atau wujud dari obyek ini berupa pemandangan alam, seperti bentuk lingkungan pantai atau perairan, lingkungan hidup berupa kehidupan flora dan fauna atau bentuk lain.

2. Obyek wisata budaya atau manusia (*Human Resources*)

Obyek wisata budaya ini lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan atau kehidupan manusia, dan obyek dari budaya manusia antara lain berbentuk musium, candi, tarian/kesenian, upacara keagamaan, upacara adat, upacara pemakaman atau bentuk lain.

3. Obyek wisata buatan manusia (*Manmade resources*).

Bentuk dari obyek wisata ini dipengaruhi oleh aktifitas manusia, oleh karena itu bentuknya pasti sangat tergantung pada karakteristik manusianya. Obyek wisata buatan seperti museum, tempat ibadah, peralatan manusia dan kawasan yang dibangun manusia

Ketiga bentuk bahan dasar tersebut dapat juga disebut sebagai modal kepariwisataan. Modal kepariwisataan dapat dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menahan wisata sampai berhari – hari ataupun dapat dikunjungi selama berkali – kali. Atraksi pariwisata ada yang disebut sebagai penahan sebagaimana fungsinya seperti yang telah disebutkan di atas. Sebaliknya ada atraksi pariwisata yang hanya dapat menarik kedatangan wisatawan namun kurang mampu digunakan sebagai penahan. Atraksi pariwisata ini biasa disebut sebagai penangkap wisatawan (Soekadijo, 1996 dalam Pendit, 1999).

Dalam perencanaan pengembangan obyek wisata harus diperhatikan penyediaan fasilitas dan pelayanan yang merupakan unsur – unsur pemasukan yang diperlukan oleh wisatawan. Adapun fasilitas – fasilitas dalam pelayanan yang diperlukan oleh wisatawan antara lain :

1. Atraksi (daya tarik)

Berbagai jenis atraksi dapat mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata dan menghabiskan waktu liburnya di suatu daerah. Atraksi merupakan inti dari suatu obyek wisata yaitu : atraksi alami (seperti pegunungan, flora dan fauna), atraksi buatan manusia (seperti bangunan bersejarah ) serta atraksi kultural (seperti musik, kesenian rakyat dan tarian).

2. Transportasi

Pelayanan transportasi antar daerah wisata merupakan faktor yang penting di samping transportasi di daerah wisata itu sendiri. Di daerah wisata, jenis transportasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu : khusus ditunjuk untuk wisata seperti bus wisata untuk berpergian dari satu lokasi ke lokasi lain serta transportasi publik yang fungsi utamanya melayani masyarakat umum.



### 3. Akomodasi

Akomodasi dengan sendirinya dibutuhkan dan merupakan faktor sangat penting. Jenis akomodasi meliputi akomodasi komersial seperti : hotel dan motel serta akomodasi pribadi seperti : villa/rumah peristirahatan.

### 4. Fasilitas Pendukung

Dalam mendukung keberadaan suatu obyek wisata, diperlukan fasilitas pendukung antara lain berupa toko/jasa yang berorientasi melayani wisatawan seperti : toko souvenir ataupun toko/jasa lain seperti : apotek, toko swalayan, toko pakaian, bank dan rumah sakit/dokter.

### 5. Infrastruktur

Infrastruktur yang memadai dibutuhkan untuk menunjang fasilitas dan pelayanan di atas. Selain infrastruktur transportasi (jalan, tempat parkir, bandara, stasiun kereta api dan pelabuhan) diperlukan juga infrastruktur publik.

(Pearce, 1981 dalam Sujali, 1989)

Pengembangan pariwisata dapat dipandang sebagai upaya peningkatan jumlah kunjungan wisata dan lamanya tinggal. Untuk itu dapat dibuat suatu proses agar obyek wisata lebih dapat dinikmati, nyaman dan menyediakan pasokan yang lebih baik dan terjangkau. Dalam mendukung upaya pengembangan kepariwisataan sehingga dapat menimbulkan rasa senang dan puas bagi wisatawan salah satunya adalah dengan mempermudah pencapaian ke obyek dan memperpendek jarak tempuh dengan melakukan pengembangan prasarana sarana transportasi. Dari segi ekonomi, tersedianya sarana dan prasarana transportasi akan mempunyai pengaruh dalam kehidupan ekonomi masyarakat (Sujali, 1996).

Aspek – aspek yang perlu diketahui dalam perencanaan pariwisata adalah : (1) Wisatawan (*tourist*), perencana pariwisata harus mengetahui karakteristik wisatawan yang mengunjungi daerah wisata; (2) Pengangkutan (*transportation*), perencana pariwisata harus mengetahui jenis – jenis fasilitas transportasi yang dapat digunakan dalam kegiatan pariwisata; (3) Atraksi/obyek wisata (*attraction*), perencana pariwisata harus mengetahui bagaimana membangun dan mengembangkan obyek/atraksi wisata yang mampu menarik seseorang untuk

berkunjung; (4) Fasilitas Pelayanan (*service facilities*), perencana pariwisata harus mengetahui fasilitas yang harus tersedia di daerah tujuan wisata; serta (5) Informasi dan Promosi (*information*), perencana pariwisata harus mempromosikan atau memperkenalkan potensi pariwisata yang ada (Yoeti, 1995).

Menurut Gamal Suwanto (1997), untuk mengidentifikasi orang yang melakukan perjalanan wisata harus dimulai dengan analisis terhadap demografis dan distribusi dari wisatawan yang datang sekarang pada suatu daerah yang direncanakan untuk pengembangan pariwisata. Sebagai tambahan terhadap variabel demografis, maka dapat dilakukan pula analisis terhadap karakteristik perilaku dan variabel sosiologis. Untuk menentukan potensi wilayah pengembangan kepariwisataan, digunakan variabel pengaruh yang terdiri 5 faktor, yaitu :

1. Data obyek/daya tarik wisata.
2. Data sarana transportasi.
3. Data industri pariwisata.
4. Data kesenian rakyat.
5. Data penyediaan tenaga kerja.

Untuk dapat memilih dan menentukan suatu potensi obyek wisata yang dapat dikembangkan atau mendapat urutan prioritas, harus diperhatikan beberapa hal sehingga diharapkan dapat menghasilkan pembangunan obyek wisata yang optimal. Evaluasi yang perlu dilakukan adalah :

- a. Seleksi terhadap potensi. Hal ini dilakukan dengan memilih dan menentukan potensi obyek wisata yang memungkinkan untuk dikembangkan sesuai dengan ketersediaan dana.
- b. Evaluasi letak potensi wilayah. Hal ini menyangkut latar belakang pemikiran tentang ada atau tidaknya pertentangan kesalahfahaman antar wilayah administratif terkait.
- c. Pengukuran jarak antar potensi wisata. Hal ini untuk mendapatkan informasi tentang jarak antar potensi sehingga perlu adanya peta agihan pariwisata.

(sumber : Sujali, 1989)

### 1.5.2. Penelitian Sebelumnya

Anisah (2001), melakukan penelitian berjudul “*Analisis Potensi Pariwisata Di Kabupaten Sumedang*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui klasifikasi tingkat perkembangan obyek wisata dan mengetahui apakah secara keruangan obyek wisata dapat dikaitkan menjadi satu paket wisata. Metode yang digunakan metode survai, metode analisis data sekunder dan deskriptif dengan teknik analisis skoring dan klasifikasi untuk menentukan tingkat potensi masing – masing obyek wisata.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat perkembangan obyek wisata potensial tinggi meliputi : Bandung Golf Giri Gahana, Cadas Pangeran, Cipanas Cileungsi, Cipanas Conggean, Gunung Kunci, Cipantaineun, Musium Prabu Geusan Ulun dan Dayeuh Luhur. Sedang meliputi : Curug Sindulang, Wana Wisata, Cigendel, Desa Wisata Rancakalong, Kerajinan Desa Cipacing, Kerajinan Desa Cibesui, Kerajinan Desa Pamulihan, Makam Tjut Nyak Dien, dan Lingga. Rendah meliputi : Patumbon, Bumi Perkemahan Kiara Payung, Argowisata Cinanggerang, Argowisata Ubi Cilembu, Curug Cipongkor, Paniisan, Curug Sabuk, Curug Tirta Buana, Argowisata Margawindu, Gunung Kacapi, Situsari, Wisata Ziarah Gunung Lingga, Kerajinan Keramik dan Makam Marongge.

Obyek wisata yang ada dapat dibuat menjadi empat paket wisata. Paket I meliputi Paniisan, Desa Wisata Rancakalong, Curug Cipongkor, Kerajinan Desa Pamulihan, Bumi Perkemahan Kiara Payung, Wana Wisata Cigendel, Cadas Pangeran, Agrowisata Cinanggerang, Agrowisata Ubi Cilembu, Kerajinan Desa Cipacing, Kerajinan Desa Cibeusi, Bandung Golf Giri Gahana dan Patambon. Paket II meliputi obyek wisata Curug Sindulang, Curug Sabuk, Agrowisata Margawindu, Wisata Ziarah Gunung Lingga, dan Curug Tirta Buana. Paket III meliputi obyek wisata Makam Tjut Nyak Dien, Dayeuh Luhur, Museum Prabu Geusan Ulun, Lingga, Gunung Kunci, Gunung Kacapi, Cipanteneun dan Kerajinan Keramik. Paket IV meliputi obyek wisata Cipanas Cileungsi, Cipanas Conggeang, Situsari dan Makam Marrongge.

Syam Sutriyono (2006), melakukan penelitian berjudul “*Analisis Potensi Pariwisata di Kabupaten Kebumen*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk

mengetahui : mengetahui variasi potensi obyek wisata di Kabupaten Kebumen serta mengetahui keterkaitan antar obyek wisata secara keruangan di Kabupaten Kebumen. Metode yang digunakan metode survai, metode analisis data sekunder dan deskriptif dengan teknik analisis skoring dan klasifikasi untuk menentukan tingkat potensi masing – masing obyek wisata.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) Obyek wisata yang mempunyai klasifikasi potensi internal tinggi dan klasifikasi potensi eksternal tinggi memperoleh potensi gabungan dengan klasifikasi tinggi. Obyek wisata tersebut adalah Goa Jatijajar, Goa Petruk dan Situs Geologi Karangsembung. Obyek wisata yang mempunyai klasifikasi potensi internal sedang dan klasifikasi potensi eksternal tinggi memperoleh potensi gabungan dengan klasifikasi tinggi. Obyek wisata tersebut adalah Pantai Logending, Pantai Karangbolong, pantai Petanahan, Waduk Wadaslintang dan Pemandian Air Panas Krakal. Obyek wisata yang mempunyai klasifikasi potensi internal sedang dan klasifikasi potensi eksternal tinggi memperoleh potensi gabungan dengan klasifikasi sedang. Obyek wisata tersebut adalah Waduk Sempor. Obyek wisata yang mempunyai potensi internal sedang serta memiliki potensi eksternal sedang ada yang memperoleh potensi gabungan dengan klasifikasi sedang. Obyek wisata tersebut adalah Pantai Pasir dan Pantai Brecong. Obyek wisata yang mempunyai potensi internal sedang dan klasifikasi potensi eksternal rendah memperoleh potensi gabungan dengan klasifikasi rendah. Obyek wisata tersebut adalah Pantai Karangbata dan Pantai Manganti, Pantai Puring, Pantai Ambal dan Pantai Rowo Mirit; (2) Kabupaten Kebumen yang memiliki banyak sekali obyek wisata dapat dibuat menjadi 3 (tiga) paket wisata berdasarkan batasan waktu, berdasarkan jarak antar obyek yang satu dengan yang lain yang berdekatan dan saling berhubungan serta dalam satu paketnya jenis obyek yang ada terdiri dari 2 (dua) jenis yaitu obyek wisata budaya dan obyek wisata alam yang dijadikan satu variasi. Paket tersebut meliputi : Paket Wisata Karst Gombang Selatan yang terdiri dari obyek wisata Goa Jatijajar, Goa Petruk, Pantai Logending (Ayah), Pantai Karangbata, Pantai Pasir, Pantai Karangbolong, Sendang Kantil, Goa Dempok, Goa Intan, Benteng Van Der Wijck dan Sendang Pelus. Paket Wisata Pesisir Selatan yang terdiri dari obyek wisata

Pantai Petanahan, Pantai Puring, Pantai Manganti, Pantai Brecong, Pantai Ambal, Pantai Rawa Mirit, Restoran Sate Ambal dan Pasar Bengkoang. Paket Wisata Kaki Perbukitan Serayu Selatan yang terdiri dari obyek wisata Situs Geologi Karangsembung, Waduk Wadaslintang, Pemandian Air Panas Krakal, Waduk Sempor, Kerajinan anyaman Pandan dan Kios Penjual Legen.

Dari kedua penelitian di atas ada beberapa hal yang diacu oleh peneliti, meliputi : beberapa tujuan khususnya berkaitan dengan keterkaitan ruang antar obyek serta pembentukan paket wisata, metode penelitian serta teknik analisis yang digunakan.

#### **1.6. Kerangka Pemikiran**

Potensi pariwisata di Kabupaten Batang sebenarnya cukup besar karena kondisi topografinya yang berupa perbukitan dan pegunungan menyediakan keindahan alam yang dapat dijadikan sebagai daerah tujuan wisata. Saat ini di Kabupaten Batang telah diidentifikasi 14 obyek wisata. Obyek – obyek wisata tersebut berupa obyek wisata alam serta obyek wisata budaya. Obyek wisata alam meliputi : Pantai Plabuan, Pantai Ujungnegoro, Pantai Sigandu, Wana Wisata Adinuso, Wana Wisata Curug Gombong, Makam Wonobodro, Wana Wisata Curug Binurung, Wana Wisata Curug Genting, Agrowisata Perkebunan Teh Pagilaran, Desa Wisata Silurah, Desa Wisata Sodong serta Pemandian Bandar. Adapun obyek – obyek wisata budaya meliputi : THR Kramat Batang serta Sentra Industri Kulit Warung Asem.

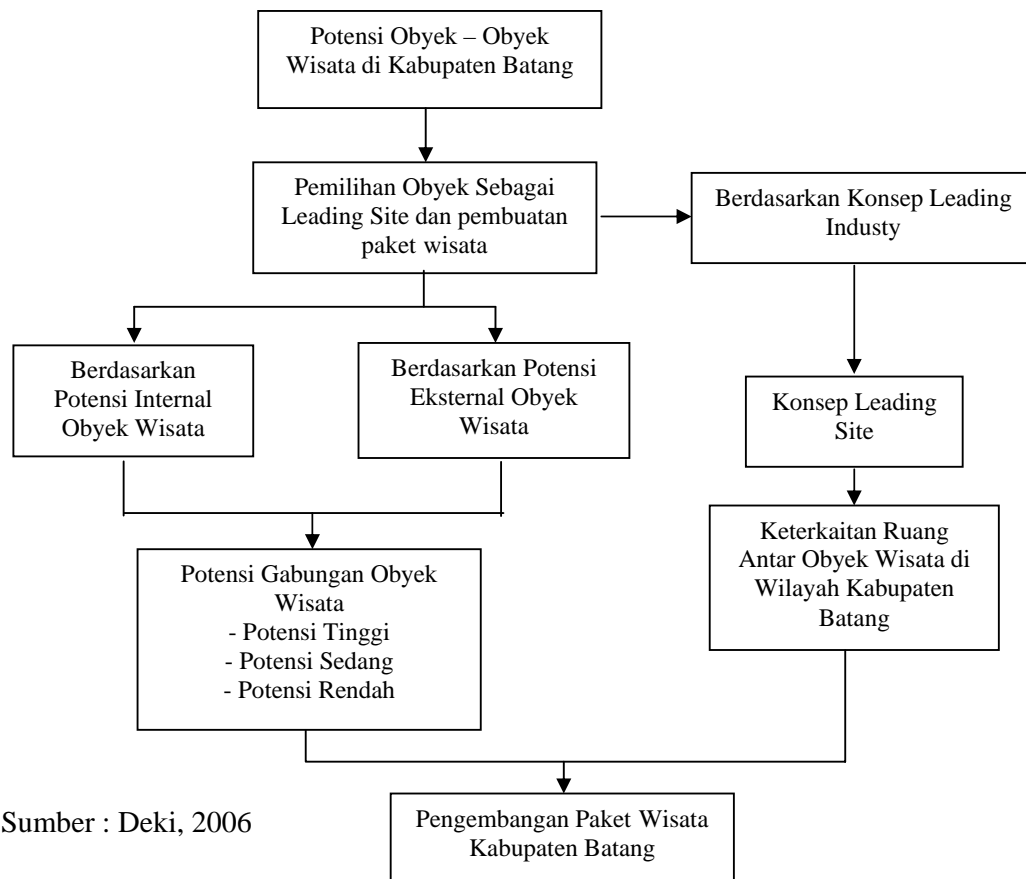
Dalam pengelolaannya, ternyata ditemukan pemasalahan dimana dari 14 obyek wisata yang ada tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan. Hanya ada 6 enam obyek yang telah dikembangkan dan mendatangkan pendapatan bagi pemerintah Kabupaten Batang. Obyek wisata tersebut adalah : Pantai Ujungnegoro, Pantai Sigandu, Wana Wisata Curug Genting, Agrowisata Perkebunan Teh Pagilaran, THR Kramat Batang dan Pemandian Bandar.

Untuk mengatasi perlu segera dilakukan pembenahan serta penggunaan konsep yang tepat untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Batang. Salah satu konsep yang dapat digunakan adalah perumusan keterkaitan keruangan

antar obyek – obyek wisata yang ada didasarkan atas konsep “*leading site*” dimana sebuah obyek wisata yang sudah berkembang harus mampu memacu pengembangan obyek wisata lain di sekitarnya yang belum berkembang. Konsep ini mengacu pada teori kutub pertumbuhan dari Christaller, yaitu : Konsep Leading Industry.

Langkah pertama yang dapat ditempuh adalah harus dicari obyek wisata mana yang mempunyai tingkat potensi yang paling tinggi untuk dikembangkan, dimana seiring dengan berjalannya waktu obyek wisata tersebut akan memberikan pengaruh yang positif terhadap obyek – obyek wisata lain di sekitarnya. Penilaian tingkat potensi obyek wisata ini bisa dilakukan dengan melalui analisis skoring dan klasifikasi dengan berpedoman pada variabel – variabel klasifikasi tingkat potensi obyek wisata yang telah dilakukan sehingga dapat diberikan prioritas pengembangan serta keterkaitan secara keruangan antara obyek wisata di Kabupaten Batang, yaitu : variabel potensi internal, eksternal serta gabungan.

Adapun keterkaitan keruangan antar obyek – obyek wisata yang ada didasarkan atas konsep “*leading site*” dimana sebuah obyek wisata yang sudah berkembang harus mampu memacu pengembangan obyek wisata lain di sekitarnya yang belum berkembang untuk menuju pada pembuatan sebuah paket wisata. Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat diagram alir pemikiran penelitian pada gambar 1.1.



**Gambar 1.1. Diagram Alir Penelitian**

### 1.7. Hipotesis Penelitian

1. Obyek – obyek wisata di Kabupaten Batang sebagian besar memiliki potensi internal yang tinggi namun memiliki potensi eksternal dan gabungan yang rendah.
2. Dengan melihat pada kontribusinya saat ini terhadap pendapatan daerah serta jumlah pengunjung obyek – obyek wisata yang dapat dijadikan sebagai leading site untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Batang adalah Pantai Ujungnegoro, Pantai Sigandu, Wana Wisata Curug Genting, Agrowisata Perkebunan Teh Pagilaran, THR Kramat Batang dan Pemandian Bandar.

3. Dengan melihat pada kedekatan jarak antar obyek, terdapat keterkaitan yang erat, sehingga dapat dikembangkan beberapa paket wisata antar obyek – obyek wisata.

## **1.8. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai instansi serta literatur penunjang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Untuk lebih memperkuat analisis dilakukan pula observasi lapangan untuk memperoleh data primer terutama tentang kondisi masing-masing obyek wisata.

### **1.8.1. Penentuan Daerah Penelitian**

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara purposive sampling. Wilayah Kabupaten Batang dipilih sebagai daerah penelitian dengan pertimbangan wilayah tersebut mempunyai 14 obyek wisata namun hanya 6 yang baru dikelola dan dikembangkan dengan baik. Namun melihat keindahan alam serta kondisi obyek-obyek di daerah penelitian tersebut masih alami, jelas merupakan potensi pariwisata besar untuk dikembangkan.

### **1.8.2. Pengumpulan data**

#### **a. Data Sekunder**

Data sekunder dikumpulkan dari berbagai instansi yang berwenang serta literatur penunjang yang disesuaikan dengan kebutuhan. Adapun data serta sumber data sekunder meliputi :

1. Peta Administrasi Kabupaten Batang
2. Peta Persebaran Obyek Wisata Alam di Kabupaten Batang dari Bappeda.
3. Kabupaten Batang Dalam Angka Tahun 2005 dari BPS.
4. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Batang.

#### **b. Observasi Lapangan**

Observasi lapangan dilakukan untuk memperoleh data-data primer berupa kondisi obyek wisata, potensi obyek wisata, fasilitas obyek wisata serta



aksesibilitas yang menuju lokasi obyek wisata. Observasi lapangan juga dimaksudkan untuk mendukung data-data sekunder yang telah diperoleh.

c. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel potensi obyek wisata. Variabel potensi obyek wisata dibagi atas dua kelompok, yaitu variabel potensi internal obyek wisata dan variabel potensi eksternal obyek wisata. Masing-masing variabel mempunyai kriteria – kriteria yang telah ditentukan. Variabel penelitian ini dibuat dengan mengacu pada variabel dari Depparpostel tahun 1993 yang terdapat pada penelitian Syam Sutriyono (2006) dengan beberapa modifikasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Variabel-variabel penelitian yang digunakan dapat dilihat pada tabel 1.2.

### **1.8.3. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian 1 adalah analisis data sekunder dengan teknik skoring dan klasifikasi. Analisis klasifikasi digunakan untuk menentukan klasifikasi tingkat potensi internal, eksternal serta gabungan masing-masing obyek wisata di wilayah Kabupaten Batang. Adapun tahap-tahap yang ditempuh adalah :

- a. Pemilihan variabel penelitian. Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan variabel dan kriteria potensi obyek wisata.
- b. Skoring yaitu pemberian nilai skor terhadap variabel potensi internal dan eksternal onyek wisata berdasarkan kriteria yang telah dibuat. Nilai skor 1 sampai 3 diberikan pada beberapa variabel penelitian seperti : keragaman atraksi pendukung, kondisi fisik obyek wisata, waktu tempuh, ketersediaan angkutan, prasarana jalan, ketersediaan fasilitas pemenuh kebutuhan fisik, ketersediaan fasilitas pemenuh kebutuhan sosial serta ketersediaan fasilitas pelengkap. Adapun skor 1 sampai 2 digunakan untuk variabel penelitian yang lain (lihat tabel 1.2)

Pada dasarnya pemberian skor tersebut adalah untuk merubah nilai data pada variabel dan kriteria yang telah ditentukan dari nilai kualitatif menjadi kuantitatif. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah analisis data sedangkan nilai skor baik 1 sampai 2 maupun 1 sampai 3 pada

masing-masing variabel potensi obyek wisata merupakan bentuk tingkatan kualitas dari variabel yang dikuantitatifkan. Asumsi dasar yang digunakan adalah semakin besar nilai kualitas dari variabel maka nilai kuantitatifnya semakin besar pula.

- c. Menjumlahkan skor masing-masing variabel penelitian untuk potensi internal obyek wisata dan potensi eksternal pada masing-masing obyek wisata sehingga diperoleh skor total untuk potensi internal, potensi eksternal serta potensi gabungan masing-masing obyek.
- d. Klasifikasi potensi internal dan potensi eksternal masing-masing obyek wisata.

Semua nilai skor yang diperoleh berdasarkan pada variabel dan kriteria penilaian obyek wisata yang telah disusun. Adapun perinciannya secara lebih mendetail dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini.

**Tabel 1.2. Variabel dan Kriteria Penilaian Potensi Obyek Wisata**

Potensi internal	Variabel	Kriteria	Skor
1. Kualitas Obyek Wisata	a. Keunikan dan kelangkaan obyek wisata	▪ Mudah dijumpai di tempat lain	1
		▪ Tidak mudah dijumpai di tempat lain	2
	b. Kekuatan atraksi komponen obyek wisata	▪ Kombinasi komponen alami atau buatan yang dimiliki obyek kurang mampu mempertinggi kualitas dan kesan obyek	1
▪ Kombinasi komponen alami atau buatan yang dimiliki obyek mampu mempertinggi kualitas dan kesan obyek		2	
	c. Kegiatan di lokasi obyek	▪ Hanya kegiatan yang bersifat pasif (hanya menikmati obyek wisata) ▪ Meliputi kegiatan yang bersifat pasif dan aktif (menikmati dan berinteraksi dengan obyek wisata)	1 2
2. Kondisi Obyek Wisata	d. Kondisi fisik obyek wisata secara langsung	▪ Obyek mengalami kerusakan dominan	1
		▪ Obyek sedikit mengalami kerusakan	2
▪ Obyek belum mengalami kerusakan		3	
	e. Kebersihan lingkungan obyek wisata	▪ Obyek wisata kurang bersih dan tidak terawat	1
▪ Obyek wisata cukup bersih dan terawat		2	
Potensi Eksternal	Variabel	Kriteria	Skor
1. Aksesibilitas	f. Waktu tempuh terhadap ibu kota kabupaten (indikasi yang digunakan adalah semakin lama	▪ Waktu tempuh antara obyek dengan ibu kota kabupaten > 2 jam (mengindikasikan lokasi obyek sulit untuk dijangkau)	1
		▪ Waktu tempuh antara obyek dengan ibu kota kabupaten 1 – 2 jam (mengindikasikan lokasi	2

	waktu tempuh maka semakin sulit obyek wisata untuk dijangkau)	<p>obyek tidak terlalu sulit untuk dijangkau)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Waktu tempuh antara obyek dengan ibu kota kabupaten &lt; 1 jam (mengindikasikan lokasi obyek mudah untuk dijangkau)</li> </ul>	3
	g. Ketersediaan angkutan umum untuk menuju lokasi obyek wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak tersedia angkutan umum untuk menuju lokasi obyek</li> <li>▪ Tersedia angkutan umum untuk menuju lokasi obyek, tidak reguler</li> <li>▪ Tersedia angkutan umum untuk menuju lokasi obyek, reguler</li> </ul>	1 2 3
	h. Prasarana jalan menuju lokasi obyek wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak tersedia prasarana jalan yang dapat dilalui motor atau mobil menuju lokasi obyek</li> <li>▪ Tersedia prasarana jalan yang dapat dilalui motor atau mobil menuju lokasi, obyek kondisi kurang baik</li> <li>▪ Tersedia prasarana jalan yang dapat dilalui motor atau mobil menuju lokasi obyek, kondisi baik (beraspal)</li> </ul>	1 2 3
2. Dukungan Pengembangan Obyek	i. Ketersediaan Lahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lahan untuk pengembangan tidak ada</li> <li>▪ Lahan untuk pengembangan tersedia</li> </ul>	1 2
	j. Dukungan paket wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak termasuk dalam agenda kunjungan dan satu paket wisata (tidak terdapat dalam leaflet yang di keluarkan Pemerintah Daerah)</li> <li>▪ Termasuk dalam agenda kunjungan dan satu paket wisata (terdapat dalam leaflet yang di keluarkan Pemerintah Daerah)</li> </ul>	1 2
	k. Keterkaitan antar obyek	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obyek wisata tidak mendapat dukungan dari obyek wisata lain</li> <li>▪ Obyek wisata mendapat dukungan dari obyek wisata lain</li> </ul>	1 2
	l. Pengembangan dan promosi obyek wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obyek wisata belum dikembangkan dan belum terpublikasikan (tidak terdapat dalam leaflet yang di keluarkan Pemerintah Daerah)</li> <li>▪ Obyek wisata sudah dikembangkan dan terpublikasikan (terdapat dalam leaflet yang di keluarkan Pemerintah Daerah)</li> </ul>	1 2

3. Fasilitas penunjang Obyek	m. Ketersediaan fasilitas pemenuhan kebutuhan fisik wisata (makan/ minum, penginapan, bangunan untuk menikmati obyek).	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak tersedia</li> <li>▪ Tersedia 1 – 2 jenis fasilitas</li> <li>▪ Tersedia &gt; 2 jenis fasilitas</li> </ul>	1 2 3
	n. Ketersedian fasilitas pemenuh kebutuhan sosial wisata (tempat ibadah, taman terbuka)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak tersedia</li> <li>▪ Tersedia 1 – 2 jenis fasilitas</li> <li>▪ Tersedia &gt; 2 jenis fasilitas</li> </ul>	1 2 3
4. Fasilitas Pelengkap	o. Ketersediaan fasilitas pelengkap yang terdiri dari: 1. Tempat parkir 2. Toilet/ WC 3. Pusat informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak tersedia</li> <li>▪ Tersedia 1 – 2 jenis fasilitas</li> <li>▪ Tersedia &gt; 2 jenis fasilitas</li> </ul>	1 2 3

Sumber : Depparpostel tahun 1993, dalam Syam Sutriyono, 2006

- e. Pengklasifikasian variabel potensi internal obyek wisata. Dilakukan dengan cara nilai skor total maksimum yang dapat terjadi (11) dikurangi nilai skor total minimum yang dapat terjadi (5) sehingga akan diperoleh nilai interval (6). Selanjutnya nilai interval tersebut dibagi 3. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$KI = \frac{11-5}{3} = \frac{6}{3} = 2$$

Dengan demikian dapat diperoleh 3 klasifikasi dengan formula sebagai berikut :

1. Klasifikasi potensi internal *rendah* bila skor suatu obyek wisata  $5 - < 7$
  2. Klasifikasi potensi internal *sedang* bila skor suatu obyek wisata  $7 - < 9$
  3. Klasifikasi potensi internal *tinggi* bila skor suatu obyek wisata  $9 - 11$
- f. Pengklasifikasian variabel potensi eksternal obyek wisata. Dilakukan dengan cara nilai skor total maksimum yang dapat terjadi (26) dikurangi nilai skor total minimum yang dapat terjadi (9) sehingga akan diperoleh

nilai interval (15). Selanjutnya nilai interval tersebut dibagi 3. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$KI = \frac{26-9}{3} = \frac{17}{3} = 5,6$$

Dengan demikian dapat diperoleh 3 klasifikasi dengan formula sebagai berikut :

1. Klasifikasi potensi eksternal *rendah* bila skor suatu obyek wisata  $9 - < 14,6$
  2. Klasifikasi potensi eksternal *sedang* bila skor suatu obyek wisata  $14,6 - < 20,3$
  3. Klasifikasi potensi eksternal *tinggi* bila skor suatu obyek wisata  $20,3 - 26$
- g. Pengklasifikasian potensi gabungan didasarkan pada hasil penggabungan dari potensi internal dan eksternal yang dimiliki masing masing obyek dengan rumus :  $\frac{\text{Jumlahpotensi} \text{eksternal} + \text{int ernal} \text{tertinggi} - \text{terendah}}{3}$

Kemudian dilakukan klasifikasi sehingga diperoleh tingkatan yang meliputi :

1. kelas potensi rendah : data terkecil - < (data terkecil +KI).
2. kelas potensi sedang : (data terkecil +KI) - < ((data terkecil +KI) + KI).
3. kelas potensi tinggi : ((data terkecil +KI) + KI) – data terbesar.

Untuk menjawab tujuan 3 berupa mengetahui keterkaitan antar obyek wisata secara keruangan di wilayah Kabupaten Batang dilakukan melalui analisis peta, deskripsi serta pengelompokan obyek wisata dengan dasar kedekatan jarak masing – masing obyek untuk menuju pembuatan sebuah paket wisata.

### **1.9. Batasan Operasional**

Obyek wisata adalah obyek atau atraksi yang memungkinkan untuk dipublikasikan, dipasarkan, dikelola serta dikembangkan menjadi sebuah tempat peristirahatan atau bersenang-senang dalam sementara waktu dan dapat diambil manfaat dari obyek tersebut (Yoeti, 1995).

Leading Site adalah sebuah obyek wisata yang sudah berkembang harus mampu memacu pengembangan obyek wisata lain di sekitarnya yang belum berkembang untuk menuju pada pembuatan sebuah paket wisata (Christaller dalam Syam Sutriyono, 2006)

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut (Pendit, 1999).

Pengembangan adalah usaha untuk mengembangkan suatu proses atau pembangunan yang telah atau dilaksanakan (Pendit, 1999).

Potensi eksternal obyek wisata adalah potensi wisata yang mendukung pengembangan suatu obyek wisata yang terdiri dari aksesibilitas, fasilitas penunjang dan fasilitas pelengkap (Pendit, 1999).

Potensi internal obyek wisata adalah potensi wisata yang dimiliki oleh obyek itu sendiri yang meliputi komponen, kondisi obyek, kualitas obyek dan dukungan bagi pengembangan obyek (Pendit, 1999).

Potensi obyek wisata adalah kemampuan yang dimiliki oleh obyek wisata yang dapat dikembangkan (Pendit, 1999).