

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BAHARI
KABUPATEN TAKALAR**

MARINE TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY OF TAKALAR

RUSNENI RUSLAN



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2013

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BAHARI
KABUPATEN TAKALAR**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Perencanaan Dan Pengembangan Wilayah

Disusun dan diajukan oleh

RUSNENI

kepada

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2013

TESIS

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BAHARI
KABUPATEN TAKALAR

Disusun dan diajukan oleh

RUSNENI

Nomor Pokok P0200211405

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis

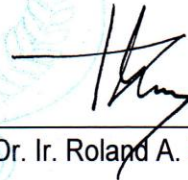
Pada tanggal 3 Juli 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Penasehat,

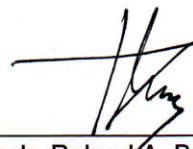
Prof. Dr. Ir. Ambo Tuwo, DEA

Ketua



Dr. Ir. Roland A. Barkey

Anggota

Ketua Program Studi
Perencanaan Pengembangan
Wilayah

Dr. Ir. Roland A. Barkey

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Hasanuddin


Prof. Dr. Ir. Mursalim

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rusneni

Nomor mahasiswa: P0200211405

Program studi : Perencanaan Dan Pengembangan Wilayah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Juli 2013

Yang menyatakan

Rusneni Ruslan

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Maha Agung, Dzat Yang Maha Suci, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengamatan penulis terhadap keindahan wisata bahari Pantai Punaga, sehingga penulis bermaksud menyumbangkan beberapa strategi untuk pengembangan wisata bahari.

Penulis menyadari bahwa betapa berat dan banyaknya halangan yang datang dalam proses penyelesaian tesis ini. Namun, syukur Alhamdulillah dengan bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak sehingga hambatan yang ada dapat dilalui. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang besar dan setulus-tulusnya kepada Prof. Dr. Ir. H. Ambo Tuwo, DEA selaku Ketua Komisi Penasehat dan Dr. Ir. Roland A Barkey sebagai Anggota Komisi Penasehat yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Hazairin Zubair, MS, Prof. Dr. Ir. I Made Benyamin, M.Sc serta Dr. Ir. Ria Wikantari, M.Sc selaku penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran demi penyempurnaan tugas akhir ini.

Terima kasih kepada yang tercinta, kedua orang tua, Ayahanda Dr. Drs. Ruslan Ramang, ST, M.Si dan Ibunda Hasnah Madi yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, memelihara dan memberikan bimbingan serta pengorbanan yang sangat besar dari awal perkuliahan hingga penyelesaian penyusunan tugas akhir ini. Saudara-saudariku tercinta, Kakanda Ian, Kakanda Una' dan Adinda Yayo, Tante Anni, Om IM, Adinda Alil, Adinda Ammi, Tezgan dan Cha' Afdhal serta keluarga besar di Kabupaten Enrekang yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini. Bapak Bupati Kabupaten Takalar, Bapak Kepala Dinas Sosial, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Takalar serta seluruh staf-stafnya yang telah banyak memberikan bantuan informasi dan data yang dibutuhkan selama penelitian tugas akhir ini. Seluruh teman-temanku di Prodi Perencanaan Dan Pengembangan Wilayah Pascasarjana Universitas Hasanuddin, K' Yospin, K' Ani, K' Nala, Uli, Mega, Imoet, K' Acim, K' Ijal, K' Hamka B, K' A. Hamka, K' Sudi, K' Acha, K' Zul, K' Dismal, K' Wawan, Erwin, Didiet dan K' Wiwin "TPP". Jalinan persahabatan kita adalah anugerah terindah dan telah memberikan motivasi dan bantuan dalam penulisan tugas akhir ini. Terima kasih atas bantuan dan kesediaannya menemani, memberikan keceriaan dan menghilangkan stres dalam membuat dan menulis tugas akhir ini.

Makassar, Juli 2013

Rusneni

ABSTRAK

RUSNENI RUSLAN. *Strategi Pengembangan Wisata Bahari Kabupaten Takalar* (dibimbing oleh Ambo Tuwo dan Roland A. Barkey).

Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui faktor-faktor pengaruh yang signifikan dalam pengembangan wisata bahari berbasis karakteristik wisatawan dan (2) merumuskan strategi pengembangan wisata bahari di Kabupaten Takalar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari teknik wawancara dan kuisisioner terhadap informan yang terkait serta wisatawan dengan menggunakan analisis Chi-Kuadrat. Selain itu, digunakan metode kualitatif dengan menggunakan data sekunder yang dianalisis dengan metode SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan (0,638) dan daya tarik (0,600) memiliki pengaruh yang kuat, sedangkan lama kunjungan (0,500), daerah asal (0,439), jenis kelamin (0,417), motif kunjungan (0,413) dan umur wisatawan (0,412) berpengaruh sedang, serta moda transportasi (0,223) dan pendidikan (0,217) berpengaruh rendah. Rumusan strategi pengembangan wisata bahari adalah pengembangan akomodasi wisata dengan segmen pasar wisatawan golongan menengah, menjaga kealamian dan kebersihan pantai, perluasan kesempatan berusaha, bekerjasama dengan biro perjalanan, penyebarluasan informasi dan promosi wisata, menjadikan adat istiadat sebagai salah satu atraksi wisata, pengadaan angkutan wisata menuju wisata bahari, pelatihan tenaga profesional di bidang pariwisata serta peningkatan peran masyarakat lokal dalam menjaga keamanan.

ABSTRACT

RUSNENI RUSLAN. *The Strategy of Maritime Tourism Development of Takalar Regency* (supervised by Ambo Tuwo dan Roland A. Barkey).

The research is aimed (1) to reveal significant influence factors in developing maritime tourism based on tourist characteristics and (2) to formulate the strategy of maritime tourism development in Takalar Regency.

The method used in this research was quantitative descriptive using primary data obtained through interview and questionnaire technique towards related informants and tourists by using Chi-Square analysis with SWOT.

The results indicate that the income (0.638) and appeal (0.600) have strong influence, while the length of visit (0.500), origin region (0.439), sex (0.417), visit motive (0.413) and tourists' age (0.412) have moderate influence, and transportation (0.223) and education (0.217) have low influence. The strategy formulation of maritime tourism development is tourism accommodation development with middle class marketing segment, preserving the nature and the sea shore clean, broadening the opportunity for business, collaborating with travel bureaus, spreading information and promotion of tourism, making local tradition as tourism attraction, procurement of marine tourism transport, to train professional tourism agents and to develop local community roles in achieving security.

DAFTAR ISI

	halaman
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Teori dan Konsep Pengembangan	8
B. Pengertian Kepariwisata	11
C. Pengertian Wisatawan	13
D. Pengertian Wisatawan	17
E. Komponen Pengembangan Pariwisata	20

	10
F. Jenis-jenis Pariwisata	28
G. Perkembangan Industri Pariwisata	31
H. Peranan Pariwisata	33
I. Pelaku Pariwisata	35
J. Konsep Wisata Bahari	37
K. Pendekatan Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Bahari	43
L. Strategi Pengembangan Wisata	55
M. Analisis SWOT	58
N. Kerangka Pikir	61
III. METODE PENELITIAN	63
A. Jenis Penelitian	63
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	63
C. Jenis dan Sumber Data	67
D. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Populasi dan Sampel	70
F. Teknik Analisis Data	71
G. Definisi Operasional	75
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A. Karakteristik Fisik Lokasi	76
B. Karakteristik Kependudukan	78
C. Karakteristik Sarana Pelayanan Sosial	84
D. Karakteristik Sosial Ekonomi	90
E. Karakteristik Sosial Budaya	93

F. Karakteristik Wisata Bahari Pantai Punaga	96
G. Potensi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Punaga	97
H. Karakteristik Wisatawan Di Wisata Bahari Pantai Punaga	99
I. Analisis Ketersediaan Komponen Pariwisata	115
J. Analisis Sosial Budaya	119
K. Analisis Sosial Ekonomi	120
L. Analisis Pengembangan Wisata Bahari Pantai Punaga Berbasis Karakteristik Wisatawan	121
M. Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Punaga	123
N. Implikasi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Punaga Terhadap Pengembangan Wilayah Kabupaten Takalar	134
V. PENUTUP	142
A. Kesimpulan	142
B. Saran	143
DAFTAR PUSTAKA	144

DAFTAR TABEL

nomor		halaman
1.	Model Matriks Analisis SWOT	61
2	Interval Koefisien dan Tingkat Hubungan Variabel	73
3	Luas dan Persentase Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	77
4	Jumlah dan Kepadatan Penduduk Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	79
5	Jumlah Penduduk Menurut Usia Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang tahun 2011	80
6	Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	82
7	Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	83
8	Sarana Pendidikan Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	85
9	Jenis dan Jumlah Fasilitas Kesehatan Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	87
10	Sarana Air Bersih Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	88
11	Jumlah dan Jenis fasilitas Perdagangan Dirinci Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Mangarabombang Tahun 2011	91
12	Perkembangan Wisatawan Di Pantai Punaga	100
13	Frekuensi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Punaga Tahun 2013	101
14	Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Wisatawan Di Pantai Punaga Tahun 2013	103
15	Daerah Asal Wisatawan Di Pantai Punaga tahun 2013	104
16	Tingkat Pendidikan Wisatawan Di Pantai Punaga Tahun 2013	105

17	Tingkat Pendapatan Wisatawan Di Pantai Punaga Tahun 2013	106
18	Moda Transportasi Wisatawan Di Pantai Punaga Tahun 2013	109
19	Lama Kunjungan Wisatawan Di Pantai Punaga Tahun 2013	110
20	Motif/Maksud Kunjungan Wisatawan Di Pantai Punaga Tahun 2013	112
21	Daya Tarik Wisata Bahari Di Pantai Punaga Tahun 2013	113
22	Tingkat Hubungan Karakteristik Wisatawan Dalam Pengembangan Wisata Bahari Pantai Punaga Tahun 2013	122
23	Matriks Analisis SWOT	126

DAFTAR GAMBAR

nomor		halaman
1	Komponen Fungsi Dari Sisi Persediaan	46
2	Pengaruh Luar Sistem Pariwisata	46
3	Skema Konsep Wisata Bahari	48
4	Kerangka Pikir Penelitian	62
5	Peta Kabupaten Takalar	64
6	Peta Kecamatan Mangarabombang	65
7	Citra Wisata Bahari Pantai Punaga, Kabupaten Takalar	66

DAFTAR LAMPIRAN

nomor		halaman
1.	Kuisisioner	147
2.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Umur Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	149
3.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Jenis Kelamin Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	150
4.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Daerah Asal Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	151
5.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Pendidikan Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	152
6.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Pendapatan Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	153
7.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Moda Transportasi Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	154
8.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Lama Kunjungan Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	155
9.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Motif Kunjungan Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	156
10.	Perhitungan Chi-Kuadrat Variabel Daya Tarik Wisatawan Dengan Frekuensi Kunjungan Wisatawan	157
11.	Dokumentasi	158

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beragamnya potensi ekonomi yang ada di wilayah pesisir dan laut Indonesia yang belum dikelola secara maksimal, telah menarik minat pemerintah pusat, kota dan kabupaten untuk mengeksplorasi sumber daya tersebut. Dalam melakukan eksploitasi tersebut, pemerintah sangat sadar akan perlunya eksploitasi yang rasional dan berkelanjutan, serta melakukan desentralisasi pengendalian terhadap perencanaan, Pengembangan kepariwisataan semakin penting artinya, tidak saja dalam rangka peningkatan penerimaan devisa Negara, akan tetapi juga dalam rangka memperluas lapangan kerja dan pemerataan pendapatan bagi masyarakat.

Sektor pariwisata sebagai suatu kegiatan ekonomi memiliki mata rantai yang sangat panjang sehingga banyak menampung kesempatan kerja bagi masyarakat sekitarnya yang selanjutnya akan menyebabkan pendapatan masyarakat meningkat dari hasil penjualan barang dan jasa melalui usaha restoran, hotel, biro perjalanan, penjualan barang cinderamata dan sebagainya. Semakin banyak wisatawan yang datang maka akan semakin banyak devisa yang diterima dan pada akhirnya akan mendorong pembangunan sarana dan prasarana wisata lainnya (Spillane, 1989).

Perkembangan pariwisata dicerminkan oleh meningkatnya kunjungan wisatawan baik yang berasal dari mancanegara dan dari dalam negeri (domestic). Meningkatnya kunjungan wisatawan dan belanja wisatawan dapat berpengaruh terhadap kinerja perekonomian daerah, yaitu meningkatnya pendapatan sektor-sektor ekonomi dan berkembangnya lapangan kerja. Hal ini disebabkan karena sebagai penghasil devisa sektor pariwisata dianggap sejajar dengan sektor ekspor yang dapat berperan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Seperti yang dikemukakan oleh North (1975) dengan teori *export base*. Sektor ekspor mempunyai peranan penting dalam pembangunan daerah karena memberikan sumbangan penting terhadap perekonomian daerah, yaitu menciptakan permintaan atas produksi lokal (Sukirno, 1976).

Bisnis pariwisata sudah menjadi sektor andalan di banyak Negara. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Naisbitt (1997) yang menyatakan pariwisata merupakan penghasil uang terbesar dan sektor terkuat dalam perekonomian global. Menurutnya, kontribusi ekonomi pariwisata (dalam bentuk pajak, kesempatan kerja, belanja Negara dan investasi modal) yang amat besar menjadikan pariwisata merupakan industri terbesar.

Perkembangan arus wisata yang semakin pesat merupakan salah satu bagian utama dalam pertumbuhan kepariwisataan sehingga pengembangan pariwisata perlu lebih mendapat perhatian khusus untuk dikemas sedemikian rupa dalam menjawab tantangan dari laju arus kunjungan wisatawan yang akan datang. Wisatawan akan membutuhkan

dan menggunakan sarana dan prasarana wisata yang merupakan fasilitas dari industri jasa pariwisata yang tersedia. Dengan kata lain bahwa perkembangan pariwisata sangat ditentukan oleh baik tidaknya keadaan sarana dan prasarana yang merupakan faktor pendukung kepariwisataan.

Implikasi diberlakukannya sistem desentralisasi telah membuka peluang bagi setiap daerah untuk mengoptimalkan setiap sumberdaya yang ada. Daerah akan didorong untuk menggali setiap potensi dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerahnya (PAD). Saat ini, banyak pemerintah daerah yang memiliki kawasan berupa daerah pesisir berupaya mengembangkan wisata bahari di wilayahnya. Hal inilah yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Takalar dengan mengangkat potensi wisata bahari yang ada di daerahnya. Lokasi wisata bahari tersebut adalah Pantai Punaga.

Pantai Punaga terletak di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar Propinsi Sulawesi Selatan. Pantai Punaga merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang menawarkan keindahan alam tropis dengan pasir putih dan hembusan angin laut yang sejuk dan dikelilingi oleh tebing yang terbentuk secara alami. Pantai Punaga terletak sekitar 17 km dari Kota Takalar. Untuk ke lokasi objek wisata Pantai Punaga, para wisatawan dapat mempergunakan kendaraan bermotor dengan akses jalan yang cukup bagus. Lokasi objek ini jauh dari kebisingan sehingga tepat dijadikan tempat beristirahat dan untuk menghilangkan kepenatan dari aktifitas kantor dan bisnis.

Saat ini, Dinas Sosial, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Takalar sedang melakukan pengembangan wisata di Pantai Punaga. Hal ini terlihat dari pengembangan infrastruktur di Pantai Punaga pada tahun 2012 yang berupa villa, toilet umum, mushollah dan sebagainya. Sementara pada tahun 2008 hanya terdapat 2 villa saja di dalam lokasi Pantai Punaga. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah berusaha mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh Pantai Punaga untuk menarik wisatawan. Setiap tahun jumlah wisatawan di Pantai Punaga semakin meningkat, pada tahun 2008 jumlah wisatawan sebanyak 677 jiwa sedangkan pada tahun 2012 wisatawan meningkat sebanyak 1.054 jiwa menjadi 1.731 wisatawan. Hal ini mengindikasikan bahwa besarnya potensi wisatawan yang berminat berkunjung ke objek wisata Pantai Punaga. Dengan bertambahnya jumlah wisatawan diharapkan akan mempercepat pembangunan sarana dan prasarana wisata lainnya dan memberikan manfaat kepada masyarakat lokal yaitu peningkatan kesejahteraan hidup mereka.

Karakteristik wisatawan perlu diketahui agar dalam pengembangan fasilitas wisata di Pantai Punaga dapat lebih mudah diarahkan sehingga penggunaan fasilitas wisata dapat lebih optimal. Selain itu, dapat pula diketahui siapa yang menjadi segmen pasar dari objek wisata tersebut dan berupaya mengembangkan objek wisata dengan kebutuhan mereka. Karakteristik wisatawan dalam penelitian ini meliputi karakteristik demografis wisatawan (umur dan jenis kelamin, daerah asal wisatawan,

tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan) dan karakteristik kunjungan wisatawan (moda transportasi, lama kunjungan, motif perjalanan dan daya tarik wisata bahari Pantai Punaga).

Agar pengembangan wisata bahari Pantai Punaga dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi pembangunan, maka dalam pelaksanaannya dibutuhkan strategi yang terencana dan sistematis guna mampu menarik jumlah wisatawan yang besar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor pengaruh yang signifikan dalam pengembangan wisata bahari Pantai Punaga ?
2. Bagaimana strategi pengembangan wisata bahari Pantai Punaga ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor pengaruh yang signifikan dalam pengembangan wisata bahari Pantai Punaga berbasis karakteristik wisatawan.
- b. Untuk merumuskan strategi pengembangan wisata bahari Pantai Punaga.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan masukan bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Takalar untuk mengembangkan wisata bahari Pantai Punaga di Kecamatan Mangarabombang.
- 2 Referensi bagi peneliti-peneliti lainnya yang berminat untuk membahas strategi pengembangan wisata bahari yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan

Bagian pertama adalah pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bagian kedua adalah tinjauan pustaka yang menguraikan tentang teori dan konsep pengembangan, pengertian kepariwisataan, pengertian wisatawan, perencanaan pariwisata dan pembangunan nasional, komponen pengembangan pariwisata, jenis-jenis pariwisata, perkembangan industri pariwisata, peranan pariwisata, pelaku pariwisata, konsep wisata bahari, pendekatan strategis pengembangan destinasi wisata bahari, strategi pengembangan wisata, analisis SWOT dan kerangka pikir.

Bagian ketiga adalah metode penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data dan definisi operasional.

Bagian keempat adalah hasil dan pembahasan yang menguraikan tentang karakteristik fisik lokasi, karakteristik kependudukan, karakteristik sarana pelayanan sosial, karakteristik sosial ekonomi, karakteristik sosial budaya, karakteristik wisata bahari Pantai Punaga, potensi pengembangan wisata bahari Pantai Punaga, karakteristik wisatawan di wisata bahari Pantai Punaga, analisis ketersediaan komponen pariwisata, analisis sosial budaya, analisis sosial ekonomi, analisis pengembangan wisata bahari Pantai Punaga berbasis karakteristik wisatawan, strategi pengembangan wisata bahari Pantai Punaga dan implikasi pengembangan wisata bahari Pantai Punaga terhadap pengembangan wilayah Kabupaten Takalar.

Bagian kelima adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori dan Konsep Pengembangan

Mengkaji pengembangan kawasan wisata pada prinsipnya merupakan bagian dari kegiatan pengembangan pembangunan nasional. Dimana sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan devisa negara. Karena itu, sektor ini merupakan sektor yang berperan penting dalam pengembangan. Sektor pariwisata menjadi sektor yang menuntut pemerintah untuk memberikan andil yang besar dalam pengelolaannya.

Teori pengembangan yang dapat dijadikan sebagai suatu kajian pegangan dalam memahami arti pengembangan adalah menggunakan teori “perubahan”. Teori perubahan yang diperkenalkan oleh Samuelson (1987) menyatakan bahwa dasar terjadinya pengembangan dari suatu bentuk ke bentuk lain ditentukan oleh adanya dinamika yang disebut perubahan. Contoh dari makna perubahan tersebut yaitu dari kondisi wilayah kumuh menjadi wilayah elit, pengembangan wilayah pesisir menjadi wilayah pantai dan lain sebagainya.

Berikut beberapa pandangan dari para ahli pengwilayahan menyatakan bahwa pengertian pengembangan adalah suatu perubahan bentuk struktur dan fungsi dari wilayah.

1. Pengembangan adalah perubahan struktur dan fungsi yang mengarah kepada perbaikan atau memanfaatkan suatu kondisi lingkungan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Setiadi, 2000).
2. Pengembangan adalah suatu proses perubahan kondisi statis menjadi dinamis guna mengembangkan segala potensi pengembangan untuk mencapai suatu tujuan (Anshory, 2002).
3. Pengembangan dibedakan atas tiga model yaitu pengembangan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Pengembangan jangka pendek yaitu mengembangkan kuantitas suatu wilayah, pengembangan jangka menengah yaitu memperbaiki kualitas suatu wilayah dan pengembangan jangka panjang memajukan segala potensi suatu wilayah yang dikembangkan (Trisna, 1998).

Menurut Coherty (1997), setiap perubahan waktu dari suatu kegiatan disebut pengembangan. Ketiga orientasi terjadinya suatu pengembangan adalah waktu, kegiatan dan tujuan. Hal tersebut yang akhirnya memberikan suatu pengertian bahwa pengembangan adalah suatu proses waktu yang digunakan untuk melakukan berbagai kegiatan atau aktifitas yang bermanfaat dalam mengubah suatu wilayah untuk mencapai tujuan. Waktu yang dimaksud adalah periode dari suatu kegiatan pembangunan. Aktifitas adalah kegiatan atau penyelenggaraan pembangunan baik fisik maupun non fisik. Tujuan yang dimaksud adalah tercapainya pembangunan yang utuh dan mewujudkan masyarakat yang adil dan merata.

Pengembangan diartikan sebagai suatu proses yang dinamis dengan menggunakan segala sumberdaya yang ada guna mencapai kesejahteraan yang lebih baik. Pengembangan ini dapat dalam bentuk wujud fisik maupun wujud mutu dalam artian kuantitas dan kualitas (Yulius, 1986).

Johara (1986) menyatakan bahwa pengembangan adalah memajukan atau memperbaiki atau meningkatkan sesuatu yang ada sedangkan pembangunan adalah mengadakan atau membuat sesuatu yang belum ada. Pengembangan atau pembangunan mempunyai skala nasional, regional dan lokal. Pengembangan dan pembangunan skala nasional meliputi seluruh suatu negara dengan tekanan pada perekonomian. Pengembangan dan pembangunan skala regional meliputi seluruh wilayah dan mempunyai tekanan utama pada perekonomian dan tekanan kedua pada fisik.

Kaitannya dengan pengembangan wisata, ada beberapa elemen dasar yang perlu dipertimbangkan, khususnya yang berwawasan lingkungan dan terpadu. Pertama, melakukan zonasi dalam rangka memisahkan usaha pariwisata dengan kegiatan pertanian, perkebunan, perikanan atau kegiatan usaha lainnya. Dan kedua, pengembangan usaha wisata hendaknya dilakukan secara bertahap agar masyarakat punya cukup waktu untuk memahami dan beradaptasi dengan kegiatan pariwisata. Pemerintah melalui tenaga-tenaga ahlinya mulai menginvestasi dalam bidang infrastruktur dengan kebutuhan masyarakat

setempat. Hal ini akan berpengaruh terhadap usaha-usaha pariwisata berskala kecil sehingga mampu berkembang dengan baik.

B. Pengertian Kepariwisataan

Kata pariwisata berasal dari bahasa sangsekerta yang sesungguhnya bukan berarti "*tourisme*" (bahasa Belanda) atau "*tourism*" (bahasa Inggris), kata pariwisata bersinonim dengan pengertian "*tour*", hal ini dapat dilihat dari kata pariwisata yang terdiri dari dua suku kata yaitu kata "*peri*" adalah berkali-kali, berputar-putar dan "*wisata*" adalah perjalanan dan bepergian. Dan pengertian secara etimologi, pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lainnya (Oka A yoeti, 1982).

Menurut *World Tourism Organization* (WTO) dalam La Ode Unga (2011), pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian ke atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya. Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta

interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah pusat, pemerintah daerah dan pengusaha. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Undang-undang Nomor 9, Tahun 1990, Tentang Kepariwisata (pasal 3) bahwa penyelenggaraan kepariwisataan bertujuan untuk:

1. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata.
2. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
3. Memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
4. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
5. Mendorong pendayagunaan produksi nasional.

Kepariwisata adalah suatu faktor yang potensial dalam usaha meningkatkan ekonomi di bidang jasa perhotelan dan kerajinan rakyat serta pemasaran barang-barang dari hasil produksi dalam negeri. Kegiatan-kegiatan pariwisata, baik nasional maupun regional dapat menciptakan serta memperluas lapangan kerja dan memberi pula pengaruh terhadap perkembangan sektor pembangunan lainnya.

C. Pengertian Wisatawan

Wisatawan berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari kata “Wisata” yang berarti perjalanan dan “Wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, jabatannya atau kedudukan seseorang. Jadi, secara sederhana wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan. Menurut WTO definisi wisatawan adalah sebagai berikut :

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berkunjung ke suatu Negara lain dimana dia mempunyai kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara lain tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada Negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal sebagai berikut:
 - a. Memanfaatkan waktu luang untuk berekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga
 - b. Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga
3. Darmawisata adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi termasuk dengan orang yang berkeliling dengan kapal pesiar, namun tidak termasuk para pesiar yang memasuki Negara secara legal contohnya orang hanya tinggal di ruang transit pelabuhan udara (Happy Marpaung, 2002).

Di Indonesia, pengertian 'wisatawan' tercantum dalam instruksi "Presiden RI No. 9 Tahun 1969", yaitu setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat yang lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu. Defenisi ini telah mencakup wisatawan dalam dan luar negeri, namun tidak memberikan batas waktu atas kunjungannya. Untuk tujuan praktisnya, Departemen Pariwisata menggunakan definisi 'wisatawan' adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dan menetap untuk sementara di tempat lain selain tempat tinggalnya, untuk salah satu atau beberapa alasan, selain mencari pekerjaan (Marpaung, 2002).

Menurut rumusan *International union of Official Travel Organization* (IUOTO, kini UN-WTO) dalam La Ode Unga (2011), yang dimaksud dengan *tourist* dan *excurtionist* adalah sebagai berikut :

1. Wisatawan (*tourist*), yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dengan tujuan perjalanan :
 - a. Pesar, untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagaman dan olahraga.
 - b. Keluarga, bisnis dan konferensi.
2. Pelancong (*excurtionist*) adalah pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar).

Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi wisatawan internasional (mancanegara) yaitu yang melakukan perjalanan wisata ke luar negerinya dan wisatawan nasional (nusantara) yaitu yang melakukan perjalanan wisata ke negerinya sendiri. WTO (*World Tourism organization*) dalam La Ode Unga (2011) mendefinisikan wisatawan nusantara adalah mereka yang mengunjungi suatu tempat di negara tempat tinggalnya untuk sekurang-kurangnya 24 jam dan tidak lebih dari 1 tahun untuk tujuan rekreasi, liburan, olahraga, bisnis, pertemuan, konvensi, keluarga, belajar, berobat atau misi keagamaan dan sosial lainnya.

Komisi Ekonomi Liga Bangsa-bangsa menyebutkan motif-motif yang menyebabkan orang asing dapat disebut wisatawan. Mereka yang termasuk wisatawan adalah :

1. Orang yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang (*pleasure*) karena alasan keluarga, kesehatan dan sebagainya.
2. Orang yang mengadakan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, atletik dan sebagainya).
3. Orang yang mengadakan perjalanan bisnis.
4. Orang yang datang dalam rangka pelayanan pesiar (*sea cruise*), kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

Akan tetapi istilah wisatawan tidak meliputi orang-orang berikut :

1. Orang yang datang untuk memangku jabatan atau mengadakan usaha di suatu negara.

2. Orang yang datang untuk menetap.
3. Penduduk daerah perbatasan dan orang yang tinggal di negara yang satu akan tetapi bekerja di negara tetangganya.
4. Pelajar, mahasiswa dan kaum muda di tempat-tempat pemondokan dan di sekolah-sekolah.
5. Orang yang dalam perjalanan melalui sebuah negara tanpa berhenti di negara tersebut, meskipun di negara itu lebih dari 24 jam.

Ada beberapa dasar pengelompokkan segmen pasar wisatawan yang mengunjungi objek wisata, yaitu :

1. Berdasarkan karakteristik sosial demografis, misalnya usia, jenis kelamin, pekerjaan, daerah asal, tingkat pendapatan, etnis, agama, tingkat pendidikan atau kelas sosial.
2. Berdasarkan karakteristik geografis, misalnya jarak dan modal transportasi ke objek wisata. Di sini, segmen pasar dapat berupa wisatawan lokal dan asing.
3. Berdasarkan psikografi, dimana satu segmen pasar dapat berupa wisatawan yang suka mencari petualangan, sementara segmen yang lain dapat berupa dapat berupa pecinta keindahan alam yang hiaju dan menyukai produk ramah lingkungan.
4. Berdasarkan jenis aktifitas, dimana ada segmen pasar wisatawan yang senang berkemah, sedangkan yang lainnya dapat berupa wisatawan yang suka atau senang menikmati keunikan satwa di alam.

5. Berdasarkan frekuensi wisata, dimana ada segmen pasar wisatawan yang sering bepergian atau datang berulang-ulang, dan ada juga yang datang hanya sekali. Wisatawan yang pecinta kelestarian alam biasanya akan mendatangi kawasan wisata secara berulang-ulang.
6. Berdasarkan manfaat produk yang dirasakan, dimana ada segmen pasar wisatawan yang berharap memperoleh manfaat dari lingkungan yang menantang, sementara yang lain mungkin berharap untuk belajar tentang alam, sedangkan yang lainnya lagi mungkin berharap untuk dapat menikmati keindahan alam bersama keluarga.

Pengenalan dengan baik segmen pasar yang dapat dimanfaatkan sangat membantu para pengelola pariwisata dalam merencanakan kegiatan yang diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada para wisatawan yang datang (Tuwo, 2011).

D. Perencanaan Pariwisata dan Pembangunan Nasional

Pembangunan pariwisata merupakan pengembangan yang dilakukan secara terencana dan menyeluruh karena dari kegiatan tersebut diharapkan dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik secara ekonomis, fisik dan sosial budaya. Perencanaan ini harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata ke dalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik dan sosial suatu negara serta memberikan kerangka kerja kebijaksanaan pemerintah untuk mendukung dan mengatur pengembangan pariwisata.

Pembangunan pariwisata memerlukan perencanaan yang komprehensif dengan mempertimbangkan beberapa aspek, yaitu :

1. Perencanaan pengembangan pariwisata harus menyeluruh sehingga semua aspek pengembangan pariwisata diperhitungkan dengan mempertimbangkan untung dan rugi apabila dibandingkan dengan pembangunan sektor lain. Hal ini dimaksudkan bahwa dalam pembangunan tersebut tidak hanya memperhitungkan faktor ekonomi dan komersial, akan tetapi juga mempertimbangan faktor sosial dan kepentingan-kepentingan lain seperti pengembangan pariwisata untuk meningkatkan prestasi kerja, untuk lebih mengenal dan cinta tanah air dan untuk persahabatan antara bangsa.
2. Pengembangan pariwisata harus diintegrasikan ke dalam pola dan program pengembangan secara ekonomi, fisik dan sosial suatu negara (daerah), karena pengembangan pariwisata saling terkait dengan sektor lain dan dapat mempengaruhi pembangunan sektor lain.
3. Pengembangan pariwisata harus diarahkan untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas.
4. Pengembangan pariwisata harus sadar lingkungan sehingga pengembangannya mencerminkan ciri-ciri khas budaya dan lingkungan suatu daerah, bukan justru merusak lingkungan alam dan budayanya.
5. Pengembangan pariwisata harus diarahkan sedemikian rupa sehingga pertentangan sosial dapat dicegah seminimal mungkin serta menempatkan perubahan-perubahan sosial yang positif.

Perencanaan merupakan aspek yang sangat penting dalam pengembangan sebuah objek wisata karena pengembangan pariwisata yang tidak memperhatikan aspek perencanaan dapat menyebabkan arah pengembangan pariwisata tersebut tidak sesuai dengan prinsip-prinsip umum dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata. Menurut Pratiwi (2007), perencanaan dalam pariwisata diperlukan karena disebabkan oleh :

1. Fenomena pariwisata semakin kompleks dari yang pernah terpikirkan sebelumnya.
2. Pariwisata berdampak positif dan negatif.
3. Pariwisata makin kompetitif dan promosi destinasi wisata makin gencar.
4. Pariwisata bisa berakibat buruk pada sumberdaya alam dan budaya.
5. Pariwisata mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu dan semua yang terlibat dalam pariwisata perlu berpartisipasi dalam proses perencanaan.

Pembangunan pariwisata dikatakan berhasil apabila mendapat dukungan dari penduduk setempat dalam komunitasnya, baik dalam pembangunan fasilitas pendukung maupun atraksi lainnya, sehingga pariwisata tersebut dapat membangun ekonomi rakyat sekitar dan berkontribusi terhadap devisa negara atau PAD. Pengembangan pariwisata harus berorientasi pada pembangunan yang dilaksanakan secara nasional. Peranan pariwisata dalam pembangunan negara secara garis besar berisikan tiga hal pokok yaitu ekonomi (sumber devisa),

kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan kepada wisatawan asing) dan sosial (penciptaan lapangan kerja).

Sektor pariwisata akan memberikan manfaat yang besar kepada pemerintah maupun masyarakat, seperti berkembangnya sarana wisata, memperluas pasar barang-barang lokal, memberi dampak positif pada tenaga kerja karena pariwisata memperluas lapangan kerja baru (tugas baru di hotel atau di tempat penginapan lainnya, usaha perjalanan, di kantor-kantor pemerintah yang mengurus pariwisata, industri kerajinan tangan dan cenderamata serta tempat-tempat penjualan lainnya), membantu pembangunan daerah-daerah terpencil dalam suatu daerah jika memiliki daya tarik wisata. Dengan demikian, diperlukan identifikasi berbagai faktor-faktor sebelum merencanakan serta membuat kebijakan-kebijakan dalam rangka pengembangan sektor tersebut menuju sasaran yang hendak dicapai.

E. Komponen Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan karakteristik sumberdaya alamnya, salah satu kegiatan yang dapat dikembangkan di suatu daerah adalah pariwisata. Pariwisata telah menjadi sumber pendapatan di beberapa daerah. Walaupun ketergantungan pada pariwisata terkait dengan tahap pembangunan ekonominya.

Rencana mengembangkan pariwisata adalah karena beberapa alasan berikut :

1. Saat ini pariwisata merupakan sektor yang diharapkan pemerintah akan menjadi salah satu andalan sumber devisa utama bagi Indonesia pada masa mendatang.
2. Tersedianya beraneka ragam sumberdaya alam dan sumberdaya buatan yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata. Jika dapat dikembangkan secara baik, pariwisata dapat memberikan keuntungan yang cukup besar terhadap ekonomi lokal dan penduduk lokal.
3. Biaya investasi permulaan di sektor pariwisata relatif rendah bila dibandingkan dengan investasi dengan kegiatan industri lainnya.
4. Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, menarik investasi, memperbaiki infrastruktur dan fasilitas serta beberapa peranan positif lainnya.
5. Pariwisata masih dianggap merupakan industri yang relatif bebas polusi. Bila dikembangkan secara baik, pariwisata dapat memperbaiki kualitas lingkungan bagi suatu daerah.

Myra dalam Supriadi (2005) berpendapat bahwa pengembangan pariwisata hendaknya didasarkan atas sistem kepariwisataan itu sendiri. Sistem kepariwisataan yang mencakup komponen-komponen yang meliputi :

1. Wisatawan

Pengunjung ke daerah wisata terdiri dari para wisatawan menginap dan tidak menginap. Besarnya proporsi antara pengunjung yang menginap dengan yang tidak menginap dipengaruhi oleh aksesibilitas daerah wisata tersebut terhadap pasar/daerah asal wisatawan, ketersediaan sarana dan prasarana transportasi, jumlah keanekaragaman objek dan daya tarik wisata (ODTW), ketersediaan fasilitas akomodasi dan lain-lain.

Wisatawan yang berkunjung di daerah tersebut terdiri dari wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Jumlah masing-masing jenis wisatawan sangat dipengaruhi oleh karakteristik produk wisata yang dikembangkan di daerah tersebut. Persentase antara wisatawan mancanegara yang datang langsung ke daerah tersebut dengan wisatawan yang kedatangannya melalui daerah lain dipengaruhi oleh tingkat kemudahan pencapaian daerah tersebut dari negara lain, apakah mempunyai bandara udara ataupun pelabuhan laut sebagai pintu gerbang untuk masuk ke daerah wisata tersebut.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan fungsi dari jarak atau tingkat kemudahan untuk mencapai daerah wisata dengan berbagai kawasan tujuan wisatanya. Berbeda dengan industri manufaktur, dimana barang (produknya) dapat dikirim ke konsumen. Maka dalam pariwisata,

konsumen (wisatawan) harus datang ke daerah dimana terdapat produk wisata untuk mengkonsumsi produk-produk wisata tersebut terutama objek dan daya tarik wisata.

Oleh karena itu, tingkat kemudahan pencapaian ke daerah wisata tersebut dari daerah atau negara lain asal wisatawan akan mempengaruhi perkembangan daerah wisata tersebut. Jarak dan ketersediaan sarana dan prasarana transportasi ke daerah wisata merupakan hal yang penting. Jenis, volume, tarif dan frekuensi moda angkutan ke dan dari daerah wisata tersebut juga akan mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan. Kenyamanan selama perjalanan menuju daerah wisata dan kawasan tujuan wisata tersebut harus diperhatikan.

3. Objek dan Daya Tarik Wisata

Objek dan daya tarik wisata adalah kekuatan untuk mendatangkan wisatawan. Daya tarik merupakan padanan kata *attraction* yang dapat didasarkan pada adanya objek-objek wisata. Suatu objek mempunyai potensi daya tarik, tetapi daya tarik tersebut baru terbentuk bila objek ditunjang dengan unsur-unsur lain seperti aksesibilitas dan fasilitas penunjang. Daya tarik tidak hanya tercipta oleh suatu objek, sarana dan prasarana wisata pendukung lainnya,

Hadinoto (1996) berpendapat bahwa objek dan daya tarik wisata (ODTW) dapat merupakan alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi atau menjadi sasaran bagi wisatawan. Adapun yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan, seperti danau, pemandangan, pantai, gunung, candi, monumen dan lain-lain. Objek dan daya tarik wisata merupakan faktor utama yang mempengaruhi atau mendorong seseorang meninggalkan daerah asal untuk mengunjungi suatu daerah ODTW yang dapat dikembangkan di suatu daerah wisata tergantung daripada potensi yang terdapat didalamnya ,antara lain beberapa potensi sumberdaya alam dan potensi budaya. ODTW yang akan dikembangkan bisa terdiri dari *site* dan *event*.

Elemen dasar dan komponen sumberdaya alam yang dapat dikembangkan menjadi ODTW terdiri atas iklim, bentang alam, flora dan fauna, air, pantai, keindahan alam, keanekaragaman biota laut, pertanian dan lain-lain. Berbagai ragam kombinasi dan elemen sumberdaya alam dapat membentuk suatu lingkungan yang dapat menarik wisatawan. Kualitas sumberdaya alam harus dijaga untuk mempertahankan bahkan meningkatkan permintaan untuk pariwisata. Komponen atau kebudayaan memungkinkan untuk menarik wisatawan yang banyak berkunjung ke daerah wisata meliputi kesenian, pola kehidupan sosial masyarakat dan daya tarik sosial budaya lainnya.

4. Sarana Dan Prasarana (Fasilitas dan Utilitas)

Sarana terdiri dari fasilitas di atas permukaan tanah yang dilayani oleh prasarana, seperti hotel, resort, rumah makan, pusat perbelanjaan, tempat hiburan, museum, toko dan sebagainya. Faktor yang perlu diperhatikan dalam penyediaan sarana adalah desain dari bangunan. Wisatawan lebih sering tertarik oleh fasilitas yang akrab dengan arsitektur lokal daripada akomodasi modern yang sering ditemui di daerah asalnya. Hal ini perlu diperhatikan mengingat wisatawan biasanya mengunjungi suatu tempat yang lingkungannya berbeda dengan lingkungan hidupnya sehari-hari.

Prasarana terdiri dari semua bangunan di atas dan di bawah tanah seperti sistem kesediaan air bersih, sistem pembuangan limbah, sistem drainase, sistem komunikasi dan utilitas lainnya seperti jalan raya, bandar udara, area parkir, terminal bus dan jenis instalasi pelayanan wisata lainnya. Utilitas ini harus sudah tersedia sebelum sarananya dibangun. Akomodasi harus tersedia dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan wisatawan. Pelayanan dan kenyamanan di akomodasi juga harus diperhatikan karena akan mempengaruhi kegiatan yang utama seperti rekreasi, bisnis dan lain-lain. Sarana penunjang wisata sangat mendukung kawasan wisata yang memberikan kemudahan pelayanan bagi wisatawan.

Analisis sistem pariwisata tidak terlepas dari segmen pasar pariwisata karena segmen pasar pariwisata merupakan spesifikasi bentuk

dari pariwisata yang dapat berfungsi sebagai bentuk khusus pariwisata. Hal ini terkait dengan output akhir yang diharapkan oleh wisatawan yaitu kepuasan akan objek wisata yang dihasilkan. Untuk mewujudkan sistem pariwisata yang diinginkan, maka diperlukan beberapa komponen pariwisata. Menurut Inskeep dalam La Ode Unga (2011), di berbagai macam literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen wisata tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata. Berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata.
2. Akomodasi. Berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata yang mereka lakukan.
3. Fasilitas dan pelayanan wisata. Semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya,

toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cenderamata, toko kelontong, bank, tempat penukaran uang dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran) dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

4. Fasilitas dan pelayanan transportasi. Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, Transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air dan udara.
5. Infrastruktur lain. Penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran limbah dan telekomunikasi.
6. Kelembagaan. Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata, termasuk perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan dan pelatihan, menyusun strategi marketing dan program promosi, menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta, peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata, menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta, mengendalikan program ekonomi, lingkungan dan sosial kebudayaan.

F. Jenis-jenis Pariwisata

Untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, perlu adanya perbedaan antara pariwisata, sehingga dapat ditentukan kebijaksanaan apa yang perlu mendukung agar jenis pariwisata yang dikembangkan akan dapat terwujud seperti yang diharapkan dari kepariwisataan.

Ditinjau dari segi ekonomi, pemberian klasifikasi tentang jenis pariwisata dianggap penting karena dengan cara itu dapat ditentukan beberapa penghasilan devisa yang diterima dari suatu pariwisata yang dikembangkan disuatu tempat atau daerah tertentu.

Adapun jenis wisata yang telah dikenal saat ini, antara lain :

1. Wisata bahari adalah perjalanan keliling yang memiliki kontak visual dengan perairan (laut). Perjalanan yang dilakukan untuk menikmati keindahan panorama alam yang dikunjungi atau merupakan kegiatan wisata yang berkaitan dengan olahraga air seperti menyelam, berenang, memancing dan juga keindahan taman bawah laut dan lain-lain.
2. Wisata terestrial adalah wisata yang merupakan satu kesatuan dengan potensi wisata perairan laut. Wisata terestrial di pulau-pulau kecil misalnya Taman nasional Komodo (NTT) sebagai lokasi Situs Warisan Dunia (*World Herritage Site*) merupakan kawasan yang memiliki potensi darat sebagai habitat komodo serta potensi keindahan perairan lautnya di Pulau Rinca dan Pulau Komodo.

Contoh lain adalah Pulau Moyo yang terletak di NTB sebagai Taman Buru dengan kawasan hutan yang masih asri untuk wisata berburu dan wisata bahari.

3. Wisata cagar alam adalah wisata yang diselenggarakan 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 pelestariannya dilindungi oleh undang-undang atau kegiatan wisata yang berkaitan dengan kegemaran dan keindahan alam, keragaman akan marga satwa (fauna) dan keunikan bentuk dan jenis tumbuh-tumbuhan (flora).
4. Wisata etnik/kultural adalah merupakan kegiatan wisata yang banyak berhubungan dan mengamati gaya hidup masyarakat (kebudayaan, tradisi), asal usul daerah (history) dan juga makanan khas atau yang dianggap menarik dari suatu unit kesatuan utuh dari sebuah ekosistem yang terkecil. Salah satu komponen yang sangat penting adalah komponen masyarakat lokal. Masyarakat ini sudah lama sekali berinteraksi dengan ekosistem pulau sehingga secara realitas di lapangan, masyarakat pulau-pulau tentunya mempunyai budaya dan kearifan tradisional tersendiri yang merupakan nilai komoditas wisata yang tinggi.

5. Wisata agro adalah merupakan kegiatan wisata yang mengarah ke sektor pertanian, perkebunan dan perikanan yang sering dilakukan para akademisi.
6. Wisata sosial adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan seperti kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.
7. Wisata pendidikan adalah wisata yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu keadaan yang berhubungan dengan wawasan ilmu pengetahuan.
8. Wisata petualang adalah wisata yang dilakukan dengan menjelajahi alam, baik pegunungan maupun laut, sungai dan hutan.

Berdasarkan atas maksud bepergian wisatawan, pariwisata dibedakan antara lain:

1. Wisata rekreasi untuk memulihkan kemampuan fisik dan mental wisatawan, mendapatkan kesempatan untuk bersantai serta menghilangkan kebosanan dan kelelahan kerja sehari-hari.
2. Wisata ilmu untuk memperkaya informasi dan pengetahuan tentang objek wisata yang dikunjungi (sejarah, budaya dan sebagainya).
3. Wisata medis untuk kebutuhan perawatan di daerah-daerah yang mempunyai fasilitas penyembuhan seperti sumber air panas dan sumber air belerang.

4. Wisata olahraga untuk melakukan kegiatan olahraga seperti mendaki, berburu binatang, memancing, berselancar, menyelam dan lain sebagainya.
5. Wisata konvensi untuk melakukan kegiatan pertemuan-pertemuan ilmiah, politik, kongres, seminar dan lain sebagainya.
6. Ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Ekowisata ini kemudian merupakan suatu perpaduan dari berbagai minat yang tumbuh dari keprihatinan terhadap lingkungan, ekonomi dan sosial. Ekowisata tidak dapat dipisahkan dengan konservasi. Oleh karenanya, ekowisata disebut sebagai bentuk perjalanan wisata bertanggung jawab. Destinasi untuk wisata ekologis dapat dimungkinkan mendapatkan manfaat sebesar-besarnya aspek ekologis, sosial budaya dan ekonomi bagi masyarakat, pengelola dan pemerintah.

G. Perkembangan Industri Pariwisata

Perkembangan kebijakan pariwisata dunia dimulai seiring perkembangan industri pariwisata. Pada era 1980-an terjadi perubahan paradigma dari pariwisata massal ke pariwisata alternatif yang mana industri telah memasuki era globalisasi, teknologi baru dan meningkatnya kepedulian dan tanggung jawab sosial dan ekologi. Persaingan menjadi

fungsi utama dalam industri pariwisata. Kualitas dan efisiensi menjadi kunci utama dalam pariwisata alternatif dibanding kuantitas yang menjadi motif pelaksanaan pariwisata massal (La Ode Unga , 2011).

Perkembangan kebijakan pariwisata dunia telah mengalami tiga tahapan generasi yang berbeda, yaitu :

1. Paradigma kebijakan pariwisata massal. Generasi ini didasarkan pada target pencapaian jumlah wisatawan sebesar-besarnya. Pencapaian pendapatan pariwisata yang sebesar-besarnya dan penciptaan lapangan kerja di sektor pariwisata.
2. Paradigma kebijakan pariwisata untuk kesejahteraan sosial. Periode ini dimulai sekitar tahun 1970-an ketika krisis ekonomi melanda dunia termasuk pertumbuhan ekonomi yang berfluktuasi serta masa resesi yang panjang. Dalam periode ini dampak sosial, ekonomi dan ekologi akibat keberadaan pariwisata sudah mulai disadari sementara fokus pada pertumbuhan ekonomi mulai pengembangan pariwisata mulai didefinisikan. Peran pariwisata mulai digeser ke pencapaian kesejahteraan sosial, bukan lagi pada pertumbuhan ekonomi semata.
3. Paradigma kebijakan pariwisata terpadu (*holistic*). Pada periode ini mulai disadari bahwa sisi persaingan memegang peran menentukan dalam industri pariwisata. Kemitraan antara pemerintah, wisata dan lembaga swadaya masyarakat diberi penekanan lebih sehingga mendorong hubungan yang simbiotik antar sektor.

H. Peranan Pariwisata

Untuk mencapai kesuksesan dalam pembangunan pariwisata diperlukan pemahaman baik dari sisi pemerintah sebagai regulator maupun dari sisi pengusaha selaku pelaku bisnis. Pemerintah harus memperhatikan dan memastikan bahwa pembangunan pariwisata akan mampu memberikan keuntungan sekaligus menekan biaya sosial ekonomi serta dampak lingkungan sekecil mungkin. Penyerapan tenaga kerja, sumber pendapatan daerah dan sumber peningkatan kesejahteraan masyarakat adalah peranan yang dapat diberikan oleh industri pariwisata.

1. Penyerapan Tenaga Kerja

Salah satu keuntungan pariwisata adalah menciptakan kesempatan kerja. Industri pariwisata merupakan kegiatan mata rantai yang sangat panjang, sehingga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat. Dengan demikian, dapat menambah pemasukan/pendapatan masyarakat setempat dengan menjual barang dan jasa. Pariwisata merupakan sektor yang tidak bisa berdiri sendiri tetapi memerlukan dukungan dari sektor lain yang berhubungan dengan sektor pariwisata yang merupakan lapangan kerja yang menyerap banyak tenaga kerja. Industri pariwisata memberikan peluang kesempatan kerja, seperti di bidang transportasi, akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, travel dan sebagainya. Bidang-bidang tersebut membutuhkan banyak sumberdaya manusia yang secara langsung bermuara pada penyerapan tenaga kerja.

2. Sumber Pendapatan Daerah

Pemerintah memperoleh pendapatan dari sektor pariwisata dengan beberapa cara. Sumbangan pendapatan terbesar dari pariwisata bersumber dari pengenaan pajak. Misalnya pengenaan pajak hotel dan restoran yang merupakan bagian dari keuntungan usaha pariwisata. Sumber lain bisa berupa usaha pariwisata yang dimiliki oleh pemerintah daerah sendiri. Pemerintah daerah juga mengenakan pajak secara langsung kepada wisatawan jika mereka melakukan transaksi yang tergolong kena pajak. Biasanya dikenal sebagai *service tax* yang umumnya 10% untuk transaksi di hotel dan restoran. Pajak ini berbeda dari pajak yang sumbernya dari keuntungan hotel dan restoran yang diberikan sebelumnya.

3. Sumber Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

Pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan. Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pasar bagi produk lokal. Masyarakat secara perorangan dapat memperoleh penghasilan jika mereka bekerja dan mendapat upah dari pekerjaan tersebut. Pekerjaan di sektor pariwisata sangat beragam, seperti pengusaha pariwisata, karyawan hotel dan restoran, karyawan agen perjalanan, penyedia jasa transportasi, pemandu wisata, penyedia souvenir, atraksi wisata dan sebagainya.

I. Pelaku Pariwisata

1. Wisatawan

Wisatawan memiliki beragam motif, minat, karakteristik sosial, ekonomi, budaya dan sebagainya. Dengan motif dan latar belakang yang berbeda-beda itu menjadikan mereka pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata. Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan mereka berdampak langsung pada kebutuhan wisata, yang dalam hal ini permintaan wisata.

2. Industri Pariwisata

Industri pariwisata artinya semua usaha barang dan jasa bagi pariwisata yang dikelompokkan ke dalam dua (2) golongan utama, yaitu :

- a. Pelaku langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan dan sebagainya.
- b. Pelaku tidak langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembar panduan wisata, penjual roti dan sebagainya.

3. Pendukung Jasa Wisata

Kelompok ini adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung kepada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk tersebut. Termasuk di dalamnya adalah penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, usaha bahan pangan, penjualan bahan bakar minyak dan sebagainya.

4. Pemerintah

Pemerintah mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan dan peruntukkan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Selain itu, pemerintah bertanggung jawab langsung dalam menentukan arah yang dituju perjalanan wisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain di dalam memainkan peran masing-masing.

5. Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal terutama penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata menjadi salah satu peran kunci dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Pengelolaan lahan pertanian secara tradisional, upacara adat, kerajinan tangan, kebersihan merupakan beberapa contoh peran yang memberikan daya tarik bagi pariwisata.

6. Lembaga Swadaya Masyarakat

Banyak LSM, baik lokal, regional maupun internasional yang melakukan kegiatan di kawasan wisata bahkan jauh sebelum pariwisata berkembang. Organisasi non pemerintah ini sudah melakukan aktifitasnya baik secara partikuler maupun bekerja sama dengan masyarakat. Kadangkadng fokus kegiatan mereka dapat menjadi salah satu daya tarik wisata seperti proyek WWF untuk perlindungan orang utan di kawasan Sulawesi Utara atau di Kalimantan Timur. Kelompok pecinta lingkungan, asosiasi-asosiasi kekerabatan yang masih hidup di dalam komunitas lokal juga merupakan pelaku tidak langsung dalam pengembangan pariwisata. Mereka ini melakukan berbagai kegiatan yang terkait dengan konservasi dan regulasi kepemilikan dan pengusahaan sumberdaya alam setempat.

J. Konsep Wisata Bahari

1. Definisi wisata bahari

Wisata bahari adalah wisata yang objek dan daya tariknya bersumber dari potensi bentang laut (*seascape*) maupun bentang darat pantai (*coastal lanscape*), Fandeli (2000). Menurut Bengen (2001), wisata bahari oleh Pemerintah Indonesia melalui Direktorat jenderal Pariwisata, dimasukkan pada wisata minat khusus, sedangkan wisata minat khusus didefinisikan sebagai perjalanan wisata, dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat karena tujuan khusus mengenai sesuatu jenis objek atau

kegiatan yang dapat dilakukan di lokasi atau daerah destinasi tersebut.

2. Jenis-jenis Atraksi Wisata Bahari

Dalam penentuan potensi suatu lokasi wisata bahari dipergunakan kriteria yang dianut oleh Ditjen Pariwisata dalam Nontji (1994), yaitu menilai 8 faktor uji seperti berikut :

- a. Ketersediaan sinar dan panas matahari
- b. Suhu rata-rata air laut
- c. Mutu pasir pantai
- d. Kejernihan air laut
- e. Luas areal yang dikembangkan
- f. Jenis dan kepadatan ikan koral dan koral hidup
- g. Kemurnian alam

Menurut Bengen (2001) wisata bahari didasarkan atas pemandangan, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni budaya dan karakteristik masyarakat sebagai kekuatan dasar yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Sedangkan jenis kegiatan wisata bahari memanfaatkan wilayah pesisir dan lautan secara langsung maupun secara tidak langsung. Kegiatan langsung antara lain berperahu, berenang, snorkling, diving dan memancing. Sedangkan kegiatan tidak langsung seperti kegiatan olahraga pantai, piknik dan menikmati atmosfer laut. Selanjutnya dikatakan bahwa pantai yang landai dan diliputi oleh pasir putih bersih sangat cocok untuk dijadikan tempat berjemur di bawah

sinar matahari, air laut tenang dan sangat jernih juga sangat cocok untuk berenang.

Direktorat Perencanaan Dirjen Pariwisata menentukan beberapa kriteria-kriteria khusus yang disyaratkan pada suatu wilayah sehingga layak untuk dikembangkan pariwisata bahari, sebagai berikut :

a. Kegiatan Penyelaman

Kegiatan ini menurut Direktorat Perencanaan Dirjen Pariwisata dalam Nontji (1994), mensyaratkan lokasi dengan kriteria umum sebagai berikut :

1) Kejernihan air (*visibility*)

Kegiatan penyelaman yang mempunyai beberapa macam peminatan mensyaratkan kejernihan air sebagai unsur utama potensi suatu lokasi. Kejernihan air yang cukup adalah apabila jarak pandang cukup minimal 10 m pada waktu cuaca baik (matahari bersinar terang). Jarak pandang 6-10 m dianggap cukup, namun jika jarak pandang kurang dari 6 m maka dianggap buruk. Sedangkan jarak pandang yang baik adalah apabila penyelam dapat melihat hingga mencapai jarak 25 m. Lokasi yang berada di mulut sungai yang berlumpur, cenderung berlumpur sehingga kejernihan air tidaklah baik. Pandangan juga tidak baik jika terumbu karang telah mati. Unsur utama yang mempengaruhi jarak pandang adalah :

- a) Pergerakan air
- b) Cuaca
- c) Partikel-partikel dalam air
- d) Susunan dasar laut

2) Cuaca

Cuaca merupakan unsur mikro yang juga harus diperhatikan. Pada musim tertentu, yaitu pada saat angin dan ombak besar, cuaca tidak menguntungkan untuk kegiatan penyelaman. Musim hujan juga berpengaruh terhadap kejernihan air.

3) Ombak dan gelombang

Lokasi penyelaman harus terlindung dari ombak dan gelombang besar dan berbahaya, terutama ombak yang pecah (*breaker waves*). Ombak pecah memiliki ciri berbuih pada puncaknya yang disebabkan oleh tiupan angin. Ombak ini sering terjadi di daerah bibir karang dan pada daerah terumbu karang yang dangkal.

4) Arus

Lokasi dengan arus air yang kencang atau deras tidak cocok sebagai daerah tujuan penyelaman. Lokasi yang juga harus dihindari adalah daerah dengan arus berputar dan menyedot ke bawah (dasar) laut.

5) Suhu

Pemantauan terhadap suhu laut harus senantiasa dilakukan guna menentukan jenis pakaian selam yang akan digunakan. Suhu yang telah mencapai kurang dari 18⁰C mensyaratkan pemakaian wet suit.

Suhu yang baik untuk penyelaman adalah 24-26⁰C.

6) Pasang surut

Pasang surut air laut di lokasi penyelaman merupakan unsur mikro yang harus selalu dipantau. Pemantauan meliputi jam pasang surut dan perbedaan ketinggian air pada waktu pasang surut.

7) Kehidupan laut

Lokasi penyelaman haruslah aman bagi wisatawan dari binatang atau tumbuhan laut yang berbahaya.

8) Lalu lintas kapal atau perahu

Lokasi dengan lalu lintas kapal dan perahu yang ramai bukanlah daerah yang tepat untuk menyelam

9) Lokasi penangkapan ikan

Daerah yang dijadikan lokasi penyelaman haruslah bebas dari nelayan penangkap ikan. Bahaya daerah penangkapan ikan dapat berasal dari lalu lintas kapal atau perahu nelayan, jaring panjang para nelayan yang terbuat dari nilon, ataupun pancing yang bermata banyak (*long line*).

b. Kegiatan berenang

Berenang merupakan wisata yang dapat dilakukan oleh seluruh anggota keluarga, dari anak-anak hingga dewasa. Kegiatan wisata berenang memiliki beberapa persyaratan, yakni :

- 1) Terdapat pantai yang lebarnya lebih dari 5 m sehingga wisatawan dapat duduk, mengeringkan tubuh dan berjemur di pasir.
- 2) Pantai tidak berkarang sehingga tidak membahayakan perenang.
- 3) Ombak dan gelombang tidak terlampau besar.
- 4) Tidak terdapat arus yang kuat dan bersifat menarik atau menyedot.
- 5) Air laut tidak mengandung lumpur.

c. Kegiatan parasailing

Parasailing adalah kegiatan olahraga laut dengan menggunakan payung terbang (parasut). Satu atau dua penumpang bergayut pada parasut yang ditarik oleh sebuah perahu motor. Kegiatan yang dilakukan dari tepi pantai atau laut. Semakin besar tekanan angin, semakin tinggi pula terbang parasail. Persyaratan lokasi yang cocok untuk parasail adalah :

- 1) Kecepatan angin yang diukur 2 m dari permukaan pantai tidak boleh lebih dari 12 mph, 10 knot, 19,3 km/jam.
- 2) Arah angin ideal bertiup dari arah laut menuju daratan.
- 3) Luas pantai yang dipergunakan sebagai tempat terbang maupun mendarat tidak kurang dari 25 x 25 m². Lokasi ini harus terbebas dari pohon, tiang atau benda lain yang dapat mengganggu.

d. *Jet ski* dan *water ski*

Ski air (*water ski*) adalah kegiatan olahraga laut dengan menggunakan papan luncur tempat berdiri dan menggunakan perahu bermotor (*speed boat*) untuk menarik pemain bersangkutan. persyaratan lokasi yang cocok untuk jet ski adalah lebar pantai mencapai 600 m dan gelombang atau ombak tidak terlalu besar.

e. Permainan banana boat

Permainan ini terdiri dari perahu karet yang bentuknya seperti pisang, yang ditarik oleh perahu motor. Para penumpang duduk dalam perahu karet tersebut dengan menggoyang-goyangkan perahu tersebut. Kegiatan ini tidak membutuhkan ombak dan gelombang yang besar, lebar pantai juga tidak perlu yang luas.

K. Pendekatan Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Bahari

Menurut Hadinoto (1996) bahwa suatu daerah bila akan dikembangkan menjadi destinasi wisata harus memiliki 5 jenis komponen yaitu :

- a. *Gateway* atau pintu masuk, pintu gerbang jumlahnya adalah satu atau lebih, berupa bandara udara, pelabuhan laut, terminal bus dan lain-lain.

- b. *Tourist Centre* atau pusat pengembangan pariwisata (PPP) yang dapat berupa suatu atau beberapa kawasan wisata (*resort*) atau suatu bagian kota yang ada.
- c. *Attraction* atau atraksi, yang berkelompok satu atau lebih.
- d. *Tourist Corridor* atau pintu masuk wisata yang menghubungkan gateway dengan *tourist centre* dan dari *tourist centre* ke *attractions*.
- e. *Hinterland* atau tanah yang tidak digunakan untuk 4 komponen tersebut.

Selain ke-5 komponen tersebut diperlukan pula jenis-jenis usaha pariwisata untuk melengkapi kelima komponen tersebut. Adapun jenis usaha itu dapat dibagi dalam dua golongan, yaitu :

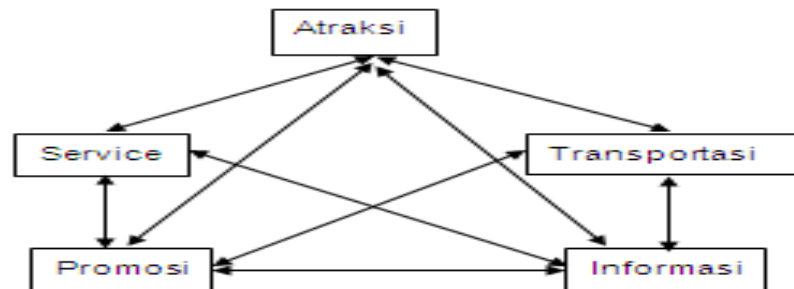
- 1) Usaha yang tidak ada apabila tidak ada perjalanan (pariwisata), yaitu :
 - a) Akomodasi terdiri dari hotel, motel, pondok memancing, olahraga laut/danau, bumi perkemahan.
 - b) Transportasi terdiri dari jasa perjalanan udara dan barang, bis antar kota, bis pariwisata, jasa penumpang kereta api, feri, kapal penumpang dan kapal pesiar.
 - c) Jasa perjalanan terdiri dari biro perjalanan, operator wisata, pusat bantuan pada perjalanan, biro pariwisata lokal, rencana promosi pariwisata.
- 2) Usaha yang ada dan bersangkutan dengan pariwisata, bila ada pariwisata
 - a) Transportasi terdiri atas persewaan kendaraan, taksi dan kereta

- b) Jasa makanan terdiri atas restoran berizin, warung, bar, klub malam.
- c) Fasilitas rekreasi terdiri atas lapangan golf, taman hiburan, marina, dan fasilitas lain.
- d) Budaya atau hiburan terdiri dari museum galeri, klub senam, olahraga.
- e) Pengecer berupa toko cenderamata, toko foto dan film, pompa bensin, toko alat olahraga, toko makanan dan minuman serta toko pakaian.

Adapun penggolongan atraksi dan ciri-ciri destinasi adalah :

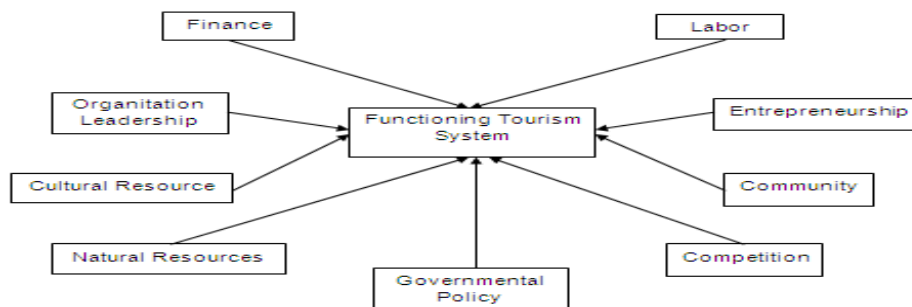
- 1) Sumberdaya alam seperti iklim, pantai dan hutan.
- 2) Sumberdaya budaya seperti masyarakat local
- 3) Daya tarik psikologis seperti keterpencilan.

Meskipun mempunyai potensi untuk dikembangkan tanpa dukungan sarana, prasarana, transportasi, pelayanan yang baik, dana untuk pengembangan, kebijakan-kebijakan pemerintah serta informasi dan promosi, maka suatu destinasi tidak akan berkembang dengan baik. Oleh karena itu, menurut Gunn dalam Asia (2004) mengemukakan bahwa sumberdaya pesisir dan lautan untuk wisata bahari dapat dikembangkan menjadi suatu pariwisata yang *marketable* jika memenuhi persyaratan sebagaimana terlihat pada Gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Komponen fungsi dari sisi persediaan (Gunn dalam Asia, 2004)

Pengembangan destinasi wisata bahari tidak hanya dipengaruhi faktor internal melainkan juga faktor eksternal. Hal ini terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pengaruh luar sistem pariwisata (Gunn dalam Asia, 2004)

Dengan demikian sumberdaya pariwisata bahari akan berhasil dengan adanya ukuran keberhasilan yang mencakup kepuasan pengunjung, kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

1. Konsep wisata bahari yang berkelanjutan

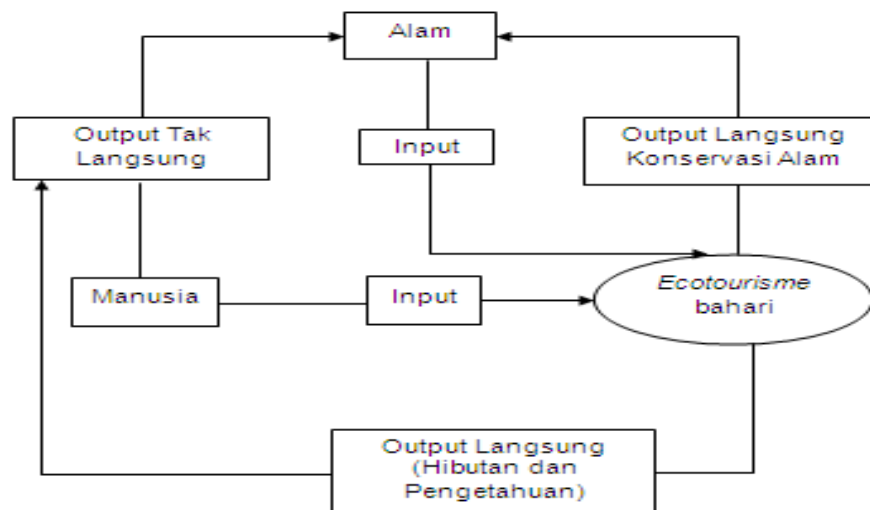
Menurut Nurisyah dalam Asia (2004), pembangunan pariwisata diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan yang berkelanjutan. Wisata bahari dengan kesan penuh makna bukan semata-mata memperoleh hiburan dari berbagai suguhan atraksi dan suguhan alami lingkungan

pesisir dan lautan tetapi juga diharapkan wisatawan dapat berpartisipasi langsung untuk mengembangkan konservasi lingkungan sekaligus memberikan pemahaman yang mendalam tentang seluk beluk ekosistem pesisir. Pemahaman tersebut akan membentuk kesadaran sikap untuk melestarikan wilayah pesisir, baik pada masa kini maupun masa yang akan datang. Wheat dalam Asia (2004) berpendapat bahwa wisata bahari adalah pasar khusus untuk orang yang sadar akan lingkungan dan tertarik untuk mengamati alam. Sedangkan Steele dalam Asia (2004) menggambarkan kegiatan ekowisata bahari sebagai proses ekonomi yang memasarkan ekosistem yang menarik dan langka. Low Choy dan Heillbronn dalam Asia (2004) merumuskan lima faktor batasan yang mendasar dalam penentuan prinsip utama *ecotourism* bahari, yaitu :

- a. Lingkungan. *Ecotourism* bertumpu pada lingkungan alam, budaya yang relatif belum tercemar atau terganggu.
- b. Masyarakat. *Ecotourism* harus memberikan manfaat ekologi, sosial dan ekonomi langsung kepada masyarakat
- c. Pendidikan dan pengalaman. *Ecotourism* harus dapat meningkatkan pemahaman akan lingkungan alam dan budaya dengan adanya pengalaman yang dimiliki.
- d. Berkelanjutan. *Ecotourism* dapat memberikan sumbangan positif bagi keberlanjutan ekologi lingkungan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

- e. Manajemen. *Ecotourism* harus dikelola secara baik dan menjamin *sustainability* lingkungan alam, budaya yang bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan sekarang maupun generasi mendatang.

Kelima prinsip utama ini merupakan dasar untuk pelaksanaan kegiatan *ecotourism* yang berkelanjutan. Skema konsep wisata bahari terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Skema konsep wisata bahari

Triyatni dan Mochsen (2002) mengemukakan bahwa sebagai sebuah industri, pariwisata memiliki potensi mengandalkan dan merusak lingkungan dan hanya ada satu cara untuk mempertahankan kehidupan sebuah kawasan pariwisata yaitu dengan pengembangan yang mengutamakan kelestarian lingkungan yang juga bertujuan untuk keberlanjutan industri pariwisata itu sendiri. Dengan meningkatnya kesadaran manusia akan pentingnya kelestarian lingkungan, wisatawan saat ini cenderung memilih hanya mengunjungi pusat-pusat pariwisata

yang proses pembangunannya memiliki kepedulian tinggi untuk kepentingan lingkungan dan tidak ke tempat yang dibangun dengan mengorbankannya.

2. Objek Wisata

Suwantoro (1997) menjelaskan bahwa objek wisata terdiri dari keindahan alam, iklim, pemandangan, flora dan fauna yang aneh, hutan dan sumber kesehatan seperti sumber air panas belerang dan sebagainya. Objek wisata yang diciptakan manusia seperti kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan tradisional, khitanan dan sebagainya disebut sebagai atraksi wisata.

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan ke dalam objek dan daya tarik wisata alam, wisata budaya dan wisata minat khusus.

Dalam penentuan objek wisata berdasarkan pada kriteria-kriteria antara lain :

- a. Adanya sumberdaya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.

- d. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, hutan dan sebagainya.
- f. Objek wisata budaya mempunyai daya tarik karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek, buah karya manusia pada masa yang lampau.

3. Kriteria Objek Wisata

Setiap objek wisata memiliki unsur-unsur dan kriteria yang mempunyai ketergantungan satu sama lain dan memungkinkannya menjadikan tempat tersebut sebagai daerah tujuan wisata. Unsur-unsur dan kriteria tersebut diharapkan dapat saling mendukung sehingga wisatawan dapat menikmatinya serta menjadi pengalaman yang memuaskan selama kegiatan pariwisata berlangsung.

Menurut Spillane (1994), suatu objek pariwisata memiliki 5 (lima) unsur atau kriteria yang penting yaitu :

- a. Atraksi. Hal-hal yang menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan ke tempat wisata.
- b. Fasilitas. Sarana yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan kunjungan wisata.

- c. Utilitas. Diperlukan agar wisatawan dapat melakukan perjalanan sebagai wisatawan.
- d. Transportasi. Jasa-jasa pengangkutan (transportasi) yang diperlukan untuk memudahkan wisatawan menjangkau objek wisata.
- e. Keramahtamahan. Berkaitan dengan kenyamanan dan keramahtamahan dan kesediaan dalam memberikan pelayanan kepada para wisatawan.

4. Atraksi

Atraksi merupakan suatu faktor yang sangat penting untuk kegiatan pariwisata. Atraksi biasanya dimiliki oleh suatu sektor non profit yang tidak bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan atau laba. Sektor ini lebih mengorientasikan atraksi sebagai barang sosial daripada barang pribadi. Oleh karena itu, atraksi jarang dimiliki oleh sektor swasta karena motivasi sektor swasta pada umumnya adalah maksimalisasi keuntungan.

Spillane (1994) mengemukakan bahwa biasanya wisatawan tertarik pada suatu lokasi karena memiliki atraksi atau ciri-ciri tertentu seperti keindahan alam, iklim atau cuaca, kebudayaan, sejarah, etnik (sifat kesukuan) dan kemudahan menjangkau objek wisata (aksesibilitas).

Pelayanan dan fasilitas cenderung menambah dan mendukung suatu atraksi yang sudah berkembang. Akan tetapi, kalau suatu atraksi sudah berkembang, lokasinya akan mempengaruhi berkembangnya atraksi yang baru. Oleh sebab itu, atraksi cenderung berlokasi saling

berdekatan (*cluster*) karena disebabkan oleh beberapa hal, yaitu :

- a. Wisatawan ingin melakukan lebih dari satu kegiatan di suatu lokasi.
- b. *Clustering* memungkinkan tempat tujuan memuaskan selera dan kebutuhan banyak orang. Besar kecilnya *clustering* tergantung pada jenis tempat tujuan wisata.

Menurut Soekadijo (2000), suatu atraksi wisata dikatakan berhasil bila memiliki persyaratan sebagai berikut :

- a. Kegiatan dan objek yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik.
- b. Karena atraksi wisata itu harus disajikan di hadapan wisatawan maka cara penyajiannya (presentasinya) harus tepat.
- c. Atraksi wisata adalah terminal dari suatu mobilitas spatial suatu perjalanan. Oleh karena itu, harus memenuhi semua determinan mobilitas spatial, yaitu akomodasi, transportasi dan promosi serta pemasaran.
- d. Keadaan di tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama.
- e. Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

5. Fasilitas

Fasilitas dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama melakukan perjalanan. Fasilitas cenderung berorientasi pada atraksi wisata yang terdapat pada lokasi wisata. Hal ini disebabkan karena fasilitas yang tersedia memang seharusnya terletak dekat dengan objek wisatanya. Fasilitas cenderung mendukung pertumbuhan dan perkembangan objek wisata. Suatu atraksi juga bisa merupakan fasilitas.

6. Utilitas (infrastruktur)

Infrastruktur sangat dibutuhkan dalam pencapaian tujuan pengembangan sebuah objek wisata. Ketersediaan infrastruktur dasar merupakan suatu keharusan untuk mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah yang berada pada suatu wilayah atau daerah seperti sistem pengairan, jaringan komunikasi, listrik dan lain sebagainya.

Terdapat pendapat yang mengatakan bahwa pariwisata terlalu bergantung pada infrastruktur yang telah berkembang. Akan tetapi, pada beberapa objek wisata yang baru masih dapat memenuhi kebutuhan pengunjung meskipun tanpa infrastruktur yang sempurna. Terbatasnya akses menuju lokasi wisata mungkin tidak berpengaruh terhadap objek wisata tertentu. Akan tetapi, semakin berkembang sebuah objek wisata maka harus didukung oleh pembangunan infrastruktur yang memadai.

Infrastruktur yang terdapat dalam daerah pengembangan objek wisata sebenarnya dapat dinikmati atau dipergunakan oleh wisatawan maupun masyarakat lokal. Sehingga pembangunan infrastruktur tersebut dengan sendirinya akan menguntungkan penduduk yang bukan wisatawan. Perkembangan infrastruktur hampir selalu menjadi tanggung jawab pihak pengelola objek wisata dimana pemenuhan infrastruktur ini merupakan salah satu cara untuk menciptakan suasana yang cocok untuk perkembangan pariwisata.

7. Transportasi

Kemudahan dalam menjangkau objek wisata merupakan salah satu penentu dalam pengembangan pariwisata, karena tanpa tersedianya jaringan transportasi yang baik, suatu objek wisata tidak akan banyak mendapat kunjungan dari wisatawan

. Objek wisata yang menjadi tujuan dari perjalanan wisata harus memenuhi syarat aksesibilitasnya, artinya objek wisata tersebut harus mudah ditempuh dan ditemukan. Oleh karena itu, harus selalu ada jalan menuju objek wisata. Jalan tersebut merupakan jalan akses ke objek wisata dan berhubungan langsung dengan jalan umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu objek wisata.

8. Keramahtamahan

Keramahtamahan merupakan faktor lain yang akan berpengaruh terhadap pengelolaan suatu objek wisata. Penerimaan yang baik dan terbuka oleh petugas maupun masyarakat setempat akan berdampak kepada kenyamanan dan keamanan wisatawan selama mengunjungi sebuah objek wisata. Keramahtamahan dalam artian lebih luas mencakup hal-hal yang bersifat fisik lingkungan dan infrastruktur, kebersihan, informasi dan lain sebagainya.

Bentuk pelayanan oleh petugas dan masyarakat sekitar terhadap pengunjung merupakan aspek non teknis yang dapat mendukung terselenggaranya kegiatan wisata dengan baik. Kemungkinan wisatawan untuk melakukan kunjungan berikutnya pada objek wisata yang sama sangat tinggi apabila diperlakukan dengan baik pula selama melakukan kunjungan.

L. Strategi Pengembangan Wisata

Strategi dapat diartikan sebagai suatu cara atau metoda untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi muncul sebagai upaya untuk menyelesaikan suatu permasalahan guna mencapai tujuan. Setiap masalah memiliki strategi tertentu dalam penyelesaiannya sehingga timbul perbedaan strategi untuk setiap masalah. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi

tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Chandler dalam Rangkuti (2000) mendefinisikan strategi sebagai tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumberdaya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik tentang konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya sebuah strategi yang telah disusun. Menurut Salusu (2000), strategi merupakan suatu seni menggunakan kecakapan dan sumberdaya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang saling menguntungkan.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan untuk mencapai tujuan merupakan suatu bentuk perencanaan dan manajemen yang menunjukkan arah dan tata cara atau teknik operasional. Tujuan tersebut dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang, program tindak lanjut dan prioritas sumberdaya. Di sisi lain, pada dasarnya manajemen merupakan suatu seni sehingga strategi dapat pula dikatakan sebagai sebuah seni dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki untuk mencapai tujuan.

Salusu (2000) mengatakan bahwa strategi dapat dilakukan pada semua tingkatan dari organisasi yang kecil hingga organisasi yang memiliki cakupan yang lebih luas. Tipe-tipe strategi dapat dibedakan menjadi :

1. Strategi Organisasi (*Corporate Strategy*). Strategi ini berkaitan dengan perumusan tujuan organisasi secara keseluruhan, yakni misi, tujuan dan inisiatif baru.
2. Strategi Program (*Program Strategy*). Strategi ini memberikan perhatian pada implikasi program kerja tertentu. Bagaimana dampak yang ditimbulkan suatu program kerja yang akan dilaksanakan.
3. Strategi Sumberdaya (*Resource Support Strategy*). Strategi ini memusatkan perhatian pada bagaimana memaksimalkan pemanfaatan sumberdaya esensial yang tersedia berupa tenaga, keuangan, norma dan teknologi.
4. Strategi Kelembagaan (*Institutional Strategy*). Strategi ini berfokus pada pengembangan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategik.

Karyono (1997) mengemukakan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk peningkatan kegiatan pengembangan pariwisata Indonesia adalah :

1. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP)

Penyusunan RIPP di setiap propinsi mutlak diperlukan untuk pengembangan dan pembangunan pariwisata di daerah secara terencana dan terprogram.

2. Sebagai prioritas pembangunan daerah

Bidang pariwisata hendaknya diprioritaskan sebagai bidang yang ditangani secara serius dengan tetap memberikan porsi pada bidang-

bidang yang lain, terutama yang telah menjadi ciri khas suatu daerah.

3. Pembangunan sarana dan prasarana

Yaitu pembangunan jalan, jembatan, jaringan listrik, air bersih, transportasi, jaringan telekomunikasi serta hotel atau penginapan dan lain sebagainya.

4. Pengadaan tenaga administrasi

Semakin ramainya bisnis pariwisata, banyak diperlukan tenaga terdidik yang terampil dan siap bekerja di bidang industri pariwisata seperti akomodasi, restoran, catering, biro perjalanan umum, pramuwisata, cenderamata dan lainnya.

5. Promosi wisata

Berbagai upaya telah dilakukan untuk mempromosikan Indonesia di luar negeri, baik oleh instansi pemerintah maupun oleh swasta. Dalam konteks lintas sektoral, peranan swasta cukup dominan. Sebagian besar kegiatan promosi pariwisata dilakukan oleh pihak swasta.

M. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan merumuskan suatu strategi. Analisis SWOT didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kekuatan dari pasar suatu perusahaan. Kekuatan kawasan pariwisata adalah sumberdaya alam, pengelolaan dan keunggulan relatif industri pariwisata dari pasar dan pesaing sejenis.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya alam, keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan. Kelemahan kawasan pariwisata adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya alam, keterampilan dan kemampuan pengelolaan industri pariwisata.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah situasi atau kecenderungan utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Peluang kawasan pariwisata adalah situasi atau kecenderungan utama yang menguntungkan industri pariwisata dalam lingkungan suatu kawasan pariwisata.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi atau kecenderungan utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman kawasan pariwisata adalah situasi atau kecenderungan utama yang tidak menguntungkan industri pariwisata dalam lingkungan kawasan wisata.

Empat strategi dalam analisis SWOT adalah strategi SO, yaitu strategi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ST, yaitu strategi dalam menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Matriks SWOT adalah matriks yang menginteraksikan faktor strategis internal dan eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (internal) yang dimiliki. Matriks SWOT menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan didasarkan hasil analisis SWOT.

Hasil dari interaksi faktor strategis internal dan eksternal menghasilkan alternatif-alternatif strategi. Alternatif strategi adalah hasil dari matriks analisis SWOT yang menghasilkan berupa strategi SO, WO, ST dan WT. alternatif strategi yang dihasilkan minimal empat strategi

sebagai hasil dari analisis matriks SWOT. Model matriks analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 1.

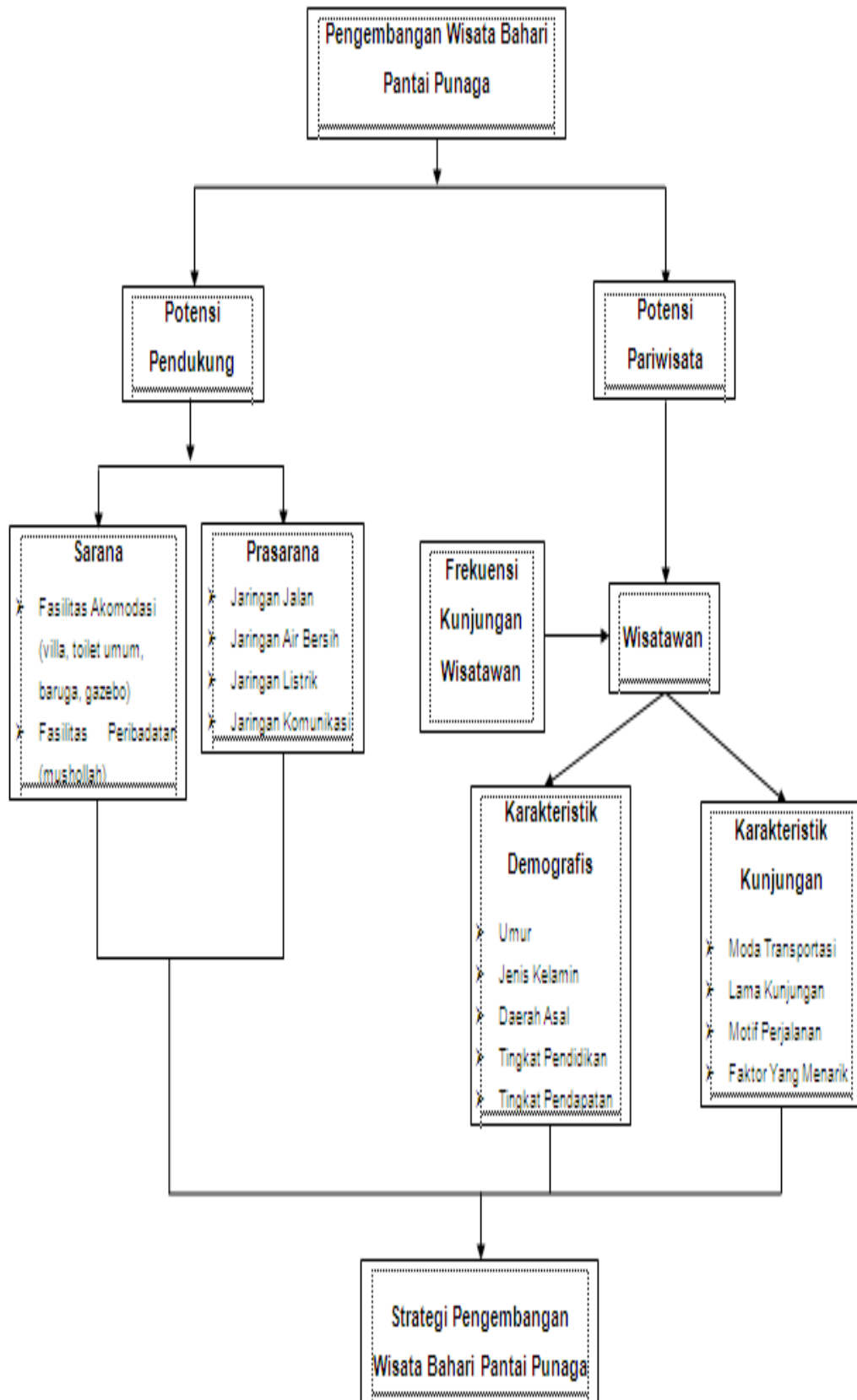
Tabel 1. Model Matriks Analisis SWOT

IFAS		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
EFAS			
Peluang (O)	Strategi SO (Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang)		Strategi WO (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
Ancaman (T)	Strategi ST (Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)		Strategi WT (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)

Sumber : Freddy Rangkuti dalam Unga (2011)

N. Kerangka Pikir

Wisatawan memiliki beragam karakteristik yang berbeda dan mereka merupakan pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata. Wisatawan sebagai salah satu pelaku industri pariwisata memegang peranan penting dalam pengembangan dunia pariwisata. Penelitian ini berfokus pada pengembangan wisata bahari di Pantai Punaga yang mengkaji karakteristik demografis dan karakteristik kunjungan wisatawan sehingga dapat merumuskan strategi pengembangan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kerangka Pikir Penelitian