

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan kepariwisataan merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek wisata dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah dan purbakala. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata tersebut apabila dipadukan dengan pengembangan usaha dan sarana pariwisata, seperti biro perjalanan, jasa konvensi, penyediaan akomodasi dan penyediaan jasa transportasi wisata akan berfungsi disamping meningkatkan daya tarik bagi bertambahnya jumlah wisatawan juga mendukung berkembangnya obyek dan daya tarik sebuah obyek wisata baru.

Berkembangnya pembangunan pariwisata dapat dilihat dari peningkatan jumlah devisa yang diraih oleh sektor pariwisata dan semakin banyaknya Daerah Tujuan Wisata (DTW). Perkembangan dan perubahan dari tahun ke tahun juga dialami oleh pariwisata di Indonesia. Pariwisata di Indonesia kini memberikan peran yang nyata dalam memberikan manfaat terhadap kegiatan ekonomi, sosial dan budaya bangsa. Kesempatan kerja bagi orang-orang yang terampil dalam bidang pariwisata semakin bertambah banyak jumlahnya, pendapatan negara dari sektor pajak dan devisa semakin bertambah, keadaan sosial masyarakat yang terlibat dalam sektor ini semakin baik.

Adapun perkembangan sektor pariwisata dalam perekonomian Indonesia juga dapat dilihat dari kontribusi wisatawan beberapa tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1. Perkembangan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara
di Indonesia 2006 – 2010

Tahun	Wisatawan Mancanegara		Wisatawan Nusantara	
	Jumlah (orang)	Devisa (Juta USD)	Jumlah (orang)	Pendapatan Negara (Triliun Rupiah)
2006	5.321.165	4.797,88	111.353	71,70
2007	5.002.101	4.521,89	112.701	74,72
2008	4.871.351	4.447,98	114.270	88,21
2009	5.505.759	5.345,98	115.335	108,96
2010	6.429.027	7.377,39	117.213	123,17

Sumber: Departemen Budaya dan Pariwisata 2011

Sektor pariwisata dapat memberikan sumbangan devisa yang cukup besar bagi perekonomian nasional, maka upaya pengembangan wilayah–wilayah yang potensial yang belum berkembang dan masih tertinggal dibandingkan dengan daerah–daerah tujuan wisata yang lainnya merupakan langkah yang strategis dan mendesak untuk segera dilaksanakan. Pariwisata diharapkan mampu mendorong pembangunan daerah–daerah yang masih tertinggal, sehingga ketimpangan pembangunan secara keruangan (*spasial*) dapat diperkecil.

Sejak awal dekade delapan puluhan kepariwisataan yang semula wisatawan memperoleh kesenangan di daerah tujuan wisata, telah bergeser selain kesenangan juga ingin memperoleh pengalaman baru. Wisatawan menghendaki memperoleh berwisata yang berkualitas dengan melaksanakan kontak yang lebih mendalam dengan alam dan masyarakat. Adanya keinginan wisatawan yang umumnya berasal dari negara maju atau negara-negara industri untuk memperoleh pengalaman baru, kontak lebih mendalam terhadap alam dan masyarakat sangat menguntungkan bagi negara-negara tropika, termasuk Indonesia (Fandeli, 2002).

Indonesia yang terdiri dari bermacam–macam daerah memiliki kekhasan masing–masing dan relatif masih alami yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dengan kualitas berskala nasional dan global. Potensi–potensi tersebut jika dimanfaatkan secara optimal akan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi daerah masing-masing. Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar yang masih kurang dikembangkan adalah Kabupaten Bantul.

Kabupaten Bantul kaya akan sumberdaya yang dapat dikembangkan untuk Obyek Daya Tarik Wisata (yang selanjutnya disingkat dengan ODTW).

Pada masa depan, kepariwisataan di Kabupaten Bantul cukup potensial untuk dapat dikembangkan sebagai daerah wisata *mass tourism* dan dirintisnya wisata minat khusus. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari tabel 1.2 serta *key person* dari Dinas Pariwisata setempat bahwa hanya empat obyek wisata pantai yang dikelola oleh Pemda Kabupaten Bantul. Keempat pantai yang mendapat perhatian khusus dari pemerintah tersebut meliputi Pantai Parangtritis, Pantai Samas, Pantai Pandansimo dan Pantai Kwaru. Kabupaten Bantul sebenarnya masih memiliki empat obyek pantai lainnya yang cukup potensial untuk dikembangkan. ODTW minat khusus ini justru didorong untuk dapat dikembangkan, seiring meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara.

Sebagai daerah yang tidak dapat dipisahkan dari kepariwisataan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, peran Kabupaten Bantul amatlah penting. Kabupaten Bantul mempunyai nilai kepariwisataan yang tidak kalah dengan daerah lainnya di Yogyakarta. Obyek wisata di Bantul mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang, untuk itu pembangunan pariwisata diarahkan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat, menciptakan lapangan kerja dan kesempatan usaha, serta mendukung kegiatan ekonomi yang terkait dengan pelestarian dan pengembangan kebudayaan daerah dengan memanfaatkan keindahan dan kekayaan alamnya.

Karakter wilayah yang terjadi di Kabupaten Bantul relatif beragam. Apabila dilihat bentang alamnya secara makro, wilayah ini terdiri dari daerah dataran yang terletak pada bagian tengah dan daerah perbukitan yang terletak pada bagian timur dan barat, serta kawasan pantai di sebelah selatan. Bagian selatan ini merupakan bagian dari daerah bagian tengah dengan keadaan alamnya yang berpasir dan sedikit berlagun, terbentang di pantai selatan dari Kecamatan Srandakan, Sanden dan Kretek. Wilayah pesisir Kabupaten Bantul sebagian besar mempunyai zone dataran rendah dan sedikit zona perbukitan (sekitar Pantai Parangtritis). Kondisi lahan di daerah perbukitan umumnya terdiri dari batuan kapur dan tanah yang dangkal, dengan akses jalan yang naik turun dan berkelok tajam. Ketersediaan air tanah permukaan (sumur dangkal) di wilayah perbukitan juga sangat terbatas. Air bawah tanah di wilayah ini yang tersedia cukup banyak

namun terdapat di puluhan sampai ratusan meter jaraknya dari permukaan tanah, sehingga sulit dijangkau dengan pengeboran sumur biasa. Sedangkan lahan di kawasan dataran rendah di pesisir Kabupaten Bantul ini umumnya merupakan pasir pantai yang sangat *porous* (mudah meloloskan air) sehingga mudah kering dan tingkat kesuburan tanah yang relatif rendah. Kondisi iklim, terutama angin, bertiup cukup kencang dan mampu merobohkan tanaman semusim apabila tanpa pelindung (pagar). Kondisi air tanah dengan pH netral hampir mendekati garis pantai dengan jarak sekitar 50–100 meter.

Kawasan pesisir pantai Kabupaten Bantul yang berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia inilah yang justru dikembangkan. Pantai paling ujung barat yaitu Pantai Pandansimo yang terletak di Desa Poncosari, Kecamatan Srandakan yang berbatasan dengan Kabupaten Kulonprogo. Sedangkan pantai paling ujung timur di Kabupaten Bantul ini adalah Pantai Parangtritis yang terletak di Desa Parangtritis, Kecamatan Kretek yang berbatasan dengan Kabupaten Gunungkidul.

Dari sekian banyak pantai yang telah dikenal oleh masyarakat di Kabupaten Bantul, hanya beberapa obyek wisata yang telah menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam sektor pariwisata. Sedangkan pendapatan keempat obyek wisata pantai lainnya baru mampu untuk memenuhi kesejahteraan penduduk serta pengelolaan daerah setempat.

Berikut adalah tabel data pengunjung serta pendapatan beberapa obyek wisata pantai di Kabupaten Bantul dari tahun 2006 hingga tahun 2010.

Tabel 1.2. Data Pengunjung dan Penerimaan PAD Obyek Wisata Pantai
Kabupaten Bantul Tahun 2006 – 2010

Obyek Wisata Pantai		Tahun				
		2006	2007	2008	2009	2010
Parang-tritis	Pengunjung	55.025	223.082	297.260	453.772	305.843
	Pendapatan	87.206.950	350.508.200	464.993.900	1.260.028.600	961.446.500
Samas	Pengunjung	2.082	8.297	10.532	15.826	8.412
	Pendapatan	2.445.900	9.398.400	11.372.900	30.433.400	18.636.500
Pandan-simo	Pengunjung	1.828	5.734	5.702	7.333	12.727
	Pendapatan	1.541.100	5.099.700	5.608.800	14.117.200	27.915.000
Kwaru	Pengunjung	-	-	-	-	85.552
	Pendapatan	-	-	-	-	370.326.000

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bantul, 2011

Keindahan wisata alam pantai di Kabupaten Bantul kurang mampu membuat investor dalam maupun luar negeri tertarik untuk menanamkan modalnya di daerah tersebut. Secara langsung maupun tidak langsung. Fenomena tersebut dapat dilihat dari perkembangan investasi dari sektor pariwisata selama empat tahun terakhir cenderung mengalami penurunan. Untuk mengetahui lebih jelasnya berikut ini adalah tabel perkembangan sektor pariwisata Kabupaten Bantul.

Tabel 1.3. Perkembangan Investasi Sektor Pariwisata Kabupaten Bantul
Tahun 2007 – 2010

No.	Tahun	Jenis Investasi	Jumlah Investor	Nilai Investasi	
				US	Rp
1.	2007	PMA	48	27.525.328	266.278.885.773
		PMDN	17		141.368.575.800
2.	2008	PMA	53	29.575.328	266.278.885.773
		PMDN	17		201.868.575.800
3.	2009	PMA	54	30.625.328	266.278.885.773
		PMDN	18		141.368.575.800
4.	2010	PMA	44	19.398.062	850.000.000
		PMDN	16		133.176.575.800

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, 2011

Hal ini disebabkan karena kurangnya sarana dan prasarana transportasi untuk menuju ke beberapa daerah obyek wisata pantai yang ada di Kabupaten Bantul. Permasalahan pengembangan pariwisata di Bantul yang lain adalah masih terdapat beberapa obyek wisata pantai yang belum siap dipasarkan apabila dilihat dari segi sarana dan prasarana pendukung pariwisata yang rusak akibat fenomena alam berupa bencana gempa bumi dan juga imbas tsunami yang terjadi di laut selatan tahun 2007 yang lalu. Minimnya upaya promosi obyek-obyek wisata pantai yang ada baik dari media cetak maupun elektronik juga menjadi salah satunya permasalahan pengembangan pariwisata di Kabupaten Bantul. Hal ini yang menyebabkan masyarakat umum kurang mengetahui potensi-potensi yang ada di obyek wisata pantai tersebut. Pada dasarnya pengembangan pariwisata pantai di Kabupaten Bantul bukanlah hal yang mustahil untuk dapat dilakukan, melihat delapan pantai yang membentang dari barat ke timur yang potensial untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata. Sebagai langkah awal pengembangan pariwisata pantai, terlebih dahulu mengetahui dan menggali potensi yang dimiliki oleh obyek wisata pantai yang ada, untuk itu dilakukan penelitian dengan judul **“Identifikasi Potensi Pantai Untuk Pengembangan Pariwisata Pantai di Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disebutkan maka dapat dibuat suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. bagaimana potensi wisata pantai masing-masing yang ada di Kabupaten Bantul, dan
2. bagaimana prioritas pengembangan masing-masing obyek wisata pantai yang ada di Kabupaten Bantul.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. menentukan potensi internal dan eksternal dari masing-masing obyek wisata pantai di daerah penelitian; dan
2. memberikan usulan arahan pengembangan masing-masing obyek wisata bagi Pemda berdasarkan potensi, permintaan pasar serta permasalahannya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah dalam perencanaan pembangunan daerah.
2. Sebagai wacana dalam ilmu pengetahuan dan penelitian dalam bidang pariwisata.
3. Sebagai aplikasi ilmu geografi dalam pengembangan potensi pariwisata.
4. Sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program sarjana S1 Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

1.5. Tinjauan Pustaka

Geografi adalah ilmu yang mempelajari hubungan kausal gejala-gejala muka bumi dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di muka bumi, baik yang bersifat fisik maupun yang menyangkut makhluk hidup beserta permasalahannya melalui pendekatan keruangan, ekologi dan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan pembangunan (Bintarto & Surastopo, 1979).

Setiap ilmu memiliki ciri tersendiri, hal ini berfungsi untuk membedakan ilmu tersebut dengan ilmu yang lain. Seorang pakar Geografi Indonesia, R. Bintarto (1983) menyebutkan ciri-ciri geografi modern.

1. Geografi erat kaitannya dengan lingkungan.
2. Geografi memperhatikan penyebaran manusia dalam ruang dan kaitannya dengan lingkungan, serta cara bagaimana ruang dan sumber daya dapat dimanfaatkan melalui pengelolaan wilayah tersebut.
3. Dalam geografi terdapat unsur jarak, unsur interaksi dan unsur penyebaran.
4. Dalam geografi terdapat sistem ekologi dan keruangan.
5. Selain itu geografi merupakan suatu disiplin ilmu yang berorientasi pada masalah dalam rangka interaksi antara manusia desa dan kota dengan lingkungannya.
6. Geografi yang sifatnya terpadu mempunyai berbagai pendekatan yaitu : pendekatan analisis keruangan, pendekatan analisis ekologi dan pendekatan analisis wilayah.
7. Pendekatan yang digunakan geografi terpadu tidak membedakan antara unsur fisis dan unsur manusiawi.

Dari ciri-ciri tersebut dapat disimpulkan bahwa pembahasan geografi pada dasarnya adalah membicarakan fenomena alam dengan non alam (manusia) yang dikaji dalam lingkup keruangan (Sujali 1989). Pembahasan geografis yang dimaksud adalah menyangkut hal-hal yang bersumber kepada hubungan timbal balik antara manusia dengan lingkungan alamnya dimana dapat dilihat manusia sebagai pelaku atau subyeknya dan daerah tujuan wisata sebagai obyek dalam pariwisata.

Salah satu kontribusi terbesar dari geografi dalam bidang pariwisata dan rekreasi adalah perencanaan pembangunan dan analisis kebijakan disektor pariwisata. Pariwisata dan rekreasi telah menjadi subyek utama dari analisis geografi sejak lebih dari 70 tahun dan dikembangkan menjadi area penerapan ilmu geografi yang signifikan (Hall & Pages, 1999).

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi,

tetapi semata – mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya atau rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 1997).

Pariwisata menurut Undang – Undang no 10 tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Masih menurut Undang – Undang Kepariwisata, definisi 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.

Menurut Dirjen Pariwisata Republik Indonesia tahun 2000 ada tiga bentuk bahan dasar yang harus dimiliki oleh suatu industri pariwisata. Berikut ini adalah tiga bentuk bahan dasar tersebut.

1. Obyek Wisata Alam (*Natural Resources*)

Suatu bentuk dari obyek wisata alam berupa pemandangan alam seperti bentuk lingkungan pegunungan, pantai, lingkungan hidup yang berupa flora dan fauna atau bentukan alam lainnya yang menarik.

2. Obyek Wisata Budaya (*Cultural Resources*)

Obyek wisata budaya adalah obyek wisata yang banyak dipengaruhi oleh kehidupan atau lingkungan manusia. Wujud dari bentuk wisata ini diantaranya seperti museum, upacara adat, bentuk kesenian dan kebiasaan hidup yang menarik.

3. Obyek Wisata Buatan/ Manusia (*Human Made Resources*)

Obyek wisata ini sangat dipengaruhi oleh aktifitas serta kreatifitas manusia. Wujud dari obyek wisata ini berupa tempat wisata yang dibangun untuk tujuan wisata, seperti Taman Mini, Taman Wisata Kota dan lain sebagainya.

Tiga bentuk bahan dasar tersebut dapat juga disebut dengan modal kepariwisataan. Modal kepariwisataan dapat dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menahan wisatawan sampai berhari-hari dan dapat dikunjungi berkali-kali pada kesempatan lain. Atraksi demikian itu adalah atraksi penahan.

Sebaliknya, ada atraksi yang hanya dapat menarik kedatangan wisatawan, yang biasanya disebut sebagai atraksi penangkap wisatawan (Soekadijo, 1996 dalam Tutik, 1999).

Konsep lain yang mendukung tentang kepariwisataan alam atau wisata alam terbuka juga dikatakan oleh (Pearce, 1981) bahwa Pariwisata ruang terbuka merupakan salah satu bentuk penggunaan lahan, sehingga pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan kondisi fisik lahan dan prinsip-prinsip konservasi. Dalam inventarisasi sumberdaya pariwisata menggunakan pendekatan yang memadukan kepentingan pariwisata dan konservasi. Inventarisasi tersebut meliputi data geologi, klimatologi, bentuklahan, vegetasi dan tanah sebagai dasar klasifikasi kemampuan lahan. Selanjutnya kelas kesesuaiannya ditentukan dengan menambahkan pertimbangan kualitas panorama, flora dan fauna, budaya, dan kepentingan.

Seperti yang diungkapkan (Sujali, 1989) bahwa pengembangan kepariwisataan tidak akan terlepas dengan unsur fisik dan non fisik (sosial, ekonomi dan budaya). Faktor geografi merupakan faktor penting untuk pertimbangan pengembangan kepariwisataan, iklim mempengaruhi tumbuh dan kembangnya potensi pariwisata. Faktor geografi lainnya yang dapat digunakan sebagai alternatif penentu kebijakan pembangunan dan pengembangan pariwisata adalah tanah, geologi, hidrologi, kemiringan lereng dan vegetasi.

Unsur pokok dalam industri pariwisata menurut Pendit (1999) ada 10 macam diantaranya sebagai berikut.

1. Politik pemerintah

Yang dimaksud dengan politik suatu pemerintah dalam hubungannya dengan industri pariwisata ini adalah sikap pemerintah terhadap kunjungan wisatawan di negara tersebut, baik berupa kebijakan pemerintah di bidang pariwisata, pengeluaran Undang-Undang Kepariwisataan, maupun kondisi/ suasana politik yang tengah berlaku di suatu negara.

2. Perasaan ingin tahu

Pada dasarnya, hal yang paling utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang terpendam yang pada hakekatnya ingin mengetahui segala sesuatu yang ada didalam dan diluar lingkungannya.

3. Sifat ramah tamah

Sikap ramah tamah merupakan salah satu “modal potensial” yang besar dibidang pariwisata. Disamping keindahan alam dan atraksi yang menarik, sifat ramah tamah merupakan “investasi tak nyata” dalam arti kata yang sesungguhnya dalam industri pariwisata, karena sikap ini merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

4. Jarak dan waktu

Jarak antara obyek wisata yang satu dengan yang lainnya, berkaitan dengan waktu tempuh dan alat transportasi yang ada di suatu daerah tujuan wisata. Waktu inilah yang harus dipergunakan sebaik-baiknya dengan tepat, cepat dan lancar.

5. Atraksi

Dalam dunia kepariwisataan, segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat baik yang diadakan secara rutin setiap hari, maupun yang khusus diadakan pada waktu tertentu, disebut “atraksi”. Dalam kegiatan pariwisata, atraksi-atraksi ini harus dikoordinasi sedemikian rupa dalam suatu penyajian atraksi yang harmonis dan menarik dengan latar belakang panorama keindahan alam dan peninggalan kebudayaan masyarakat setempat yang dijaga kelestariannya agar dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

6. Akomodasi

Sebagai unsur yang dengan sendirinya dibutuhkan, maka akomodasi merupakan faktor yang sangat penting. Ia merupakan “rumah sementara” bagi sang wisatawan yang dalam sejauh dan sepanjang

perjalanannya membutuhkan dan mengharapkan kenyamanan, keamanan, pelayanan yang baik serta kebersihan.

7. Pengangkutan

Seperti halnya akomodasi, faktor pengangkutan atau transportasi dalam dunia pariwisata membutuhkan pula syarat-syarat tertentu, antara lain jalan-jalan yang baik, lalu lintas yang lancar, serta ketersediaan alat transportasi yang murah dan mudah didapat.

8. Harga – harga

Wisatawan luar negeri pada umumnya, seperti halnya orang biasa dimana-mana, bukanlah merupakan orang-orang kaya raya yang berkelebihan uang, dan karenanya dengan sendirinya ia menginginkan segala sesuatu yang hendak dibelinya memiliki harga yang relatif murah, setidaknya wajar menurut ukuran mereka.

9. Publisitas dan promosi

Publisitas dan promosi yang dimaksud disini adalah kampanye atau propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara kontinyu, baik yang sifatnya kedalam negeri dengan tujuan menggugah kesadaran akan kepariwisataan, ataupun yang sifatnya keluar negeri dengan tujuan mempromosikan keindahan obyek wisata yang ada serta fasilitas-fasilitas yang telah tersedia.

10. Kesempatan berbelanja

Kesempatan berbelanja atau yang lazim pula disebut *shopping* adalah kesempatan bagi wisatawan untuk membeli suatu barang kenangan (*souvenir*) yang khas dari daerah tujuan wisata untuk dibawa pulang ke rumah/negara asalnya sebagai bukti bahwa ia pernah mengunjungi tempat tersebut.

Pengertian wilayah pesisir menurut BAKOSURTANAL (1990) adalah jalur saling pengaruh antara darat dan laut, mempunyai ciri geosfer khusus, kearah darat dibatasi oleh pengaruh sifat fisik laut dan social ekonomi bahari, sedangkan kearah laut dibatasi oleh pengaruh proses alami serta akibat kegiatan manusia

terhadap lingkungan didarat. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa wilayah pantai atau pesisir merupakan wilayah yang luas dimana daerah itu masih bias dihuni dan dimanfaatkan oleh manusia dengan segala aktivitasnya, seperti adanya perkampungan nelayan, daerah gumuk pasir, daerah terbuka sampai pada daerah pasang surut.

Untuk mendapatkan hasil pembangunan kepariwisataan yang optimal ada tiga komponen yang harus dipersiapkan untuk diperhatikan dan komponen tersebut menurut Sujali (1989) berupa :

1. tersedianya obyek wisata yang dapat dinikmati atau adanya atraksi yang dapat dilihat, atraksi yang dimaksud tentu saja sesuai dengan bentuk potensinya, atraksi budaya atau atraksi bentuk alam;
2. tersedianya sarana transportasi dan perhubungan, komponen ini sangat terasa manfaatnya pada proses perkembangan kepariwisataan yang mempunyai jangkauan keluar; dan
3. komponen penunjang, yang berupa akomodasi dan sarana infrastruktur.

Menurut Pearce (1981), penyediaan fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang diperlukan oleh wisatawan sangat penting untuk diperhatikan dalam perencanaan pengembangan pariwisata di suatu daerah. Adapun jenis-jenis elemen dalam pelayanan yang dimaksud seperti :

1. atraksi,
2. transportasi,
3. akomodasi,
4. fasilitas pendukung, dan
5. infrastruktur.

Dalam melakukan kegiatan wisata, dibutuhkan suatu jaringan pelayanan dan fasilitas-fasilitas sebagai dampak dari adanya interaksi antara daerah asal wisatawan, daerah antara, dan daerah tujuan. Wisatawan membutuhkan suatu fasilitas-fasilitas yang menunjang dalam melakukan kegiatan wisata. Untuk alasan inilah banyak literatur pembangunan pariwisata yang berorientasi pada daerah

tujuan (obyek wisata) dengan perhatian difokuskan pada beberapa sektor seperti atraksi, akomodasi, fasilitas pendukung dan infrastruktur.

1.6. Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang masalah kepariwisataan pantai pernah dilakukan oleh Heru Pramono dalam tesisnya yang berjudul “Unsur-unsur Geografi yang Mempengaruhi Perkembangan Daerah Wisata Parangtritis, Yogyakarta”. Penelitiannya hanya mengkaji faktor-faktor geografi yang mempengaruhi obyek wisata Parangtritis tanpa mengkaji faktor *demand*.

Penelitian yang lain dilakukan oleh Luh Tutik Suardani yang berjudul “Pengembangan Kawasan Obyek Wisata Pantai Utama di Kabupaten Buleleng Propinsi Bali” hanya mengkaji faktor *supply* yang berupa potensi-potensi internal maupun eksternal dengan membandingkan obyek-obyek wisata pantai.

Widi Hartanto dengan penelitian yang berjudul “Analisis Potensi Obyek Wisata di Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali” yang mengkaji klasifikasi potensi wisata menjadi tiga (tinggi, sedang dan rendah) serta mengkaji pengembangan bagi obyek wisata yang mempunyai potensi paling tinggi.

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini akan dikaji faktor *supply* dan faktor *demand*. Faktor *demand* diteliti dalam hubungannya dengan strategi pemasaran suatu produk wisata. Analisis pasar itu perlu untuk menentukan potensi pasar, yaitu untuk menentukan jenis permintaan yang ada di pasar wisata. Hal ini diperlukan untuk menentukan kebijakan produksi dan strategi marketing.

Tabel 1.4.
Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian yang Dilakukan

No.	Nama (Tahun)	Judul	Metode	Hasil
1.	Heru Pramono (1992)	Unsur-unsur Geografi yang Mempengaruhi Perkembangan Daerah Wisata Parangtritis, Yogyakarta	Survei : kuesioner, interview, observasi dan dokumenter	Mengkaji faktor-faktor geografi yang mempengaruhi obyek wisata
2.	Luh Tutik Suardani (1999)	Pengembangan Kawasan Obyek Wisata Pantai Utama di Kabupaten Buleleng Propinsi Bali	Analisis data sekunder dan survey : purposive sampling	Mengkaji faktor <i>supply</i> (penawaran obyek-obyek wisata) dengan membandingkan obyek wisata pantai yang ada
3.	Widi Hartanto (2004)	Analisis Potensi Obyek Wisata di Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali	Analisis data sekunder	Mengkaji klasifikasi potensi obyek-obyek wisata dan pengembangan bagi obyek wisata yang berpotensi paling tinggi
4.	Choirin Nisak (Sekarang)	Identifikasi Potensi Pantai Untuk Pengembangan Pariwisata Pantai di Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	Analisis data sekunder dan survey : sensus, kuesioner, indepth interview dengan key person	Mengkaji potensi pantai agar dapat memberikan kebijakan serta strategi pengembangan dan pemasaran pariwisata pantai

1.7. Kerangka Pemikiran

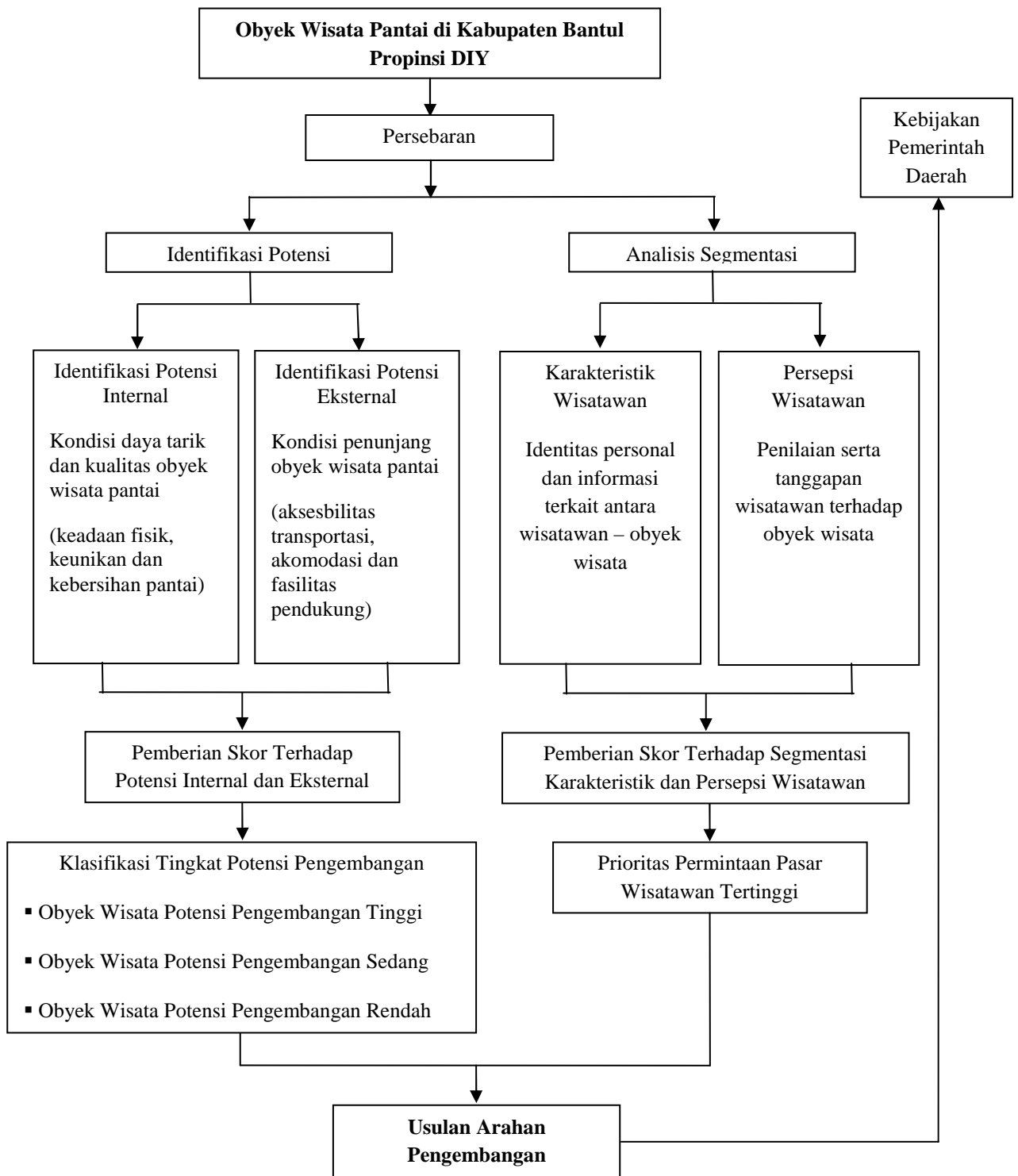
Obyek wisata merupakan modal yang sangat penting bagi pengembangan wisata suatu daerah. Agar pengembangan suatu obyek wisata dapat optimal, harus memperhatikan potensi wisata masing-masing obyek wisata tersebut. Untuk mengetahui potensi wisata masing-masing obyek wisata tersebut, digunakan pengelompokan variabel menurut teori Pearce. Variabel yang digunakan untuk mengetahui potensi wisata dibedakan menjadi variabel daya tarik/ atraksi wisata, akomodasi, transportasi dan fasilitas pendukung lainnya dimana masing-masing variabel memiliki beberapa indikator.

Penelitian kali ini menggunakan dua faktor yang diteliti, yaitu faktor kondisi obyek (potensi pengembangan) dan faktor permintaan pasar (wisatawan) dalam pembuatan arahan kebijakan bagi Pemda setempat untuk mengembangkan kesembilan obyek wisata pantai yang menjadi obyek penelitian kali ini. Potensi pengembangan meliputi potensi internal dan potensi eksternal/ pendukung pariwisata. Setelah potensi pengembangan pariwisata kedelapan obyek penelitian diperoleh, kemudian dibandingkan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis klasifikasi. Dari hasil klasifikasi akan dihasilkan obyek wisata pantai yang memiliki potensi pengembangan tinggi, sedang atau rendah.

Untuk mengetahui permintaan pasar (wisatawan), selain melihat ada atau tidaknya tempat pembayaran retribusi pada setiap obyek wisata juga menggunakan faktor segmentasi/karakteristik serta tanggapan/persepsi wisatawan tentang kondisi obyek wisata yang dikunjunginya, yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada wisatawan. Dari situ akan terlihat bagaimana tanggapan wisatawan terhadap kedelapan obyek penelitian serta obyek wisata pantai manakah yang paling diminati wisatawan.

Setelah diketahui potensi pengembangan dari tiap-tiap obyek serta memperhatikan permintaan pasar wisatawan, akan diperoleh obyek wisata manakah dari kedelapan pantai yang menjadi obyek penelitian ini yang harus mendapatkan prioritas pengembangan dari pemerintah daerah setempat dan usulan arahan kebijakan untuk pengembangan pariwisata pantai di Kabupaten Bantul.

Untuk lebih jelasnya tentang variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini, dapat dilihat gambar 1.1.



Sumber : Penulis

Gambar 1.1. Diagram Kerangka Pemikiran

1.8. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey. Metode penelitian survey adalah suatu metode penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1987). Adapun tahapan-tahapan yang digunakan pada penelitian ini meliputi :

1. Pemilihan penelitian
2. Sampling data penelitian
3. Analisis data penelitian

1.8.1. Pemilihan Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian di Kabupaten Bantul, Provinsi Yogyakarta berdasarkan pada :

- ✓ Kabupaten Bantul dikenal memiliki obyek pariwisata alam khususnya obyek wisata pantai yang menarik dan masih asri serta tidak kalah indah bila dibandingkan dengan obyek–obyek wisata alam lain yang ada di Provinsi Yogyakarta.
- ✓ Pemerintah daerah setempat melalui Dinas Pariwisata yang sedang berusaha mengembangkan obyek–obyek wisata yang ada didaerah tersebut.

Pemilihan obyek wisata pantai yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sensus, yaitu metode pengambilan sampel yang meliputi seluruh populasi yang diinginkan (Singarimbun, 1987). Pada penelitian kali ini yang menjadi seluruh populasi yang diinginkan dalam pemilihan obyek wisata sebagai obyek penelitian adalah seluruh obyek wisata pantai yang ada di Kabupaten Bantul. Adapun obyek wisata pantai tersebut meliputi Pantai Parangtritis, Pantai Parangkusumo, Pantai Depok, Pantai Samas, Pantai

Pandansari, Pantai Goa Cemara, Pantai Kwaru dan Pantai Pandansimo. Pantai-pantai tersebut merupakan pantai-pantai yang sudah mendapat maupun belum mendapat perhatian lebih dari Pemerintah Daerah setempat dalam hal pengembangan pariwisata. Meskipun demikian, pantai-pantai tersebut dianggap cukup representatif untuk dijadikan obyek wisata pantai.

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis data yaitu data primer sebagai data pokok dan data sekunder sebagai data tambahan. Data primer diperoleh dari kuesioner, *indepth interview* dengan *key person*, serta dari pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder digunakan sebagai data tambahan untuk melihat perkembangan obyek penelitian dari waktu ke waktu. Data sekunder diperoleh dari instansi pemerintah maupun lembaga-lembaga lain yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata. Setelah data yang dibutuhkan diperoleh, kemudian diolah dan dianalisis agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, adapun jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.5.

Tabel 1.5.

Jenis Data Sekunder

Data Sekunder	Sumber Data
1. Peta administrasi lokasi daerah penelitian, luas, letak obyek, batas administrasi dan batas obyek wisata.	1. Dinas Pariwisata, BPN, Bappeda
2. Kondisi fisik yang meliputi topografi, iklim, hidrologi, tanah, geologi dan vegetasi	2. Dinas Pertanian, Bappeda
3. Jumlah penduduk, pertumbuhan penduduk, kepadatan penduduk dan komposisi penduduk	3. BPS
4. Jumlah wisatawan dan lama kunjungan	4. Dinas Pariwisata, Bappeda
5. Kondisi dan karakteristik obyek wisata pantai di Kabupaten Bantul	5. Dinas Pariwisata, Bappeda

Sumber : Penulis, 2011

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penjabaran dari faktor lokasi yang diperlukan untuk menilai potensi suatu wilayah, dalam hal ini Satuan Wilayah Pengembangan (SWP) obyek wisata sebagai unit analisis. Variabel–variabel tersebut digunakan untuk menilai kemampuan masing–masing obyek wisata untuk dapat dikembangkan.

Variabel adalah konsep yang diberi nilai lebih dari satu. Penentuan variabel penelitian dalam suatu penelitian ilmiah merupakan hal yang penting karena dengan menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya dapat diperoleh suatu gambaran yang sistematis dari suatu fenomena (Pearce, 1981).

Pemilihan variabel–variabel yang digunakan pada penelitian kali ini mengacu pada buku *Tourist Development* karangan Pearce, yang mengelompokkan indikator menjadi empat yaitu daya tarik obyek, transportasi, akomodasi dan fasilitas pendukung. Untuk penilaian potensi daya tarik obyek dikombinasikan dengan standar penilaian kualitas pemandangan yang dikeluarkan oleh Pusat Penelitian Perencanaan Pembangunan Nasional (P4N UGM) dan Studi Penyusunan Pedoman Pantai Lestari tahun 2000 dengan modifikasi. Untuk lebih jelasnya, indikator dan variabel–variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini dapat dilihat pada tabel 1.6 berikut.

Tabel 1.6. Variabel Penelitian dan Skor Potensi Internal Obyek Wisata

Indikator	Variabel	Keterangan	Skor
DAYA TARIK WISATA	1. Warna pasir	• Putih	3
		• Coklat	2
		• Hitam	1
	2. Kebersihan air laut	• Bebas limbah pabrik/ pelabuhan	2
		• Terdapat limbah	1
	3. Kebersihan pantai	• Tidak ada sampah	2
		• Ada sampah	1
	4. Kemiringan pantai	• Dataran	3
		• Bergelombang	2
		• Bukit terjal	1
5. Keunikan pantai	• Mempunyai ciri khas yang berbeda yang tidak dimiliki oleh pantai lain, seperti jenis flora/pemandangan dan fauna	2	
	• Tidak memiliki keunikan yang khas	1	

	6. Kesenian tradisional	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada 	2 1
	7. Atraksi/ Daya tarik wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi 3 syarat • Memenuhi 2 syarat • Memenuhi 1 syarat 	3 2 1
	8. Panjang jalan/ jarak (km) dengan obyek wisata terdekat	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari 5 km • 1 – 5 km • Kurang dari 5 km 	3 2 1

Sumber : P4N UGM dan Studi Penyusunan Pedoman Pantai Lestari Tahun 2000

Tabel 1.7. Variabel Penelitian dan Skor Potensi Eksternal Obyek Wisata

Indikator	Variabel	Keterangan	Skor
1. TRANSPORTASI (Potensi Sarana dan Prasarana Transportasi)	1. Sarana transportasi ke obyek wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada 	2 1
	2. Kondisi jalan sampai ke obyek wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah diaspal • Belum diaspal 	2 1
2. AKOMODASI (Potensi Sarana dan Prasarana Pariwisata)	1. Jumlah rumah makan/ warung makan	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari lima buah • 1 – 5 buah • Tidak ada 	3 2 1
	2. Jumlah tempat penginapan	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari lima buah • 1 – 5 buah • Tidak ada 	3 2 1
	3. Jumlah toko cinderamata	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari lima buah • 1 – 5 buah • Tidak ada 	3 2 1
3. FASILITAS PENDUKUNG (Atraksi Wisata)	1. Pelayanan jasa pos	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada 	2 1
	2. Jumlah wartel/ kios phone	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari lima buah • 1 – 5 buah • Tidak ada 	3 2 1
	3. Fasilitas peribadatan	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada 	2 1
	4. Fasilitas kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada 	2 1
	5. Fasilitas olahraga	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada 	2 1
	6. Jumlah WC umum	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari lima buah • 1 – 5 buah • Tidak ada 	3 2 1
	7. Jumlah tempat sampah	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari lima buah • 1 – 5 buah • Tidak ada 	3 2 1

Sumber : P4N UGM dan Studi Penyusunan Pedoman Pantai Lestari Tahun 2000

1.8.2. Sampling Data

Pada delapan obyek wisata pantai yang diteliti dilakukan pengambilan sampel responden. Responden yang dimaksud adalah pengunjung yang sedang berwisata di masing-masing obyek wisata pantai. Pengambilan sampel responden pada penelitian kali ini menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan maksud atau tujuan tertentu, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Singarimbun, 1987). Untuk mengetahui permintaan pasar wisatawan pada penelitian ini yang dijadikan sampel adalah wisatawan itu sendiri, dengan pertimbangan bahwa kalau wisatawan sendiri tidak puas terhadap obyek wisata yang dipasarkan, maka jangan terlalu berharap pasar akan menerima penawaran obyek wisata itu dengan baik. Pengambilan jumlah sampel responden penelitian kali ini berdasarkan ada atau tidaknya TPR (Tempat Pembayaran Restribusi) pada tiap-tiap obyek wisata pantai tersebut. Ada atau tidaknya TPR (Tempat Pembayaran Restribusi) di suatu obyek wisata merupakan salah satu ciri obyek wisata yang telah mengalami pengembangan. Jumlah sampel responden yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 95 responden, yang terdiri atas wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara dari seluruh obyek penelitian tersebut. Untuk lebih jelasnya mengenai pengambilan sampel responden dapat dilihat dari tabel 1.6 berikut.

Tabel 1.6. Jumlah Sampel Responden

No	Nama Obyek Wisata	Tempat Pembayaran Restribusi		Sampel Responden
		Ada	Tidak	
1	Pantai Parangtritis	√		15
2	Pantai Parangkusumo		√	10
3	Pantai Depok	√		15
4	Pantai Samas	√		15
5	Pantai Pandansari		√	10
6	Pantai Goa Cemara		√	10
7	Pantai Kuwaru		√	10
8	Pantai Pandansimo		√	10
Jumlah Total				95

Sumber : Penulis, 2011

1.8.3. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama adalah analisis data tentang potensi pengembangan, internal dan eksternal dengan teknik analisis klasifikasi dan yang kedua analisis frekuensi tabulasi yang digunakan untuk menganalisis data tentang permintaan pasar wisatawan (segmentasi karakteristik dan persepsi wisatawan) yang diperoleh dari kuesioner.

Analisis klasifikasi adalah menetapkan obyek-obyek, kenampakan atau unit-unit menjadi kumpulan-kumpulan didalam suatu sistem pengelompokan yang dibedakan berdasarkan sifat-sifat khusus atau sifat kandungannya (Singarimbun, 1987). Tahapan analisis yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Pemilihan indikator dan variabel penelitian berdasarkan pada acuan buku *Tourist Development* oleh Pearce (1981) dengan sedikit modifikasi disesuaikan dengan standartpenilaian kualitas pemandangan yang dikeluarkan oleh Pusat Penelitian Perencanaan Pembangunan Nasional (P4N) UGM dan Studi Penyusunan Pedoman Pantai Lestari tahun 2000 dengan modifikasi.
2. Skoring, yaitu pemberian nilai skor relatif dari 1 sampai dengan 3 pada setiap variabel penelitian. Nilai skor tinggi (3) diberikan apabila variabel mendukung pengembangan pariwisata, nilai skor sedang (2) diberikan apabila variabel kurang mendukung pengembangan pariwisata dan nilai skor rendah (1) diberikan apabila variabel tidak mendukung pengembangan pariwisata.
3. Penjumlahan total skor pada setiap variabel penelitian.
4. Klasifikasi, yaitu mengklaskan total skor menjadi tiga kategori : tinggi, sedang dan rendah dengan menggunakan metode klas interval.

Rumus :

$$i = \frac{a - b}{k}$$

Sumber : Singarimbun (1987)

Keterangan :

i = interval klas

a = nilai total skor tertinggi

b = nilai total skor terendah

k = jumlah klas

5. Menentukan obyek wisata mana saja yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan membuat peta prioritas pengembangan pariwisata berdasarkan hasil klasifikasi.

Tahap selanjutnya adalah analisis dengan menggunakan metode frekuensi tabulasi terhadap data primer yang telah diperoleh dari responden dengan menggunakan kuesioner. Data ini diambil untuk mendapatkan gambaran tentang permintaan pasar wisatawan yang mencakup segmentasi karakteristik dan persepsi wisatawan yang mengunjungi obyek-obyek wisata pantai yang menjadi obyek penelitian kali ini. Gambaran tentang permintaan pasar penting bagi perencanaan pengembangan suatu obyek wisata agar pengembangan yang dilakukan benar-benar merupakan kebutuhan bagi wisatawan dan obyek yang bersangkutan.

1.9. Batasan Istilah

1. **Wisatawan** adalah orang yang melakukan kegiatan wisata (UU RI No 10 Th 2009)
2. **Potensi Wisata Pantai** adalah segala sesuatu yang terdapat disuatu wilayah berupa sumber daya alam, manusia maupun buatan yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan wisata di wilayah pantai (Pearce, D.G., 1989)
3. **Pariwisata** adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya atau rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Oka. A. Yoeti, 1997)
4. **Kepariwisata** adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha (UU RI No 10 Th 2009)
5. **Industri Pariwisata** adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (UU RI No 10 Th 2009)
6. **Kawasan Strategis Pariwisata** adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan (UU RI No 10 Th 2009)

7. **Daerah tujuan pariwisata** yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (UU RI No 10 Th 2009)
8. **Daya Tarik Wisata** adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (UU RI No 10 Th 2009)
9. **Obyek Wisata Prioritas** adalah obyek wisata yang mempunyai prioritas untuk dikembangkan dengan beberapa pengukuran. Pengukuran yang dimaksud antara lain melalui pendekatan : kondisi alam, kemiringan medan, jarak antar potensi, polusi, tingkat keamanan, perilaku dan jumlah wisatawan (Garvajal dan Patri, 1979 dalam Sujali, 1989)
10. **Pengembangan** adalah memajukan atau memperbaiki atau meningkatkan sesuatu yang sudah ada (Jayadinata, J.T., 1991)