

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sumber daya alam yang terdiri dari lautan, flora, fauna dan daratan yang kalau dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan besar bagi negara. Salah satu pelayannya adalah dengan menciptakan daerah tersebut menjadi tempat sarana destinasi wisata (Iwan Setiawan, 2019). Pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa tujuan kepariwisataan di Indonesia adalah meningkatkan kesejahteraan rakyat; memberantas kemiskinan; mengatasi pengangguran; melindungi alam, lingkungan dan sumber daya; memajukan budaya; menguatkan identitas dan persatuan nasional; serta memperkuat persahabatan antar negara. Menurut Madya & Bisnis, 2019 dalam (Purwati, 2021) salah satu sektor ekonomi utama di Indonesia dengan masa depan yang menjanjikan adalah industri pariwisata, namun sejauh ini belum memainkan peran yang diharapkan mengingat potensi pembangunan Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang mulai giat mempromosikan dan mengembangkan pariwisata dengan tujuan menarik wisatawan domestik maupun mancanegara ke Indonesia.

Kabupaten Rembang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki wilayah strategis yaitu berada pada jalur utama penghubung dengan Provinsi Jawa Timur, selain itu wilayahnya juga merupakan daerah pesisir utara pulau Jawa dengan panjang pantai sekitar 65 km, sehingga mempengaruhi perkembangan pariwisata, sejarah dan budaya. Perkembangan yang cukup signifikan di Kabupaten Rembang adalah di bidang Pariwisata alam berupa pantai yang didukung potensi wilayahnya. Tidak hanya itu, inovasi masyarakat mencoba mengkombinasikan pariwisata yang memiliki nilai sejarah dan budaya yang ada. Salah satu inovasi tersebut adalah dengan adanya atraksi wisata pantai yang menampilkan kesenian tradisional daerah seperti Karawitan, Suarawati, maupun

Keroncong serta pertunjukan, Gondorio, Laisan, Pathol Sarang, dan Barongan/Reog.

RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) Kabupaten Rembang Tahun 2021-2026 salah satu misi Kabupaten Rembang ialah meningkatkan investasi serta mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif. Misi ini memiliki sasaran, yaitu meningkatnya kontribusi pariwisata terhadap perekonomian daerah. Pariwisata Kabupaten Rembang dikenal atas tiga obyek wisata utama, yakni obyek wisata sejarah, obyek wisata alam, dan obyek wisata seni dan budaya.

Objek wisata terus berkembang pesat dengan kreativitas masyarakat. Pariwisata saat ini sudah menjadi tren kebutuhan masyarakat untuk liburan dengan tujuan mencari ketenangan dan kepuasan. Objek wisata pantai sering menjadi tujuan liburan untuk mencari ketenangan, sehingga dengan adanya potensi wisata pantai yang ada di Kabupaten Rembang ini sangat cocok untuk dijadikan sebagai daerah tujuan wisata (DTW). Obyek wisata pantai yang dapat dikunjungi seperti Pantai Karang Jahe, Pantai Pasir Putih Wates, Pantai Balongan Indah, dll. Obyek wisata pantai perlu dikelola dan dikembangkan secara maksimal oleh pemerintah dan masyarakat guna meningkatkan kunjungan dan pendapatan wisata, namun beberapa objek wisata pantai ini kurang mendapat perhatian oleh Pemerintah, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang datang. Wisatawan yang datang kebanyakan adalah wisatawan lokal, sehingga obyek wisata pantai tersebut perlu dilakukan peninjauan terhadap pengelolaan dan pengembangan wisata agar dapat menjadi roda penggerak ekonomi sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar obyek wisata dan masyarakat di Kabupaten Rembang umumnya.

Faktor yang mempengaruhi obyek wisata pantai belum berkembang di Kabupaten Rembang diantaranya karena dukungan fasilitas dan pelengkap obyek wisata tersebut masih kurang memadai, promosi obyek wisata yang belum optimal, kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan obyek wisata serta persaingan antar obyek wisata karena keberadaan di sepanjang jalan

pantura (Ali, 2021). Situs yang baru ditemukan masih belum dikembangkan dengan baik menyebabkan kurangnya ketertarikan bagi wisatawan untuk berkunjung (Hardianto et al., 2020). Menurut Cooper (1995 dalam Nadina & Dwimawanti, 2021) obyek wisata harus mempunyai komponen utama, yaitu atraksi, fasilitas dan aksesibilitas wisata, dengan melihat potensi obyek wisata pantai yang ada serta adanya hambatan dan perlunya beberapa strategi pengembangannya, maka perlu dilakukan penilaian potensi terhadap beberapa obyek wisata pantai. Diperlukan identifikasi potensi wisata dan strategi perencanaan yang baik dan tepat dalam pengembangan pariwisata. Jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Rembang dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Rembang

| Bulan | Jumlah Kunjungan Wisatawan | | | | |
|--------------|----------------------------|-----------|---------|-----------|-----------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Total | 1.810.368 | 2.126.489 | 944.879 | 1.046.180 | 1.832.594 |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang, 2022

Kunjungan wisatawan tertinggi terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah

Pengunjung sebanyak 2.126.489 wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan menurun drastis pada tahun 2020 yang disebabkan oleh wabah penyakit covid-19. Pandemic covid-19 berlangsung lama dan membawa dampak pada struktur perekonomian salah satunya adalah sektor pariwisata. Selama pandemic covid-19 obyek-obyek wisata tutup sementara, hal ini mengakibatkan berkurangnya kunjungan wisatawan yang berdampak pada pendapatan obyek-obyek wisata. Salah satu pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Rembang bersumber dari sektor Pariwisata. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi PAD dari sektor pariwisata adalah: jumlah wisatawan, retribusi parkir, pendapatan (retribusi) obyek wisata, tingkat hunian, jumlah usaha pariwisata, dan lain-lain (Yanti & Hadya, 2018). Pencapaian PAD Kabupaten Rembang sendiri di akhir tahun 2018 sebesar Rp. 305.676.436 dan untuk kontribusi sektor pariwisata hampir mencapai Rp. 18.775.303. Pada penghujung tahun 2020 PAD mengalami peningkatan menjadi

Rp. 307.258.622 akan tetapi kontribusi sektor pariwisata menurun akibat adanya kendala wabah penyakit Covid-19 yang menerapkan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Rembang serta perbandingannya dengan Pendapatan Asli Daerah Jepara ditampilkan pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1. 2 Perbandingan PAD Kabupaten Rembang dengan Kabupaten Jepara Tahun 2018-2020

| No. | Daerah | Pendapatan Asli Daerah | | | Presentase Total |
|-----|--------------|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 | |
| 1 | Kab. Rembang | 305.676.436 | 291.855.438 | 307.258.622 | 44,78% |
| 2 | Kab. Jepara | 369.330.445 | 359.893.706 | 386.441.887 | 55,22% |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018, 2019, 2020.

Jika dibandingkan dengan daerah lain yang sama-sama memiliki wisata pantai dengan karakteristik yang sama seperti Kabupaten Jepara, perbandingan PAD Kabupaten Rembang tahun 2018-2020 lebih rendah dibanding Kabupaten Jepara. Berdasarkan Tabel.2 dapat dilihat presentase perbandingannya mencapai 10,44%. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang akan terus berusaha dalam mendorong wisatawan sehingga bisa menaikkan Pendapatan Asli Daerah khususnya pariwisata pada tahun berikutnya. Peran stakeholder lokal juga diperlukan untuk pembinaan dan pengembangan wisata. Beberapa destinasi wisata di Kabupaten Rembang dapat dilihat pada tabel 1.3. Berikut

Tabel 1. 3 Jumlah Kunjungan Wisata Kabupaten Rembang

| No | Jenis Wisata | | | | | | | | |
|-------|-----------------------------|--------------------|-------|-------------------------------|--------------------|-------|-------------------------------|--------------------|---|
| | Alam | | | Seni dan Budaya | | | Sejarah | | |
| | | Jumlah Tamu (2022) | | | Jumlah Tamu (2022) | | | Jumlah Tamu (2022) | |
| Lokal | | M mancanegara | lokal | | M mancanegara | lokal | | M mancanegara | |
| 1 | Pantai Karang Jahe | 465.678 | - | Wana Wisata Kartini Mantingan | 29.938 | - | Tiongkok Kecil Heritage Lasem | 7.867 | - |
| 2 | Pantai Caruban | 83.269 | - | Klenteng Cu An Kiong Lasem | - | - | Museum RA Kartini | 7.525 | 7 |
| 3 | Pantai Pasir Putih Wates | 390.914 | 5 | Masjid Jami' Lasem | 23.158 | - | Petilasan Sunan Bonang | 112.617 | - |
| 4 | Dampo Awang Beach | 56.186 | - | Wana Wisata Sumber Semen | 2.840 | - | Situs Perahu Kuno Punjulharjo | 9.502 | - |
| 5 | Pantai Nyamplung Indah | 6.240 | - | Pasar Brumbung | 20.593 | - | | | |
| 6 | Pantai Binangun | | | | | | | | |
| 7 | Pantai Jatisari | 11.522 | - | | | | | | |
| 8 | Taman Indah Pantai Balongan | 165.302 | - | | | | | | |
| 9 | Pantai Indah Layur | | | | | | | | |
| 10 | Waduk Panohan | 7.070 | - | | | | | | |
| 11 | Bukit Cendana Candimulyo | 22.152 | - | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|----|-------------------------------|--------|---|--|--|--|--|--|--|
| 12 | Ngulahan Park Sedan | 66.392 | - | | | | | | |
| 13 | Jembatan Merah Hutan Mangrove | 59.622 | - | | | | | | |
| 14 | Taman Sarinah | 65.223 | - | | | | | | |
| 15 | Pagar Pelangi | 50.057 | - | | | | | | |
| 16 | Taman Wisata Lengkowo | 30.594 | - | | | | | | |
| 17 | Taman Batik Akar Kartini | 1.202 | - | | | | | | |
| 18 | De Kampoeng Rembang | 4.136 | - | | | | | | |
| 19 | Waterboom Trio G | 17.760 | - | | | | | | |

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang, 2023

Sistem pengelolaan wisata menjadi salah satu kendala bagi kemajuan pariwisata di Kabupaten Rembang. Kurangnya penerapan sistem teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan wisata di Kabupaten Rembang membuat banyak destinasi wisata belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Integrasi teknologi informasi dilakukan sebagai strategi pemasaran pariwisata yang akan menguntungkan penyedia layanan maupun pengelola pariwisata (Hamid et al., 2021). Pengembangan pariwisata yang dibarengi dengan promosi fasilitas pariwisata dan kegiatan promosi yang berkesinambungan harus mampu menarik wisatawan domestik dan mancanegara, sehingga membantu memajukan industri perhotelan, khususnya wisatawan mancanegara yang lebih banyak menginap di hotel. Wisata di Kabupaten Rembang yang cukup terkenal adalah wisata pantai, seperti Pantai Karang Jahe di Desa Punjulharo Kecamatan Rembang, Taman Rekreasi Pantai Kartini (Pantai Dampo Awang), dan Pantai Caruban di Kabupaten Lasem. Begitu juga wisata budaya seperti Museum RA Kartini, wisata religi Pasujudan Sunan Bonang, dan wisata hutan seperti Hutan Wisata Sumber Semen dan Ekowisata Wisata Kartini Mantingan di Desa Mantingan Kecamatan Bulu. Ketersediaan informasi mengenai keberadaan jasa akomodasi atau hotel sangatlah diperlukan bagi wisatawan untuk referensi sebelum melakukan perjalanan atau membantu berbagai pihak (pemerintah maupun swasta) yang membutuhkan jasa akomodasi. Selain itu berguna bagi pemerintah untuk memantau perkembangan pariwisata (khususnya penggunaan jasa akomodasi) dan juga bagi pelaku ekonomi untuk melihat peluang investasi pada sektor pariwisata di Kabupaten Rembang.

Pengembangan dan pembangunan sektor pariwisata alam pantai diharapkan mampu mendatangkan lebih banyak lagi wisatawan untuk berkunjung yang nantinya dapat meningkatkan perolehan pendapatan asli daerah dan pendukung dalam upaya pembangunan daerah di Kabupaten Rembang. Survei pendahuluan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki oleh obyek-obyek wisata pantai tersebut adalah keindahan panorama pantai dan kealamian lingkungan. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010 – 2025 bagian ketiga (Pembangunan Daya Tarik Wisata) pasal 15 yang mencetuskan bahwa Pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Pantai dengan air laut yang

jernih, ekosistem laut yang beranekaragam dapat diciptakan produk wisata yang menarik. Berdasarkan hal tersebut maka perlu adanya usaha untuk mengidentifikasi kembali potensi-potensi obyek wisata pantai tersebut sehingga dapat dimunculkan sesuai kemampuan daerah dalam hal sumberdaya, sumber dana, dan kemampuan perencanaan serta pengelolaan.

Adanya permasalahan tersebut, penelitian ini menganalisis potensi wisata dan strategi pengembangan untuk wisata pantai di Kabupaten Rembang. Analisis tersebut akan menciptakan strategi yang dapat mewujudkan dan mematangkan pengembangan produk wisata agar dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan, sosial budaya dan ekonomi masyarakat Kabupaten Rembang. Hal tersebut menarik untuk diteliti dengan judul “**Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Rembang**”. Penelitian ini menggunakan metode skoring atau pemberian nilai berupa angka- angka terkait dengan variabel potensi wisata. Penilaian sesuai dengan variabel potensi wisata tersebut kemudian dijadikan dasar analisis potensi wisata dan strategi pengembangan wisata pantai di Kabupaten Rembang menggunakan analisis SWOT.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dirumuskan permasalahan berikut.

1. Bagaimana potensi obyek wisata pantai di Kabupaten Rembang?
2. Bagaimana strategi pengembangan obyek wisata pantai di Kabupaten Rembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dirumuskan tujuan berikut.

1. Menganalisis potensi obyek wisata pantai di Kabupaten Rembang.
1. Menganalisis strategi pengembangan obyek wisata pantai di Kabupaten Rembang

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program sarjana S1 Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Memberikan informasi dan masukan tentang kepariwisataan di Kabupaten Rembang khususnya wisata pantai.
3. Sebagai dasar dan pengembangan dalam menentukan kebijakan program pembangunan kepariwisataan khususnya wisata pantai di Kabupaten Rembang.

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

A. Pariwisata

Pariwisata merupakan perjalanan yang direncanakan seseorang ke suatu tempat dengan tujuan untuk berekreasi, bersenang-senang, dan relaksasi. Sedangkan pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata merupakan berbagai macam aktivitas pariwisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah. Kata pariwisata sendiri berasal dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Dimana pari adalah sebuah istilah yang berarti banyak, berputar-putar, berkali-kali dan wisata yang berarti sebuah perjalanan (Saragih, 2022). Jadi dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan perjalanan atau berpergian yang dilakukan dengan berkeliling atau berkali-kali. Pariwisata menurut Kodhyat (2013) adalah sebuah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lainnya dan bersifat sementara, dimana kegiatan ini dilakukan dengan baik secara perorangan maupun kelompok, dan juga sebagai suatu upaya untuk mencari keserasian dan juga kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial budaya, ilmu, dan juga alam. Sedangkan menurut Institut of Tourism in Britain dalam kutipan Sugiarto (2002) pariwisata merupakan sebuah kegiatan kunjungan yang dilakukan oleh seseorang dan bersifat sementara, juga dalam jangka waktu yang pendek ke tempat- tempat

diluar tempat mereka tinggal dan tempat mereka kerja, serta kegiatan yang mereka lakukan di tempat tujuannya hanya untuk bersenang-senang dan menikmati kegiatan wisata tersebut.

Untuk definisi pariwisata sendiri memang tidak pernah sama persis diantara semua para ahli. Hanya saja pada dasarnya pariwisata merupakan sebuah perjalanan dengan tujuan untuk menghibur dan dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilaksanakan untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun bersifat sementara. Tetapi jika dilihat dari segi konteks pariwisata ini sendiri bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik bagi para wisatawan.

B. Obyek Wisata

Obyek wisata adalah tempat yang dijadikan sasaran kunjungan turis karena memiliki sumber daya alami maupun buatan. Obyek wisata memiliki daya tarik yang dapat membangkitkan “rasa tertarik” dan minat turis untuk datang berkunjung dan merasakan sensasi yang dapat dirasakan dengan hadir di tempat wisata. Menurut Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 1979 tentang tentang Penyerahan Sebagian Urusan Pemerintahan dalam Bidang Kepariwisataan kepada Daerah Tingkat I, menjelaskan bahwa obyek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan dalam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi. Sedangkan menurut SK. MENPARPOSTEL Nomor:KM.98/PW.102/MPPT-87 menjelaskan bahwa obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa obyek wisata merupakan suatu tempat rekreasi atau tempat berwisata yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan.

C. Jenis Obyek Wisata

Pariwisata dapat diklasifikasikan menurut letak geografis, menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, menurut alasan atau tujuan

perjalanan, menurut saat atau waktu berkunjung dan menurut obyeknya.

Menurut Pendit (1994 dalam **Almas Andina & Aliyah, 2021**) jenis-jenis pariwisata antara lain yaitu :

1) Wisata Bahari

Merupakan jenis wisata dengan kegiatan olahraga di air seperti halnya di danau, pantai, teluk atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam, berselancar dan balap dayung. Skala nasional menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang berasal dari wisata bahari memberikan dampak positif bagi neraca keuangan negara, baik dari sisi pendapatan domestik maupun nasional atau Gross National Product (GNP) (Yustinaningrum, n.d., 2017).

2) Wisata Budaya

Pariwisata budaya merupakan salah satu pariwisata yang bertujuan pada tempat, tradisi, kesenian, upacara-upacara, dan pengalaman yang memotret bangsa/suku bangsa, yang merefleksikan keanekaragaman dan identitas dari masyarakat atau bangsa bersangkutan (Hasanah, 2019). Dijelaskan dalam Undang Undang No. 9 Tahun 1990 bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia menggunakan konsep kepariwisataan yang bertumpu pada kebudayaan yang berlandaskan Pancasila, sehingga diharapkan setiap pengembangan pariwisata selalu bertumpu pada kebudayaan bangsa Indonesia.

3) Wisata Konservasi

Sebuah wisata yang dekat dengan dunia politik. Berbagai Negara pada dewasa ini membangun wisata konservasi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruang-ruang tempat.

bersidang bagi para peserta sayu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

4) Wisata Ziarah

Wisata ziarah (*pilgrimage*) termasuk kategori wisata religi, yaitu perjalanan dengan motivasi keagamaan yang dilakukan oleh umat

beragama. Wisata religi biasanya dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat suci atau tokoh agama (Muthali, 2018).

5) Wisata Pertanian

Wisata pertanian didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian (Parsono et al., 2021).

6) Wisata Cagar Alam

Jenis wisata ini banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam. Taman lindung, hutan daerah, pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pariwisata

Faktor Pendukung dan Penghambat suatu produk wisata (tourism supply side) yang biasanya berwujud sistem destinasi pariwisata akan terdiri atau menawarkan paling tidak beberapa komponen pokok sebagai berikut(Shafira et al., 2020) :

1. Faktor Pendukung

- a) Daya tarik wisata yang bisa berbasis utama pada alam, budaya atau minat khusus.
- b) Akomodasi atau amenitas, aksesibilitas dan transportasi (udara, darat, dan laut).
- c) Fasilitas umum.
- d) Fasilitas pendukung pariwisata.
- e) Masyarakat sebagai tuan rumah (host) dari suatu destinasi.

2. Faktor Penghambat

- a) Belum dikelolanya dengan baik oleh pihak pemerintah yang berwenang dan belum tertatanya dengan baik aspek prasarana dan sarana yang sebenarnya dapat dijadikan daya dukung untuk

pengembangan objek wisata di daerah.

- b) Keterbatasan prasarana dan sarana serta pengelolaan terhadap potensi wisata masih belum optimal. Hal tersebut merupakan dampak dari kurangnya alokasi anggaran dana yang diperuntukkan bagi pengembangan sektor pariwisata.

E. Potensi Obyek Wisata

Potensi wisata adalah segala hal dalam keadaan baik yang nyata dan tidak dapat diraba yang digarap, diatur dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat atau dimanfaatkan, diwujudkan sebagai kemampuan faktor dan unsur yang diperlukan atau menentukan pengembangan kepariwisataan, baik itu berupa suasana, kejadian, benda maupun layanan atau jasa-jasa. Eksplorasi potensi dimulai dari penjelajahan keunggulan yang dapat dikembangkan (Ismail, 2020). Dalam rencana pengembangan dibutuhkan identifikasi potensi yang bisa dikembangkan serta bagaimana strategi pengembangannya (Heryati, 2019). Potensi pada destinasi wisata dipengaruhi adanya 4 pendekatan yang lebih dikenal dengan istilah 4A antara lain (Noviyanti, 2018):

1. Attraction (Atraksi)

Atraksi adalah daya tarik yang membuat orang berkeinginan untuk mengunjungi dan melihat secara langsung ke suatu tempat yang menarik karena keindahan alam, keunikan kawasan, banyaknya sumber daya yang menonjol, keutuhan sumber daya alam, kepekaan sumber daya alam, pilihan rekreasi, kelangkaan flora dan fauna, serta kerawanan kawasan (Richset Riwukore et al., 2021). Suatu tempat bisa dijadikan tujuan pariwisata ketika kondisinya mendukung untuk dilakukan pengembangan menjadi sebuah atraksi pariwisata.

2. Amenities (Fasilitas)

Amenitas ini merupakan suatu bentuk dari segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh para wisatawan selama wisatawan tersebut berada di daerah tujuan wisatanya. Sarana dan prasana yang dimaksud disini seperti: tempat makan, hotel, losmen, guesthouse, tempat beribadah, dan lainnya (Nurbaeti et al., 2021).

3. Accessibility (Aksesibilitas)

Aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan (Darajat et al., 2022). Fasilitas aksesibilitas dapat berupa jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat.

4. Ancillary (Pelayanan Tambahan)

Ancillary adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata. Dalam hal ini organisasi dapat berupa kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi untuk terselenggaranya kegiatan wisata (Nugroho & Sugiarti, 2018). Selain itu, kenyamanan suatu obyek wisata juga bergantung pada kebijakan dan manajemen lembaga setempat (Dewandaru et al., 2021).

Setiap daerah memiliki potensi wisata untuk dapat ditonjolkan dan dikembangkan dan menjadikan objek wisata atau atraksi wisata. Potensi menjadi hal yang harus diperhatikan dan dilihat lebih jauh lagi, hal itu dimaksudkan agar semua kelebihan dan potensi yang bisa dikembangkan dapat dimaksimalkan secara sempurna (Rahman et al., 2021). Tentu semuanya itu tidak lepas dari peran semua pihak yang berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi suatu daerah dan kepariwisataan merupakan dua hal yang memiliki kaitan erat, keduanya dapat bergerak maju untuk melakukan pengembangan dan pertumbuhan perekonomian daerah.

F. Pengembangan Obyek Wisata

Pengembangan obyek wisata merupakan perluasan produk-produk wisata yang ada di suatu daerah guna membudidayakan lokasi wisata yang ada di daerah-daerah wisata. Pada hakekatnya pengembangan adalah suatu proses untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang ada. Pengembangan obyek wisata merupakan kegiatan membangun, memelihara, dan melestarikan pertanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya (Heryati, 2019). Pengembangan tersebut harus dilakukan

secara berencana dan menyeluruh, sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Pengembangan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya untuk menarik jumlah wisatawan yang semakin banyak secara terus menerus sehingga akan menjadi aset penting dalam pembangunan.

Berdasarkan dampak dan manfaat yang dihasilkan dari pariwisata, maka dalam proses pengembangan pariwisata harus sangat memperhatikan strategi apa yang akan dilakukan kedepannya. Pengembangan menurut pendapat Swarbrooke (1996 dalam Rodhiyah Su, n.d., 2016) merupakan suatu rangkaian usaha untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai macam sumber daya pariwisata. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 7 menjelaskan bahwa pengembangan kepariwisataan mencakup kelembagaan kepariwisataan, dan dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional di bidang kepariwisataan. Dalam pengembangan pariwisata yang menunjang pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut.

1. Perlu adanya sebuah ketentuan peraturan yang bertujuan pada peningkatan terhadap mutu pelayanan dan kelestarian lingkungan wisata.
2. Pengelola setempat juga harus melibatkan masyarakat setempat.
3. Kegiatan promosi yang dilakukan juga harus seragam.
4. Perlu menentukan daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan dibanding daerah lainnya.
5. Pemerintah pusat melakukan kerjasama kalangan swasta maupun pemerintah daerah setempat.
6. Perlu adanya pemerataan arus wisatawan.
7. Mengajak masyarakat setempat agar menyadari fungsi, peran, dan manfaat pariwisata,
8. Sarana dan prasarana harus dipersiapkan dengan baik.

G. Strategi Pengembangan Obyek Wisata

Berdasarkan potensi dan peluang yang ada, maka pengembangan

pariwisata perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta pariwisata perlu mengembangkan paket-paket wisata baru seperti argowisata atau ekowisata. Jenis wisata semacam ini selain tidak membutuhkan modal yang besar juga dapat berpengaruh langsung bagi masyarakat sekitar, masyarakat dapat diikutsertakan dan keuntungan yang diperoleh pun dapat dirasakan oleh masyarakat wilayahnya. Pengembangan pariwisata yang menunjang pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut.

1. Perlu ditetapkan beberapa peraturan yang berpihak pada peningkatan mutu pelayanan pariwisata dan kelestarian lingkungan wisata, bukan berpihak pada kepentingan pihak-pihak tertentu. Selain itu perlu diambil tindakan yang tegas bagi pihak-pihak yang melakukan pelanggaran terhadap aturan yang telah ditetapkan;
2. Pengelola pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat. Hal ini penting karena pengalaman pada beberapa daerah tujuan wisata (DTW), sama sekali tidak melibatkan masyarakat setempat, akibatnya tidak ada sumbangsih ekonomi yang diperoleh masyarakat sekitar. Contoh kasus: pengelolaan DTW di Pantai Wanukaka, Kabupaten Sumba Barat, NTT. Pada DTW tersebut masyarakat tidak berkesempatan untuk terlibat, baik untuk menjual hasil-hasil pertanian, kerajinan maupun menjadi karyawan di tempat itu;
3. Kegiatan promosi yang dilakukan harus beragam, selain dengan mencanangkan cara kampanye dan program Visit Indonesian Year seperti yang sudah dilakukan sebelumnya, kegiatan promosi juga perlu dilakukan dengan membentuk sistem informasi yang handal dan membangun kerjasama yang baik dengan pusat-pusat informasi pariwisata pada negara-negara lain, terutama negara- negara yang potensial;
4. Perlu menentukan DTW-DTW utama yang memiliki keunikan dibanding dengan DTW lain, terutama yang bersifat tradisional dan alami. Kebetulan saat ini obyek wisata yang alami dan tradisional

menjadi sasaran utama para wisatawan asing. Obyek ini sangat banyak ditemukan di luar Jawa, misalnya di daerah-daerah pedalaman Kalimantan, Papua dan lain-lain;

5. Pemerintah pusat membangun kerjasama dengan kalangan swasta dan pemerintah daerah setempat, dengan sistem yang jujur, terbuka dan adil. Kerja sama ini penting untuk lancarnya pengelolaan secara profesional dengan mutu pelayanan yang memadai. Selain itu kerjasama di antara penyelenggara juga perlu dibangun. Kerjasama di antara agen biro perjalanan, penyelenggara tempat wisata, pengusaha jasa akomodasi dan komponen-komponen terkait lainnya merupakan hal yang sangat penting bagi keamanan kelancaran dan kesuksesan pariwisata;
6. Perlu dilakukan pemerataan arus wisatawan bagi semua DTW yang ada di seluruh Indonesia. Dalam hal ini pemerintah juga harus memberikan perhatian yang sama kepada semua DTW, perhatian DTW yang sudah mandiri hendaknya dikurangi dan memberikan perhatian yang lebih terhadap DTW yang memerlukan perhatian lebih;
7. Mengajak masyarakat sekitar DTW agar menyadari peran, fungsi dan manfaat pariwisata serta merangsang mereka untuk memanfaatkan peluang-peluang yang tercipta bagi berbagai kegiatan yang dapat menguntungkan secara ekonomi. Masyarakat diberikan kesempatan untuk memasarkan produk-produk lokal serta membantu mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengadaan modal bagi usaha-usaha yang mendatangkan keuntungan;
8. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan perlu dipersiapkan secara baik untuk menunjang kelancaran pariwisata. Pengadaan dan perbaikan jalan, telepon, angkutan, pusat perbelanjaan wisata dan fasilitas lain di sekitar lokasi DTW sangat diperlukan.

Dengan memperhatikan beberapa masukan ini kiranya dapat membantu bagi penyelenggara pariwisata yang dapat menunjang

pertumbuhan ekonomi. Tentunya saran-saran dan masukan tersebut tidak berlaku untuk semua DTW, hal ini sangat tergantung pada kebutuhan DTW masing-masing yang memiliki permasalahannya sendiri dari waktu ke waktu dan lingkungan yang berbeda-beda. faktor baik internal maupun eksternal. Pariwisata dapat menghasilkan pendapatan yang luar biasa bagi suatu daerah terutama apabila dikelola dengan baik. Tetapi pengelolaan yang baik tidak akan berjalan sesuai dengan tujuan awal tanpa adanya berbagai dukungan yang melatarbelakangi pengelolaan tersebut. Salah satu sarana pendukung yang dimaksud adalah dengan adanya sebuah sistem informasi pariwisata yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan pengguna akan informasi pariwisata suatu daerah tujuan wisata, selain itu juga dapat digunakan sebagai media promosi daerah tersebut dalam mempromosikan pariwisatanya.

Upaya promosi pariwisata ke luar negeri tanpa diimbangi dengan pembenahan di dalam negeri tidak akan memberikan hasil yang optimal. Aksi terorisme global perlu diwaspadai agar upaya pemerintah selama ini tidak sia-sia. Pengelolaan wisata berdasarkan potensi, peluang, tantangan dan strategi yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata, bahwa peluang tercipta pengembangan daerah tempat wisata yang masih tradisional dan alami perlu dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Sementara berbagai kendala dan tantangan yang ada terutama masalah masih rendahnya kualitas sumber daya manusia dan gangguan keamanan yang sering timbul, perlu disiasati dengan berbagai strategi agar kendala dan tantangan tidak menghambat pembangunan pariwisata, serta jaminan perlindungan dan keamanan bagi para wisatawan tidak menimbulkan ketakutan untuk mengunjungi daerah wisata yang ada di Indonesia.

H. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu identifikasi yang di gunakan dalam merumuskan secara sistematis strategi dalam sebuah pengambilan keputusan yang berkaitan hal yang sangat penting dalam suatu pemerintah dan juga perusahaan, untuk memaksimalkan kinerja dan juga target yang sudah menjadi fokus utamanya yaitu visi dan misi baik instansi pemerintah

maupun instansi swasta (Nggini, 2019). Sehingga perencanaan strategi dengan basis analisis SWOT harus melakukan analisis faktor internal maupun eksternal terkait apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap lembaga atau organisasi tersebut. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengunjungi langsung setiap obyek wisata pantai di daerah penelitian. Kegiatan penelitian lapangan antara lain adalah melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek dan melakukan analisis dan interpretasi secara langsung. Analisis dan interpretasi keadaan lapangan tersebut merupakan analisis dan interpretasi faktor-faktor yang mendukung analisis SWOT. Sedangkan faktor dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut (Anggreani, 2021).

a. Kekuatan (*Strengths*)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata, dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat di kembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasara dan mampu bersain untuk perkembangan selanjunya yang menyangkut pariwisata

b. Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kelemahan yang di analisis, merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata

c. Peluang (*Opportunities*)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi, kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis, itu sendiri misalnya kompetitor dan kebijakan.

d. Ancaman (*Threats*)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri Data lapangan yang diperoleh dikumpulkan dan diseleksi, mana yang

benar-benar dibutuhkan sebagai data utama dan data pelengkap. Kemudian dari data tersebut dilakukan analisis dan interpretasi sehingga dapat dituangkan dalam bentuk uraian, difokuskan pada hal-hal yang penting secara sistematis sehingga lebih mudah dimengerti. Hasil analisis dan interpretasi data-data tersebut kemudian dituangkan dalam matriks SWOT agar lebih terfokus dan mudah dipahami. Bentuk dari model data lebih bersifat naratif dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun strategi pengembangan objek wisata. Matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki pariwisata. Melalui matriks SWOT dapat ditetapkan strategi pengembangan yang tepat. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis (Noria & Aulawi, n.d., 2022). Matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 1.4. berikut.

Tabel 1. 4 Matriks Swot

| | | | |
|-----------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| | Eksternal | Kekuatan (Strengths-S) | Kelemahan (Weaknesses-W) |
| Internal | | | |
| | Peluang (Opportunities-O) | Strategi S-O | Strategi W-O |
| | Ancaman (Threats-T) | Strategi S-T | Strategi W-T |

1.5.1 Penelitian Sebelumnya

Kasmawati Madjid (2019), dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tugulufa Kota Tidore” yang bertujuan untuk mengetahui potensi pengembangan wisata pantai Tugulufa Kota Tidore. Metode yang digunakan adalah metode analisis data sekunder yang telah disediakan oleh instansi terkait dari data hasil pencatatan internasional. Hasil dari penelitian ini yaitu Pantai Tugulufa memiliki beberapa potensi antara lain aksesibilitas, potensi mangrove, dan potensi

tanaman bawah laut.

Yati Heryati (2019), dengan penelitiannya yang berjudul “Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi, upaya pemerintah dan kendala dalam pengembangan wisata Pantai Tapandullu. Metode yang digunakan adalah metode analisis data sekunder, dimana data yang digunakan merupakan hasil pencatatan instansional. Hasil dari penelitian dari penelitian ini yaitu perlu adanya fasilitas tambahan disekitar obyek wisata, kurangnya perhatian dari pemerintah untuk mengelola daya tarik obyek wisata obyek wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju.

Anisa Paramita (2021), dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon Bali” bertujuan untuk menganalisis potensi dan mengetahui strategi pengembangan daya tarik wisata Pantai Blue Lagoon Bali. Metode yang digunakan adalah metode analisis data sekunder yang telah disediakan oleh instansi terkait dari data hasil pencatatan instansional. Hasil dari penelitiannya adalah kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengelola Kawasan wisata Pantai Blue Lagoon, perlu diciptakannya regulasi yang jelas mengenai pengelolaan sampah di Kawasan wisata Pantai Blue Lagoon. Berdasarkan telaah pustaka dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kasmawati Madjid (2019), Yati Heryati (2019), Anisa Paramita (2021) dengan peneliti memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang potensi dan strategi pengembangan obyek wisata pantai. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada lokasi dan metode yang digunakan untuk penelitian. Tabel 1.5 berikut merupakan ringkasan perbedaan penelitian.

Tabel 1. 5 Ringkasan Penelitian Sebelumnya

| Nama Peneliti | Judul | Tujuan | Metode | Hasil |
|-------------------------|--|---|------------------------|--|
| Kasmawati Madjid (2019) | Analisis Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tugulufa Kota Tidore | Mengetahui potensi pengembangan wisata Pantai Tugulufa Kota Tidore | Analisis Data Sekunder | Pantai Tugulufa memiliki beberapa potensi antara lain aksesibilitas, potensi mangrove, dan potensi tanaman bawah laut. |
| Yati Heryati (2019). | Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. | Untuk mengetahui potensi , upaya pemerintah dan kendala dalam pengembangan wisata Pantai Tapandullu | Analisis Data Sekunder | Perlu adanya fasilitas tambahan disekitar obyek wisata, kurangnya perhatian dari pemerintah untuk mengelola daya Tarik obyek wsiata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju. |

| | | | | |
|---------------------------|--|---|---|---|
| Anisa Paramitha (2021) | Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Blue Lagoon Bali | Menganalisis potensi dan mengetahui strategi pengembangan daya Tarik wisata Pantai Blue Lagoon Bali | Analisis Data Sekunder | Kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengelola kawasan wisata Pantai Blue Lagoon, perlu diciptakannya regulasi yang jelas mengenai pengelolaan sampah di kawasan wisata Pantai Blue Lagoon. |
| Silfia Wulan Purnama Sari | Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Rembang | Menganalisis potensi dan mengetahui strategi pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Rembang | Observasi, wawancara, dan analisis SWOT | |

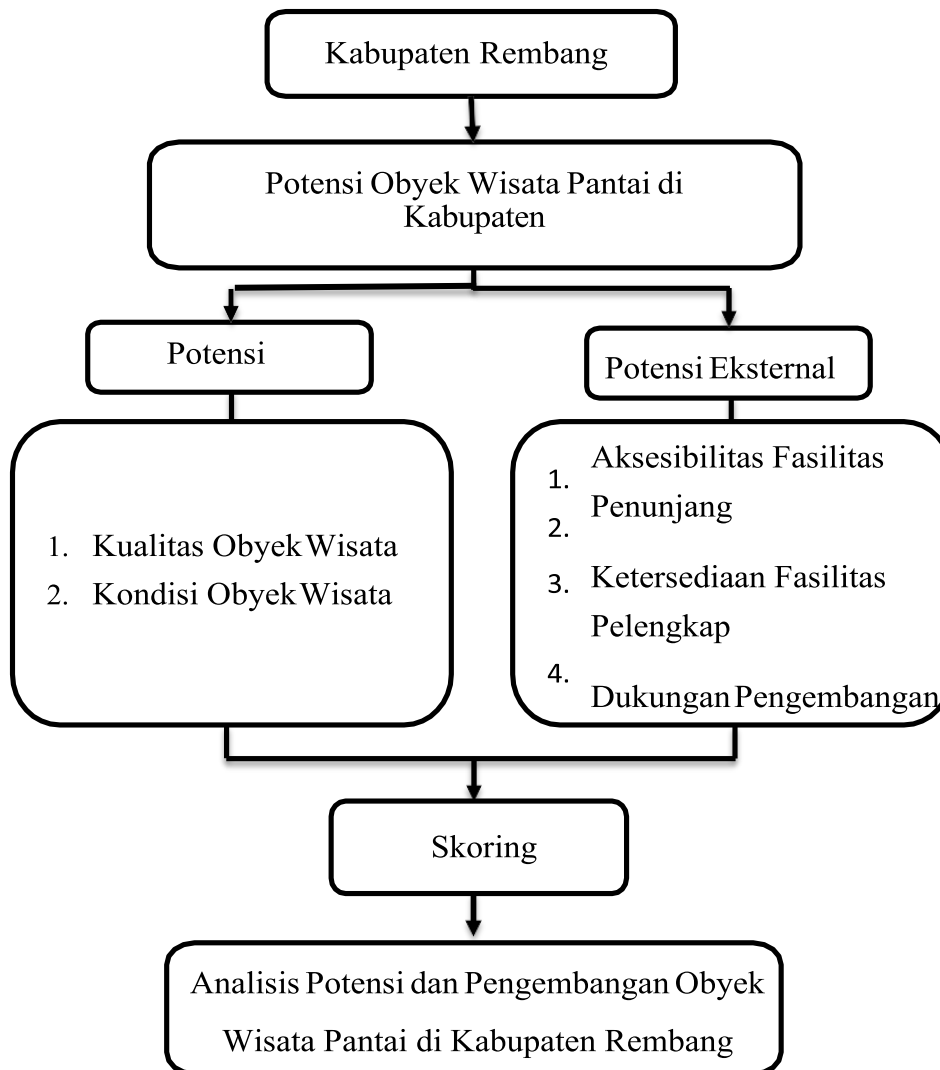
Sumber : Penulis, 2023.

1.6 Kerangka Penelitian

Manusia selalu ingin menciptakan kepuasan dalam pemenuhan jasmani maupun rohani, sehingga kesejahteraan manusia meningkat. Salah satu kebutuhan rohani adalah berwisata atau berekreasi. Potensi wisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata. Pariwisata juga dapat diartikan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta pelayanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dari suatu tempat ketempat yang lain dengan tujuan memenuhi kebutuhan batinnya. Industri pariwisata sangat berpengaruh dalam perkembangan obyek wisata.

Pemerintah kurang memperhatikan potensi dan arah pengembangan obyek wisata sehingga wisatawan banyak yang kurang tahu mengenai potensi tiap-tiap obyek wisata, untuk itu diperlukan konsep arahan pengembangan obyek wisata yang tepat agar diperoleh hasil yang optimal. Pengembangan obyek wisata pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk memperbaiki fasilitas yang sudah ada atau menambah fasilitas yang belum ada sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka pemikiran penelitian ini menganalisis potensi dan mengetahui strategi pengembangan obyek wisata pantai di Kabupaten Rembang sebagai obyek penelitian. Penilaian potensi obyek wisata pantai ini perlu ditindak lanjuti oleh pihak-pihak atau instansi terkait. Tindak lanjut yang dapat dilakukan adalah upaya pengembangan obyek wisata yang ada agar keberadaannya dapat meningkatkan nilai guna obyek wisata tersebut. Secara skematis kerangka penelitian dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber : Penulis, 2023

1.7 Batasan Operasional

Faktor Eksternal

Merupakan Eksternal merupakan faktor yang meliputi aksesibilitas, fasilitas penunjang, dan pelengkap objek wisata di Kabupaten Rembang.

Faktor Internal

Faktor Internal merupakan faktor yang meliputi kondisi dan kualitas objek wisata di Kabupaten Rembang.

Objek Wisata

Objek wisata merupakan tempat yang dijadikan sebagai tujuan untuk dikunjungi karena memiliki sumber daya baik sumber daya alam maupun buatan seperti pegunungan, flora, fauna, monument bersejarah, candi, atraksi, dan budaya yang khas.

Pariwisata

Pariwisata merupakan proses kepergian seseorang maupun kelompok yang bersifat sementara diluar tempat tinggalnya untuk menuju tempat lain. Kepergian tersebut didasari oleh suatu kepentingan, baik sosial, ekonomi, maupun budaya politik, agama, dan kesehatan.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata merupakan langkah atau rencana yang dilaksanakan untuk mencari dan mengembangkan potensi wisata yang ada disuatu wilayah. Terdapat tiga aspek yang dapat menunjang pengembangan objek wisata yaitu aspek aksesibilitas, infrastruktur, dan interaksi sosial.