

SKRIPSI

**POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN LEGO-LEGO
SULSEL SEBAGAI OBJEK WISATA DI KAWASAN REKLAMASI
PANTAI KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

NUR AMALIYAH NASRUDDIN

L041 18 1 317



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

**POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN LEGO-LEGO
SULSEL SEBAGAI OBJEK WISATA DI KAWASAN REKLAMASI
PANTAI KOTA MAKASSAR**

NUR AMALIYAH NASRUDDIN

L041 18 1 317

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Potensi dan Strategi Pengembangan Lego Lego Sulsel Sebagai Objek Wisata di Kawasan Reklamasi Pantai Kota Makassar

Disusun dan diajukan oleh

NUR AMALIYAH NASRUDDIN

L041181317

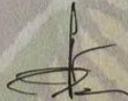
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin pada tanggal ~~19,04,2022~~ **19,04,2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui :

Pembimbing Utama

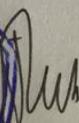
Pembimbing Anggota


Dr. Amiluddin, SP, M.Si
NIP. 196812202003121001


Dr. Hamzah, S.Pi, M.Si
NIP. 197101262001121001

Mengetahui
Ketua Program Studi
Agrobisnis Perikanan




Siti Rokhriyyah, S.Pi, M.Si
NIP. 19720926 200604 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Amaliyah Nasruddin

NIM : L041 18 1317

Program Studi : Agrobisnis Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul "Potensi dan Strategi Pengembangan Lego Lego Sulsel Sebagai Objek Wisata di Kawasan Reklamasi Pantai Kota Makassar" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan bebas plagiat, serta tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber acuan serta daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai kebutuhan peraturan perundang-undangan (Permendiknas No. 17, Tahun 2007).

Makassar, 19, 04, 2022



Nur Amaliyah Nasruddin

NIM. L041 18 1317

PERNYATAAN AUTHORSHIP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Amaliyah Nasruddin

NIM : L041 18 1317

Program Studi : Agrobisnis Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

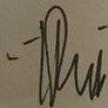
Menyatakan bahwa publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai author dan Universitas Hasanuddin sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya dua semester (satu tahun sejak pengesahan Skripsi) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan Skripsi ini, maka pembimbing sebagai salah satu seorang penulis dari penulis berhak mempublikasikannya pada jurnal ilmiah yang ditentukan kemudian, sepanjang nama mahasiswa tetap diikutkan.

Makassar, 10 April 2022

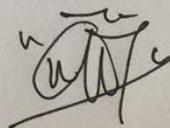
Mengetahui,

Ketua Prodi
Agrobisnis Perikanan

Penulis



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si
NIP. 19720926 200604 2 001



Nur Amaliyah Nasruddin
NIM. L041 18 1317

ABSTRAK

NUR AMALIYAH NASRUDDIN L041181317. “Potensi dan Strategi Pengembangan Lego Lego Sulsel Sebagai Objek Wisata di Kawasan Reklamasi Pantai Kota Makassar” dibimbing oleh **Dr. Amiluddin, SP, M.Si** sebagai pembimbing utama dan **Dr. Hamzah, S.Pi, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi, dan mengetahui karakteristik pengunjung objek wisata Lego Lego Sulsel. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Desember 2021 - Januari Tahun 2022 di Lego Lego Sulsel Kota Makassar. Sampel penelitian ini terdiri dari sampel wisatawan, pengelola objek wisata, pelaku usaha serta nelayan di TPI Rajawali. Penentuan responden wisatawan menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, dan statistik frekuensi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa objek wisata Lego Lego Sulsel mempunyai potensi yang sangat besar dilihat dari daya tarik, aksesibilitas, fasilitas serta layanan tambahan yang ada di objek wisata, serta berpotensi dari aspek ekonomi dalam hal penyerapan tenaga kerja bagi masyarakat yang terkena dampak reklamasi. Untuk karakteristik wisatawan dilihat dari berdasarkan usia, domisili, jenis kelamin, pekerjaan, rata-rata pendapatan, pendidikan terakhir, status pernikahan, sumber informasi, tujuan berkunjung, intensitas berkunjung, waktu kunjungan, rekan berkunjung, transportasi, biaya serta lama perjalanan.

Kata kunci: Potensi, Karakteristik, Objek Wisata

ABSTRACT

NUR AMALIYAH NASRUDDIN L041181317. "Potentials and Strategies for Development of Lego Lego South Sulawesi as a Tourist Attraction in the Coastal Reclamation Area of Makassar City" guided by **Dr. Amiluddin, SP, M.Si** as the main supervisor and **Dr. Hamzah, S.Pi, M.Si**

This study aims to identify the potential, and determine the characteristics of visitors to the Lego Lego tourist attraction in South Sulawesi. The research was carried out in December 2021 - January 2022 at Lego Lego Sulsel Makassar City. The sample of this study consisted of a sample of tourists, tourist attraction managers, business people and fishermen at TPI Rajawali. Determination of tourist respondents using the Accidental Sampling technique with a total sample of 96 respondents. The data sources used are primary data and secondary data and then analyzed using descriptive analysis and frequency statistics. From the results of the study, it was found that the Lego Lego South Sulawesi tourist attraction has enormous potential in terms of attractiveness, accessibility, additional facilities and services available at the tourist attraction, as well as the potential from the economic aspect in terms of employment for the people affected by the reclamation. The characteristics of tourists are based on age, domicile, gender, occupation, average income, latest education, marital status, sources of information, purpose of visiting, intensity of visit, time of visit, visiting partners, transportation, costs and length of trip.

Keywords: *Potential, Characteristics, Tourist attractio*

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, pemilik segala kesempurnaan, memiliki segala ilmu dan kekuatan yang tak terbatas, yang telah memberikan kami kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selawat dan salam tercurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa cahaya ilmu pengetahuan yang terus berkembang hingga kita merasakan nikmatnya hidup zaman ini.

Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian mengenai **Potensi dan Strategi Pengembangan Lego Lego Sulsel Sebagai Objek Wisata di Kawasan Reklamasi Pantai Kota Makassar** yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta **Ayahanda Drs. Nasruddin, S.H dan Ibunda Ir. A. Nurhasnah** yang menjadi alasan terbesar penulis di dunia ini untuk semua cita – cita yang penulis impikan. Juga kepada saudari penulis **Maghfirah Nasruddin** yang merupakan penyemangat dan teman hidup penulis yang selalu ada dalam hal apapun dan sebagai sosok apapun.

Terima kasih juga kepada orang tua penulis selama di Kota Makassar **Ir. Andi Mulyani** yang memberikan kasih sayang layaknya orang tua selama penulis menimba ilmu di Kota Makassar, juga kepada keluarga besar **Idrus Usman dan Petta Temmu** yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis moril maupun materil.

Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya saya hantarkan kepada Bapak **Dr.Amiluddin,SP., M.Si** selaku penasehat akademik, pembimbing ketua dan juga telah menjadi pengganti orang tua dalam memberikan nasihat, arahan, dukungan, dan memberikan bimbingan selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin. Juga kepada pembimbing anggota Bapak **Dr. Hamzah,S.Pi., M.Si** yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga dari awal persiapan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Safruddin,S.Pi, M.Si.,Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.

2. **Ibu Dr. Ir. Siti Aslamyah, MP** selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
3. **Bapak Dr. Ahmad Faizal, ST., M.Si** selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak Dr. Fahrul, S.Pi., M.Si** selaku Ketua Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
5. **Ibu Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si** selaku Ketua Program Studi Agrobisnis Perikanan Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
6. **Bapak Dr. Andi Adri Arief, S.Pi, M.Si dan Bapak Dr. Andi Amri, S.Pi, M.Sc** selaku penguji yang telah memberikan pengetahuan baru dan masukan saran dan kritik yang sangat membangun.
7. **Dosen dan Staf Dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.
8. **Seluruh Staf Administrasi FIKP** yang selalu membantu dalam urusan administrasi selama penyusunan skripsi ini.

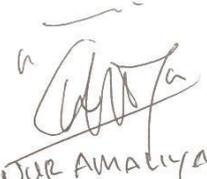
Ucapan terima kasih dan limpahan kasih sayang melalui skripsi ini penulis sampaikan kepada mereka yang telah berperan serta dalam proses penelitian, penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.

1. **Nurul syawalia, Rezqy Amaliah, Apriani Padang, Nur Faiz Saiyati, Putri Wira Drana, Volinda Tolinggi, Firyal Nada Salsabila dan A.Nurfadilla Rosha** atas bantuan dan dukungan penuh yang di berikan kepada penulis semasa berkuliah dan sebagai teman seperjuangan saya dalam mengurus segala urusan selama masa perkuliahan.
2. Saudari **Nurul Syawalia** yang senantiasa menemani, menyemangati dan mendengar keluh kesah penulis selama menempuh pendidikan serta menjadi partner penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat **SIL018** (Agrobisnis Perikanan Angkatan 2018) atas bantuan, semangat, kebersamaan suka cita dan pengalaman yang sangat luar biasa selama penulis menempuh pendidikan.
4. **BPH Himasei periode 2021** yang senantiasa menemani dan menyemangati penulis selama masa perkuliahan serta memberi pengalaman organisasi yang sangat luar biasa selama penulis menempuh pendidikan
5. Dan teman-teman **KKN-106 Tamalanrea 14** yang selalu memberi doa dan dukungan kepada penulis

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis meminta maaf jikalau ada yang tidak berkenan dihati dan senantiasa meminta kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki skripsi ini. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat bernilai positif bagi semua pihak.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Maret 2022



NUR AMALYAH.N.

BIODATA PENULIS



Penulis yang bernama lengkap Nur Amaliyah Nasruddin, lahir pada 29 agustus 2000 di Kabupaten Konawe. Penulis yang merupakan anak kedua dari pasangan suami istri Nasruddin dan Andi Nurhasnah. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah TK Nirannuang, SDN 1 Ponggiha (2007/2013), MTsN 1 Lasusua (2013/2015), SMA Negeri 1 Lasusua (2015/2018).

Penulis lulus di Universitas Hasanuddin melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) pada tahun 2018. Selain mengikuti aktivitas perkuliahan, penulis juga aktif dalam organisasi fakultas yaitu Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Perikanan (HIMASEI), dan menjabat sebagai anggota divisi Kajian Strategis (2020) serta Bendahara Umum (2021).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
PERNYATAAN AUTHROSHIP	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
BIODATA PENULIS	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penulisan	4
D. Kegunaan Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Pariwisata	5
B. Pariwisata Perkotaan	7
C. Wisatawan	8
D. Potensi Objek Wisata	9
E. Pengelolaan Pariwisata	11
F. Reklamasi Pantai	14
G. Analisis SWOT	15
H. Penelitian Terdahulu	17
I. Kerangka Pikir	18
III. METODOLOGI PENELITIAN	20
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	20
B. Jenis Penelitian	20
C. Metode Pengambilan Sampel	20
D. Metode Pengumpulan Data	21
E. Jenis dan Sumber Data	23
F. Metode Analisis Data	23
G. Definisi Operasional Variabel	25

IV. HASIL	27
A. Gambaran Umum Objek Wisata Lego Lego Sulsel	27
B. Potensi Objek Wisata Lego Lego Sulsel	32
C. Mekanisme Pengelolaan Objek Wisata Lego Lego Sulsel	41
D. Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Lego Lego Sulsel.....	43
E. Strategi Pengembangan Objek Wisata Lego Lego Sulsel	51
V. PEMBAHASAN.....	61
A. Potensi Objek Wisata Lego Lego Sulsel	61
B. Mekanisme Pengelolaan Objek Wisata Lego Lego Sulsel	63
C. Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Lego Lego Sulsel.....	64
D. Strategi Pengembangan Objek Wisata Lego Lego Sulsel.....	69
VI. PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sarana Objek Wisata Lego Lego Sulsel	29
Tabel 2. Prasarana Objek Wisata Lego Lego Sulsel	29
Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Attractions</i> (Daya Tarik).....	32
Tabel 4. Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Accesibilities</i> (Aksesibilitas)	34
Tabel 5. Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Amenities</i> (Fasilitas)	36
Tabel 6. Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Ancillary</i> <i>Services</i> (Layanan Tambahan)	40
Tabel 7. Usia Responden.....	43
Tabel 8. Domisili / Asal Daerah	44
Tabel 9. Jenis Kelamin.....	44
Tabel 10. Pekerjaan.....	45
Tabel 11. Rata Rata Pendapatan.....	45
Tabel 12. Pendidikan Terakhir	46
Tabel 13. Status Pernikahan.....	46
Tabel 14. Sumber Informasi.....	47
Tabel 15. Tujuan Berkunjung	47
Tabel 16. Intensitas Berkunjung.....	48
Tabel 17. Waktu Kunjungan.....	48
Tabel 18. Rekan Berkunjung.....	49
Tabel 19. Transportasi	49
Tabel 20. Biaya.....	50
Tabel 21. Lama Perjalanan	50

Tabel 22. Matriks Internal Strategi Pengembangan Lego Lego Sulsel	54
Tabel 23. Matriks Eksternal Strategi Pengembangan Lego Lego Sulsel	55
Tabel 24. Strategi Pengembangan Objek Wisata Lego Lego Sulsel	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	19
Gambar 2. Matriks Analisis SWOT	25
Gambar 3. Lego Lego Sulsel	28
Gambar 4. Struktur Organisasi	41
Gambar 5. Diagram SWOT.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	79
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner	86
Lampiran 3. Data Umum Responden	98
Lampiran 4. Distribusi Jawaban Responden	115
Lampiran 5. Dokumentasi	117

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar karena Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang luas, yang wilayahnya membentang dari Sumatera sampai Papua. Luas daratan di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2017) ialah 1.913.578,68 Km² memiliki kekayaan kebudayaan dan kesenian masyarakatnya, dan keindahan alamnya yang menjadi daya tarik tersendiri. Dengan kondisi tersebut, maka potensi pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia dapat menjadi salah satu kekuatan yang diperhitungkan (Dayansyah, 2014). Wilayah Indonesia yang dilewati garis khatulistiwa menjadikan Indonesia memiliki iklim yang memunculkan beraneka ragam flora dan fauna yang mempesona para wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Keadaan geografis Indonesia yang berupa hutan hujan tropis, gunung, pantai dan juga lautan serta keanekaragaman budaya yang merupakan modal dasar yang sangat potensial untuk dijadikan daerah tujuan wisata yang terkenal di dunia. (Bahiyah, 2018).

Provinsi Sulawesi selatan adalah salah satu provinsi di 34 provinsi yang berada di Indonesia. Provinsi Sulawesi selatan terdiri dari 24 kabupaten/kota, yang terletak pada jalur utama wisata nasional, Sulawesi selatan juga memiliki objek wisata yang beragam, baik wisata alam, seperti rona alam yang bergunung gunung dan garis pantai yang panjang, wisata bahari, agrowisata, maupun wisata budaya, seperti latar belakang sejarah dan beraneka ragam tradisi, seni, dan budaya setempat yang unik dan menarik . Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi Sulawesi Selatan dari tahun 2011-2015 mengalami peningkatan. Tahun 2011, jumlah wisatawan Mancanegara 51.749 sedangkan wisatawan domestik 4.471.632. Mengalami peningkatan yang sangat pesat pada tahun 2015, dengan jumlah wisatawan mancanegara 191.773 sedangkan jumlah wisatawan domestik adalah 7.128.826 (Hikmah, 2018).

Kota Makassar mempunyai posisi strategis karena berada di persimpangan jalur lalu lintas dari arah Selatan dan utara dalam Propinsi di Sulawesi, dari wilayah kawasan Barat ke wilayah kawasan Timur Indonesia dan dari wilayah Utara ke wilayah Selatan Indonesia. Dengan kata lain, wilayah Kota Makassar berada koordinat 119 derajat bujur Timur dan 5,8 derajat lintang Selatan dengan ketinggian yang bervariasi antara 1-25 meter dari permukaan laut. Kota Makassar merupakan daerah Pantai yang datar dengan kemiringan 0 - 5 derajat ke arah Barat, diapit dua muara sungai yakni

sungai Tallo yang bermuara di bagian utara Kota dan sungai Jeneberang yang bermuara di Selatan Kota. Luas wilayah Kota Makassar seluruhnya berjumlah kurang lebih 175,77 Km² daratan dan termasuk 11 Pulau di Selat Makassar ditambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 Km² (Hikmah, 2018).

Kota Makassar memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata bahari. Hal ini terlihat dari letak dan tipologi wilayahnya yang cukup mendukung, dimana di kawasan pesisirnya terdapat pantai yang berpasir dengan pemandangan alam pantai yang indah yang dapat dinikmati baik pada siang hari maupun pada malam hari, terdapatnya variasi wisata bagi keluarga berupa wisata outbound, theme park, dan situs sejarah, serta beragamnya mata pencaharian masyarakat dan makanan khas yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata. (Anwar, 2014).

Dalam pengembangannya, Kota Makassar diramaikan dengan adanya berbagai kegiatan dalam memanfaatkan lahan ekosistem pesisir diantaranya dengan melakukan tindakan reklamasi ekosistem pesisir. Reklamasi pantai yaitu kegiatan menimbun atau memasukkan material tertentu di kawasan pantai dengan maksud untuk memperoleh lahan kering (Nurmandi, 1999). Kegiatan reklamasi diperuntukkan untuk berbagai tujuan dan keperluan, diantaranya untuk area pelabuhan, tambak, kawasan bisnis, hiburan serta lainnya (Jaya, 2012).

Reklamasi pantai menurut suhud (1998), dilakukan dengan tujuan 1) memperoleh lahan baru yang dapat mengurangi tekanan atas kebutuhan lahan dibagian kota yang sudah padat; 2) menghidupkan kembali transportasi air sehingga beban transportasi darat berkurang ; 3) membuka peluang pembangunan nilai tinggi; 4) meningkatkan pariwisata bahari; 5) meningkatkan pendapatan daerah; 6) meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitar kawasan pantai maupun ekonomi perkotaan; dan 7) meningkatkan sosial ekonomi masyarakat (Jaya, 2012).

Pengembangan kawasan komersial jelas akan mendatangkan banyak keuntungan ekonomi bagi wilayah tersebut. Asumsi yang digunakan yaitu semakin banyak kawasan komersial yang dibangun makan akan berdampak pada pendapatan asli daerah (PAD). Reklamasi memberikan keuntungan dan dapat membantu kota dalam rangka penyediaan lahan untuk berbagai keperluan, salah satunya yaitu pemekaran kota., penataan daerah pantai, pengembangan wisata bahari, dan lain lain.

Salah satu upaya pemerintah Kota Makassar dalam peningkatan wisata bahari yaitu pembangunan dan pengembangan objek wisata. Walau tidak dipungkiri bahwa adanya kegiatan reklamasi tentunya menimbulkan banyak pro-dan kontra . Namun hal yang tidak kalah pentingnya yaitu melihat sisi positif dari kegiatan reklamasi ini. Salah satunya objek wisata Lego Lego yang terletak di Kawasan Center Point of Indonesia

(CPI). Lokasi Lego Lego berdekatan dengan anjungan pantai losari dan masjid 99 kubah. Berlangsungnya kegiatan reklamasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan pembangunan Kota Makassar serta pengembangan kota, sehingga mendorong pemerintah untuk membuat Lego Lego yaitu sebuah area wisata kuliner yang terdiri dari aneka jajanan UMKM. Lego Lego dilengkapi dengan fasilitas olahraga seperti jalur sepeda, pejalan kaki dan olahraga lari.

Kawasan ini ditata menarik di tepi pantai layaknya kawasan waterfront di negara-negara maju. Kawasan Lego Lego diresmikan sejak tanggal 23 oktober 2020 dengan luas pelataran 450 m³ kayu yang digabungkan sehingga menghasilkan luas 8.000 meter bujur sangkar (Hikmah, 2018). Lego-lego Makassar dirancang untuk meningkatkan kembali perekonomian UMKM di tengah pandemic dengan konsep waterfront serta diharapkan mampu menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) baru untuk Kota Makassar. Namun, dalam pemanfaatannya ,objek wisata ini sebagai objek wisata kuliner masih kurang dari segi pengembangan masyarakat pesisir, sehingga mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang akan mengkaji lebih lanjut mengenai potensi pada objek wisata Lego Lego serta membuat rancangan pengembangan yang lebih menguntungkan bagi masyarakat pesisir.

Berdasarkan permasalahan tersebut, melatar belakangi penulis untuk mengadakan penelitian mengenai potensi dan strategi pengembangan Lego Lego sebagai objek wisata di kawasan reklamasi pantai kota Makassar. Adanya pengembangan kepariwisataan sangat penting dilihat dari kualitas Objek wisata dan peluang yang dimiliki sebenarnya sangat besar, maka penulis mengambil judul : **“Potensi dan Strategi Pengembangan Lego-Lego Sulsel sebagai Objek Wisata di Kawasan Reklamasi Pantai Kota Makassar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja potensi pada Objek wisata Lego-Lego Sulsel di kawasan reklamasi pantai Kota Makassar?
2. Bagaimana mekanisme pengelolaan Objek wisata Lego-Lego Sulsel ?
3. Bagaimana karakteristik pengunjung pada Objek wisata Lego-Lego Sulsel ?
4. Bagaimana strategi pengembangan Objek wisata Lego-Lego Sulsel ?

C. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi potensi objek wisata Lego Lego Sulsel di kawasan reklamasi pantai Kota Makassar
2. Untuk mengetahui mekanisme pengelolaan objek wisata Lego Lego Sulsel
3. Untuk menguraikan karakteristik pengunjung pada objek wisata Lego Lego Sulsel
4. Untuk menyusun strategi pengembangan objek wisata Lego Lego Sulsel

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat memberi gambaran tentang objek wisata Lego-Lego Sulsel dalam usaha pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan terciptanya berbagai peluang usaha baru serta bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan pembangunan pariwisata oleh pemerintah Kota Makassar.
2. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas mengenai geografi pariwisata dalam usaha pengembangan pariwisata
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan referensi serta acuan perbandingan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pariwisata

Ditinjau dari segi etimologinya kata pariwisata berasal dari dua suku kata pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar sedangkan Wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali dan berkeliling (Daulay, 2019).

Menurut Wahab dalam Yoeti (1983), menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk mencari nafkah dari tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan guna bertamasya / rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beragam. Pengertian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh :

Prof.Hunziker dan Kraft (dalam Kodhyat, 1996) mengemukakan bahwa: Pariwisata adalah keseluruhan hubungan dengan gejala-gejala atau peristiwa yang timbul dari adanya perjalanan dan tinggalnya orang asing dimana perjalanannya tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah (Daulay, 2019).

Yoeti (1996:117) menjelaskan bahwa pariwisata adalah lalulintas orang-orang yang meninggalkan tinggalnya untuk sementara waktu, untuk berpesiar ke tempat lain, semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan guna memenuhi kebutuhan hidup dan kebudayaan atau keinginan yang beranekaragam dari pribadinya (Mareni dan Septiviari, 2018).

Menurut Soekadijo (1997:2) menjelaskan pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pemugaran cagar budaya, pembuatan pusat rekreasi, penyelenggaraan pekan pariwisata, penyediaan angkutan dan sebagainya semua itu dapat disebut kegiatan pariwisata sepanjang dengan kegiatan-kegiatan itu semua dapat diharapkan para wisatawan akan datang (Mareni dan Septiviari, 2018).

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan dari pada wisatawan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta

terhadap alam. Objek wisata alam adalah perwujudan ciptaan manusia, tata hidup seni-budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi (Daulay, 2019).

Salah satu jenis pariwisata yang mengalami pertumbuhan yang sangat cepat adalah pariwisata atau wisata bahari (marine tourism). Pariwisata bahari adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang bersifat sementara untuk menikmati atau menyalurkan hobi yang berhubungan dengan kelautan seperti berenang, menyelam, berselancar, memancing dan lain lain (Hidayah, *et all*, 2017).

Melihat potensi pariwisata bahari yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan, pemerintah menjadikan pariwisata bahari sebagai salah satu fokus yang perlu dikembangkan (Kemenparekraf, 2020). Untuk dapat mengembangkan pariwisata bahari, dibutuhkan dukungan dan strategi yang matang seperti keberpihakan kebijakan, program, kegiatan, dan anggaran dana dari pemerintah. Tidak hanya itu saja, masih ada hal-hal lainnya yang dibutuhkan untuk terwujudnya pengembangan pariwisata bahari lebih baik, serti model, pola, dan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik sosial budaya, kondisi geografis lokasi pariwisata bahari yang dikembangkan. Selain itu, paradigma pembangunan dan pengembangan yang dilakukan pemerintah Indonesia telah banyak mengarah ke pendekatan partisipatif, sehingga muncul berbagai model pengembangan pariwisata yang menitik beratkan pada partisipasi atau keterlibatan masyarakat (Munandar, 2020).

Menurut Miller (1993) pariwisata yang berbasis pada kelautan menunjukkan popularitas yang cukup tinggi dan pertumbuhan ini berpengaruh pada masyarakat local, wilayah dan nasional pada suatu Negara. Orams (1999:9) memberikan definisi pariwisata bahari (marine tourism) "those recreational activities that involve travel away from one's place of residence and which have as their host or focus the marine environment (where the marine environment is defined as those waters which are saline and tide-affected)". Pariwisata bahari mencakup perjalanan wisatawan ke suatu destinasi, meninggalkan tempat tinggal asal mereka untuk aktivitas rekreatif dengan fokus pada pemanfaatan lingkungan bahari sebagai lokasi kegiatan wisata termasuk lingkungan bahari sebagai daya tarik wisata. Menurut Orams, lingkungan bahari dapat diartikan sebagai wilayah laut atau maritim yang menjadi pusat kegiatan wisatawan (Junaid, 2018).

B. Pariwisata Perkotaan

Istilah pariwisata perkotaan tidak lahir dengan sendirinya, Page (2003) mengemukakan bahwa pariwisata perkotaan tumbuh sebagai akibat globalisasi perekonomian pada akhir tahun 1970an. Akibat dari terjadinya globalisasi mengubah struktur perekonomian dunia, mengintegrasikan struktur perekonomian nasional ke dalam struktur perekonomian internasional dalam bentuk perdagangan, investasi asing, migrasi, dan teknologi. Kondisi inilah yang menyebabkan terjadinya industrialisasi di perkotaan yang membangkitkan investasi di industri jasa yang sangat besar, khususnya yang terkait dengan konsumsi, pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21. Kemudian, dominasi industri jasa ini lah menjadi ciri kota-kota pada saat ini. Tidak banyak ahli-ahli pariwisata yang mengungkapkan definisi dari urban tourism (Suriadi, 2015).

Dalam Integrated Quality Management (2000) mendefinisikan pariwisata perkotaan secara sederhana sebagai sekumpulan sumber daya atau kegiatan wisata yang berlokasi di kota dan menawarkannya kepada pengunjung dari tempat lain. *“a set of tourist resources or activities located in towns and cities and offered to visitors from elsewhere”*. Definisi lain dikemukakan oleh Inskeep (1991) yang menekankan pada peran pariwisata dalam perkotaan sebagai berikut: *“urban tourism.....a very common form of tourism takes place in large cities where tourism may be important but is not a primary activity of the urban area”*. Tetapi juga menyebutkan adanya town resort yaitu: *“.....typically oriented to a specific attraction feature such as snow skiing, beach, lake, and marine recreation, spa facilities, mountain scenery, a desert climate, important archaeological and historic site, and religions pilgrimage”* Mengacu pada definisi-definisi yang telah dikemukakan di atas, secara lebih luas pariwisata perkotaan dapat didefinisikan sebagai bentuk umum dari pariwisata yang memanfaatkan unsur-unsur perkotaan (bukan pertanian) dan segala hal yang terkait dengan aspek kehidupan kota (pusat pelayanan dan kegiatan ekonomi) sebagai daya tarik wisata. Pariwisata perkotaan memiliki karakteristik lain yang lebih khas dibandingkan wisata lainnya yang daya tarik wisatanya ditujukan bagi mereka yang ingin berwisata, namun pariwisata perkotaan menggunakan fasilitas perkotaan yang juga digunakan oleh penduduk kota sebagai daya tarik wisatanya. Pariwisata perkotaan sangat kompleks dan tergantung dengan banyak faktor seperti ukuran kota, sejarah dan warisan budaya, morfologi dan lingkungannya, lokasi, citra, dan lain-lain. Pariwisata perkotaan tidak selalu harus berada di wilayah kota atau pusat kota Pariwisata perkotaan dapat berkembang di wilayah pesisir, misalnya, dengan mengembangkan hal-hal yang terkait perkotaan sebagai daya tarik wisatanya (Suriadi 2015).

C. Wisatawan

Menurut (Soekadijo, 2000), wisatawan adalah pengunjung di Negara yang dikunjunginya setidaknya-tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi:

1. Mengisi waktu senggang atau untuk bersenang-senang, berlibur, untuk alasan kesehatan, studi, keluarga, dan sebagainya.
2. Melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis.
3. Melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administrative, diplomatik, keagamaan, olahraga dan sebagainya).
4. Dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam (Setiawan dan Suryasih, 2016).

Wisatawan merupakan unsur utama dalam pariwisata. Unsur lain adalah objek wisata dan sarana serta prasarana pariwisata. Terlaksananya kegiatan pariwisata tergantung pada adanya interaksi antara wisatawan dan objek wisata, yang didukung dengan berbagai sarana dan prasarana pariwisata. Ketiga faktor itu saling mempengaruhi sebuah Objek wisata dikatakan menarik jika banyak dikunjungi wisatawan. Sebaik apapun suatu Objek wisata, jika tidak ada yang mengunjungi, tidak akan dikatakan menarik perhatian wisatawan (Fitri, *et al*, 2018).

Pelaku perjalanan akan disebut wisatawan ketika mereka melakukan kegiatan wisata atau kegiatan yang bersifat rekreatif untuk menikmati suatu Objek wisata. Meskipun melakukan perjalanan, jika tidak bersifat rekreatif maka pelaku perjalanan tersebut tidak disebut wisatawan. Interaksi antara wisatawan dengan Objek wisata akan menjadi lebih intensif dan lebih mudah jika didukung adanya sarana dan prasarana pariwisata sehingga wisatawan merasa lebih nyaman dan lebih senang dalam menikmati Objek wisata (Wardiyanta, 2006 dalam Fitri, *et al*., 2018)

Wisatawan juga dapat dilihat dari sisi geografis, misalnya mengenai tempat asal mereka. Masalah tempat tinggal wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman dan intensitas kegiatan wisata seseorang, selain juga terhadap pilihan Objek wisata. Semakin jauh tempat tinggal seseorang dengan tujuan wisata, akan semakin rendah tingkat pemahaman dan intensitas kegiatan wisata yang dilaksanakan. Domisili seseorang juga akan mempengaruhi budaya dan ekspektasi ketika melaksanakan kegiatan wisata karena antara tempat tinggal dan budaya memiliki keterkaitan yang sangat erat. Faktor lainnya yang turut berpengaruh terhadap pilihan tujuan wisata adalah usia wisatawan, jenis kelamin wisatawan, kondisi sosial wisatawan dan lain-lain (Fitri, *et al*., 2018)

Adapun karakteristik wisatawan yaitu :

a. Karakteristik Sosio-demografis

Karakteristik sosio-demografis mencoba menjawab pertanyaan “who wants what”. Pembagian berdasarkan karakteristik ini paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata, perencanaan dan pemasaran, karena sangat jelas definisinya dan relatif mudah pembagiannya (Kotler, 1996). Yang termasuk dalam karakteristik sosio-demografis diantaranya adalah jenis kelamin, umur, status perkawinan, tingkat pendidikan, pekerjaan, kelas sosial, ukuran keluarga atau jumlah anggota keluarga dan lain-lain yang dielaborasi dari karakteristik tersebut.

b. Karakteristik geografis

Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa-kota, provinsi, maupun negara asalnya. Pembagian ini lebih lanjut dapat pula dikelompokkan berdasarkan ukuran (size) kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar/metropolitan), kepadatan penduduk di kota tersebut dan lain-lain.

c. Karakteristik psikografis

Sementara itu karakteristik psikografis membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, *life-style* dan karakteristik personal. Wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda. Beragamnya karakteristik dan latar belakang wisatawan menyebabkan beragamnya keinginan dan kebutuhan mereka akan suatu produk wisata. Pengelompokan wisatawan dapat memberi informasi mengenai alasan setiap kelompok mengunjungi objek wisata yang berbeda, berapa besar ukuran kelompok tersebut, pola pengeluaran setiap kelompok, “kesetiaannya” terhadap suatu produk wisata tertentu, sensitivitas mereka terhadap perubahan harga produk wisata, serta respon kelompok terhadap berbagai bentuk iklan produk wisata. Lebih lanjut, pengetahuan mengenai wisatawan sangat diperlukan dalam merencanakan produk wisata yang sesuai dengan keinginan kelompok pasar tertentu, termasuk merencanakan strategi pemasaran yang tepat bagi kelompok pasar tersebut (Setiawan dan Suryasih, 2016).

D. Potensi Objek Wisata

Potensi wisata adalah segala hal dalam keadaan baik yang nyata dan tidak dapat diraba yang digarap, diatur dan disajikan 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 (Heryati, 2019).

Langkah awal dalam memilih dan menentukan suatu Objek wisata pantas untuk dikembangkan atau mendapat prioritas untuk dikembangkan, sebelumnya perlu diperhatikan beberapa hal sebagai bahan acuan dan pertimbangan. Langkah ini dilaksanakan dengan harapan nantinya akan menghasilkan pembangunan Objek wisata yang optimal. Oleh karena itu evaluasi potensi yang perlu dilaksanakan adalah dengan mengadakan langka-langkah sebagai berikut:

1. Seleksi terhadap potensi. Hal ini dilakukan untuk memilih dan menentukan potensi dan kawasan wisata yang memungkinkan untuk dikembangkan sesuai dengan ketersediaan dana.
2. Evaluasi letak potensi terhadap wilayah Pekerjaan ini mempunyai latar belakang pemikiran tentang ada atau tidaknya pertentangan atau kesalahpahaman antar administrasi yang terkait.
3. Pengukuran jarak antar potensi Pekerjaan ini untuk mendapatkan informasi tentang jarak antar potensi, sehingga perlu adanya peta agihan Objek wisata. Dari peta ini dapat diperoleh informasi yang dapat digunakan untuk menentukan potensi mana yang cukup sesuai untuk dikembangkan (Prihandoko, 2008).

Sugiama (2014:72) mengatakan bahwa komponen penunjang wisata adalah komponen kepariwisataan yang harus ada didalam destinasi wisata. Komponen kepariwisataan tersebut adalah 4A yaitu *Attraction, Amenities, Ancillary dan Accessibility*.

a. *Attraction (Atraksi)* Adalah segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal hal yang bersejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi masyarakat baik di masa lampau maupun di masa sekarang. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lainnya.

b. *Accessibilities (Akses)* Akses mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, rute atau pola perjalanan .Menurut Sugiama (2011) aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan. Fasilitas dalam aksesibilitas

seperti jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat. Menurut Brown dan Stange (2015) Akses adalah bagaimana seseorang untuk mencapai tujuan dari tempat asalnya. Apakah aksesnya mudah atau sulit.

c. Amenities (fasilitas pendukung) Amenities adalah berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Amenities meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*), tempat hiburan, tempat perbelanjaan (*retailing*), dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi (Cooper dkk, 2000). Menurut Inskeep dalam Hadiwijoyo (2012:59-60) fasilitas (*facilities*) dan pelayanan lainnya (*other services*) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, restaurant, retail outlet kerajinan tangan, souvenir, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (*money changer*), (*tourist information office*), rumah sakit, bar, tempat kecantikan. Setiap destinasi memiliki fasilitas yang berbeda, namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung destinasi melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut.

d. Ancillary services (Layanan Pendukung) Ancillary adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata . Hal yang sama juga disampaikan oleh Wargenau dan Deborah (2011) bahwa *ancillary* adalah organisasi pengelola destinasi wisata. Organisasi pemerintah, asosiasi kepariwisataan, tour operator dan lain-lain. Dalam hal ini organisasi dapat berupa kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi untuk terselenggaranya kegiatan wisata. Sama halnya dengan desa wisata, tentunya penyelenggaraan desa wisata didukung oleh kebijakan pemerintah baik daerah maupun pusat untuk terselenggaranya kegiatan wisata. Dari beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan pariwisata adalah usaha-usaha yg terkoordinir dilakukan untuk melengkapi pelayanan, infrastruktur guna untuk meningkatkan jumlah wisatawan (Sugiyama, 2014).

E. Pengelolaan pariwisata

Soewarno (2002: 378) mengemukakan bahwa pengelolaan adalah mengendalikan atau mengarahkan berbagai sumber daya secara berhasil atau guna untuk mencapai sasaran. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 31 tahun 2016 tentang tugas dan fungsi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto yang terdiri dari perencanaan, penyusunan program, pengembangan pengelolaan destinasi, dan industri wisata (Pratiwi, 2020)

1. Perencanaan

Perencanaan berarti memperhitungkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Perencanaan dan pengelolaan pariwisata berarti untuk memenuhi kesejahteraan masyarakat di masa mendatang. Oleh karena itu kecenderungan pertumbuhan penduduk, persediaan lahan cadangan, pertumbuhan fasilitas, dan kemajuan teknologi dengan penerapannya harus dimasukkan dalam perencanaan tersebut. Selain itu kualitas sumber daya pengelolaan pariwisata tersebut, sebab dalam mengelola/manajemen pariwisata memerlukan keahlian dan pengalaman. (Pratiwi, 2020).

Dalam perencanaan pengelolaan pariwisata harus mempertimbangkan segala sesuatu yang dapat mendukung kegiatan wisata para calon wisatawan. Pertimbangan-pertimbangan tersebut diantaranya adalah:

a. Sarana Prasarana dan Fasilitas

Dalam pariwisata hal yang harus diperhatikan adalah sarana prasarana dan fasilitas apa yang akan diberikan pada calon wisatawan agar mendukung kegiatan wisata para calon wisatawan. Pemerintah Dinas Pariwisata juga melakukan perencanaan pengembangan sarana prasarana dan fasilitas penunjang wisata dengan cara:

1. Membangun fasilitas-fasilitas khusus pariwisata dan prasarana umum untuk mendukung pengembangan rintisan kawasan pariwisata dengan penyediaan fasilitas permainan, fasilitas air bersih, listrik, drainase, telekomunikasi.
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas prasarana umum, prasarana transportasi dan fasilitas pariwisata guna mendorong pertumbuhan daya saing wilayah pengembangan pariwisata yang tujuannya agar dapat memenuhi kebutuhan para wisatawan dan memberikan kenyamanan saat wisata (Pratiwi, 2020).

b. Perencanaan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Suatu destinasi wisata tentunya harus memiliki daya tarik untuk menarik minat wisatawan dan mendorong serta memperbesar arus kunjungan (Pratiwi, 2020).

2. Penyusunan Program

Penyusunan program merupakan untuk menyusun akuntabilitas kinerja suatu organisasi. Namun perlu juga disadari bahwa penyusunan program merupakan bagian dari pencapaian tujuan perencanaan kebijakan. Penyusunan program mempunyai

tugas menghimpun data, menyusun, dan membuat rencana program dan anggaran dinas, serta membuat laporan. Beberapa uraian tugas dalam penyusunan program, diantaranya:

- A. Merencanakan kegiatan program kerja per tahun berdasarkan prioritas target sasaran yang akan dicapai sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan
- B. Menyiapkan bahan koordinasi penyusunan kebijakan, rencana program kegiatan dan anggaran
- C. Melaksanakan penyusunan program dan anggaran
- D. Melakukan pembinaan, monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas, rencana program (Pratiwi, 2020).

3. Pengembangan Pengelolaan Destinasi

Pengembangan pariwisata di suatu objek daerah tujuan wisata harus didasarkan pada perencanaan, pengembangan, dan arah pengelolaan yang jelas agar semua potensi yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata dapat diberdayakan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sayogi dan Demartoto, 2018).

Pengembangan dan pengelolaan merupakan suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan untuk menuju pembangunan yang lebih baik dengan cara melakukan penyesuaian dan koreksi berdasarkan hasil monitoring. Usaha-usaha kepariwisataan tidak dapat dipisahkan dengan pembangunan yang berwawasan lingkungan, karena dalam pembangunan pariwisata itu hendaknya tidak terjadi pembangunan yang menyangkut objek wisata dan daya tarik wisata, usaha pariwisata, keadaan masyarakat tidak sesuai dengan keadaan lingkungan tetapi hendaknya pembangunan pariwisata itu dilakukan dengan memperhatikan keadaan lingkungan agar tercapai keseimbangan dan keserasian antara pembangunan pariwisata dan pembangunan yang berwawasan lingkungan. Pembangunan pengembangan pengembangannya terdiri dari:

- A. Kegiatan pengembangan sumber daya manusia dan profesionalisme
- B. Kegiatan pengembangan kawasannya (Pratiwi, 2020).

Adapun Pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut, yaitu :

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Prevervasi, proteksi dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.

3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada kekhasan budaya lokal.
4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
5. Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan/atau menghentikan pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (*carrying capacity*) lingkungan alam atau sosial maupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat (Pratiwi, 2020).

Strategi Pengembangan dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, dan evaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Pengamatan lingkungan meliputi: mengamati lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan kelemahan. Proses manajemen strategis terdiri dari 4 (empat) tahap, yaitu Pengamatan Lingkungan, Perumusan strategi, Pelaksanaan strategi, Evaluasi dan pengendalian (Sastrawan dan Sunarta, 2014).

F. Reklamasi Pantai

Reklamasi berasal dari kosa kata dalam Bahasa Inggris, to reclaim yang artinya memperbaiki sesuatu yang rusak. Secara spesifik dalam Kamus Bahasa Inggris-Indonesia Departemen Pendidikan Nasional, disebutkan arti reclaim sebagai menjadikan tanah (*from the sea*). Masih dalam kamus yang sama, arti kata reclamation diterjemahkan sebagai pekerjaan memperoleh tanah. Ada beberapa sumber yang mendefinisikan arti dari reklamasi yaitu sebagai berikut :

1. Menurut Perpres No. 122/2012, Permen KP No.28/2014, dan Permen PU No. 40/PRT/M/2007, Reklamasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang dalam rangka meningkatkan manfaat sumber daya lahan ditinjau dari sudut lingkungan dan sosial ekonomi dengan cara pengurugan, pengeringan lahan atau drainase.
2. Peraturan Menteri Perhubungan No PM 52 Tahun 2011 diubah oleh permenhub No.136 / 2012 menyebutkan bahwa, reklamasi adalah pekerjaan timbunan di perairan atau pesisir yang mengubah garis pantai dan atau kontur kedalaman perairan.
3. Berdasarkan Pedoman Pengembangan Reklamasi Pantai dan Perencanaan Bangunan Pengamanannya (2004), reklamasi pantai adalah meningkatkan sumberdaya lahan dari yang kurang bermanfaat menjadi lebih bermanfaat ditinjau dari sudut lingkungan, kebutuhan masyarakat dan nilai ekonomis (Alatas, 2017).

Reklamasi juga diartikan sebagai suatu pekerjaan/usaha memanfaatkan kawasan atau lahan yang relatif tidak berguna atau masih kosong dan berair menjadi lahan berguna dengan cara dikeringkan. Pada dasarnya reklamasi merupakan kegiatan yang merubah wilayah perairan pantai menjadi daratan yang dimaksudkan

untuk merubah permukaan tanah yang rendah (biasanya terpengaruh oleh genangan air) menjadi lebih tinggi (biasanya tidak terpengaruh genangan air. Dengan demikian, reklamasi adalah usaha pembentukan lahan baru dengan cara pengurugan, pengeringan lahan atau drainase dalam rangka meningkatkan manfaat sumber daya lahan yang ditinjau dari sudut lingkungan dan sosial ekonomi . Sedangkan reklamasi pantai dapat diartikan sebagai usaha pembentukan lahan baru baik yang menyatu dengan wilayah pantai ataupun yang terpisah dengan wilayah pantai dengan cara pengurugan, pengeringan lahan atau drainase dalam rangka meningkatkan manfaat sumber daya lahan yang ditinjau dari sudut lingkungan dan sosial ekonomi (Alatas, 2017).

Tujuan utama dari kegiatan reklamasi kawasan pesisir pantai adalah menjadikan kawasan berair yang tidak berguna menjadi kawasan baru yang digunakan untuk berbagai bentuk kegiatan pembangunan. Setelah kegiatan reklamasi dilakukan, maka lahan kering yang didapatkan dapat di pergunakan untuk kegiatan dengan fungsi perumahan, permukiman, sarana-sarana permukiman, perdagangan (bisnis), perkantoran, pariwisata, dan sebagainya. Pada dasarnya kegiatan reklamasi pesisir pantai adalah kegiatan yang mengubah wilayah perairan pantai menjadi wilayah daratan. Secara teknis kegiatan reklamasi mengubah tinggi atau level muka air laut pada batas-batas tertentu untuk dikeringkan atau diadakan pengurugan (Alatas, 2017).

Untuk mendapatkan lahan maka kota-kota besar melirik atau nengok daerah yang selama ini terlupakan, yaitu pantai (*coastal zone*) yang umumnya memiliki kualitas lingkungan hidup rendah. Fenomena ini bukan saja dialami di Indonesia, tapi juga dialami negara-negara maju, sehingga daerah pantai menjadi perhatian dan tumpuan harapan dalam menyelesaikan penyediaan hunian penduduk perkotaan. Penyediaan lahan di wilayah pesisir dilakukan dengan memanfaatkan lahan atau habitat yang sudah ada, seperti perairan pantai, lahan basah, pantai berlumpur dan lain sebagainya yang dianggap kurang bernilai secara ekonomi dan lingkungan sehingga dibentuk menjadi lahan lain yang dapat memberikan keuntungan ekonomi dan lingkungan yang dikenal dengan reklamasi (Alatas, 2017).

G. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode mengembangkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan dan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar yaitu *strengths, weakness, OppOrtunities dan threats*), metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk

mencari strategi yang akan dilakukan analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan hanya memecahkan masalah (Freddy, 2014).

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu:

A. Kekuatan (*Strengths*) Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang dianalisis 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 pasar dan mampu bersaing untuk perkembangan selanjutnya yang menyangkut pariwisata

B. Kelemahan (*Weakness*) Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kelemahan yang dianalisis, 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, kebijakan

D. Ancaman (*Threats*) Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri

Analisis SWOT di lakukan dengan maksud mengenali tingkat kesiapan setiap fungsi dari keseluruhan fungsi yang di lakukan untuk mencapai sasaran yang telah di tetapkan. Oleh karena tingkat kesiapan fungsi di tentukan oleh tinggkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat pada setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan pada keseluruhan faktor dalam setiap fungsi tersebut, baik faktor yang tergolong internal maupun eksternal. Untuk tingkat kesiapan yang memadai, artinya: minimal memenuhi ukuran kesiapan yang di perlukan untuk pencapai sasaran, di nyatakan sebagai kekuatan bagi faktor yang tergolong internal dan peluang bagi faktor yang tergolong eksternal, sedangkan tinggkat kesepian yang kurang memadai, artinya tidak memenuhi ukuran ukuran kesepian, di nyatakan sebagai ukurn kelemahan bagi faktor yang tergolong internal atau ancaman bagi faktor yang tergolong eksternal (freddy, 2014).

H. Penelitian Terdahulu

Atik Haryanto (2006) melakukan penelitian mengenai analisis potensi Objek wisata alam di Kabupaten Cilacap. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui penyebab kurangnya jumlah pengunjung Objek wisata alam di Kabupaten Cilacap dan mengetahui Objek wisata alam di Kabupaten Cilacap yang dapat dipromosikan menjadi objek unggulan. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan didukung oleh data sekunder tahun 2003. Hasil penelitian menunjukkan Objek wisata unggulan di Kabupaten Cilacap adalah Gunung Selok dan Air Terjun Mandala memiliki skor tertinggi pada dipromosikan menjadi wisata alam unggulan. Selain itu tingginya klasifikasi potensi gabungan kedua objek tersebut dipengaruhi oleh keadaan Objek wisata yang masih alami dan tidak mudah didapati di daerah lain.

Shobaril Yuliadi (2011) melakukan penelitian mengenai analisis potensi pengembangan wisata alam di Kabupaten Kendal Jawa Tengah. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui tingkat potensi internal maupun eksternal Objek wisata alam di Kabupaten Kendal, permasalahan yang menjadi kendala pengembangan Objek wisata alam di Kabupaten Kendal dan untuk mengetahui arah pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Kendal. Metode yang digunakan adalah metode analisis data sekunder dan metode survei yang didukung dengan observasi lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Objek wisata Air Terjun Curugsewu, Gua Kiskendo dan Pantai Sendang Sikucing memiliki potensi gabungan tinggi. Kendala yang dihadapi oleh Objek wisata alam di Kabupaten Kendal adalah rendahnya ketersediaan fasilitas Objek wisata dan aksesibilitas. Dan arah dari pengembangan Objek wisata di Kabupaten kendal diprioritaskan pada objek yang memiliki potensi gabungan tinggi serta objek yang memiliki potensi internal tinggi namun potensi eksternalnya sedang dan rendah.

Choirin Nisak (2012) melakukan penelitian mengenai potensi pantai untuk pengembangan pariwisata pantai di kabupaten Bantul. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui tingkat potensi dari masing-masing Objek wisata pantai di Kabupaten Bantul dan mengetahui arahan pengembangannya berdasarkan tingkat potensi Objek wisata pantai di Kabupaten Bantul. Metode yang digunakan adalah analisis data sekunder dan survey dengan menggunakan sensus, kuesioner, indepth, interview dengan key person. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Objek wisata pantai yang ada di Kabupaten Bantul termasuk dalam kelas potensi wisata pantai yang sedang berkembang. Objek wisata pantai yang tergolong tinggi/pesat tingkat pengembangannya meliputi Pantai Parangtritis dan Pantai Parangkusumo dan pola pengembangan yang digunakan yaitu Objek wisata yang memiliki potensi

pengembangan rendah terlebih dahulu disusun objek yang memiliki potensi sedang dan tinggi.

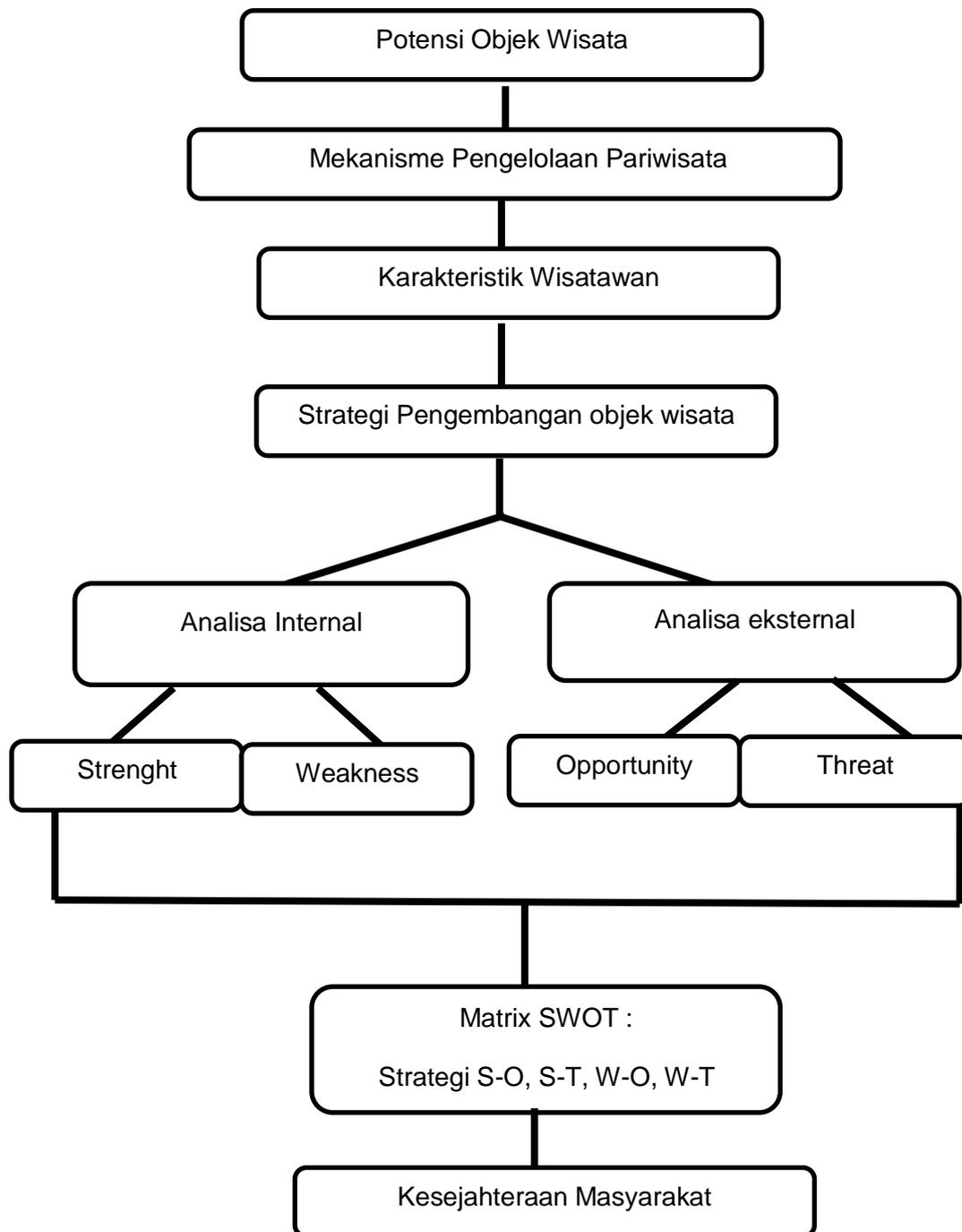
I. Kerangka Pikir

Kota Makassar merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki banyak potensi tempat wisata yang dapat dikunjungi, salah satu potensi pariwisata yang telah termanfaatkan yaitu objek wisata Lego Lego yang terletak di kawasan Reklamasi Kota Makassar, tepatnya di kawasan CPI (*Center Point of Indonesia*) Objek Wisata ini memiliki konsep waterfront city yang dirancang sebagai objek wisata kuliner yang letaknya berada di pinggir laut sehingga memiliki kesan nyaman untuk dikunjungi.

Pariwisata merupakan salah satu manfaat langsung yang dapat dimanfaatkan baik untuk kepentingan individu maupun kepentingan kelompok misalnya pemerintah guna meningkatkan pendapatan daerah. Salah satunya yaitu objek wisata Lego Lego yang di bangun untuk peningkatan UMKM di tengah pandemic serta dapat menjadi sumber penghasilan baru Kota Makassar. Melihat kondisi tersebut, pemerintah dan masyarakat yang memanfaatkan kawasan tersebut perlu mengoptimalkan sumberdaya manusia maupun potensi yang ada di kawasan tersebut untuk menunjang peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Analisis SWOT sering dipakai untuk merumuskan keputusan strategi dengan cara mengidentifikasi dan menganalisis secara tepat faktor faktor lingkungan (internal dan eksternal), lingkungan internal mencakup kekuatan yaitu kemampuan internal yang memungkinkan pengembangan mencapai sasaran dan kelemahan yakni ketidakmampuan internal yang memungkinkan pengembangan tidak mencapai sasarannya. Sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari dua faktor strategi yaitu peluang yang diartikan sebagai faktor eksternal yang membantu organisasi mencapai sasarannya dan hambatannya yang diartikan sebagai faktor eksternal yang menyebabkan organisasi tidak dapat mencapai sasarannya.

Kerangka pikir penelitian digambarkan secara skematis pada gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir